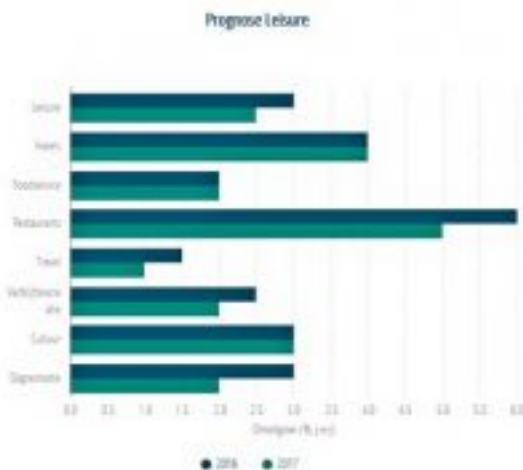


Nederlanders verruilen camping voor hotel

10-05-2016 07:15

De ABN AMRO heeft een beknopte update uitgebracht over de sectoren recreatie, toerisme en horeca. Daaruit spreekt vertrouwen in de groei van binnenlands toerisme. De keuzes die toeristen maken zijn de afgelopen jaren wel sterk veranderd. Met name het inkomend toerisme is een belangrijke motor voor de sector.



Meer vakanties in Nederland

Na de omzetgroei van 6,1 procent in 2015, verwacht ABN AMRO voor 2016 opnieuw een groei van het aantal gasten in de hotelbranche. Deze groei is vooral te danken aan de toename van het inkomend toerisme, dat sinds 2009 alleen in Amsterdam al is gestegen met maar liefst 50 procent. Ook het aantal Nederlandse vakantiegangers stijgt. Daalde het aantal Nederlanders dat in eigen land op vakantie ging vorig jaar nog met 1 procent, dit jaar stijgt het aantal binnenlandse toeristen met ruim 1 procent. Oorzaak is de stijgende koopkracht onder mensen met lagere inkomens, die relatief vaker kiezen voor een binnenlandse vakantie. Opvallend is dat Nederlanders steeds vaker een hotel verkiezen boven de camping. In 2015 werd 30 procent van de binnenlandse overnachtingen in een hotel doorgebracht, en een kwart op de camping. Tien jaar geleden was dat nog andersom. **Restaurants: Wereld te winnen in bijgerechten** Ook restaurants profiteren volop van de stijgende conjunctuur. In 2015 nam de omzet in de restaurantbranche toe met maar liefst 7,3 procent. Ook 2016 ziet er goed uit, ABN AMRO verwacht een gemiddelde omzetgroei van 6 procent. Onder de voorkeuren van consumenten zijn duidelijke trends te zien. Zo is het aantal Japanse all-you-can-eat restaurants de afgelopen tien jaar bijna verdubbeld. Meer recente trends zijn de biologische hamburgerrestaurants en de snelle groei van het online bestellen van bezorgmaaltijden. Hoewel niet-horeca bedrijven tegenwoordig steeds vaker omzet afsnoepen van de restaurantbranche door eten en drinken aan te bieden – denk aan een café in een boekhandel en de recente overname van La Place door Jumbo – ziet ABN AMRO ook kansen. Zo is er nog een wereld te winnen met loyaliteitsprogramma's en het stimuleren van de aankoop van bijgerechten, drankjes en desserts. **Margedruk in de reisbranche** Voor de reisbranche neemt de margedruk verder toe. ABN AMRO verwacht wel een omzetgroei van 1,5 procent. De online strategie van spelers in de reisbranche is cruciaal nu 82 procent van de boekingen online plaatsvindt. Een recente trend is de opkomst van de virtual personal assistent, die klanten op de website wegwijs maakt in het aanbod. Ook over de grens liggen kansen. In Duitsland wordt bijvoorbeeld slechts 41 procent van de reizen online geboekt. Deze online kennisvoorsprong biedt kansen voor doelgroep vergroting. Meer informatie: <https://insights.abnamro.nl/sector/leisure/>