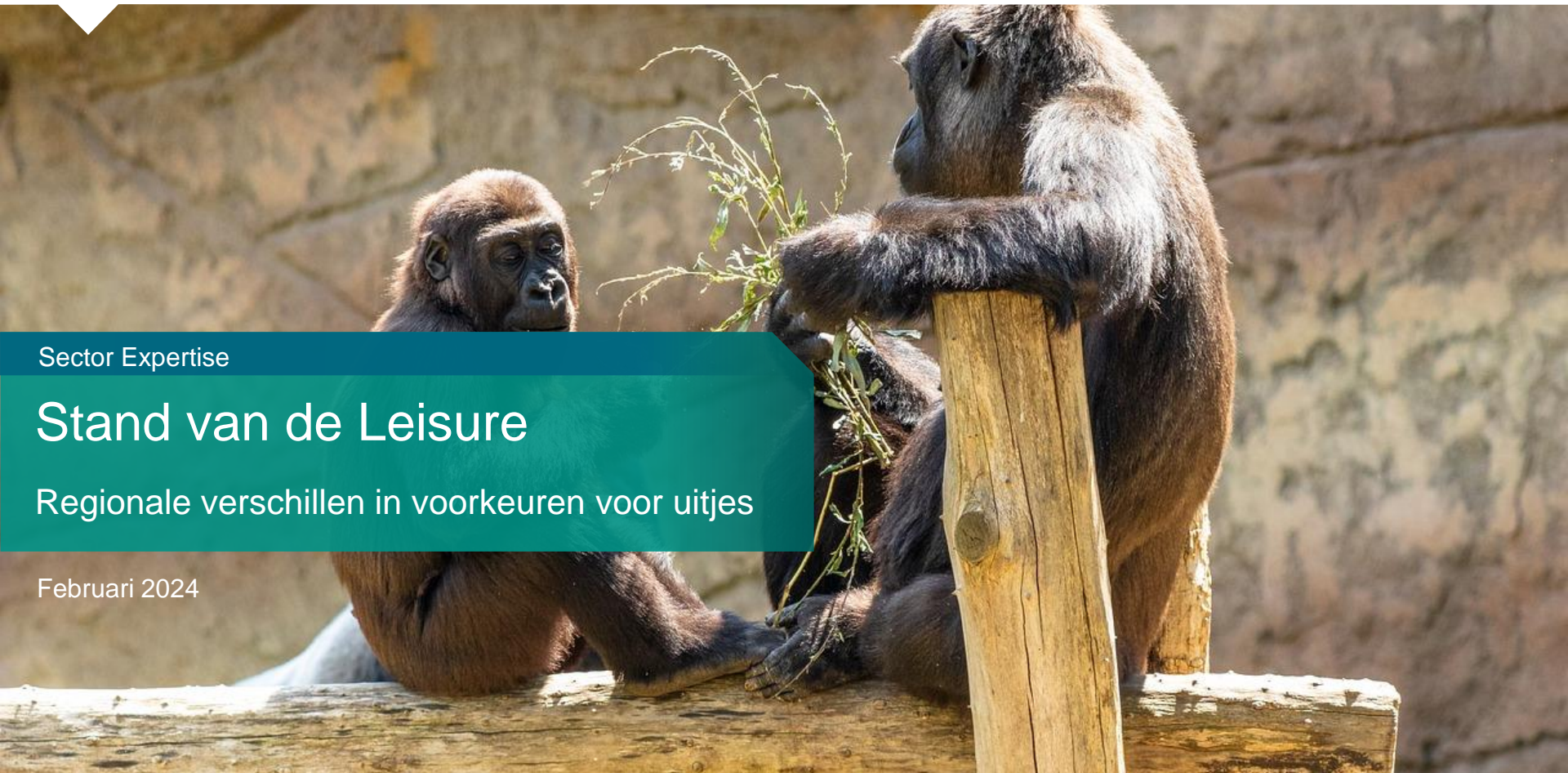


Sector Expertise

# Stand van de Leisure

Regionale verschillen in voorkeuren voor uitjes

Februari 2024



# Inhoudsopgave

- |     |   |   |  |
|-----|---|---|--|
| 1.  | <u>Economie</u>                         | ● | Stabiliserende inflatie en werkloosheid          |
| 2.  | <u>Vertrouwen</u>                       | ● | Consumenten positiever, ondernemers stabiel      |
| 3.  | <u>Faillissementen en opheffingen</u>   | ● | Stijging in Faillissementen, maar geen golf      |
| 4.  | <u>Bestedingen</u>                      | ● | Consumentenbestedingen blijven sterk             |
| 5.  | <u>Overnachtingen</u>                   | ● | Toerisme flink gegroeid                          |
| 6.  | <u>Personeelstekort en vacatures</u>    | ● | Aantal openstaande vacatures per werknemer daalt |
| 7.  | <u>Uitgelicht</u>                       |   | Regionale verschillen in voorkeuren voor uitjes  |
| 8.  | <u>Relevante nieuwsberichten</u>        |   |  |
| 9.  | <u>Recente onderzoeken en artikelen</u> |   |  |
| 10. | <u>Contactgegevens</u>                  |   |  |

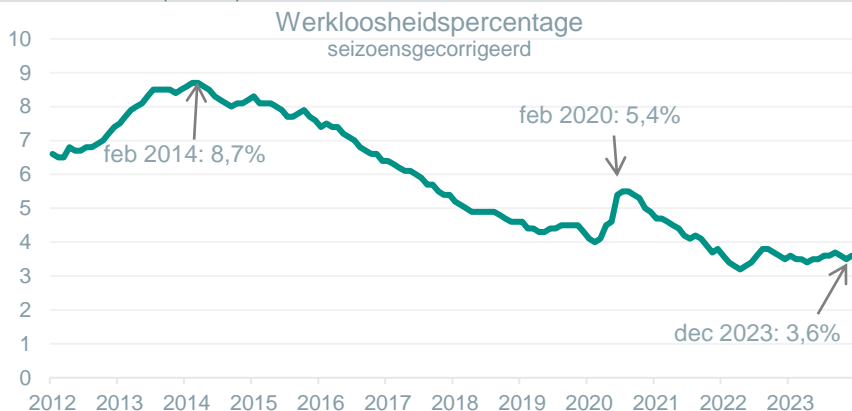
- Stand is positief
- Stand is neutraal
- Stand is negatief



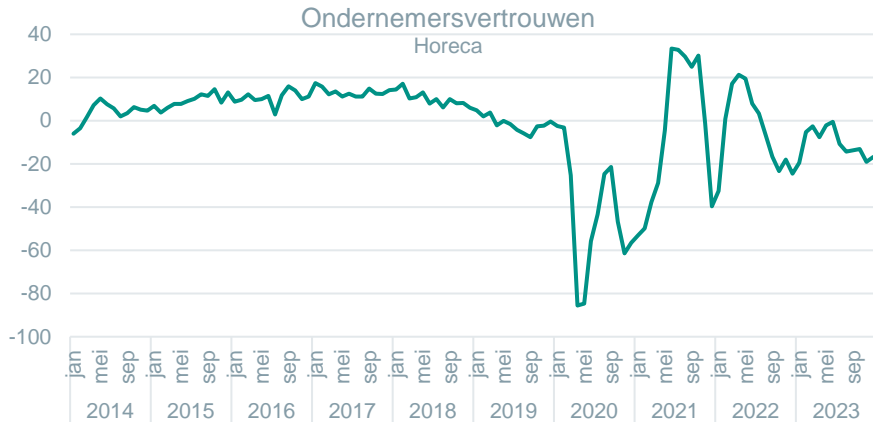
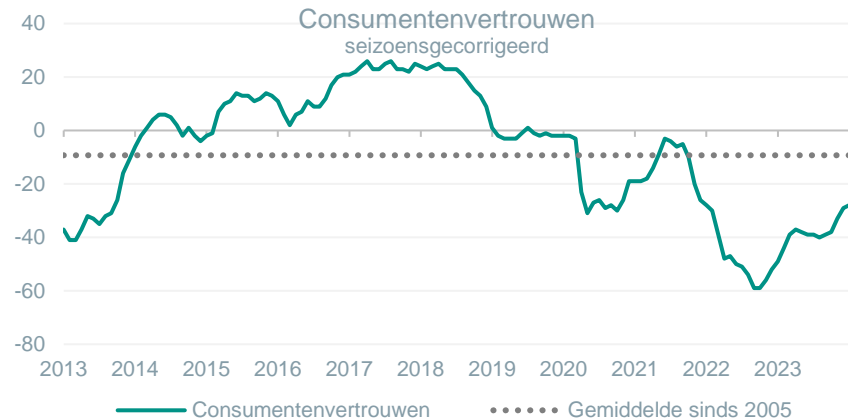
# 1. Macro-Economie

	2023	2024	2025
	% mutaties		
Economie (BBP)	0,1	0,5	1,1
Particuliere consumptie	-0,2	0,0	1,1
Overheidsconsumptie	3,2	2,2	1,4
Investerings	2,4	-1,1	1,2
Uitvoer	-1,4	-2,0	1,5
Invoer	-0,8	-1,9	1,8
Consumentenprijsindex	3,8	2,6	2,3
Cao-lonen	6,0	5,2	4,5
	Niveaus		
Werkloosheid (% beroepsbevolking)	3,6	4,1	4,0
Lopende rekening (% BBP)	6,9	7,2	7,7
Saldo overheid (% BBP)	-1,2	-2,5	-3,0
Schuld overheid (% BBP)	48,0	47,2	48,5

- ▶ Sinds de laatste editie van de stand van de Leisure heeft het Economisch Bureau van ABN AMRO de prognoses voor het BBP voor 2023 naar beneden bijgesteld naar 0,5 procent. Dit is met name het gevolg van hogere rentes, de hoge inflatie en verslechterde economische omstandigheden in het buitenland. Ook de raming van het BBP voor 2024 is naar beneden bijgesteld naar 1,1 procent groei.
- ▶ Desondanks is de Nederlandse economie weerbaar. De krappe arbeidsmarkt, buffers bij consumenten en bedrijven en de flinke uitgaven van de overheid zorgen ervoor dat de groei toch positief blijft. De afkoeling van de economie is gunstig om de inflatie het hoofd te bieden.
- ▶ De prognose van ABN AMRO is dan ook dat de inflatie iets verder zal afnemen in het laatste kwartaal en verder zal afnemen in het komende jaar. ABN AMRO verwacht dat de inflatie in Nederland in het komende jaar hoger zal zijn dan in de rest van de Eurozone, als gevolg van dat de Nederlandse economie er sterker voor staat dan gemiddeld in de Eurozone.
- ▶ De sezoengecorrigeerde werkloosheid is de laatste maanden beperkt gestegen van 3,2 procent in april 2022 naar 3,7 procent nu. Voor 2024 verwacht ABN AMRO dat de werkloosheid nog iets zal toenemen naar 4,0 procent. Hierdoor zal de oververhitting op de arbeidsmarkt iets afnemen. In de uitgelicht vertellen wij wat dit betekent voor de horeca, waar het personeelstekort nog groot is.

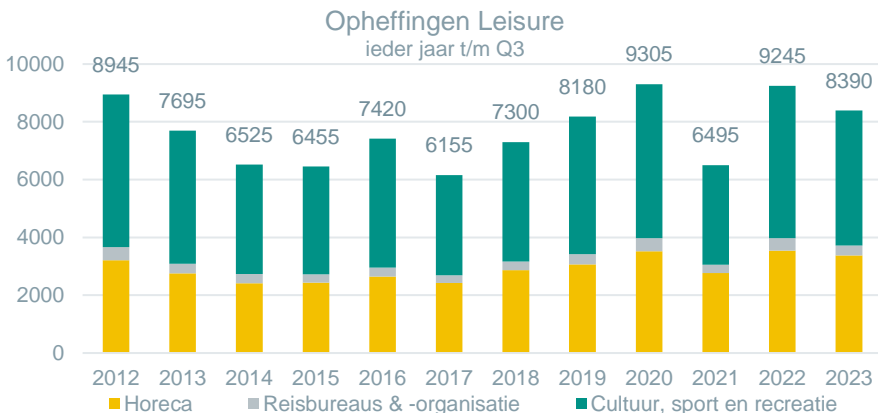
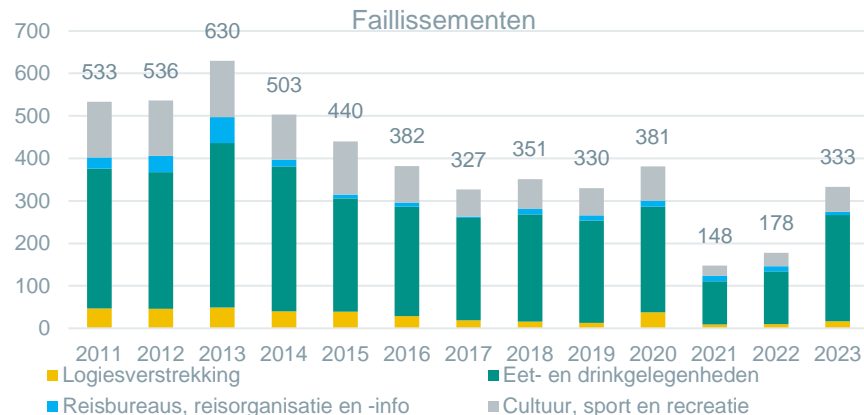


## 2. Vertrouwen



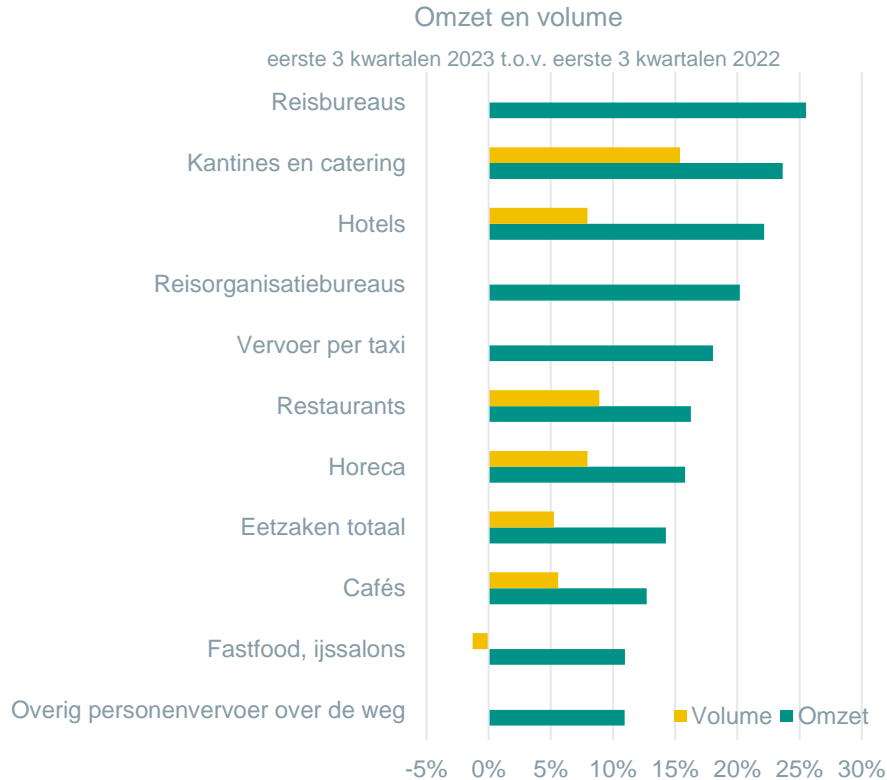
- ▶ Het consumentenvertrouwen heeft de weg naar boven weer gevonden. Na een aantal maanden van stabilisatie is het vertrouwen gestegen naar -28 in januari. Nog steeds is het vertrouwen significant lager dan het gemiddelde sinds 2005.
- ▶ Het consumentenvertrouwen is een voorspeller voor consumentenbestedingen. Hoe lager het consumentenvertrouwen, hoe kleiner de kans dat consumenten grote aankopen doen. Hoewel de retailbestedingen hier nu onderhevig aan lijken te zijn, is hier in de leisure is nog geen sprake van ([zie uitgelicht](#) en [prognoses](#)). Consumenten geven liever uit aan uitjes en ervaringen dan aan spullen.
- ▶ Het ondernemersvertrouwen in de horeca is de laatste jaren aan flinke schommelingen onderhevig. De laatste maanden begint de sterkte van deze schommelingen af te nemen, maar is met -17 nog wel sterk negatief in december. Gezien de gestegen kosten voor energie, huur, inkoop en personeel met daarnaast het terugbetalen van de overheidssteun, is dit niet verwonderlijk.

### 3. Opheffingen en faillissementen



- ▶ Het aantal faillissementen in de vrijetijdssector is in 2023 weer toegenomen en is op een vergelijkbaar niveau als 2019 uitgekomen. Er is dus geen sprake geweest van een groot inhaaleffect bij de faillissementen, maar vooral een terugkeer naar een normaal niveau.
- ▶ De eet- en drinkgelegenheden, logiesverstrekking en cultuur, sport en recreatie laten na twee jaren met weinig faillissementen weer een stijging zien. Reisbureaus zijn de enige uitzondering. Nu we massaal weer op vakantie gaan ([zie hoofdstuk 5](#)), is er juist een daling te zien in de faillissementen in deze branche.
- ▶ Na relatief veel opheffingen in 2022, ligt het aantal in het eerste half jaar van 2023 iets lager. Echter is het aantal opheffingen wel hoger dan het gemiddelde van de periode 2013-2019.
- ▶ Het gestegen aantal faillissementen en het relatief hoge aantal opheffingen heeft meerdere oorzaken:
  - ▶ De door de overheid geleverde steun moet terugbetaald worden en de belastingdienst is zelfs begonnen met het vorderen van de achterstanden.
  - ▶ Daarnaast blijft het vinden van voldoende personeel een probleem, dit kan zorgen voor verkorte openingstijden en beperkte inkomsten. Ook kost het aantrekken van personeel extra geld en zijn lonen gestegen.
  - ▶ Het is lastig om alle gestegen kosten door te berekenen aan de consument waardoor in de hele sector de marges onder druk staan.

## 4. Bestedingen



- ▶ De omzetten van de branches in de vrijetijdssector zijn in het eerste driekwartjaar van 2023 gegroeid, laten de CBS data zien. In alle branches zijn de omzetten sterker gestegen dan de volumes. Dit heeft te maken met de gestegen consumentenprijzen in de verschillende branches. Hierdoor kon met minder verkochten diensten of producten toch meer omzet worden gedraaid.
- ▶ Fastfood en ijsalons zijn de enige uitzondering die laten een daling van 1 procent in de volumes zien.
- ▶ Opvallend is het sterke herstel van de reisorganisatiebureaus. Dit is het gevolg van sterke groei in de vraag naar toeristische uitjes. In hoofdstuk 5 zien wij deze groei in toerisme duidelijk terug.
- ▶ Met name kantines en cateraars weten de prijzen goed te verhogen. De stijging in omzet van 24 procent wordt niet alleen veroorzaakt door meer afzet (+15 procent) maar ook door de gestegen prijzen.
- ▶ De arbeidsmarktkrapte speelt een rol bij de sterke bestedingen. Baanzekerheid geeft consumenten meer vertrouwen om toch te blijven consumeren. Ook het spaargeld dat tijdens de coronapandemie is opgepot dient als buffer.

## 4. Bestedingen

Pinbestedingen Nederlandse consument t.o.v. jaar eerder, gecorrigeerd voor inflatie													
	2022		2023										
	dec	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec
Bars/Cafés	113%	106%	2%	-12%	-7%	-6%	-2%	-7%	-5%	7%	-8%	-5%	2%
Bioscopen			16%	19%	36%	2%	-14%	37%	56%	16%	-8%	0%	9%
Catering	89%	121%	41%	17%	12%	8%	4%	8%	12%	11%	11%	8%	1%
Musea*	65%		36%	21%	13%	-2%	-2%	-5%	35%	17%	11%	1%	9%
Pret- en Dierparken	231%		16%	-18%	-4%	-5%	-11%	-7%	0%	-1%	-13%	-8%	10%
Restaurants	67%		10%	0%	4%	2%	3%	0%	1%	10%	-4%	0%	5%
Thuisbezorging en afhaal*	-6%	-11%	2%	7%	6%	5%	6%	9%	16%	10%	1%	-6%	-7%

Ontbrekende waarden als gevolg van sluiting gelegenheden door coronamaatregelen. Uitgesloten zijn zakelijke en contante betalingen en betalingen van buitenlandse rekeningen.

\*inclusief onlinebestedingen

- ▶ Thuisbezorging en afhaal laat na een flink aantal positieve maanden al twee maanden op rijd een daling zien in volumes (bestedingen gecorrigeerd voor inflatie). Dit kan deels verklaard worden doordat mensen iets vaker ervoor kiezen om zelf te koken in plaats van te bestellen.
- ▶ Bioscopen en pret- en dierparken laten in december een kleine opleving zien. Maar ook musea weten de groei in pinbestedingen vast te houden. Daarmee komt in december alleen thuisbezorging en afhaal negatief uit.
- ▶ Voor een aantal van deze branches geldt dat de omzetten en de bestedingen uiteen kunnen lopen, doordat wij alleen inzicht hebben in betalingen van mensen met een Nederlandse betaalrekening. Branches waar veel toeristen op afkomen kunnen dus beter presteren dan in deze cijfers te zien is.
- ▶ Ondanks deze mooie cijfers zijn er ook redenen tot zorg. Gestegen bestedingen kan nog steeds betekenen dat de marges lager uitvallen door de gestegen kosten.



## 5. Toerisme en overnachtingen

### Overnachtingen in logiesaccommodaties t/m november 2023

Herkomst	Groei 2023 t.o.v. 2022	Aandeel 23	Aandeel 22
Totaal landen	8%		
Nederland	-1%	58%	64%
Totaal buitenland	25%	42%	36%
Europa exclusief Nederland	22%	36%	32%
Duitsland	20%	19%	17%
België	11%	4%	4%
Verenigd Koninkrijk	41%	3%	3%
Frankrijk	15%	1%	1%
Zwitserland en Liechtenstein	16%	1%	1%
Italië	18%	1%	1%
Spanje	82%	1%	1%

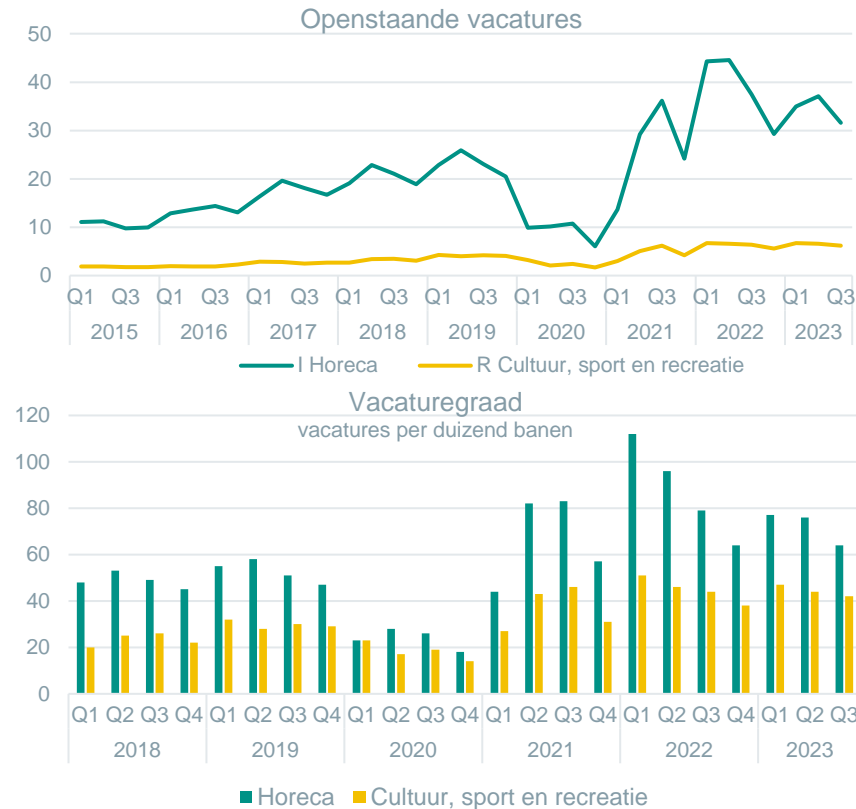
### Procentuele verandering overnachtingen naar accommodaties: cumulatief t/m november 2023 t.o.v. 2022

Soort accommodatie	Groei overnachtingen	Aandeel in totaal	Uit Nederland	uit buitenland
<b>Totaal</b>	<b>8%</b>		<b>-1%</b>	<b>25%</b>
Hotels	14%	43%	2%	27%
Campings	8%	21%	3%	22%
Vakantieparken	2%	33%	-7%	20%
Groepsaccom.	1%	3%	-5%	48%

- ▶ Het CBS geeft aan dat tot en met augustus van dit jaar 15 procent meer overnachtingen zijn gemaakt dan in dezelfde periode vorig jaar. De toename komt zowel door meer overnachtingen van Nederlanders als Buitenlanders.
- ▶ De herkomstlanden van alle toeristen zijn nu op een vergelijkbare aandelen in het totaal aantal bezoekers. Met meer overnachtingen dan in het jaar voor de pandemie en vergelijkbare aandelen kunnen wij dus spreken van een volledig herstel van het toerisme in Nederland.
- ▶ Hoewel het relatieve aandeel van toeristen uit Azië en Amerika klein is, vormen zij een belangrijke groep omdat ze relatief veel besteden aan de horeca en uitjes zoals een museumbezoek. Dat nu ook de Amerikaanse bezoeken goed herstellen, is dus een positief signaal.
- ▶ Bijna alle typen accommodaties herstellen goed en laten meer overnachtingen zien dan in 2019, blijkt uit de CBS data. De groei in aantal overnachtingen is vooral groot bij campings met 27 procent. Groepsaccommodaties laten als enige type een kleine daling zien in het aantal overnachtingen.
- ▶ Hotels zijn de populairste logiesaccommodatie met 41 procent van het totaal aantal overnachtingen, gevolgd door 33 procent voor vakantieparken en 23 procent voor campings.



## 6. Personeelstekort en vacatures



- ▶ Het personeelstekort is een van de uitdagingen waar de Horeca mee te maken heeft. De vergrijzing van de Nederlandse bevolking zorgt er structureel voor dat er relatief veel vraag is naar arbeid ten opzichte van de grote van de Nederlandse beroepsbevolking.
- ▶ In de coronapandemie zijn een flink aantal medewerkers vertrokken uit de horeca en bijvoorbeeld ook uit de cultuur, sport en recreatie. Dit heeft ervoor gezorgd dat het aantal openstaande vacatures na de pandemie flink is gestegen.
- ▶ Inmiddels is ondanks de sterke vraag in de horeca (zie uitgelicht). Het aantal openstaande vacatures gestabiliseerd. Ook is de trend in het aantal vacatures per 1000 banen voor horecapersoneel sinds het eerste kwartaal van 2022 negatief. In de cultuur, sport en recreatie blijft de vacaturegraad juist stabiel.
- ▶ Al met al betekent dit dat de druk op de arbeidsmarkt voor horeca iets is gedaald. Echter is aantal openstaande vacatures en de vacaturegraad in beide sectoren nog steeds hoger dan in 2019.
- ▶ Door de vergrijzing zal de druk op de arbeidsmarkt niet veel verlichting krijgen. Het blijft dus zaak voor ondernemers om te kijken naar het automatiseren van werkzaamheden om de vraag naar arbeid te verkleinen en om te kijken of het behoud van personeel vergroot kan worden.

# 7. Uitgelicht: Regionale verschillen in voorkeuren voor uitjes

**Pretparken zijn vooral populair onder mensen uit het zuiden van Nederland, musea hebben de voorkeur bij inwoners uit de westelijke provincies. Dit blijkt uit onze consumentenenquête uitgevoerd door Panelwizard onder ruim 1.000 respondenten. Uit dezelfde enquête bleek al eerder dat consumenten liever geld uitgeven aan uitjes of bijzondere ervaringen dan aan spullen, resultaten waarover ABN AMRO [in december 2023 publiceerde](#).**

De bestedingen aan uitjes nemen toe doordat het inkomen weer harder stijgt dan de inflatie en doordat de voorkeur van consumenten verschuift naar meer ontspanning. Daarbij spelen de hoge arbeidsmarktparticipatie en de krappe arbeidsmarkt een belangrijke rol; hierdoor neemt zowel de behoefte aan ontspanning toe als dat het besteedbaar inkomen stijgt. ABN AMRO verwacht dat komend jaar bijna alle branches binnen de vrijetijdsector verder groeien.

## Verschillende voorkeuren

Hoewel de voorkeur door het hele land voor uitjes groter is dan voor spullen, bestaan tussen de verschillende regio's een flink aantal verschillen in voorkeuren voor bepaalde type uitjes. Zo gaan Nederlanders in Zuid-Nederland graag naar een pretpark en mensen in Noord-Nederland graag naar het theater of een concert.

Niet altijd loopt het aantal lokale accommodaties waar bepaalde uitjes bezocht kunnen worden parallel met de regionale voorkeuren. Dit is verrassend, omdat ook de nabijheid van uitjes belangrijk is. Zo blijkt uit de enquête dat naast de kosten zeker ook de afstand van huis en de bereikbaarheid van de locatie belangrijk zijn bij het boeken van een uitje. De vraag rijst daarom welke uitjes populair zijn onder Nederlanders, wat de verschillen in de voorkeuren tussen

de regio's zijn en waar de ontwikkeling in het aantal accommodaties afwijkt van deze voorkeuren.

Voor de enquête hebben wij de respondenten ingedeeld in vier regio's, zoals die bijvoorbeeld ook door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) worden onderscheiden. Het gaat hierbij om Noord-, Oost-, West- en Zuid-Nederland. Op de kaart is te zien welke provincies binnen elke regio vallen.



# 7. Uitgelicht: Regionale verschillen in voorkeuren voor uitjes

Zoals te zien in tabel 1, zijn de verschillen tussen de regio's niet enorm. Zo is duidelijk dat door heel Nederland heen uit eten gaan en een drankje drinken op het terras het goed doen en dat een bezoek aan de opera of het doen van een potje jeu de boules ongeacht de regio juist niet zo populair is. Maar toch wijken in een aantal gevallen de voorkeuren voor bepaalde uitjes in de verschillende regio's duidelijk af van het gemiddelde in Nederland

Tabel 1

	Antwoord	Totaal	Noord	Oost	Zuid	West
Pretpark	27.8	20.7	21.9	35.2	28.2	
Dierentuin	34.7	34.2	32.6	36.3	35.0	
Museum	22.6	14.4	24.6	17.2	26.5	
Opera	2.0	0.9	1.8	2.0	2.3	
Theater / musical	30.0	35.1	28.1	27.0	31.4	
Concert	29.4	35.1	30.4	26.6	29.0	
Festival	18.9	19.8	18.3	20.7	18.0	
Bioscoop	36.6	33.3	35.3	36.7	37.9	
Escaperoom	10.5	9.0	12.1	10.5	10.2	
Betaalde sportwedstrijd bijwonen	11.6	9.9	16.1	12.9	9.1	
Sportieve/actieve uitjes (karten, watersport, schaatsen, indoorski)	17.7	12.6	16.1	18.8	19.1	
Jeu de boules	1.0	1.8	0.4	0.8	1.3	
Bowling	13.5	14.4	11.2	14.5	13.8	
Betaalde stadswandeling	5.4	5.4	3.6	7.0	5.3	
Uit eten in restaurant	77.0	79.3	76.8	78.5	75.8	
Drankje drinken in het café/op het terras	52.4	49.5	54.9	53.1	51.5	
Uitgaan/nachtleven	11.1	10.8	9.8	9.8	12.5	
Creatieve uitjes (schilderen, pottenbakken, sieraden maken)	8.7	9.0	9.4	7.0	9.1	
Anders, namelijk:	3.0	1.8	4.0	3.5	2.5	
Niet van toepassing, ik vind geen betaalde dagjes uit leuk	2.6	1.8	3.6	2.3	2.5	
<b>N</b>	<b>1063</b>	<b>111</b>	<b>224</b>	<b>256</b>	<b>472</b>	

## Zuid-Nederland

### Pretpark

In het zuiden van het land is het opvallend dat het pretpark eruit springt als een van de leukste uitjes. Voor 35,2 procent van de respondenten in het zuiden is dit naast horecabezoek een geliefde tijdsbesteding. Dat is aanmerkelijk meer dan in andere delen van het land, waar gemiddeld 23,6 procent van de respondenten het liefst naar een pretpark gaat.

De populariteit van pretparken valt deels te verklaren door de bekende attractieparken de Efteling en Toverland die allebei in Zuid-Nederland zijn gelegen. Ondernemers springen daarbij bewust in op deze lokale voorkeur. Tussen 2010 en nu is het aantal attractieparken in het zuiden van het land gestegen van vijf naar tien, zo blijkt uit data van dataverzamelaar Locatus. Eerder bleek overigens uit de verkiezing voor [leukste uitje van Nederland](#) van de ANWB dat de Efteling en Toverland ook op landelijk niveau als de leukste uitjes worden gezien.

### Musea

Een museumbezoek is in Noord-Brabant en Limburg juist weer minder populair dan gemiddeld in Nederland. Van de respondenten in Zuid-Nederland geeft 17,2 procent aan dat zij graag naar een museum gaan. Gemiddeld is dat in Nederland 22,6 procent. Alleen in Noord-Nederland staat het museum bezoek nog lager op het verlanglijstje (14,4 procent).

# 7. Uitgelicht: Regionale verschillen in voorkeuren voor uitjes

## Oost-Nederland

### Betaalde sportwedstrijden bijwonen

In het oosten van Nederland valt op dat het bijwonen van een betaalde sportwedstrijden het relatief goed doet. Ruim 16 procent van de respondenten laat weten graag op locatie naar een wedstrijd te willen kijken. In de andere regio's gaat tussen de 9,1 en 12,9 procent graag naar een sportevenement. Het is waarschijnlijk dat de prestaties van oostelijke Eredivisie-clubs FC Twente, NEC, Go Ahead Eagles, en PEC Zwolle een aanzuigende werking hebben.

### Cafébezoek is populair

In alle regio's bezoeken de respondenten graag een café of terras, maar in Oost-Nederland is het cafébezoek met ruim 55 procent het meest populair. Opvallend is dat uit data van Locatus blijkt dat in de laatste jaren het aantal cafés en café-restaurants in het oosten juist flink is afgenomen. Tussen 2017 en 2024 gaat het om een totale daling van 14 procent.

### Bowlen

Net andersom is het met bowlen, wat in het oosten met 11 procent in vergelijking met de andere regio's juist het minst populair is. Het gekke daarbij is wel dat het aantal bowlingbanen tussen begin 2013 en begin dit jaar is gestegen van 18 naar 27. In 2010 waren het er echter nog 28.

## West-Nederland

### Musea

In West-Nederland geeft maar liefst 26,5 procent van de mensen aan dat zij als uitje graag naar een museum gaan. Dat is significant meer dan 14,4 en 17,2 procent van respectievelijk Noord- en Zuid-Nederland en iets meer dan de 24,6 procent in Oost-Nederland. Dit heeft ongetwijfeld ook te maken met dat het grote aantal musea in West-Nederland; volgens Locatus telt de westelijke regio maar liefst 509 musea. In de andere regio's blijft dit aantal beperkt tot tussen de 150 en 250.

### Nachtleven en uitgaan populair

Uitgaan is met 12,5 procent in West-Nederland relatief populair ten opzichte van de andere delen van Nederland. Dat de voorkeur voor dit uitje in het westen groter is heeft een aantal mogelijke verklaringen. Zo ligt een groot aandeel van de studentensteden in deze regio. De voorkeur voor uitgaan is onder midden- en hoogopgeleide respondenten namelijk hoger dan onder laagopgeleide respondenten. Ook de beschikbaarheid van uitgaansgelegenheden is in grotere steden hoger, waardoor de bereikbaarheid en gemiddelde afstand tot de locaties beter is. De leeftijdsopbouw zou ook van invloed kunnen zijn. Zo is de groep van 30 tot 40 in het westen relatief groot en de groep 60-plussers juist wat kleiner dan in de rest van Nederland.

# 7. Uitgelicht: Regionale verschillen in voorkeuren voor uitjes

## Noord-Nederland

### Musea niet populair

In tegenstelling tot West-Nederland is juist in Noord-Nederland het museumbezoek minder populair. Zoals eerder gezegd geeft in Noord-Nederland slechts 14,4 procent van de mensen aan dat zij graag naar een museum gaan. Dit stemt wel overeen met het beperkte aantal musea dat in Noord-Nederland te vinden is. Met 187 musea is dit het laagste aantal musea van alle regio's.

### Optredens zijn gewild in het noorden

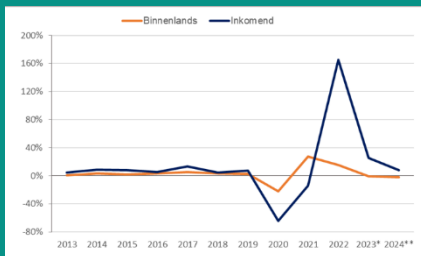
Opvallend is dat in Noord-Nederland theater/musical en optredens relatief hoog scoren. Beide type uitjes zijn in dit deel van het land het meest gewild. Uit data van Locatus blijkt ook dat het aantal theaters tussen 2010 en 2024 heel stabiel is gebleven. Ook het aantal partycentra/feestzalen is na een dipje rond 2017 weer opgeveerd.

### Sportieve uitjes niet populair

In de noordelijke regio zijn uitjes die met sport te maken hebben het minst populair. Zowel het bezoeken van een betaalde sportwedstrijd als zelf sporten scoren in Noord-Nederland het slechtst.

## 8. Relevante nieuwsberichten

### NBTC: Groei verblijfstoerisme in Nederland zwakt af in 2024



### Hospitality Management: Hotel Leaders Network en Hotelvrijmibo XL overtreffen verwachtingen



### Entrée Magazine: Tomra introduceert SmartBin: de prullenbak die statiegeld uitkeert via Tikkie



### Entrée Magazine: De Beren, Soju Bar en Vegitalian: horecaketens groeien door



## 8. Relevante nieuwsberichten

### Pretwerk: Wat zijn de gevolgen van AI-ontwikkelingen voor recreatie en toerisme?



### Misset Horeca: Masterclasses Horeca Vakbeurs in teken van de uitdagingen van vandaag



### ANVR: Oostdam stopt per 1 juli a.s., Radstake benoemd tot opvolger



### NPO Radio 1: Waar geven we de stijgende vakantie-uitgaven aan uit?

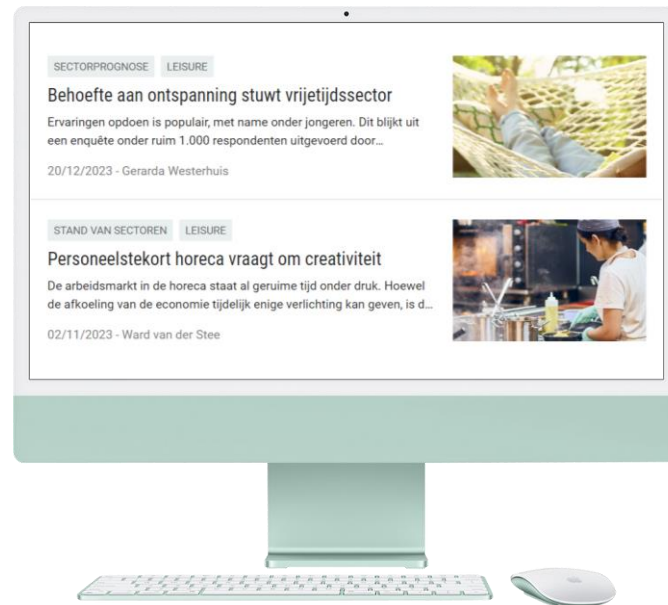




# 9. Relevante onderzoeken & publicaties

- ▶ Natuurlijk genieten, waarom reizen met bijzonder aandacht voor de natuur in trek zijn
- ▶ Behoefte aan ontspanning stuwt vrijetijdssector
- ▶ Personeelstekort horeca vraagt om creativiteit
- ▶ Rijp voor avontuur: hoe 55-plussers de reiswereld herdefiniëren
- ▶ Daling internationale congressen bedreigt kenniseconomie
- ▶ Flinke omzetgroei campings en vakantieparken
- ▶ AI-Chatbots bedreigen voortbestaan kleine reisbedrijven
- ▶ Een zonnige toekomst voor strandpaviljoens
- ▶ Het spook van de winkel- en horecaketens
- ▶ Groen en gastvrij: hoe hotels hun marge duurzaam kunnen verbeteren

Tip: kijk ook eens op: [abnamro.nl/leisure](https://abnamro.nl/leisure)



# 10. 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. 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, februari 2024