

03 juni 2019

Stand van de Leisure

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

Sonny Duijn
Selma van der Graaf

Sectoreconoom
Sectoranalist



INHOUDSOPGAVE



Uitgelicht: Fastfood-branche rap uit de startblokken in 2019

1	Macro-economie		▶ Vertraging groei Nederlandse economie	3
2	Vertrouwen en bestedingen		▶ Consumentenvertrouwen daalt in maart	4
3	Overige macro-indicatoren		▶ Ondanks economische groei, toename faillissementen	5
4	Sectorbeeld		▶ Lichte groei overnachtingen in logies-accommodaties	6
5	Uitgelicht		▶ Fastfood rap uit de startblokken in 2019	7
6	Actualiteit		▶ In het nieuws	8
7	Insights		▶ Laatste berichten op Insights	10
	Appendix		▶ Contactgegevens, disclaimer en extra informatie	11

1) Macro-economie

Vertraging groei Nederlandse economie in 2019

	2017	2018	2019	2020
BBP	2,9	2,7	1,4	1,6
Particuliere consumptie	1,9	2,5	1,5	1,7
Overheidsconsumptie	1,1	1,4	2,5	2,3
Investerings	6,1	4,3	1,9	1,9
Uitvoer	5,3	2,7	0,9	2,6
Invoer	4,9	2,8	1,1	3,1
Consumentenprijzen (CPI)	1,3	1,6	2,3	1,6
Lonen particuliere sector	1,6	2,0	2,6	2,6

Consumptie van krimp naar groei

% mutatie



Bron: Thomson Reuters Datastream; raming 2019 ABN AMRO

► Nederlandse economie groeit iets sneller dan gemiddeld

In het eerste kwartaal van 2019 groeide de Nederlandse economie met 0,5 procent ten opzichte van het voorgaande kwartaal. Hiermee groeide de Nederlandse economie iets sneller dan het gemiddelde van de landen in de eurozone.

► Wereldhandel trekt in tweede helft jaar wat aan

In vergelijking met hetzelfde kwartaal een jaar eerder was in Nederland sprake van 1,7 procent groei. We verwachten wel dat die groei afvlakt in het tweede kwartaal. Later dit jaar zien we weer enig herstel als de groei van de wereldhandel wat aantrekt.

► Netto-uitvoer drukt de groei wel, voorraden lopen op

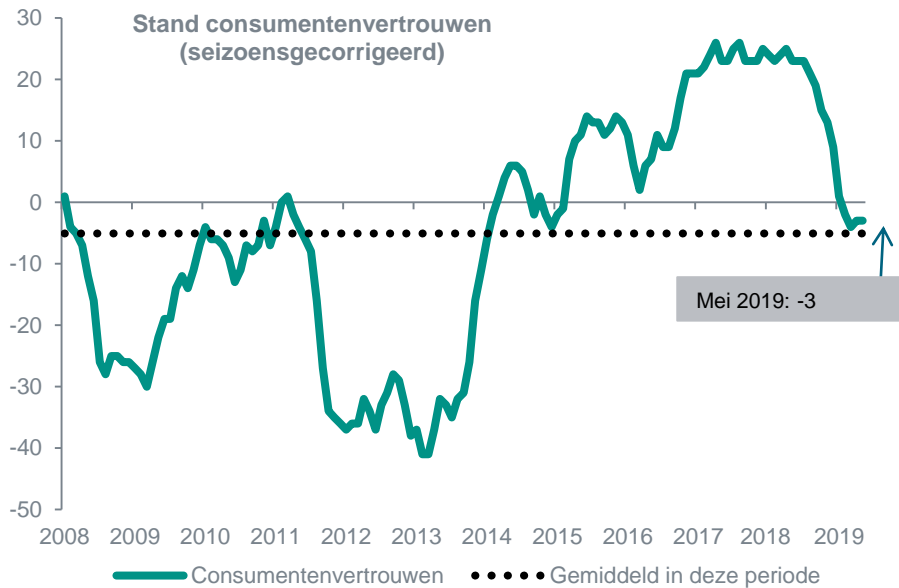
De in- en uitvoer zijn beide gestegen in het eerste kwartaal. Maar de invoer deed het wederom beter dan de uitvoer. Daarmee heeft de netto-uitvoer de bbp-groei opnieuw gedrukt. Een positief effect op de groei kwam van de voorraden, die flink toenamen. Het groeicijfer van het eerste kwartaal lijkt daarmee wat minder solide dan dat van het vorige kwartaal.

► Consumptiegroei remt af in 2019

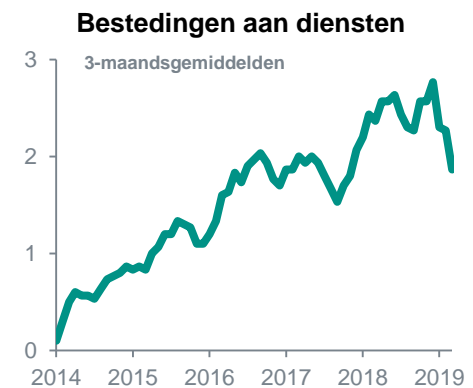
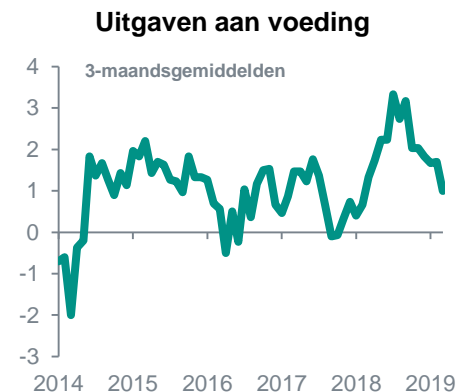
De gezinsbestedingen namen in het eerste kwartaal ook toe. Er is dit jaar wel sprake van een afzwakking van het groeitempo, mede omdat de groei van banen (met enige vertraging) ook gaat afremmen. De lonen stijgen nauwelijks harder dan vorig jaar, door de opgelopen inflatie. Bovendien doet het gedaalde vertrouwen bij de consument sinds afgelopen zomer vermoeden dat deze voorzigtiger gaat worden bij het doen van uitgaven. De consumptie van gezinnen liet in 2018 nog de sterkste groei zien sinds 2006. Voor het huidige jaar gaan we uit van 1,5 procent consumptiegroei.

2) Vertrouwen en bestedingen

Consumentenvertrouwen blijft gelijk in mei

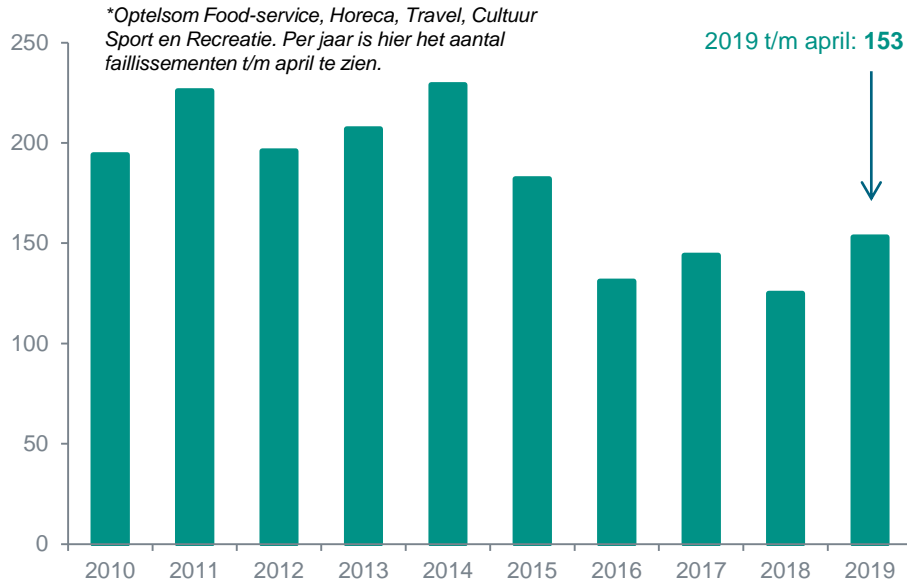


- ▶ Het consumentenvertrouwen bleef in mei gelijk aan het vertrouwen in april, en bevindt zich op een negatieve stand. Sinds afgelopen zomer is er onzekerheid ontstaan bij de consument. Over hun eigen financiële situatie zijn consumenten negatief, evenals over de economische situatie in de komende twaalf maanden.
- ▶ Internationale factoren dragen hier allicht aan bij, zoals het handelsconflict tussen de VS en China. Hetzelfde geldt voor de brexit-perikelen. Met het vertrek van premier Theresa May is de kans op een wanordelijke brexit toegenomen. Dit heeft gevolgen voor de Nederlandse economie.
- ▶ De onzekerheid en voorzichtigheid is terug te zien in de bestedingen. De groei van de consumentenuitgaven is vertraagd. Daarbij zijn wel verschillen waarneembaar per categorie. Zo was het groeitempo voor uitgaven aan woninginrichting hoog in het eerste kwartaal van 2019. Hetzelfde geldt voor uitgaven aan huishoudelijke apparaten.



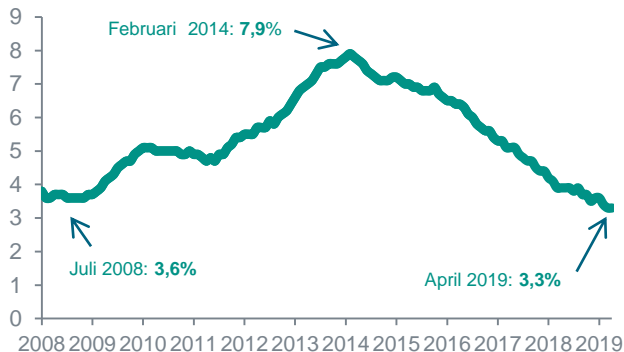
3) Overige macro indicatoren

Aantal faillissementen in Leisure gestegen



- ▶ Het aantal faillissementen in de sector Leisure is in de eerste vier maanden van 2019 gestegen. Het toegenomen aanbod in de afgelopen jaren, het afgenomen vertrouwen bij de consument en het nijpende tekort aan personeel spelen hierbij een rol. Niet iedereen kan van de groei van de economie profiteren.
- ▶ De toename van faillissementen vindt onder meer bij eten en drink gelegenheden. De faillissementsgraad in de horeca ligt hoger dan het gemiddelde van alle sectoren. Voor 2019 als geheel verwachten we dat het aantal faillissementen in de horeca met minimaal 10 procent toeneemt.
- ▶ Het werkloosheidspercentage stabiliseerde in april op 3,3 procent. Wij verwachten dat het percentage op een iets hoger niveau zal belanden, mede omdat de banengroei gaaf afzwakken.

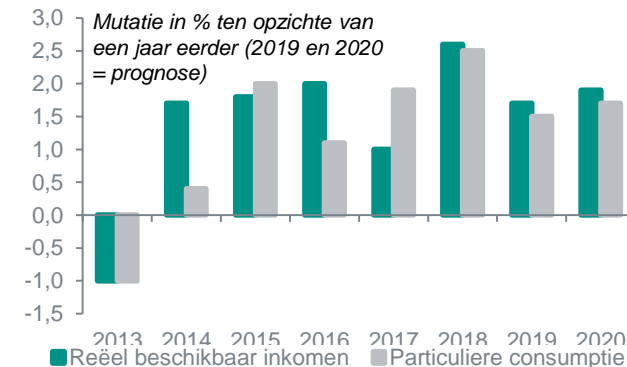
Werkloosheid blijft staan op 3,3 procent



Stijging transacties woningmarkt in maart



Besteedbaar inkomen hoger



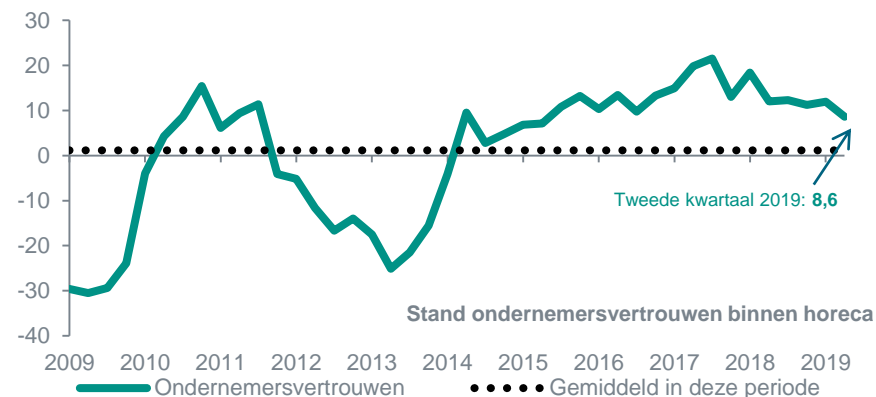
4 Sectorbeeld

Groei logiesovernachtingen in eerste kwartaal 2019

Provincie	Stijging overnachtingen in logiesaccommodaties in het eerste kwartaal van 2019 ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder
Nederland totaal	4%
Noord-Holland	10%
Zuid-Holland	-3%
Utrecht	5%
Groningen	0%
Friesland	9,5%
Zeeland	-2%
Flevoland	1%
Gelderland	8%
Limburg	0%
Noord-Brabant	5%
Overijssel	-14%
Drenthe	-5%

- ▶ Het aantal logiesovernachtingen nam in Nederland nam in het eerste kwartaal van 2019 met 3,6 procent toe ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Voor Nederland als geheel gaan wij uit van een groei van ongeveer 3 procent in zowel 2019 als in 2020. De groei komt vooral van het buitenlands toerisme.
- ▶ Het beeld in het land is verdeeld aan het begin van het jaar. Zo was er sprake van een flinke groei van toerisme in Friesland en Gelderland, terwijl in Overijssel en Zuid-Holland juist dalingen waren. Onder grote steden heft in Rotterdam en Den Haag een krimp van het toerisme plaatsgevonden in het eerste kwartaal. In Utrecht steeg het binnenlands toerisme, maar daalde het buitenlands toerisme.
- ▶ Juist op de locatie waar de toerismedruk het hoogst is, nam het aantal overnachtingen door buitenlandse toeristen sterk toe; in Amsterdam. Wij verwachten echter dat dit beeld zal bijstellen, en het buitenlands toerisme vooral in de regio's buiten de grote steden flink gaat toenemen. Naar onze verwachting zal dit beeld vooral in het hoogseizoen – waar de regio's in grotere mate van afhankelijk zijn – vorm gaan krijgen. Onze prognoses over het toerisme en de Leisure-sector als geheel zijn [hier te lezen](#).

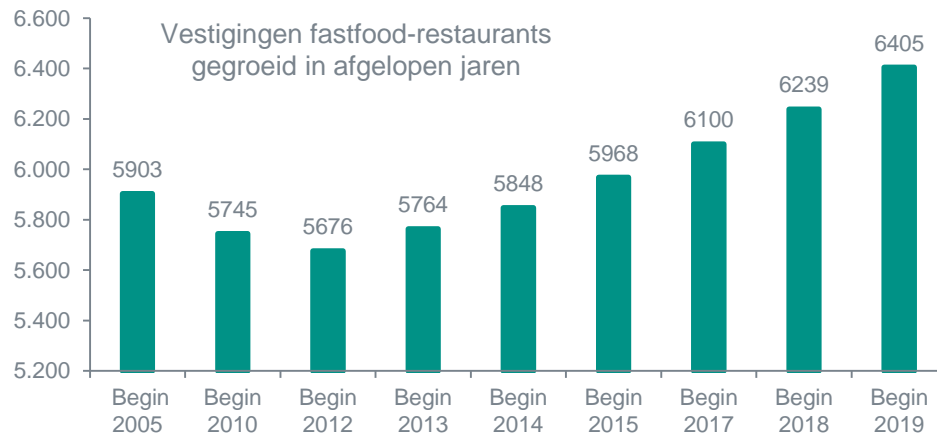
Vertrouwen horeca-ondernemers gedaald, maar bovengemiddeld



5) Uitgelicht

Fastfood-branche uitblinker binnen sector Leisure

Eerste kwartaal 2019 ten opzichte van zelfde periode een jaar eerder	Mutatie in volumes	Mutatie in omzet
Horeca totaal	0,2%	4,5%
Fastfood, ijssalons etc	3,7%	8,8%
Hotels	1,7%	3,5%
Restaurants	0,3%	4,3%
Eetzaken totaal	1,5%	5,8%
Cafés	0,1%	4,0%
Kantines en catering	-1,3%	6,7%
Reisbureaus	Onbekend	6,0%
Reisorganisatiebureaus	Onbekend	2,5%



- ▶ De behoefte aan gemak bij de consument legt de fastfood-verkopers geen windeieren. In het eerste kwartaal van 2019 stegen de verkopen liefst met 3,7 procent in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder. Door de hogere prijzen steeg de omzet zelfs met 8,8 procent.
- ▶ Hiermee is de fastfood-branche een duidelijke uitblinker in de horeca, die in het eerste kwartaal de groei sterk zag afremmen. Het gedaalde consumentenvertrouwen (zie pagina 4) en het tekort aan personeel spelen hier bijvoorbeeld een rol bij. Drie jaar geleden ervoer nog 7 procent van alle eetzaken het tekort aan personeel als belemmering, inmiddels is dit 29 procent
- ▶ De groei van volumes van avondrestaurants en cafés viel bijna stil in het eerste kwartaal, in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder. Hun omzetgroei kwam bijna geheel door hogere prijzen.
- ▶ De sterke groei in de fastfood-branche is geen incident: in de afgelopen vijf jaar namen de verkopen van fastfood-restaurants al met 29 procent toe. De groei van de buitenshuisconsumptie helpt daarbij. Daarnaast speelt de onderliggende beweging naar gemak hier een rol: het eten wordt snel bereid en kost dus weinig tijd voor de gast. Dit spreekt bijvoorbeeld millennials aan, die graag bij een fastfood-restaurant lunchen. Daarbij helpt het dat fastfoodrestaurants een gezonder en vegetarisch assortiment hebben toegevoegd in de afgelopen jaren.
- ▶ Daarnaast profiteert de fastfood-branche duidelijk van het innovatieve karakter. Dit uit zich bijvoorbeeld in bestelzuilen; grote tabletvormige schermen waar een gast een menu kan bestellen. Mede omdat de gast daar minder opgejaagd wordt dan in een traditionele rij, bestelt diegene daar mee. Een dergelijke bestelzuil kan leiden tot hogere omzetten van 10 procent voor betreffende ondernemers, en soms zelfs meer.
- ▶ Wij verwachten dat de fastfood-branche in 2019 met 4% in verkoopvolumes groeit.

6 Actualiteit

Een greep uit het nieuws van de afgelopen maand

Flixbus neemt Eurolines over



'Gebruik Airbnb in Amsterdam daalt voor het eerst'



Attractieparken worden meerdaagse bestemmingen



Meer Franse invloed bij Nederlandse campings



6) Actualiteit

Een greep uit het nieuws van de afgelopen maand

Luchtvaart meer strategisch voor nationale overheden



Festivalorganisatoren geven bezoekers tips bij hitte



Omzet touringcarvervoer gestegen

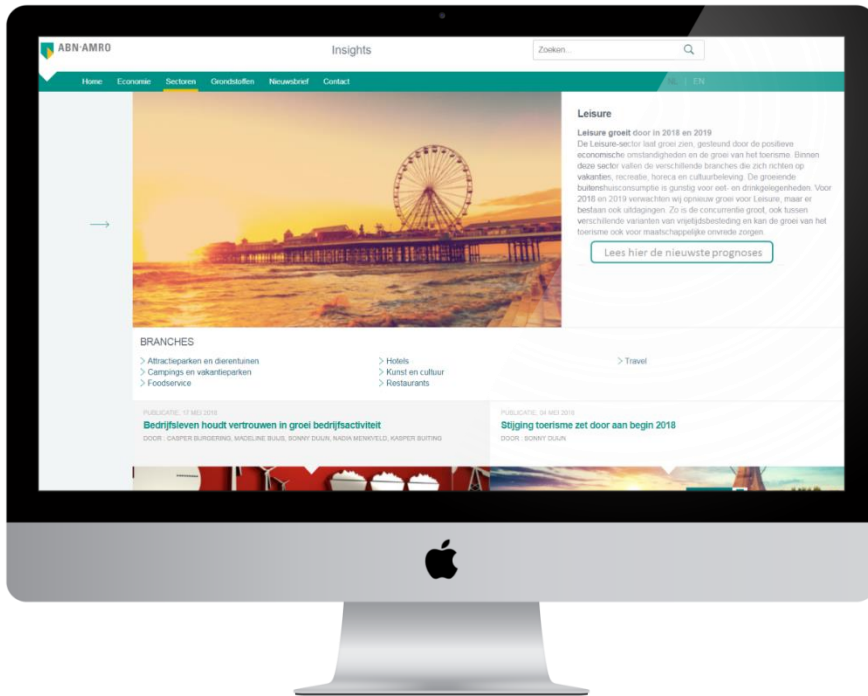


Nederlander sportiever geworden



6) Insights

Laatste Leisure-berichten op abnamro.nl/leisure



- ▶ [Buitenlands toerisme groeit vooral buiten grote steden](#)
- ▶ [Stijging faillissementen door lagere economische groei](#)
- ▶ [Economische groeimotor blijkt trapfiets](#)
- ▶ [Minder vertrouwen raakt groei restaurants](#)
- ▶ [Toerisme stuwt sector Leisure](#)
- ▶ ['Experience Design' gaat toon zetten bij evenementen](#)
- ▶ [Attractieparken met aanbod op maat verleiden millennial](#)
- ▶ [Brexit-herrie apk-moment voor hotelier](#)
- ▶ [Trend naar ontspanning helpt sauna's](#)
- ▶ [Dertien tips voor ondernemers met brexitangst](#)
- ▶ [Hotel wordt vriend van gast en buurtgenoot](#)
- ▶ [Nieuwe status voor platformwerkers](#)

Appendix Contactgegevens en extra informatie

Eerst een lunch in de binnenstad, daarna naar het museum, diner in het restaurant om de avond af te sluiten in de bioscoop. De consument heeft meer te besteden, is goedgeluimd en geeft het extra geld maar wat graag uit aan vrije tijd en vertier. De sector Leisure groeit dan ook bovengemiddeld hard in de economie. Dat is mede te danken aan de aanhoudende toeristenstroom. Uit diverse hoeken van de wereld overnachten consumenten in Nederlandse hotels, waarbij ze ook graag een attractiepark of museum bezoeken. Toch moeten Leisure-ondernemingen zich onderscheiden om relevant te blijven, want het concurrerende aanbod is vernieuwend en groot. Auteurs Sonny Duijn en Selma van der Graaf onderzoeken de trends en ontwikkelingen van de sector Leisure.



Sonny Duijn

Sectoreconoom Retail & Leisure



Selma van der Graaf

Sectoranalist Retail & Leisure

ABN AMRO Sector Advisory

Disclaimer:

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie. 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. Het gebruik van tekst en/of cijfers uit deze publicatie is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld.

©ABN AMRO, april 2019