



Sectorprognoses Leisure, 15 november 2022

Krimp leisure door stijgende kosten en dalende koopkracht

Gerarda Westerhuis, sectoreconoom Leisure en Retail
gerarda.westerhuis@nl.abnamro.com tel: 06 29098887

Oplopende kosten en dalende koopkracht vertragen het herstel van de leisuresector. Hoewel veel ondernemingen de omzet in 2022 zagen stijgen door een flinke inhaalvraag, nemen hun kosten fors toe. Deze kostenstijging drukt op de marges. Ook in 2023 zijn de kosten van energie, personeel en voedsel hoog, terwijl door een dalende koopkracht de consumenten minder gaan besteden. Voor 2023 verwacht ABN AMRO een krimp van de leisuresector van 1 procent. Hiermee komt de sector op 94 procent van het niveau van 2019.

Door een veerkrachtig herstel zien veel horecaondernemingen hun omzetten in 2022 flink toenemen. Ook campings, vakantieparken en fastfood doen goede zaken. Andere branches uit de leisuresector die ook zwaar getroffen werden door de coronacrisis, zoals bioscopen, theaters en musea, zien daarentegen dit jaar het aantal bezoekers nog niet naar het niveau van voor de coronacrisis terugkeren.

Hoewel de omzet van veel branches in 2022 dus stijgt ten opzichte van 2021 kampen steeds meer ondernemingen met toenemende kostenstijgingen. Zo nemen de kosten toe door hogere energieprijzen, inkooprijzen en lonen. Een deel van deze gestegen kosten wordt doorberekend aan de klant, maar de bulk drukt op de marges van de ondernemingen zodat in steeds meer gevallen het resultaat volledig wordt weggevaagd. Daar komt nog bij dat veel ondernemingen sinds 1 oktober hun uitgestelde belastingschuld moeten terugbetalen.

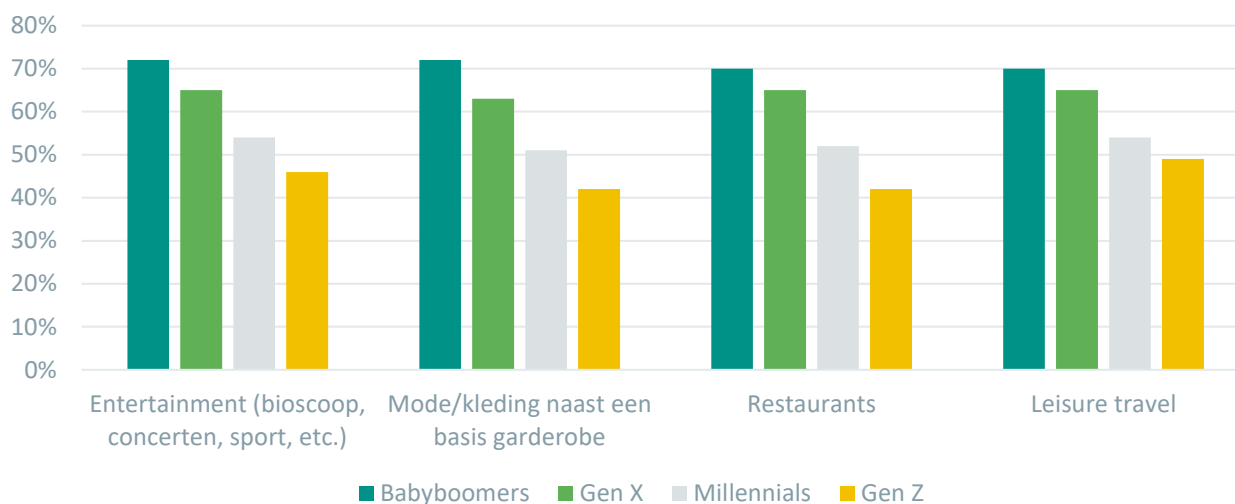
Koopkracht krijgt klappen

Naast hogere kosten krijgen ondernemers ook te maken met een veranderend bestedingsgedrag van consumenten. De koopkracht van consumenten gaat in 2022 flink onderuit. Volgend jaar neemt de koopkracht wel iets toe in verband met compensatie door aantrekkelijke loongroei, de stijging van het minimumloon, het prijsplafond op energie en andere maatregelen die op Prinsjesdag zijn genomen. Maar per saldo krijgt de koopkracht in deze twee jaren flinke klappen. Dit heeft gevolgen voor

vrijtijdsbestedingen die in tegenstelling tot uitgaven aan boodschappen en energie, worden gezien als niet-essentieel en luxe. Uit een onderzoek van onderzoeksbureau Dynata blijkt dat 'baby boomers' 70 procent minder uit zeggende te geven aan de bioscoop, theater, kleding, restaurants en reizen dan aan het begin van het jaar. Voor Generatie Z ligt dit percentage rond de 45 procent.

% minder uitgaven aan "niet-essentiele goederen" (per generatie), ten opzichte van het begin van 2022

Onder iedereen die het lastig vindt, op zijn minst een beetje, om niet-essentiele goederen te kopen

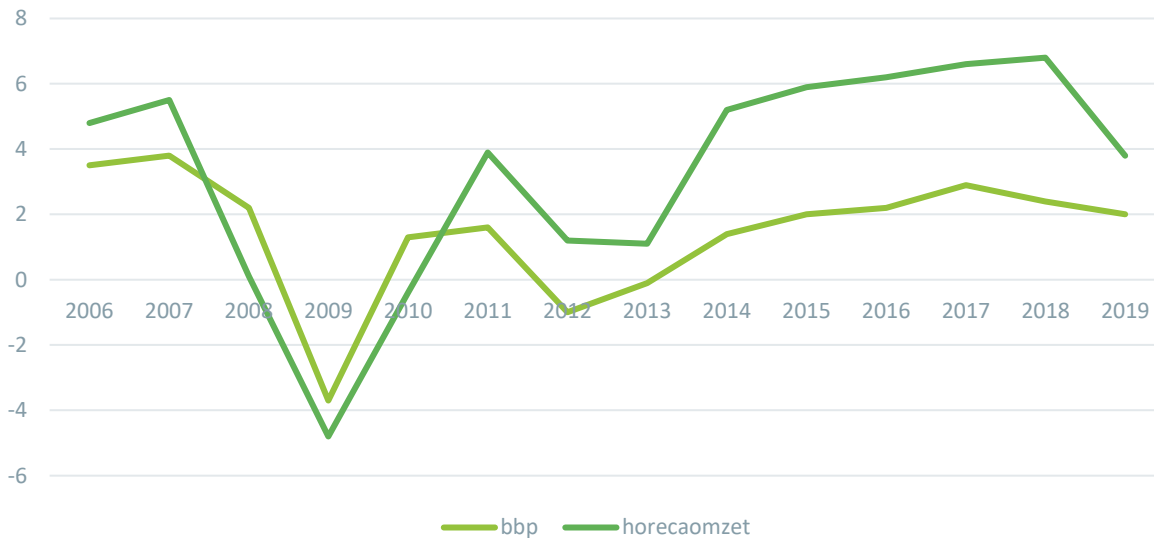


Bron: Dynata. Onderzoek onder 11.000 consumenten in 11 landen, waaronder Nederland, veldwerk tussen 1-8 augustus

Recessie

ABN AMRO verwacht een lichte recessie aan het begin van 2023. Historisch onderzoek toont aan dat in tijden van recessie de horecaomzet afneemt. Zo daalde het bruto binnenlands product (bbp) tijdens de financiële crisis met 3,9 procent in 2009 terwijl de omzet in de horeca afnam met 4,8 procent. Zodra het bbp weer steeg, nam de omzet juist weer extra toe. Een mitigerend factor in de huidige situatie is de lage werkloosheid. Deze was in de financiële crisis beduidend hoger. Dit geeft consumenten nu meer baanzekerheid en daardoor mogelijk meer vertrouwen om uitgaven te blijven doen. Ook hebben consumenten relatief veel spaargeld opgepot tijdens de coronapandemie.

Horecaomzet reageert heftig op bbp



Bron: CBS

Duurzaamheid

Terwijl veel ondernemers moeite hebben om het hoofd boven water te houden, blijft door de sterke kostenstijgingen geen tot weinig vermogen over voor noodzakelijke investeringen in inventaris, collecties, verblijven en digitalisering. Ook is het de vraag of ondernemers voldoende vet op de botten hebben om te investeren in duurzaamheid. Uit de conjunctuurenquête van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) van september dit jaar blijkt dat bijna 24 procent van de horecaondernemers een tekort aan financiële middelen als de belangrijkste belemmering ervaart voor verduurzaming. Voor de sector cultuur, sport en recreatie is dit bijna 30 procent. Ook de afhankelijkheid van derden bij het doorvoeren van verduurzamingsmaatregelen wordt als problematisch ervaren: 23 procent van de horecaondernemers en ruim 24 procent in de cultuur, sport en recreatie geven dit als belangrijkste reden aan.

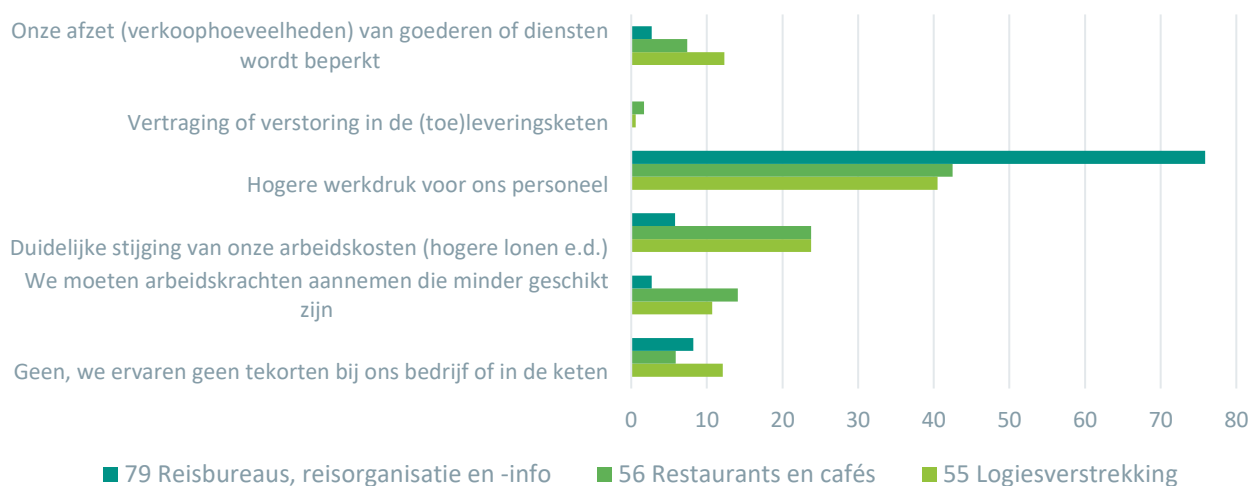
Toch geeft bijna 23 procent van de horecaondernemers aan maatregelen te hebben genomen op het gebied van energie en 21 procent op het gebied van circulariteit, oftewel milieubewust omgaan met grondstoffen en afval. Bijna een derde van de horecaondernemingen heeft nog in het geheel geen stappen gezet om de bedrijfsvoering duurzamer te maken.

Personeelstekort

Een andere rem op herstel van de sector betreft het personeelstekort. In het tweede kwartaal stonden 39.900 vacatures in de horeca open. Met name hotels (12 procent) zien dat de afzet van diensten wordt beperkt; dit geldt ook voor 7 procent van de restaurants. Bovendien neemt de werkdruk toe. Maar liefst 76

procent van de reisorganisaties geeft aan dat een hogere werkdruk is ontstaan door personeelstekort; voor restaurants en cafés is dit 43 procent en voor hotels 41 procent. Bijna 24 procent van beide branches ziet tenslotte dat het tekort leidt tot een stijging van de personeelskosten.

Wat is het belangrijkste gevolg dat uw bedrijf op dit moment ervaart door arbeidstekorten?



Bron: CBS

PROGNOSES PER SUBSECTOR

Hieronder volgen de prognoses per subsector. Deze zijn met meer onzekerheid omgeven dan normaal gesproken. Het verloop van de oorlog in Oekraïne heeft grote invloed op de ontwikkeling van de inflatie en vertraagt het herstel van de leisuresector. Hoewel omzetten in 2022 zijn gestegen door een enorme inhaalvraag, zien veel ondernemingen de kosten fors toenemen. Ook in 2023 zijn de kosten van energie, personeel en voedingsmiddelen hoog, terwijl door een dalende koopkracht de consumenten minder gaan besteden.

Subsector	Eenheid	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
		groei (%)	groei (%)	groei (%)	groei (%)	index	index	index	index
		j-op-j	j-op-j	j-op-j	j-op-j	2019=100	2019=100	2019=100	2019=100
Leisure sector		-50	35	40	-1	50	68	95	94
Travel	omzet [1]	-80	80	140	3	20	36	86	89
Restaurants	omzet [2]	-35	15	35	-2	65	75	101	99
Cafes	omzet [2]	-42	4	60	-3	58	60	97	94
Fastfood	omzet [2]	-13	18	5	2	87	103	108	110
Catering	omzet [2]	-36	14	8	0	65	73	79	79
Hotels	overnachting [3]	-47	7	70	2	53	57	96	98
-waarvan zakelijk	overnachting [3]	-63	5	65	1	37	39	64	65
Campings	overnachting [3]	-6	23	2	0	94	116	118	118
Vakantieparken	overnachting [3]	-20	24	5	0	80	99	104	104
Musea	bezoekers [4]	-60	-11	80	2	40	36	64	65
Bioscopen	bezoekers [5]	-56	-11	85	2	44	39	72	74
Attractieparken & Dierentuinen	bezoekers	-61	35	60	2	39	53	84	86

Prognoses 2022 en 2023: ABN AMRO Sector Advisory

[1] Bron: CBS, ANVR

[2] Bron: CBS, FSIN

[3] Bron: CBS

[4] Bron: Museumvereniging, op basis van aantal bezoekers, inkomsten uit horeca en subsidies niet inbegrepen

[5] Bron: NVPI, inkomsten uit horeca niet inbegrepen

Travel

Na twee zware coronajaren herstelt de reisbranche, die bestaat uit reisorganisaties en touroperators die buitenlandvakanties aanbieden, zich in 2022 geleidelijk maar niet volledig. Afgelopen jaar was een duidelijke inhaalvraag waar te nemen waarbij Nederlanders ondanks de oorlog in de Oekraïne, de inflatie en de gestegen prijzen voor vakanties grote behoefte hadden om in het buitenland op vakantie te gaan. Zo zijn de prijzen van pakketreizen, autoverhuur en vluchten enorm toegenomen afgelopen zomer. De consument die verheugd was eindelijk weer op vakantie te kunnen, was bereid deze prijzen te betalen.

Wel leiden de gestegen kosten in het dagelijks leven tot aanpassingen van de vakantie is de verwachting. Zo gaan Nederlanders dichter bij huis, minder luxe en korter op vakantie. Ook plannen ze minder activiteiten en excursies. Van de buitenlandse vakanties wordt 85 procent binnen Europa geboekt. Vooral Azië en Oceanië liepen in augustus nog fors achter op 2019. Dit blijkt uit de jaarlijkse meting van onderzoeksbureau GfK in opdracht van reisbrancheorganisatie ANVR.

Interessant daarbij is dat steeds meer Nederlanders met de auto op vakantie gaan, wat ten koste gaat van vliegvakanties. Hoewel het boeken van reis en verblijf in één pakket bij 35 procent van de ondervraagden het meest populair blijft, wordt ook vaker alleen een verblijf geregeld. Dit percentage is gestegen van 24 procent in 2019 naar 29 procent in 2022. Deze ontwikkeling gaat hand in hand met de toenemende populariteit van de auto.

Positieve resultaten

Reisorganisaties zijn als gevolg van de Nederlandse reislust op zich positief. In de conjunctuurenquête van het CBS verwacht 71 procent van de organisaties de eerste helft van 2022 met een positief resultaat af te sluiten, tegenover slechts 5 procent die een negatief resultaat verwacht. Door de gestegen kosten in combinatie met de dalende koopkracht komt een volledig herstel van de reisbranche echter ook in 2023 nog niet in zicht. Zodra Nederlanders minder te besteden hebben, zullen ze misschien vaker in eigen land op vakantie gaan. Tijdens de coronapandemie hebben veel mensen ervaren dat dit een goed alternatief is. Stijgende prijzen van vliegtickets en de chaos op Schiphol van afgelopen zomer weerhouden steeds meer Nederlanders er bovendien van om het vliegtuig te pakken. In mei bleek bijna een kwart van de Nederlanders te zoeken naar alternatieven om niet via Schiphol te hoeven reizen. Ze zullen eerder met de auto binnen Europa of in eigen land op vakantie gaan. Tevens speelt het limiet op het aantal vliegbewegingen op Schiphol de reisbranche parten. De overheid wil de grens leggen op 440.000 vluchten per jaar.

Hotels

Hotels herstellen zich goed, maar zitten qua aantal overnachtingen nog onder het niveau van 2019. We verwachten dat 2022 wel een beter jaar wordt dan 2021 en dat de branche op 96 procent van het niveau van 2019 uitkomt. Het onvolledige herstel wordt met name veroorzaakt door de verplichte sluiting in de eerste maanden van dit jaar en het wegblijven van internationale en zakelijke gasten. Zo ligt het aantal overnachtingen in hotels door buitenlandse toeristen tot en met september nog bijna 20 procent lager dan in 2019. Zeker toeristen uit verdere oorden als Amerika (-23 procent), Azië (-42 procent), Afrika (-27

procent) en Australië (-45 procent) zijn nog niet teruggekeerd op het niveau van voor de coronacrisis. Veel Aziaten bijvoorbeeld hadden en hebben last van relatief strenge reisbeperkingen en lockdowns als gevolg van de coronapandemie. Ook de zakelijke gast is nog niet volledig terug. Het aantal overnachtingen lag tot en met augustus landelijk 30 procent onder het niveau van 2019 en in Amsterdam lag het maar op de helft.

Buitenlands toerisme nog niet hersteld

Overnachtingen in logiesaccommodaties t/m september t.o.v. zelfde periode in 2019			
Herkomst	Groei 2022 t.o.v. 2019	Aandeel 2022	Aandeel 2019
Totaal landen	3%		
Nederland	15%	65%	59%
Totaal buitenland	-14%	35%	41%
Europa exclusief Nederland	-11%	30%	35%
Duitsland	-2%	17%	18%
België	-15%	4%	5%
Verenigd Koninkrijk	-40%	2%	4%
Frankrijk	-9%	1%	1%
Amerika	-23%	2,5%	3,3%
Azië	-42%	1,3%	2,3%
Australië en Oceanië	-45%	0,2%	0,4%
Afrika	-27%	0,2%	0,3%

Bron: CBS

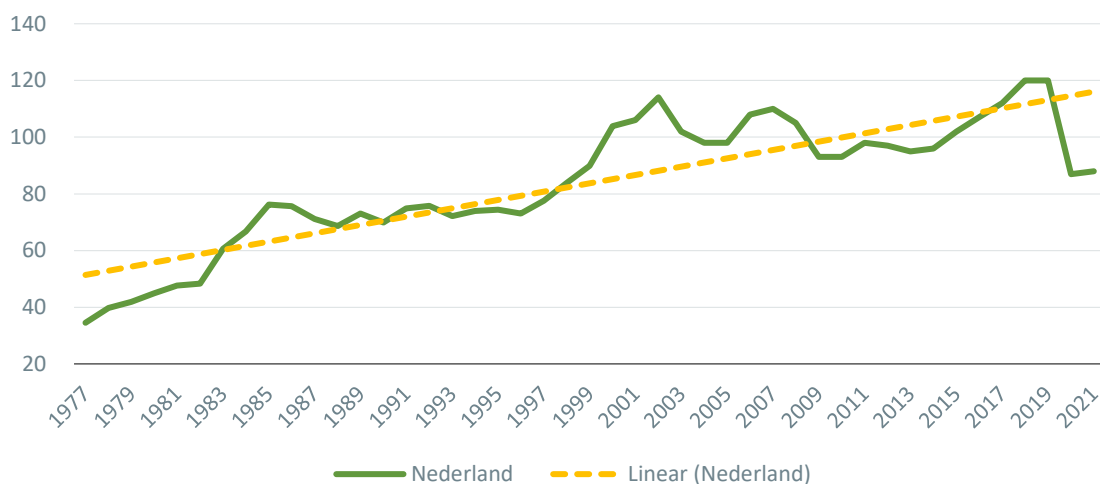
Bezettingsgraad en kamerprijzen

Van alle type logiesaccommodaties hebben hotels het meest last gehad van de restricties tijdens de coronapandemie. Uit data van Horwath HTL blijkt dat de bezettingsgraad van hotels in Nederland al ruim veertig jaar rond de 70 procent ligt, met Amsterdam als uitschieter met een bezettingsgraad van 85 procent, tenminste, voordat de coronapandemie uitbrak. De gemiddelde kamerprijs steeg in deze lange periode gestaag maar nooit meer of minder dan 15 procent.

Zowel de bezettingsgraad als de gemiddelde kamerprijs zijn tijdens de coronacrisis fors onderuit gegaan. Zo bedroeg de bezettingsgraad in Nederland in 2020 slechts zo'n 34 procent en in 2021 gemiddeld 39 procent. Voor Amsterdam en Schiphol was deze zelfs gedaald naar 26 procent in 2020 en 28 procent in 2021. De kamerprijzen in Nederland daalde van gemiddeld 120 euro in 2019 naar 87 euro in 2020 en 88 euro in 2021.

Inmiddels nemen de opbrengsten per beschikbare kamer (Revpar) weer toe. Zo lag deze voor de coronapandemie rond 138 euro in Amsterdam, waarna deze daalde naar 28 euro in 2020 en 30 euro in 2021. Tot en met juli 2022 is de Revpar dit jaar gestegen naar gemiddeld 90 euro.

Gemiddelde kamerprijs hotels Nederland in euro's, 1977-2021



Bron: Horwath HTL

Verwachtingen 2023

Al met al verwachten we voor 2023 stijging van 2 procent van de hotelbranche ten opzichte van 2022. De branche komt daarmee op 98 procent van het 2019-niveau. De redenen hiervoor zijn de magere cijfers gedurende het eerste kwartaal van 2022 waartegen 2023 wordt afgezet, als ook de verwachting dat de Amerikaanse en Aziatische toerist verder terugkeert. Aziaten gaan weer meer internationaal reizen nu steeds meer Aziatische landen de coronamaatregelen versoepelen. De sterke dollar is gunstig voor Amerikanen om in Europa op vakantie te gaan. Dit blijkt uit een rondvraag naar de bezoekersverwachtingen in 2023 van Amsterdam&Partners onder hun partners in Europa. Uit deze rondvraag kwam ook naar voren dat er nog veel onzekerheden zijn.

Hoewel de bezettingsgraden en kamerprijzen weer in de lift zitten, spelen allerlei belemmeringen de hotels parten. Dit betreft onder meer personeelstekorten, stijgende energie- en inkoopkosten, de limiet op het aantal vluchten van en naar Schiphol, uitgestelde belastingschulden die terugbetaald moeten worden sinds 1 oktober 2022 en een stijgende rente waardoor investeren relatief duur wordt. De mate waarin hotels last ondervinden van deze onzekerheden verschilt per hotel.

Bovendien verschilt de snelheid van het herstel per regio en doelgroep. Hotels in regio's buiten Amsterdam en Schiphol profiteren in 2023 wellicht van toeristen uit eigen land en uit buurlanden als Duitsland en België. Hotels in Amsterdam en omgeving ondervinden hinder van het langzamere herstel van het inkomend toerisme en de zakelijke gast.

Hoewel het inkomend toerisme herstel laat zien, komt deze ook in 2023 nog niet op het niveau van 2019. Belangrijke oorzaak is de dalende koopkracht van consumenten wereldwijd. Een groot deel van de reizigers is voorzichtig met het boeken van langeafstandsvluchten omdat dat met relatief hoge uitgaven gepaard gaat. Daarnaast speelt de stijgende rente een rol. In landen zoals Groot-Brittannië waar hypotheekrentes voor slechts een paar jaar vast staan, krijgen consumenten bij oversluiten al gauw te maken met de oplopende rente. Met een duurdere hypotheek blijft minder inkomen over om aan reizen te besteden.

ABN AMRO verwacht dat de zakelijke markt zich niet volledig herstelt. Bedrijven bezuinigen meer op hun reisbudget. Veel bedrijven hebben meer aandacht voor duurzaamheid. Bovendien is tijdens coronacrisis gebleken dat virtueel overleg een goed substituut is voor fysieke ontmoetingen.

Zakelijke hotelovernachtingen krabbelen op (x1.000)



Bron: CBS

Concurrentie van appartementenverhuur

Hotels krijgen steeds meer concurrentie van verhuurders van appartementen zoals AirBnb en Booking.com. De CEO van Booking.com vertelt in het Financieele Dagblad dat een derde van de boekingen andere verblijven dan hotels betreft zoals appartementen. Door de coronapandemie zijn de grenzen tussen thuis en op kantoor werken vervaagd en daarmee ook tussen zakelijke en vrijetijdsreizen. Mensen gaan langer weg en combineren vaker vakantie met werk. De verwachting is dat zakelijke reizen vaker gecombineerd worden met een paar dagen vrijetijd – aangeduid met *bleisure*, de samentrekking van business en leisure – en dat vakanties worden gecombineerd met werken, ofwel *workcations*, work en vacations. AirBnb geeft aan dat een vijfde van de omzet komt uit boekingen van verblijven langer dan een maand. Om effectief in te kunnen haken op de sterk toenemende gemiddelde verhuurtijd van de reizende professional, kwam het bedrijf met nieuwe ‘Split Stays’-features. Huurders kunnen zo hun lange verblijf in dezelfde stad of regio verdelen over meerdere accommodaties om zo meer variatie te ervaren.

Interesse in op afstand werken en om als een 'digital nomad' te leven is groter dan ooit

3-week moving average of Google search activity, indexed
Google search activity related to "Digital Nomad" related topics



Bron: TNMT.com, Google trends

Campings en vakantieparken

Uit de CBS-data blijkt dat het aantal overnachtingen op campings (17 procent) en vakantieparken (6 procent) tot en met september 2022 flink gegroeid is ten opzichte van dezelfde periode in 2019. Samen maken ze 59 procent van alle overnachtingen uit. Uitbaters van deze accommodaties profiteerden van de Nederlanders die veel in eigen land op vakantie gingen in 2021 en 2022 vanwege de reisbeperkingen in veel landen. Ook toeristen uit de buurlanden, als Duitsland, weten de campings en parken weer te vinden.

Campings en vakantieparken in de lift

Procentuele verandering overnachtingen naar accommodaties t/m september 2022 t.o.v. zelfde periode 2019				
Soort accommodatie	Totaal overnachtingen	Aandeel	Uit Nederland	uit buitenland
Totaal	3%		15%	-14%
Hotels	-6%	38%	11%	-19%
Campings	17%	24%	21%	3%
Vakantieparken	6%	35%	16%	-12%
Groepsaccommodatie	-2%	3%	-3%	-1%

Bron: CBS

Na forse groei in 2021 van 24 procent voor beide branches, verwacht ABN AMRO dit jaar voor campings en vakantieparken een kleine groei in het aantal overnachtingen van respectievelijk 2 en 5 procent. Voor volgend jaar wordt geen groei verwacht.

Niet alleen het aantal overnachtingen maar ook de omzet ging in 2022 omhoog. Met name het voorseizoen met hierin de lange weekenden Hemelvaart en Pinksteren was zeer geslaagd. Tijdens Hemelvaart werd deze omzettoename met name veroorzaakt door hogere prijzen zowel bij verhuur als bij kamperen, zo laat automatiseerder Stratech weten. Tijdens het pinksterweekend werden vooral meer boekingen gedaan. Terwijl de zomervakantie op een vergelijkbaar niveau van 2021 qua aantal boekingen en omzet is uitgekomen, stijgt voor de gehele periode van januari tot en met juli 2022 de omzet (10 procent) en het aantal reserveringen (7,6 procent) ten opzichte van 2021 flink. En de herfst- en kerstvakantie liggen nog in het verschiet.

Restaurants

Restaurants toonden steeds grote veerkracht na de verschillende lockdowns tijdens de coronacrisis. Ook na de lockdown in de eerste maanden van 2022 zien we deze veerkracht terug. Consumenten die reikhalzend uitzagen naar heropening, gaven na de lockdown flink meer geld uit in restaurants dan in 2019, blijkt uit de transactiedata van ABN AMRO. Dit inhaaleffect na de coronapandemie wordt versterkt doordat een groot deel van de consumenten eten en drinken buitenshuis steeds belangrijker vindt (zie ook de FSIN beleidsupdate).

Hoewel hierdoor het beeld ontstaat dat de branche goed herstelt van de coronacrisis, is de werkelijkheid weerbarstiger. Zo lopen het aantal faillissementen van restaurants inmiddels op. Terwijl in de maanden januari tot en met augustus gemiddeld zeven eet- en drinkgelegenheden per maand failliet gingen, steeg dit aantal in de maand september naar 20, laat het CBS weten.

Horeca toont veerkracht

	Transactiedata t.o.v. zelfde maand 2019, gecorrigeerd voor inflatie												
	2021				2022								
	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep
Bars/Cafés*	26%	24%	-13%	-48%	.	30%	43%	46%	39%	30%	41%	32%	32%
Restaurants*	25%	15%	-10%	-35%	.	20%	30%	32%	30%	25%	30%	26%	28%
Thuisbezorging en afhaal	61%	81%	65%	81%	.	122%	98%	113%	83%	72%	73%	65%	63%

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

Bron: ABN AMRO Transactiedata bestaande uit fysieke pintransacties en online betalingen (iDEAL) door ABN AMRO particuliere klanten, die anoniem en geaggregeerd zijn verwerkt.

Personeelstekort en stijgende kosten

De branche kampt met veel uitdagingen. Zo hebben restaurants last van personeelstekorten waardoor de bedrijfsvoering onder druk komt te staan. Zo zijn ze soms gedwongen een dag extra dicht te gaan, waardoor ze omzet mislopen. Door de arbeidskrapte ervaart 42 procent van de horecaondernemers hogere werkdruk voor het personeel en een kwart geeft aan dat door arbeidskrapte de arbeidskosten (lees: lonen) zijn gestegen. Dit blijkt uit de conjunctuurenquête van het CBS.

Het zijn niet alleen arbeidskosten die toenemen. Ook energie, voeding en verpakkingen stijgen in prijs. De sterk gestegen kosten drukken zwaar op de marges van de restaurants. Ruim 7 procent van de horecaondernemers geeft aan de gestegen kosten niet te kunnen doorberekenen aan hun klant en 62 procent geeft aan dit voor slechts een klein deel te kunnen. De prijzen in restaurants namen in augustus gemiddeld toe met 6,9 procent ten opzichte van augustus 2021.

Alternatieven

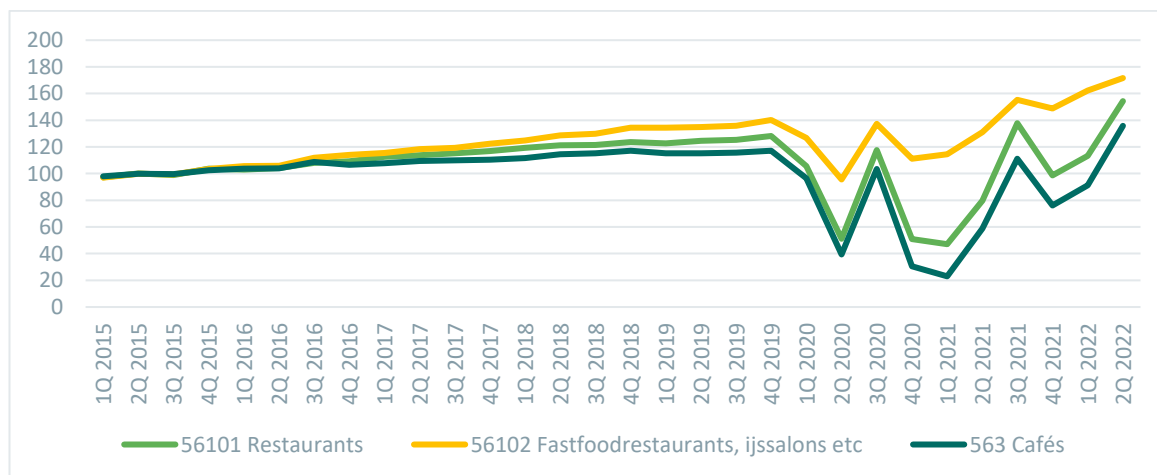
Hoewel consumenten steeds meer uit zijn op gemak, zijn er veel alternatieven voor restaurants, waar een diner doorgaans prijzig is. Zo kunnen ze eten thuis laten bezorgen of maaltijdboxen kopen. Ook supermarkten zijn steeds meer een alternatief voor de prijsbewuste consument die gericht is op gemak door in te zetten op kant-en-klaarmaaltijden en warme take-out.

ABN AMRO prognosticeert voor restaurants een omzetgroei van 35 procent in 2022 ten opzichte van 2021, vanwege de succesvolle maanden maart tot en met oktober van dit jaar veroorzaakt door een sterke inhaalvraag. Hiermee komt de omzet van de branche rond het niveau van voor de coronacrisis. Door druk op de koopkracht volgend jaar is de kans groot dat consumenten minder vaak uit eten gaan en/of minder uitgeven per maaltijd. In combinatie met de sterk gestegen kosten is daarom de verwachting dat in 2023 meer restaurants failliet gaan en de omzet krimpt, naar verwachting met 2 procent.

Cafés

Ook cafés herstellen zich goed na de lockdown aan het begin van het jaar. Ze profiteerden van de inhaalvraag en zitten in het tweede kwartaal qua omzet net als restaurants en fastfood boven 2019-niveaus. Maar ook hier geldt dat cafés steeds meer te maken krijgen met stijgende kosten voor personeel, energie en inkoop. Zo nemen de bierprijzen sinds juli 2021 sterk toe. De binnenlandse afzetprijzen van de bierproducenten zijn in augustus 8,9 procent hoger dan in dezelfde maand een jaar geleden. Voor 2023 verwacht ABN AMRO een krimp van 3 procent ten opzichte van 2022.

Omzet horeca in herstel (seizoensgecorrigeerd, 2015=100)



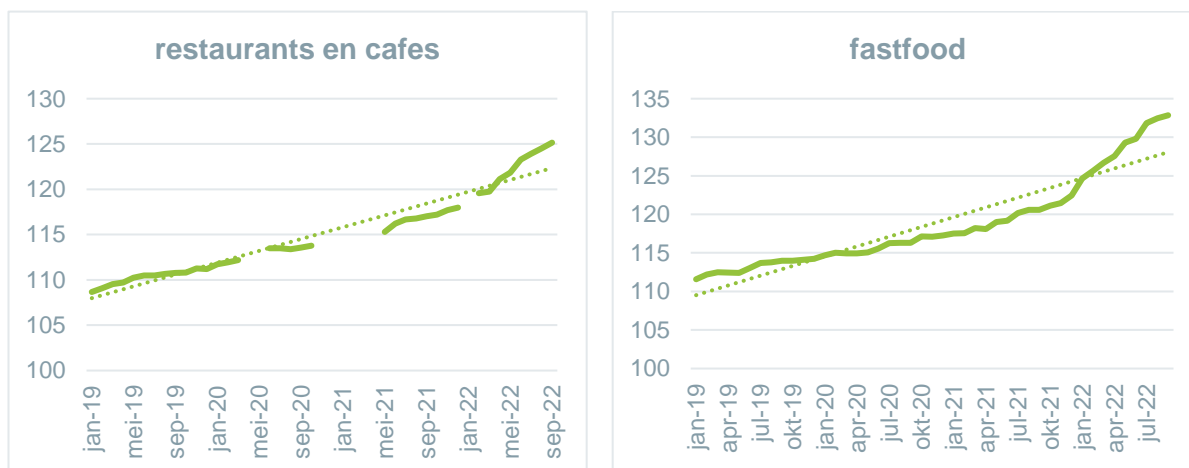
Bron: CBS

Fastfood

Fastfood heeft veel minder last van de coronacrisis gehad dan restaurants en cafés. Het omzetverlies was minder groot dan van restaurants, zo blijkt uit bovenstaande grafiek. Ketens zijn goed ingericht op bezorgen en afhalen die fors groeiden tijdens de coronacrisis. Ook profiteerden ze van de vele gezinnen die in eigen land op vakantie gingen.

Voor dit jaar verwacht ABN AMRO een verdere stijging van 5 procent ten opzichte van 2021 en voor volgend jaar een groei van 2 procent ten opzichte van 2022. Fastfood floreert vaak tijdens economische crises. Zo namen de omzetten tijdens de financiële crisis van 2009 toe terwijl de luxere horeca juist minder omzette. Dit zou betekenen dat fastfood ook volgend jaar groeit ten opzichte van 2022. Wel moet daar de kanttekening bij geplaatst worden dat de prijzen van fastfood fors gestegen zijn en inmiddels bijna 33 procent hoger liggen dan in 2015; de prijzen in restaurants liggen in september 25 procent hoger dan in 2015. Door de gestegen prijzen is het de vraag of fastfood een goedkoper alternatief blijft.

Prijzen fastfood gestegen met 10,2 procent in september 2022 (2015=100)



Bron: CBS

Ook in de fastfoodbranche is onzekerheid door de stijgende energieprijzen. Zo bleek eerder al dat snackbars in Nederland gebukt gaan onder de hoge energieprijzen en dure inkoop van producten als frikandellen en friet. Ook de prijs voor oliën en vetten is flink gestegen; in september bijna 32 procent ten opzichte van september 2021. Zeker wanneer het doorberekenen van de kosten niet altijd even makkelijk is, geeft dit veel druk op de marges en winstgevendheid van de snackbars.

Catering

Vooral catering voor bedrijven, onderwijs en luchtvaart kreeg in 2022 wederom harde klappen door het vele thuiswerken en het onvolledig herstel van de passagiersluchtvaart. Aan het verzorgen van maaltijden op scholen wagen steeds minder cateraars zich vanwege de eisen aan gezonde voeding. Leerlingen onttrekken zich hier bovendien aan en bezoeken liever de supermarkt, de horeca of de bezorger in de buurt van het schoolplein.

Catering kampte voor de coronacrisis al met problemen. De omzet herstelde na de kredietcrisis moeizaam en was nog niet op het niveau van voor 2008 gekomen. Ook verloor het kanaal marktaandeel aan andere foodservicekanalen als de horeca en fastfood. Ook voor 2022 verwacht ABN AMRO nog geen volledig herstel van de branche. We verwachten dat nieuwe concurrenten terrein winnen, zoals bezorgers, kleine winkeltjes en moderne automaten. Met een groei van 8 procent in 2022 komt catering op 79 procent van het niveau van 2019. In 2023 groeit de branche niet verder en blijft steken op deze 79 procent.

Attractieparks, dierentuinen, musea en bioscopen

Het aantal bezoekers naar culturele en recreatieve attracties is tijdens corona fors gedaald. Zo daalde het aantal bezoekers aan musea van 32,6 miljoen in 2019 naar 13,2 miljoen in 2020 en 11,8 miljoen in 2021. Ook bioscopen zagen het aantal bezoekers terugvallen van 36 miljoen in 2019 naar 16 miljoen in 2020 en 14,3 miljoen in 2021. Bioscopen waren 15 weken dicht in 2020 en 24 weken in 2021.

Hoewel het aantal bezoekers in 2022 weer aantrekt, komen de aantallen nog niet op het 2019-niveau, verwacht ABN AMRO. Dit heeft te maken met de verplichte sluiting van bioscopen, theaters, musea, concertzalen, dierentuinen en pretparken tot woensdag 26 januari dit jaar, waarna deze branches onder voorwaarden weer open mochten. Pas vanaf 25 februari golden er geen beperkende maatregelen meer. De branches liepen hierdoor bijna twee maanden omzet mis. Tevens speelde het mooie weer deze zomer een rol, waardoor indoor-activiteiten als musea, theater en bioscopen als minder aantrekkelijk werden ervaren. En musea, met name in Amsterdam en omgeving, zijn sterk afhankelijk van internationale toeristen en die zijn zoals gezegd nog niet in volle omvang teruggekeerd.

Minder prioriteit

Uit onderzoek van marktonderzoeksbureau Motivaction in mei van dit jaar bleek dat Nederlanders minder vaak en minder frequent dagattracties ten opzichte van voor de coronapandemie bezoeken. Dagattracties lijken minder prioriteit te krijgen dan sociale activiteiten zoals vrienden of familie zien, een terras bezoeken of uit eten in een restaurant. Slechts een relatief klein deel van de Nederlanders heeft behoefte om uitjes 'in te halen' die tijdens de coronapandemie niet mogelijk waren, zo blijkt uit het onderzoek.

Tevens gaan bioscopen gebukt onder de verdere opkomst van streamingdiensten. Zij hebben tijdens de coronacrisis een groeispurt gemaakt. Door verplichte sluiting en angst voor besmetting met het coronavirus, keken veel mensen films vanuit huis via streamingdiensten. Ook het 'window', de periode waartussen een film in de bioscoop draait en vervolgens een streamingrelease krijgt, is fors ingekort of zelfs helemaal verdwenen.

Prijsstijgingen

Toegangkaartjes voor musea, dierentuinen en bioscopen zijn in september op jaarbasis niet meer dan 3,6 procent in prijs gestegen, blijkt uit CBS data. Een vergelijking met andere branches en de totale inflatie van 14,5 procent in september laat zien dat dit geen grote toename is.

Tikatadeals.com, een platform dat prijzen van tickets vergelijkt, geeft ook aan dat de prijs voor een dagje uit naar pretpark, musea of dierentuin beperkt gestegen is. Een gemiddeld gezin met 4 personen betaalt

zonder kortingen 101,91 euro; een stijging van 2,7 procent ten opzichte van 2021. Het loont voor consumenten om op zoek te gaan naar onlinekorting. Gemiddeld krijgt een gezin zo een korting van 18 euro (ruim 17 procent) en betaalt het 83,90 euro voor het dagje uit. Daarnaast lonen spaaracties zoals Airmiles, Jumbo-punten of ANWB-lidmaatschappen, al daalde de korting de afgelopen jaren wel flink. De besparing was in 2019 nog 60 procent en is inmiddels gedaald naar 42 procent. Met de huidige besparing betaalt een gezin gemiddeld 59,29 euro; in 2021 was dit nog 53,92 euro. Veel spaarprogramma's zijn gestopt of hebben een beperkter aanbod, zo laat Tikata weten.

Kosten doorberekenen

Bij musea, bioscopen en theaters hebben waarschijnlijk de tegenvallende bezoekersaantallen, voornamelijk als gevolg van het mooie weer, tot uitstel van prijsverhogingen geleid. Anderzijds hebben niet alle recreatie-ondernemingen te lijden onder hogere kosten, die in de meeste gevallen direct zijn toe te rekenen aan hogere prijzen voor energie. Uit een rondgang in september van Omroep Gelderland blijkt dat veel Gelderse topattracties het geluk hebben om nog tegen lage energietarieven in te kunnen kopen. Zo heeft het Nederlands Openluchtmuseum samen met Paleis het Loo en het Kröller-Müller Museum een centraal inkoopcontract. Gas en water zijn ingekocht tot 2025. Elektra is tot eind 2022 vastgelegd.

Maar een groot deel van de ondernemingen geeft aan simpelweg de gestegen kosten niet of slechts voor een klein deel te kunnen doorberekenen aan de klant. Zo geeft een kwart van de ondernemingen in de cultuur, recreatie en sport – branches die het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) heeft samengevoegd tot een sector – aan de gestegen kosten aan energie, inkoop van voeding, personeel, en transport geheel niet te kunnen doorberekenen aan hun klanten en bijna 55 procent kan dit slechts voor een klein deel.

Contact

Gerarda Westerhuis
Sr. Sectoreconoom Leisure & Retail
gerarda.westerhuis@nl.abnamro.com
06-29098887



Transactiedata ABN AMRO

Het coronavirus is een nieuw fenomeen voor economen en aangezien de meeste officiële data over consumptie weken, soms maanden, achterlopen is het moeilijk een inschatting te maken van de directe impact van de verspreiding van het virus op de Nederlandse economie. Daarom hebben wij op basis van transactiedata realtime-indicatoren ontwikkeld om consumptie te meten. De data bestaat uit fysieke pintransacties en online betalingen (iDEAL) van ABN AMRO klanten. Per dag gaan er miljoenen transacties door betalingssystemen van banken heen en op basis van deze transacties berekenen wij de geaggregeerde consumptie en de consumptie opgesplitst in verschillende dienst- en productgroepen. Zo kunnen wij onze klanten beter informeren over de staat van de Nederlandse economie en beleidsmakers helpen om goede keuzes te maken op basis van kwantitatieve analyses.

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 duidelijk wordt vermeld.

Teksten zijn afgesloten op 11 november 2022 © ABN AMRO