

Sector Advisory

# Stand van de leisure

Leisure in economisch perspectief

Augustus 2021



# Inhoudsopgave

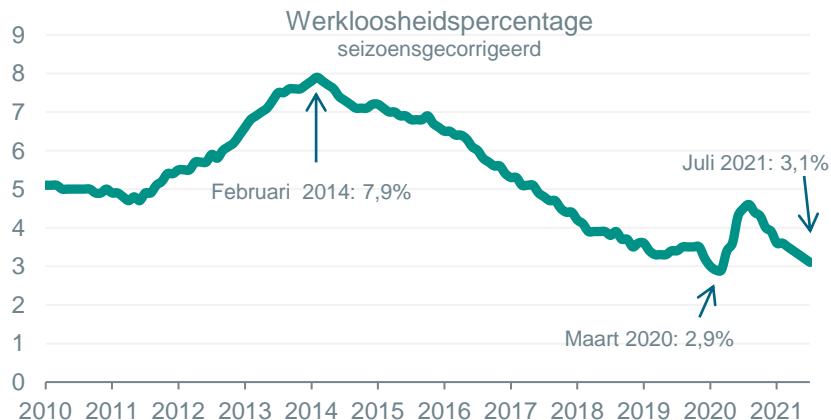
- |    |                        |   |   |
|----|------------------------|---|---|
| 1. | Macro-economie         | ● | ▪ Nederlandse economie groeit               |
| 2. | Vertrouwen             | ● | ▪ Consumentenvertrouwen stijgt niet verder  |
| 3. | Overige indicatoren    | ● | ▪ Faillissementen en opheffingen laag       |
| 4. | Leisuresector in beeld | ● | ▪ Leisuresector heeft positief vooruitzicht |
| 5. | Uitgelicht             |   | ▪ Maaltijdbezorging in de lift              |
| 6. | Actualiteit            |   | ▪ Leisure in het nieuws                     |
| 7. | Insights               |   | ▪ Laatste artikelen op Insights             |
| 8. | Contactgegevens        |   | ▪ Contact, disclaimer en extra informatie   |

- Stand is positief
- Stand is neutraal
- Stand is negatief



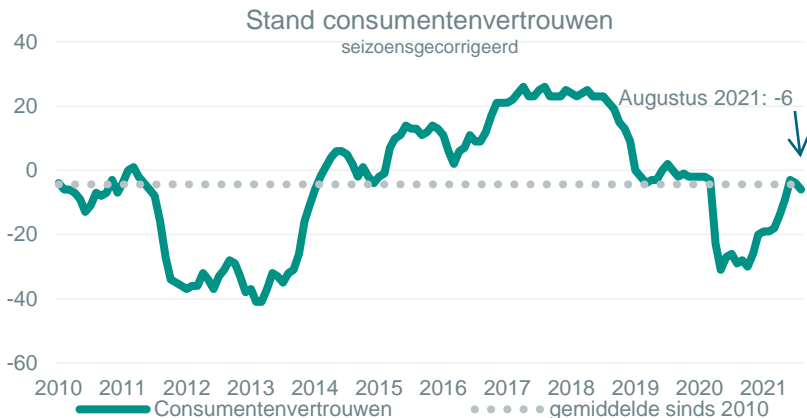
# 1. Macro-economie

	2020	2021	2022
<b>BBP</b>	<b>-3,8</b>	<b>3,9</b>	<b>2,8</b>
Particuliere consumptie	-6,6	1,7	4,7
Investeringen	-4,2	4,8	0,7
Uitvoer	-4,8	6,8	3,0
Inflatie (CPI)	1,3	1,9	1,2
Werkloosheid (% ber.bev.)	3,8	3,4	3,8

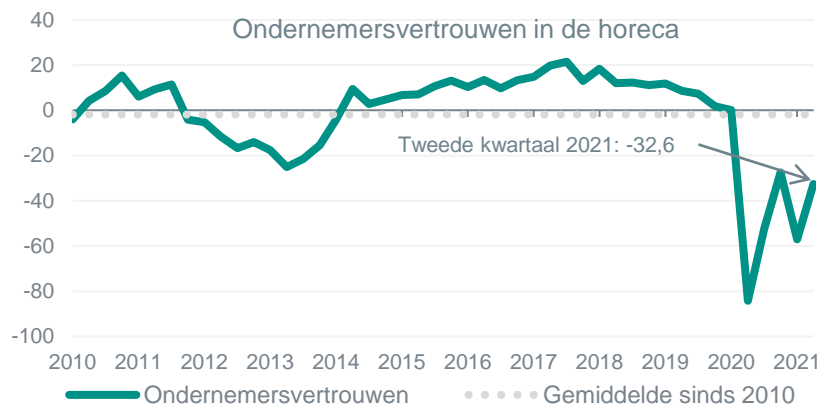


- ▶ Door de corona-uitbraak en de daarop volgende beperkende maatregelen is de Nederlandse economie in 2020 gekrompen met 3,8 procent. Deze krimp is breed gedragen en ging samen met lagere investeringen, minder handel, hogere werkloosheid en minder consumptie.
- ▶ ABN AMRO heeft in augustus 2021 de ramingen voor de BBP-groei bijgesteld. De groei in particuliere consumptie is nu geraamd op 1,7 procent. Voor 2021 verwacht de bank een groei van de economie van 3,9 procent ten opzichte van het jaar ervoor.
- ▶ De inflatie is voornamelijk laag, maar de verwachting is dat deze zal stijgen. Stijgende kosten vanwege grondstoffekorten zullen door producenten worden doorberekend aan de consument. De toegenomen vraag van de consument is een andere reden waarom de prijzen kunnen gaan stijgen.
- ▶ In juli is de werkloosheid verder gedaald naar 3,1 procent seizoensgecorrigeerd. Er is nu sprake van een dalende werkloosheid in de afgelopen 12 maanden. Hierdoor komt het laagste punt in de werkloosheid in de afgelopen 10 jaar in zicht, dat was 2,9 procent in maart vorig jaar.
- ▶ De horeca levert hier een flinke bijdrage aan. Het aantal WW-uitkeringen nam met 16,1 procent af voor mensen die uit een baan in de horeca of catering kwamen.

## 2. Vertrouwen

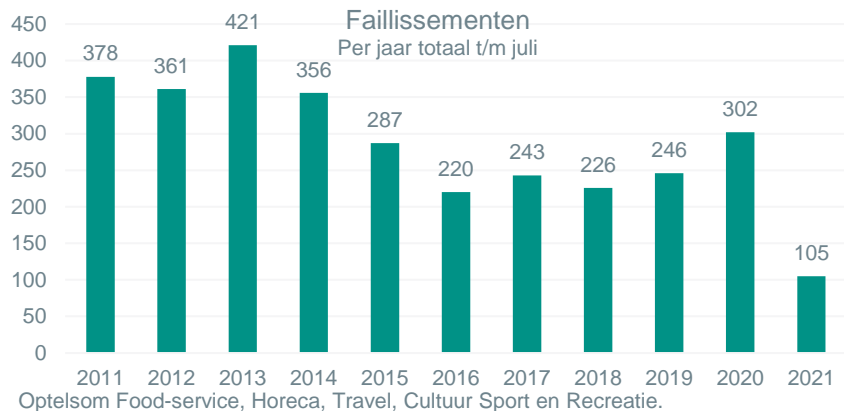


- ▶ Het consumentenvertrouwen is licht gedaald afgelopen maand. In augustus 2021 is de vertrouwensindicator negatief (-6) en gedaald tot onder het langjarig gemiddelde (-4,4 sinds 2010).
- ▶ De stijging in consumentenvertrouwen is tot staan gebracht. Dit valt samen met het terugdraaien van de opening van de nachtclubs om oplopende besmettingen te keren en aan de andere kant juist weer versoepelingen zoals het afschaffen van de mondkapjesplicht in openbare gebouwen. Ook de grote overstromingen in Limburg en beperkingen op reizen voorkomen dat het consumentenvertrouwen verder kon stijgen.

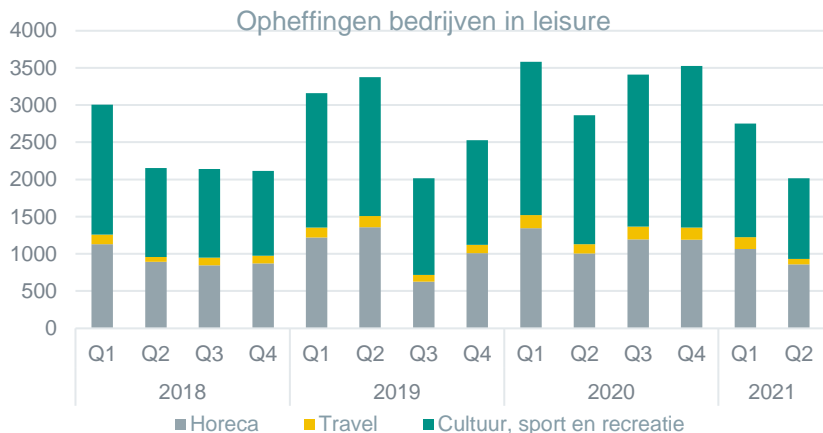


- ▶ Na een terugval in het eerste kwartaal van 2021 door de opgelopen besmettingscijfers, is in het tweede kwartaal van dit jaar het ondernemersvertrouwen weer gestegen. Een sterke afname van het aantal besmettingen en de vermindering van de beperkende maatregelen maken dat de horeca het komende jaar positiever tegemoet ziet dan vorig kwartaal. Desalniettemin is het vertrouwen nog laag, zeker in vergelijking met het gemiddelde sinds 2010 van -1,8.

### 3. Overige indicatoren



- ▶ Net als in voorgaande edities blijft het aantal faillissementen laag, ondanks de verplichte sluitingen en grote dalingen in de omzet van veel leisurebedrijven begin dit jaar. Door kapitaalstortingen van ondernemers, steunmaatregelen van de overheid en uitstel van betalingen bij de banken en de belastingdienst zijn veel bedrijven overeind gebleven. Het aantal faillissementen zou kunnen oplopen zodra de overheidssteun wordt afgebouwd.



- ▶ Het aantal opheffingen in de leisure is verder gedaald na een daling in het eerste kwartaal. Het aantal opheffingen in het tweede kwartaal ligt lager dan in het zelfde kwartaal in de drie voorgaande jaren. Dit geldt voor zowel Horeca als Cultuur, sport en recreatie. Voor Travel waren alleen in het tweede kwartaal van 2018 minder opheffingen dan dit kwartaal.
- ▶ De daling in het aantal opheffingen is breed gedragen alle subsectoren binnen de hier uitgesplitste categorieën laten een daling zien. Het aantal opheffingen kan net als het aantal faillissementen weer gaan toenemen als de overheidssteun wordt afgebouwd.

## 4. Leisuresector in beeld

Omzet 1 <sup>e</sup> kwartaal van 2021 t.o.v 2019	Mutatie in omzet
Reisorganisatiebureaus	-87,4%
Kantines en catering	-80,0%
Reisbureaus	-73,1%
Eetzaken totaal	-61,6%
Horeca totaal	-56,3%
Hotels	-50,8%
Fastfood, ijssalons etc	-41,7%
Restaurants	-13,9%
Groothandel in voedingsmiddelen	2,5%

- ▶ De CBS heeft de omzetcijfers voor het eerste kwartaal aangepast en aangevuld, omdat door de uitzonderlijke situatie van coronapandemie sommige metingen anders uitpakken. Daarom laten wij hier de aangepaste cijfers zien.
- ▶ De omzetcijfers voor het eerste kwartaal zijn over de gehele breedte van de leisuresector zeer negatief, maar op basis van de ABN AMRO transactiedata zien wij positieve ontwikkelingen in het tweede kwartaal met name voor de horeca. Voor de bedrijven die afhankelijk zijn buitenlandse toeristen zal het voorlopig nog een zware tijd blijven.
- ▶ De transactiedata laat een positief beeld zien voor veel subsectoren. Bioscopen laten bijvoorbeeld een groei zien van 85 en 99 procent ten opzichte juni en juli van vorig jaar. Thuisbezorging en afhaal lijken wat groei betreft te stagneren, maar zitten nog op een veel hogere omzet dan vorig jaar. De restaurants en terrassen zijn weer open en in juli zijn er veel mooie dagen geweest, wat goed heeft uitgepakt voor de horeca en daarmee concurrentie voor thuisbezorging en afhaal.

	ABN AMRO transactiedata, % verschil met zelfde maand vorig jaar														
	2020	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec	21 Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul
Bars/Cafés		-14%	9%	1%	5%	-48%	-74%	-72%	-77%	-75%	-43%	112%	215%	19%	19%
Bioscopen		-73%	-65%	-62%	-55%	-75%	-92%	-94%	-98%	-98%	-85%	24%	4%	85%	99%
Catering		-66%	-57%	-53%	-52%	-70%	-71%	-69%	-80%	-78%	-42%	157%	103%	45%	9%
Pret- en Dierparken		-28%	6%	-14%	-7%	-36%	-52%	-72%	-96%	-91%	-81%	113%	10%	40%	15%
Restaurants		-11%	14%	10%	13%	-28%	-50%	-52%	-50%	-56%	-14%	42%	61%	20%	12%
Thuisbezorging en afhaal		57%	57%	62%	47%	76%	76%	94%	112%	95%	80%	36%	22%	19%	19%

Uitgesloten zijn zakelijke en contante betalingen en betalingen van buitenlandse rekeningen.

## 4. Leisuresector in beeld

Overnachtingen in logiesaccommodaties t./m. juni t.o.v. zelfde periode vorig jaar

Herkomst	Daling 2021 t.o.v. 2019	Aandeel 2021	Aandeel 2019
Totaal landen	-37%		
Nederland	1%	91%	57%
Totaal buitenland	-87%	9%	43%
Europa exclusief Nederland	-85%	8%	36%
Duitsland	-85%	4%	17%
België	-84%	1%	5%
Verenigd Koninkrijk	-95%	0%	5%
Frankrijk	-84%	0%	2%

Soort accommodatie	Daling overnachtingen in 2021 t/m jun	Aandeel	Uit Nederland t.o.v. 2019 t/m jun	Uit buitenland t.o.v. 2019 t/m jun
Totaal	-37%		1%	-87%
Hotels	-63%	28%	-31%	-88%
Campings	3%	23%	38%	-79%
Vakantieparken	-12%	47%	25%	-85%
Groepsaccommodatie	-72%	2%	-71%	-89%

- ▶ Het CBS geeft aan dat tot en met juni 2021 37 procent minder overnachtingen in hotels, hostels, op campings en vakantieparken zijn gemaakt dan in 2019.
- ▶ De afname in het aantal overnachtingen zijn nog steeds toe te schrijven aan het wegblijven van buitenlandse toeristen en de afname in het aantal zakelijke overnachtingen. Zo werden in het eerste half jaar van 2021 87 procent minder overnachtingen gemaakt door buitenlanders dan in 2019.
- ▶ Opvallend is dat Nederlanders in Nederland 1 procent meer overnachtingen maakten dan in het eerste half jaar van 2019. Veel Nederlanders besloten ter vervanging van een buitenland vakantie, een vakantie in Nederland te boeken. Wij verwachten dan ook dat dit cijfer op zal lopen in de vakantiemaanden juli en augustus.
- ▶ Dat Nederlanders op vakantie gaan in Nederland is wel duidelijk te zien in de cijfers voor campings en vakantieparken. In het eerste half jaar steeg het aantal overnachtingen door Nederlanders op een camping met 38 procent ten opzichte van dezelfde periode in 2019. Voor vakantieparken steeg het aantal overnachtingen met 25 procent.

## 5. Uitgelicht: Maaltijdbezorging in de lift

Maaltijdbezorging is sinds de coronacrisis explosief gegroeid. Ruim 38 procent van de consumenten zegt meer maaltijden tijdens de coronapandemie te hebben besteld. Snelheid van bezorging is een belangrijke factor voor succes. Bijna de helft van de consumenten verwacht bezorging binnen 20 tot 30 minuten. Abonnementen zijn steeds meer in trek, mits er een gevarieerd menu wordt aangeboden. Dit blijkt uit nieuw onderzoek in opdracht van ABN AMRO

Tijdens de coronapandemie is het aantal bestelde bezorgmaaltijden door zowel fastfoodketens als restaurants flink gestegen. Zo werd in april 2020, de eerste volledige maand met beperkende maatregelen, 71 procent meer uitgegeven aan bezorgmaaltijden dan in 2019, blijkt uit transactiedata van ABN AMRO. Van januari tot en met juni 2021 werd elke maand meer dan twee keer zoveel omgezet dan een gemiddelde maand in 2019.

De coronamaatregelen rond het sluiten van de horeca hebben een duidelijk effect op hoeveel besteld wordt. Zo daalden de bestellingen vorig jaar zomer toen er tijdelijk minder maatregelen van kracht waren. De bestedingen op locatie bij restaurants (zittend) en fastfoodketens (zittend) groeiden toen juist ten opzichte van 2019. Afgelopen winter toen de maatregelen werden aangescherpt, namen de bestedingen aan bezorgmaaltijden weer fors toe. In de feestmaand december verdrievoudigde de bezorging door restaurants zelfs.

Het lijkt erop dat maaltijdbezorging blijvend op een hoger niveau komt te liggen. Zo is het bestedingsniveau aan bezorging sinds de versoepelingen van 28 april niet sterk gedaald en zelfs nog hoger dan het niveau van 2020. Ook zagen we dat afgelopen juni nog steeds twee keer zoveel werd uitgegeven aan bezorgmaaltijden als in 2019. In mei was dit nog 2,4 keer zoveel. Wel lijkt sinds juni een verschuiving plaats te vinden binnen de restaurants. Hier zien we dat bestedingen in restaurants (zittend) met een stijging van 13 procent voor het eerst boven het indexniveau van 2019 komen, terwijl bezorging door restaurants een duidelijke afname laat zien ten opzichte van voorgaande maanden.

De totale markt voor maaltijdbezorging groeide in de jaren voor de coronacrisis sowieso al flink. Volgens het FoodService Instituut Nederland ([FSIN](#)) werd 1,2 miljard euro in Nederland omgezet in 2016 en was dit in 2019 al gegroeid naar 2 miljard euro. De cijfers voor 2020 geven aan dat de totale markt voor bezorgmaaltijden, waarin onder meer ook specifieke bezorging aan ouderen is meegerekend, gegroeid is naar 2.830 miljard euro; een stijging van maar liefst 44 procent mede als gevolg van de coronapandemie. Dit jaar komt maaltijdbezorging uit op 3.372 miljard euro omzet, verwacht het FSIN. Dat is een groei van 19 procent ten opzichte van 2020 en een verdubbeling ten opzichte van 2018. Zonder corona zou deze verdubbeling volgens ABN AMRO pas in 2024 zijn gerealiseerd.

	Bestedingen maaltijdbezorging groeien fors, index gem. maand 2019=100															
	2020						2021									
	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	jan	feb	mrt	apr	mei	jun
Fastfood en rest. bezorging	127	171	198	171	167	164	154	196	192	216	238	209	228	233	241	204
Fastfood bezorging	127	170	197	173	169	167	156	197	191	212	240	208	228	234	243	208
Restaurant bezorging	128	191	219	128	119	113	116	171	213	295	206	226	231	219	210	140
Fastfood afhaal	78	86	141	134	143	125	129	139	133	137	130	119	142	145	162	142
Fastfood zittend	77	82	104	108	133	131	108	101	88	90	87	75	89	101	125	125
Restaurant zittend	47	21	32	93	127	128	106	58	30	32	28	28	30	37	69	113
Bedrijfsrestaurants	51	5	8	17	27	27	46	30	30	22	13	13	22	19	23	40
Catering	54	13	19	35	45	44	53	36	33	30	23	24	33	32	36	47



## 5. Uitgelicht: Maaltijdbezorging in de lift

Ik bestel liever bij het restaurant zelf dan via een bestelplatform  
% respondenten (N=1016)



■ Helemaal eens ■ Eens ■ Neutraal ■ Oneens ■ Zeer oneens

**Grote spelers** - Onlinebezorgplatforms, zoals Thuisbezorgd.nl, zijn de grootste spelers binnen de bezorgmarkt en zij zullen hun omzet in de komende jaren verder uitbreiden. Door de lockdowns kregen platforms veel aanmeldingen van restaurants die voor het eerst maaltijden willen laten bezorgen. Daarnaast zijn investeringen in bestel- en betaalgemak belangrijke aanjagers voor groei.

Ook bezorging via ketens als Domino's en New York Pizza gaan een omzetgroei tegemoet. Hier zijn de doorlopende investeringen in de kwaliteit van het product en bezorgsnelheid belangrijk voor het realiseren van groei. Het aantal vestigingen van Domino's in Nederland nam toe van 166 in 2015 naar 309 begin 2021. Door de fysieke nabijheid van meer en vaak kleinere vestigingen staan bestelde gerechten snel op tafel.

**Lokaal bestellen heeft voorkeur** - Bij lokale restaurants eten bestellen heeft tijdens de coronapandemie een grote vlucht genomen. Vergelijkbaar met initiatieven als Support-Your-Locals en Koop Lokaal die het midden- en kleinbedrijf succesvol ondersteunden tijdens de coronapandemie, hebben veel mensen maaltijdbestellingen bij de lokale horeca geplaatst, waardoor restaurants ondanks de sluiting toch nog wat omzet konden genereren. Een deel van deze restaurants sloot zich aan bij een platform; een ander deel organiseerde het afhalen en bezorgen zelf via de eigen website en/of sociale media.

Maaltijdbezorging buiten platforms groeide in 2020 met bijna een kwart miljard van 475 miljoen naar 778,8 miljoen euro in 2020, berekende het FSIN. Uit een recente enquête onder 1.016 consumenten in opdracht van ABN AMRO blijkt dat maar liefst 46 procent van de respondenten liever een maaltijd direct bij een restaurant bestelt dan via een platform. Dit geldt vooral voor respondenten in de leeftijd 45-54 jaar, terwijl jongeren tussen 18-24 jaar deze voorkeur niet lijken te hebben.

## 5. Uitgelicht: Maaltijdbezorging in de lift

Ik ben meer bezorgmaaltijden gaan bestellen tijdens corona  
% respondenten (N=1016)



■ Helemaal eens ■ Eens ■ Neutraal ■ Oneens ■ Zeer oneens

Ik ben gezonder gaan bestellen tijdens corona  
% respondenten (N=1016)



■ Helemaal eens ■ Eens ■ Neutraal ■ Oneens ■ Zeer oneens

Toch verwacht ABN AMRO dat maaltijdbezorging buiten platforms om in de komende jaren minder hard zal groeien dan tijdens de coronapandemie. Dit heeft vooral te maken met schaalgrootheid en IT-kennis die nodig is om de logistiek achter de bezorging kostenefficiënt te regelen. Actieve promotie en samenwerking tussen restaurants zal nodig zijn om de concurrentie van platforms het hoofd te bieden.

**Meer bestellen, maar niet gezonder** - De enquête van ABN AMRO bevestigt dat meer consumenten bezorgmaaltijden zijn gaan bestellen. Maar liefst 38,3 procent van de respondenten geeft aan meer maaltijden tijdens de coronapandemie te hebben besteld. Het zijn vooral consumenten in de leeftijd tussen 18 en 44 jaar en dan met name alleenstaanden en gezinnen met kinderen die meer zijn gaan bestellen. Overigens zijn 55-plussers juist niet meer gaan bestellen, blijkt uit het consumentenonderzoek.

Consumenten zijn bovendien gemiddeld meer gaan besteden per bestelling. Zo blijkt uit het [jaarverslag](#) van Just Eat Takeaway dat de totale verkoopwaarde met maar liefst 43 procent is toegenomen in 2020 ten opzicht van 2019, terwijl het aantal geplaatste orders met 'slechts' 30 procent toenam. Door het verplicht thuis blijven tijdens de coronacrisis zijn vooral families met kinderen meer gaan bestellen. Zij besteden gemiddeld meer per bestelling dan bijvoorbeeld eenpersoonshuishoudens.

We zijn echter niet gezondere maaltijden gaan bestellen tijdens de pandemie. Maar liefst 42 procent van de respondenten geeft aan tijdens de coronacrisis niet of helemaal niet gezonder eten in huis te hebben gehaald. Ruim 38 procent is neutraal als het gaat om gezonder eten, terwijl slechts een vijfde aangeeft wel gezonder voedsel te hebben besteld.

**Dark kitchens, geen bezwaar** - In industriële keukens, vaak 'dark kitchens' genoemd, bereiden meerdere restaurants of merken verschillende type maaltijden die ze vervolgens bezorgen of laten ophalen. Van de ruim 1.000 respondenten vindt 70 procent het prima als bezorgmaaltijden worden bereid in dergelijke keukens. Het voordeel voor consumenten is dat een huishouden verschillende type maaltijden in een keer kan bestellen, bijvoorbeeld pizza's voor de kinderen en Thais voor de ouders.

Dit artikel is eerder verschenen op [abnamro.nl/insights](https://abnamro.nl/insights)

## 5. Uitgelicht: Maaltijdbezorging in de lift

Restaurants kunnen hun kosten relatief laag houden wanneer ze gebruikmaken van dergelijke keukens; er hoeft dan immers niet geïnvesteerd te worden in een duur pand. Een nadeel hiervan is dat een merk of restaurant geen duidelijk gezicht heeft richting de consument. De consument weet dan niet goed waar zijn eten vandaan komt en of de kwaliteit voldoende is. Deze onzekerheid blijkt ook uit de enquête. De belangrijkste voorwaarde om te bestellen via industriële keukens is namelijk dat de keukens kunnen aantonen dat de kwaliteit geborgd is, vindt 55 procent van de consumenten. Een ruime 11 procent zal vanwege de onzekerheid juist geen maaltijden bestellen bij een industriële keuken. Deze consumenten vinden het belangrijk dat ze precies weten hoe en waar hun maaltijd bereid wordt.

**Abonnementen zijn in trek** - Abonnementen, waarbij gebruikers een vast bedrag per maand betalen in ruil voor bijvoorbeeld wekelijks een menu, zorgen voor meer loyaliteit van gasten en geven mogelijkheden voor cross-selling. Bijna de helft van de ondervraagden geeft aan wel interesse te hebben in een abonnement. ABN AMRO denkt dat abonnementen de groei winstgevend kunnen stutten tijdens de minder drukke dagen. Omdat variatie in het menu (36,1 procent) bij abonneementhouders bovendien als belangrijk wordt ervaren, is samenwerking tussen nabijgelegen restaurants kansrijk. Verder ontvangt een kwart bij het afsluiten van een abonnement graag een korting. Een andere mogelijkheid is inzetten op extra's, zoals een gratis drankje of een uitnodiging voor een exclusief event. 17,2 procent is geïnteresseerd in een abonnement als dat exclusieve extra's oplevert. Vooral 55-plussers hebben geen interesse in een abonnement.

**Succesfactoren** - Snelheid (50,3 procent) en een goede prijs-kwaliteitverhouding (66,8 procent) blijven de belangrijkste factoren voor succesvolle maaltijdbezorging. Bijna 40 procent van de respondenten verwacht de bezorging tussen 20 en 30 minuten. Ouderen hebben geen haast; snelheid vinden ze niet zo belangrijk zolang de bezorging maar goed is en ze weten waarop ze kunnen rekenen. Een verrassing bij de bezorgmaaltijd zoals kaarsen of een afspeellijst met muzieknnummers wordt met 2,8 procent als minst belangrijk aangemerkt.

**Belang van duurzaamheid** - Duurzaamheid is een belangrijk thema voor de consument. Zo vindt 44,7 procent van de respondenten het belangrijk dat er zo min mogelijk verpakking wordt gebruikt; en 18,6 procent vindt dit zelfs zeer belangrijk. Ook vindt 42,2 procent het belangrijk dat restaurants voedselverspilling tegen gaan en hierover communiceren met consumenten; 18,4 procent vindt dit zeer belangrijk. Een kansrijke manier om verspilling tegen te gaan zijn 'magic'-maaltijden die op basis van overgebleven ingrediënten worden bereid en voor een lagere prijs worden aangeboden (zoals Too Good To Go). Vooral consumenten tussen 18 en 44 jaar geven aan hier interesse in te hebben.

**Opkomst flitsbezorgers baart zorgen** - Ook veilig en duurzaam bezorgen op fiets of scooter wordt belangrijk tot zeer belangrijk gevonden door ruim de helft van de respondenten. Met de groei van de bezorgmarkt, waaronder ook de groei van bezorging vanuit supermarkten, neemt ook het aantal bezorgers fors toe. Deze aantallen nemen recent nog verder toe door de opkomst van flitsbezorgers als Gorillas, Flink en Getir, die binnen 10 minuten boodschappen bezorgen. Het grote aantal koeriers, die vanwege tijdsdruk vaak razendsnel door de stad fietsen, gaat gepaard met een toenemende onrust over de veiligheidsrisico's en de leefbaarheid van de stad. Het is goed mogelijk dat er meer regulering met betrekking tot de koeriers komt om de veiligheid in de stad te borgen.

Een ander gevolg van de groeiende bezorgmarkt is een tekort aan bezorgers en dat tekort neemt naar verwachting alleen maar toe. Ook worden er steeds meer vraagtekens geplaatst bij de arbeidsomstandigheden van bezorgers. De vraag of zij zzp'ers zijn of personeel in dienst van het bedrijf, kan grote gevolgen hebben voor het bestaande verdienmodel. In dienst betekent meer kosten voor het bedrijf en minder flexibiliteit voor de werknemer.

## 6. Actualiteit

NU.nl: Buitenlandse toerist weet de weg naar Nederland nog lang niet te vinden



MissetHoreca: Fors minder aanvragen coronasteun vaste lasten in tweede kwartaal



MissetHoreca: Huurachterstand door corona kan leiden tot ontruiming



NRC: Kwart horeca 'problematische schulden'



## 6. Actualiteit

### CBS: Toelevering drankenindustrie aan horeca gehalveerd in 2020



### Pretwerk: Tekort aan arbeidskrachten neemt toe



### NRIT: Toerisme heeft grote invloed op regionale economie



### Skift: Strategies for Hospitality Recovery: Spotlight on Europe



# 7. Insights

## De laatste publicaties op [abnamro.nl/leisure](https://abnamro.nl/leisure)

ABN AMRO

Home Producten Speciaal voor Insights Corporates & Institutionals Service & contact

Leisure

Laatste publicaties

HEADLINES & INSIGHTS

**Klimaatalarm IPCC maakt brede blik op welvaart urgenter**  
Om te voorkomen dat de aarde deze eeuw meer dan 1,5 graad opwarmt in vergelijking met de tweede helft van de 19e eeuw, moet de uitstoot van...

13/08/2021 - Sonny Dulijn

ANALYSE

**Meer onvervulbare vacatures dan voor coronacrisis**  
Met het herstel van de Nederlandse economie is de mismatch op de arbeidsmarkt op recordniveau's uitgekomen. Rekening houdend met de...

13/08/2021 - Sonny Dulijn

ANALYSE LEISURE

**Maaltijdbezorging in de lift**  
Maaltijdbezorging is sinds de coronacrisis explosief gegroeid. Ruim 39 procent van de consumenten zegt meer maaltijden tijdens de coronapandemie te hebbe...

06/08/2021 - Gerarda Westerhuis

- ▶ [Klimaatalarm IPCC maakt brede blik op welvaart urgenter](#)
- ▶ [Meer onvervulbare vacatures dan voor coronacrisis](#)
- ▶ [Maaltijdbezorging in de lift](#)
- ▶ [Ondernemers onderschatten het risico op cybercriminaliteit](#)
- ▶ [Welzijn van werknemers is flink verbeterd tijdens corona](#)

## 8. Contactgegevens

“Ondernemers in de gastvrijheidseconomie faciliteren ontmoetingen die vorm en kleur geven aan vriendschappen, liefdes, zakenrelaties, bedrijven en mensenlevens.”

De opwarming van de aarde is op dit moment het grootste probleem voor de mensheid. Bedenk wat jij kan doen om bij te dragen aan de oplossing.



**Gerarda Westerhuis**

Sectoreconoom retail & leisure

[gerarda.westerhuis@nl.abnamro.com](mailto:gerarda.westerhuis@nl.abnamro.com)



**Ward van der Stee**

Sectoranalist retail & leisure

[ward.van.der.stee@nl.abnamro.com](mailto:ward.van.der.stee@nl.abnamro.com)



**Stef Driessen**

Sector Banker leisure

[stef.driessen@nl.abnamro.com](mailto:stef.driessen@nl.abnamro.com)

### Disclaimer:

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie. Door de onzekerheid over het verloop van het coronavirus zijn deze verwachtingen met meer onzekerheid omgeven dan gebruikelijk. 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 of cijfers uit deze publicatie is toegestaan mits de bron wordt vermeld.

©ABN AMRO, 26 augustus 2021