

Sector Expertise

Stand van de Leisure Juli 2025

Rem op vraag naar snelle maaltijd



Inhoudsopgave

- | | |
|--|--|
| 1. Macro-Economie | ■ Economische onrust, maar kleine groei |
| 2. Vertrouwen | ■ Consumenten en ondernemers negatief |
| 3. Faillissementen en opheffingen | ■ Daling in faillissementen en stijging in opheffingen |
| 4. Bestedingen en omzet | ■ Consumentenbestedingen blijven sterk |
| 5. Overnachtingen | ■ Overnachtingen groeien door |
| 6. Personeelstekort en vacatures | ■ Openstaande vacatures per 1000 werknemer gestegen |
| 7. Uitgelicht | Rem op vraag naar snelle maaltijd |
| 8. Relevante nieuwsberichten | |
| 9. Recente onderzoeken en artikelen | |
| 10. Contactgegevens | |

■ Stand is negatief | ■ Stand is neutral | ■ Stand is positief

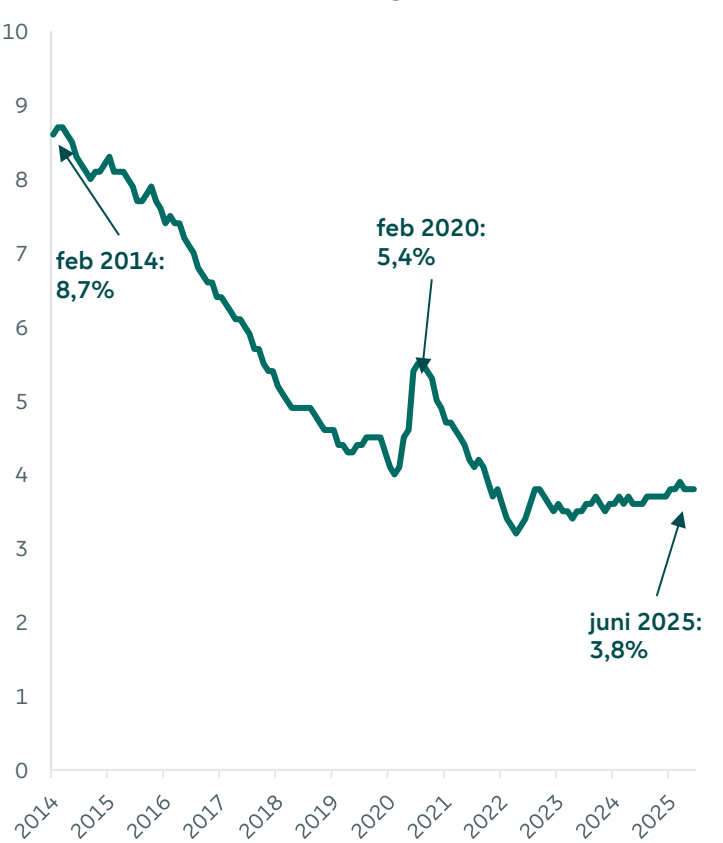


1. Macro-Economie

Ramingen ABN AMRO 2024 2025 2026

	% mutaties		
BBP	1,1	1,6	1,3
Particuliere consumptie	1,0	1,6	0,8
Overheidsconsumptie	3,6	2,1	1,4
Investerings	-0,4	-0,3	0,8
Uitvoer	-0,2	1,0	1,1
Invoer	0,0	0,3	1,2
Consumentenprijsindex	3,3	3,4	2,7
Cao-lonen	6,7	5,0	4,0
Werkloosheid (% ber.bev.)	3,7	4,0	4,2
Saldo overheid (% BBP)	-0,4	-1,8	-2,9
Schuld overheid (% BBP)	43,0	43,4	45,1

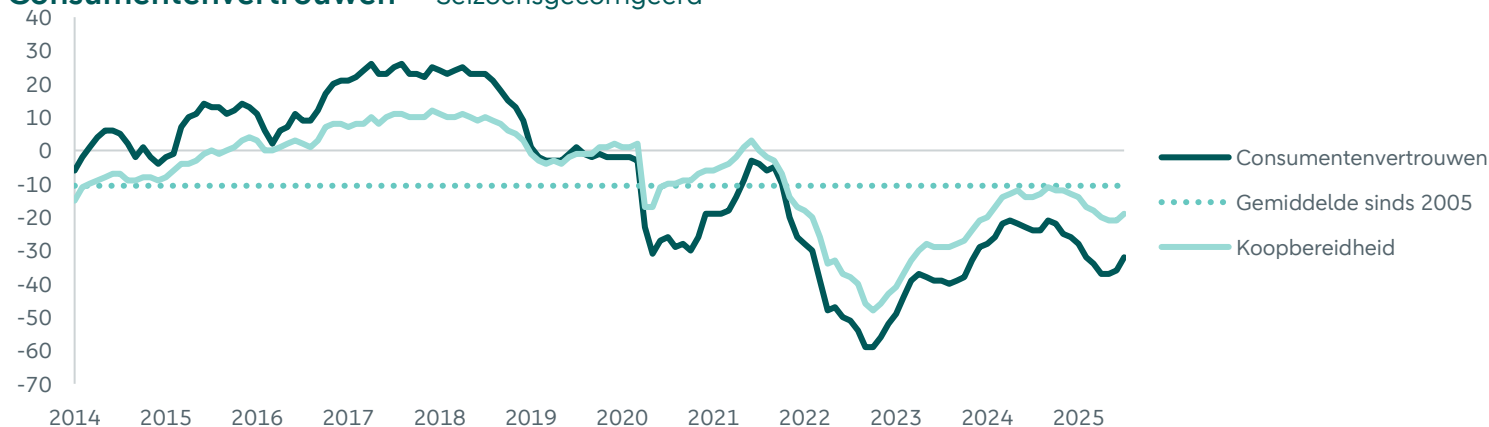
Werkloosheidspercentage - seizoen gecorrigeerd



- Tegen de achtergrond van politieke en geopolitieke onrust toont de Nederlandse economie veerkracht in de eerste helft van 2025. De bbp-groei in het eerste kwartaal werd aanzienlijk naar boven bijgesteld van 0,1 tot 0,4 procent kwartaal op kwartaal, dicht in de buurt bij de oorspronkelijke raming van ABN AMRO van 0,5 procent kwartaal op kwartaal en een veel betere start van het jaar dan uit de eerste berekening bleek.
- De val van het kabinet heeft volgens ons economisch bureau op korte termijn slecht beperkt effect op de economie.
- Mocht er geen handelsovereenkomst komen met de VS, dan kan een verhoging van de importtarieven van de Europese producten ervoor zorgen dat de economische situatie verslechtert in de loop van het jaar.
- De werkloosheid neemt iets toe en ook de arbeidsmarktkrapte neemt af. De verwachting is dat de werkloosheid nog iets zal toenemen, zodat de seizoengecorrigeerde werkloosheid voor 2025 uitkomt op 4 procent van de beroepsbevolking. In hoofdstuk 6 vertellen wij wat dit betekend voor de arbeidsmarkt in de vrijetijdseconomie.

2. Vertrouwen

Consumentenvertrouwen - Seizoensgecorrigeerd



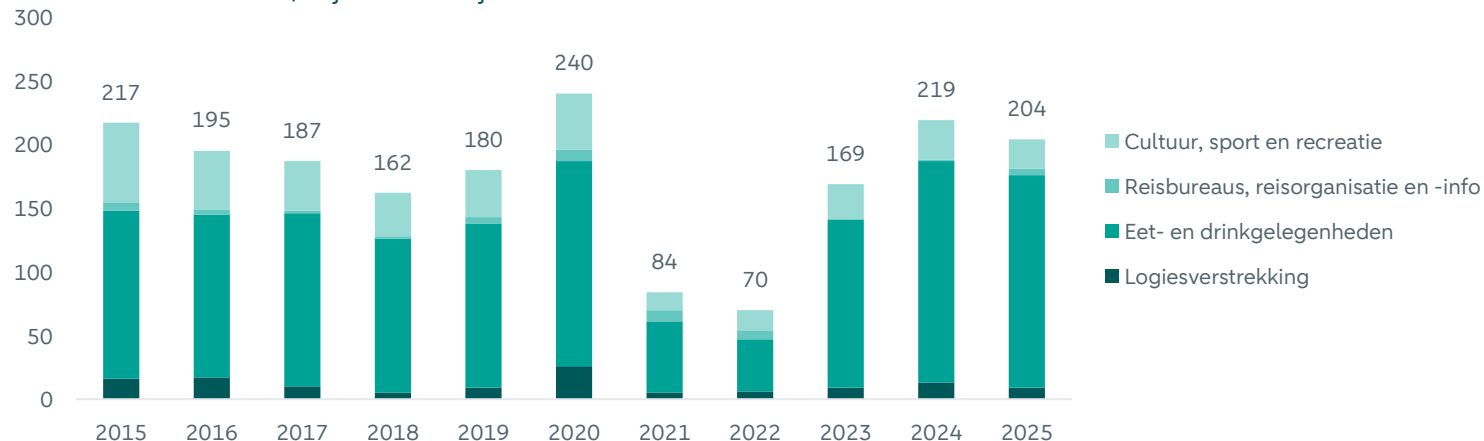
Ondernemersvertrouwen - Horeca



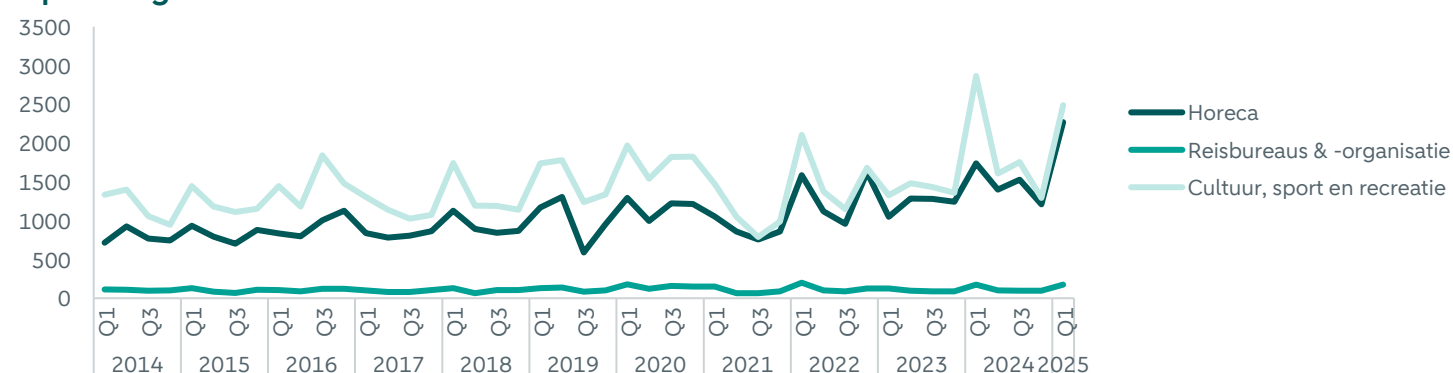
- In de afgelopen 2 maanden is er weer sprake van een stijgend consumentenvertrouwen na zeven maanden van daling. Het consumenten vertrouwen kwam in juli uit op -32. Daarmee ligt het vertrouwen ver onder het gemiddelde sinds 2005 van -10,6. De stijging komt met name door de stijging in het vertrouwen in het economisch klimaat, maar ook de koop bereidheid is weer iets gestegen. De koopbereidheid ligt significant boven het vertrouwen.
- Het lage consumentenvertrouwen is niet alleen het gevolg van de lage koopbereidheid, maar met name van de toegenomen pessimisme over het economische klimaat. De geopolitieke ontwikkelingen in de wereld, zoals de nu uitgestelde Amerikaanse importtarieven en de voortdurende oorlogen in Oekraïne en de Palestijnse gebieden zorgen voor een negatief beeld over de Nederlandse economie.
- In juni is het ondernemersvertrouwen in de horeca iets gedaald en komt uit op een score van -16,2. Daarmee was de Horeca de sector met het minste vertrouwen in de maand juni.
- De blijvend stijgende kosten voor onder andere inkoop en het nog steeds aanwezige tekort aan personeel (zie hoofdstuk 6) zorgen dat het nog steeds een lastige periode is voor ondernemers in de horeca.

3. Faillissementen en opheffingen

Faillissementen - t/m juni van elk jaar



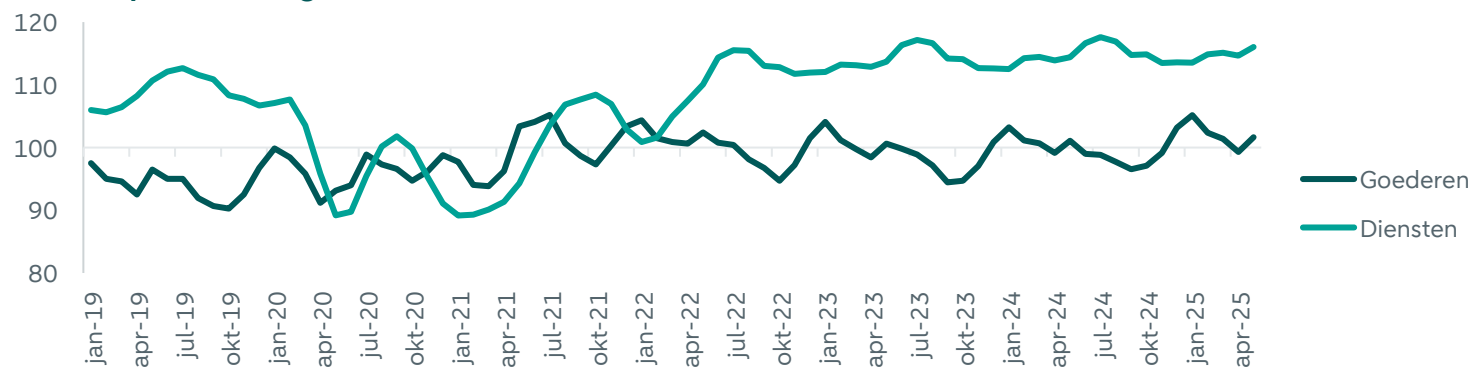
Opheffingen



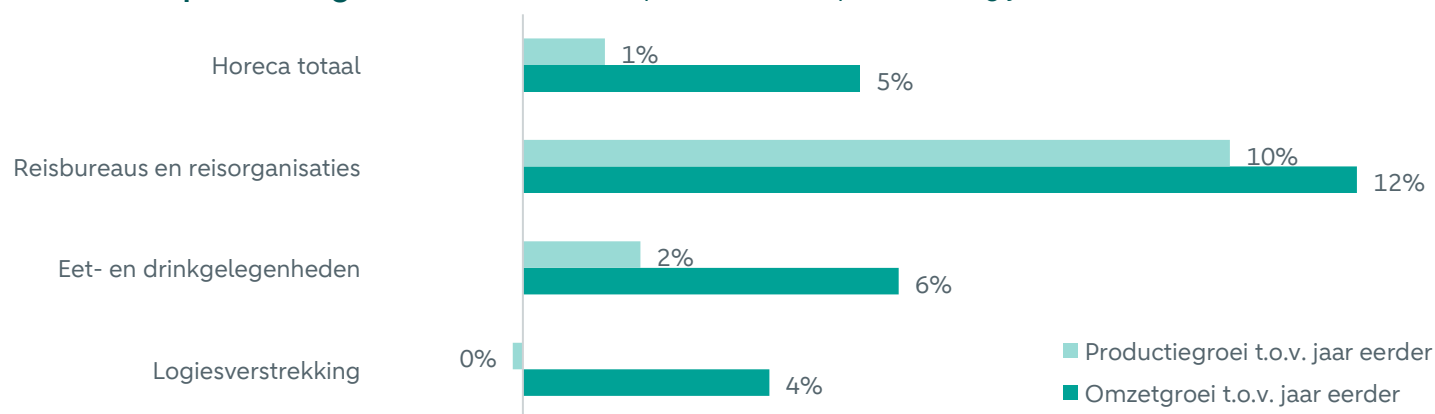
- Het aantal faillissementen in de vrijetijdssector zijn cumulatief in de eerste 6 maanden lager dan in dezelfde periode in 2024. Daarmee komen er minder Leisure-bedrijven direct in de problemen.
- Alle categorieën zijn afgenomen behalve Reisorganisaties. Daar zijn in het eerste halfjaar 5 bedrijven failliet gegaan tegen 1 vorig jaar. Voor eet- en drinkgelegenheden geldt daarnaast dat het aantal faillissementen hoog ligt ten opzichte van de 10 voorgaande jaren, maar lager dan vorig jaar.
- In het eerste kwartaal van vorig jaar zijn het aantal opheffingen binnen de 3 uitgesplitste subsectoren weer gestegen. De aantallen voor horeca en cultuur, sport & recreatie komen daarbij op het een na hoogste niveau in de laatste 10 jaar uit.
- Het eerste kwartaal laat vaker een piek zien. De piek is lager dan vorig jaar, maar er lijkt nog niet een einde te zijn gekomen aan de stijgende trend sinds Q3 2021.
- Ondanks dat bij zowel de opheffingen en de faillissementen sprake is van een lager niveau dan vorig jaar liggen de niveaus nog steeds hoog. De besparende consument, gestegen inkoopkosten en gestegen personeelskosten zorgen ervoor dat het een lastige periode is voor ondernemers in Leisure-sector

4. Bestedingen en omzet

Consump. bestedingen huishoudens - index 2021=100, 3-maand voortschrijdend gemiddelde



Omzet- en productiegroei - cumulatief t/m april t.o.v. zelfde periode vorig jaar



- Het volume van consumptieve bestedingen zijn redelijk stabiel en blijft licht stijgen. Toch blijft het verschil tussen diensten en goederen toenemen in het voordeel van diensten. Hoewel binnen diensten meer valt dan bestedingen in de leisure, zoals verzekeringen en huisvesting, geeft dit aan dat uitjes en ervaringen nog steeds een grotere voorkeur hebben dan spullen.
- De omzetten binnen de vrijetijdsector laten een positief beeld zien. De horeca als geheel laat een stevige omzetgroei zien. Die groei komt doordat eet- en drinkgelegenheden meer wisten om te zetten. Zowel door stijgende prijzen als door volume groei
- De reisbranche heeft een flinke omzetgroei weten te realiseren. Deze groei wijst erop dat de branche goed weet te profiteren van de gestegen koopkracht en dat de gestegen prijzen weinig effect hebben op de branche.
- Sinds een aantal maanden rapporteert het CBS voor diensten een nieuw cijfer; productie. Productie, kan gezien worden als volumeontwikkeling van de door de diensten toegevoegde waarde. Ofwel een cijfer om de hoeveelheid diensten, die nodig zijn om de toegevoegde waarde te realiseren, uit te drukken.
- Het productiecijfer laat zien dat de horeca veel moeite heeft met het doorberekenen van de gestegen prijzen. Ondanks de gestegen koopkracht, stijgen de volumes in de horeca maar beperkt.

5. Toerisme en overnachtingen

Overnachtingen in logiesaccommodaties t/m mei 2025

Herkomst	Groei '25 t.o.v. '24	Aandeel 25	Aandeel 24
Totaal landen	-2%		
Nederland	-4%	56%	57%
Totaal buitenland	1%	44%	43%
Europa exclusief Nederland	-1%	37%	37%
Duitsland	-7%	17%	18%
België	-1%	5%	5%
Verenigd Koninkrijk	12%	4%	4%
Frankrijk	3%	2%	2%
Zwitserland en Liechtenstein	-10%	1%	1%
Amerika	20%	4%	4%
Azië	13%	2%	2%

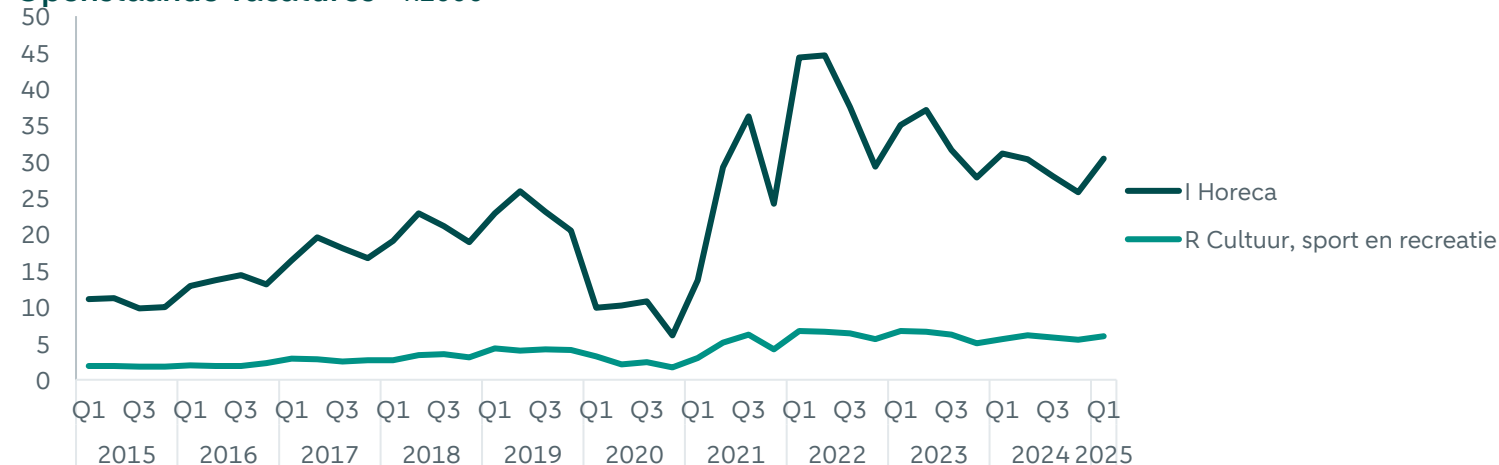
Procentuele verandering overnachtingen naar accommodaties: cumulatief t/m apr 2025 t.o.v. 2024

Soort accommodatie	Groei overnachtingen	Aandeel in totaal	Uit Nederland	uit buitenland
Totaal	-2%		-4%	1%
Hotels	2%	51%	-1%	5%
Campings	-9%	11%	-12%	-3%
Vakantieparken	-5%	35%	-4%	-6%
Groepsaccommodaties	-4%	3%	-5%	8%

- In de vorige editie van de Stand van de Leisure was er nog sprake van een krimp van 4 procent in het aantal overnachtingen t/m februari. Inmiddels is de achterstand iets ingelopen tot -2 procent. Dit komt met name door een daling in het aantal overnachtingen door Nederlanders. Het aantal overnachtingen licht nog wel 24 procent hoger dan in 2019
- Het is opvallend dat het aantal overnachtingen door Duitsers zo sterk daalt (-7%). De daling in het aantal Duitsers wordt meer dan goedgemaakt door bezoekers uit andere landen.
- Niet alle typen accommodaties zien het aantal overnachtingen dalen. Hotels zien het aantal overnachtingen beperkt groeien. Campings laten een stevige daling zien van 9 procent in de eerste vijf maanden van het jaar. De daling is opvallen, omdat het voorjaar relatief zonniger was dan vorig jaar. Het lag dus in de lijn der verwachting dat het aantal overnachtingen op campings zou stijgen.
- Nederlandse hoteliers en vakantiepark eigenaren hebben van af 2026 te maken met een stijging in btw van 9 naar 21 procent. Zowel de [hoteliers](#) als [de vakantieparken](#) maken zich ernstige zorgen over wat dit betekent voor hun omzet. Voor lege staplaatsen op campings geldt de btw-verhoging niet.

6. Personeelstekort en vacatures

Openstaande vacatures - x1000



Vacaturegraad - vacatures per duizend banen



- In de horeca blijft het aantal openstaande vacatures hoog. In het eerste kwartaal is het aantal openstaande vacatures weer gestegen. De daling in het aantal openstaande vacatures sinds het einde van de coronapandemie lijkt verder af te zwakken.
- De vergrijzing van de Nederlandse bevolking zorgt er structureel voor dat het aanbod van arbeid ten opzichte van de grote van de Nederlandse beroepsbevolking krimpt.
- Per 1000 banen waren er in het eerste kwartaal zo'n 63 vacatures. Dat is een lichte daling t.o.v. een jaar eerder (66 vacatures) en hiermee lijkt de daling gematigd door te zetten.
- De druk op de arbeidsmarkt voor de horeca is hoger, dan gemiddeld in Nederland. In de cultuur-, sport- en recreatiesector is de arbeidskrapte nagenoeg stabiel. Voor beide sectoren geldt dat het aantal openstaande vacatures wel nog hoger is dan pre-coronaniveaus.
- Door de vergrijzing zal de druk op de arbeidsmarkt niet veel meer 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: Rem op vraag naar snelle maaltijd

Horeca-concepten waar klanten snel een gemakkelijke maaltijd kunnen krijgen, werden altijd als crisisbestendig gezien. Deze zogeheten fastservice kampt nu met een bezuinigende consument die de branche niet langer goedkoop vindt. Een aantal ketens trachten het tij te keren met aanbiedingen, reclames en een ander aanbod. Uit onze geanonimiseerde transactiedata blijkt dit nog maar beperkt effect te sorteren.

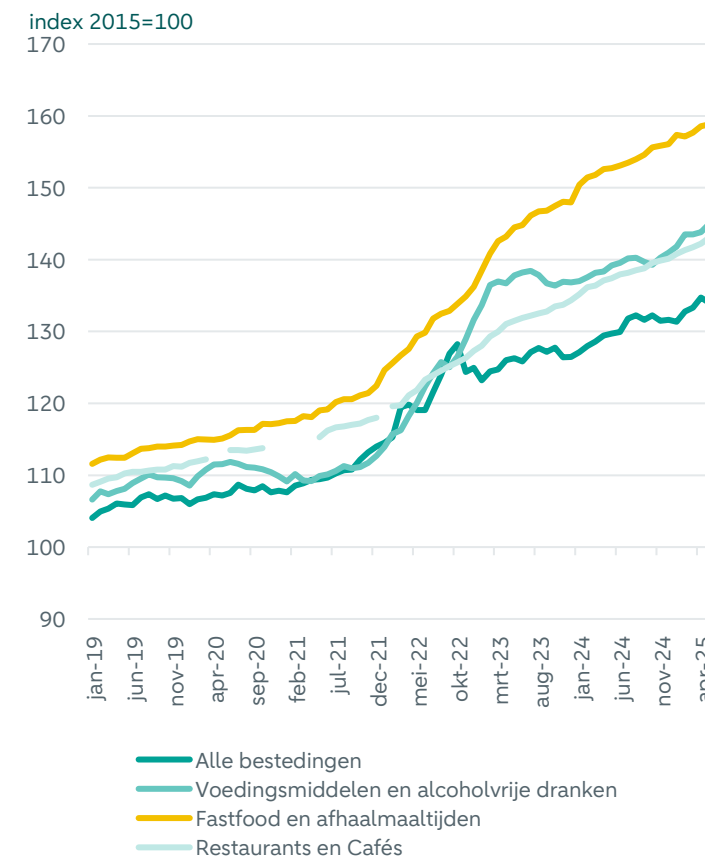
Grote fastservice-ketens als McDonalds, Burger King, cafetariaketens, zoals Kwalitaria, Febo en Foodmaster, en ook andere bezorg- en afhaalrestaurants, zoals pizzeria's, poké-bowl-zaken en sushi-zaken, waren tijdens eerdere recessies een aantrekkelijk alternatief voor consumenten die de hand op de knip hielden. Vooral door het prijsvoordeel ten opzichte van de reguliere horeca konden zij in economisch lastige tijden een betaalbaar uitje bieden. Dit beeld is nu anders: de consument vindt fastservice niet langer vanzelfsprekend goedkoop en de branche ondervindt bovendien de gevolgen van stevig stijgende kosten, meer concurrentie en veranderende consumptiegewoonten. In 2024 werd ruim 7 miljard euro omgezet in de fastservice, blijkt uit [data van het FSIN](#) (onderzoeksbureau Foodservice Instituut Nederland). Binnen de foodservice, die alle horeca-locaties omvat die maaltijden serveren, heeft de fastservice-branchen een marktaandeel van 51 procent.

Gestegen concurrentie en inflatie

Door de coronapandemie heeft de concurrentie binnen het fastservice-kanaal een vlucht genomen. Het aantal fastservice-locaties groeide sterk met vijftien procent. Deze groei kwam met name door de stijging in het aantal bezorg- en afhaalrestaurants, de fastservice-locaties waar de consument – anders dan bij bijvoorbeeld McDonalds – zijn maaltijd niet ter plekke kan nuttigen. Tussen 2020 en begin 2023 groeide deze categorie met maar liefst 52 procent, van 3060 locaties naar 4659. Deze sterke groei kwam voort uit nieuwe marktkansen tijdens de lockdowns, waarbij horecaondernemers inspeelden op de stijgende vraag naar thuisbezorgde maaltijden. Sinds 2023 is deze groei echter licht omgeslagen in een daling; het aantal zaken in dit segment is sindsdien gekrompen met 2 procent.

Toch speelt de concurrentiedruk zich niet uitsluitend binnen de eigen branche af. Met name andere vormen van horeca en supermarkten zijn aantrekkelijkere alternatieven geworden. De prijzen in traditionele restaurants en in de supermarkt zijn veel minder sterk gestegen dan in de fastservice. Zo groeide de prijs van fastfood- en afhaalmaaltijden tussen januari 2020 en juni 2025 met 39 procent terwijl die in restaurants en cafés slechts 28 procent steeg en in supermarkten 34 procent, zo blijkt uit data van het Centraal Bureau voor de Statistiek. Dit heeft tot gevolg dat de prijsverschillen kleiner zijn geworden en de fastservice-restaurants minder goed in staat zijn om klanten te trekken op basis van hun voorheen lagere prijzen.

Prijsstijging fastfood sterker dan alternatieven –



7. Uitgelicht: Rem op vraag naar snelle maaltijd

De fastservice-branche heeft bovengemiddeld veel te maken met prijsstijgingen van energie, oliën en vetten, ingrediënten die essentieel zijn voor de bereiding van fastfoodgerechten. Door deze kostenstijgingen, die groter waren dan de algemene voedselinflatie, zijn de prijzen in de fastservice harder opgelopen dan bij andere eetgelegenheden.

Dalende bestedingen fastservice

Dit nieuwe speelveld uit zich in de bestedingen: uit inflatiegecorrigeerde transactiedata van ABN AMRO blijkt dat consumenten structureel minder uitgeven bij fastservicerestaurants. Zelfs na seizoenscorrectie is de trend sinds begin 2024 duidelijk dalende, een omslag na het herstel dat tussen 2021 en 2023 plaatsvond. In deze analyse kijken we naar de verschillen tussen de online bestedingen voor bezorging en fysieke bestedingen met pinpas voor maaltijden die ter plaatse worden opgegeten of worden afgehaald

Data en disclaimer

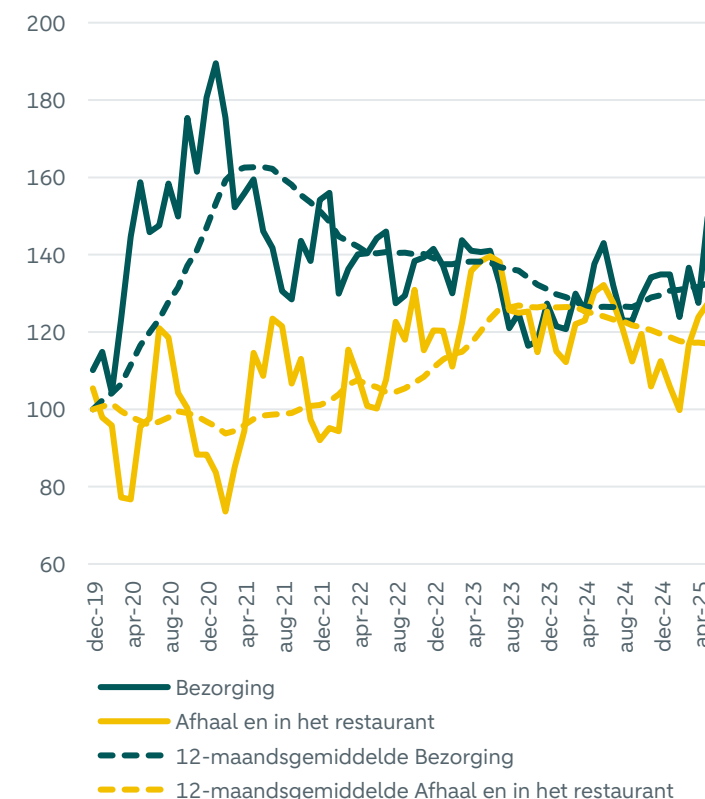
De transactiedata van ABN AMRO zijn geaggregeerd op basis van particuliere rekeningen en volledig geanonimiseerd. De data zeggen niets over de bestedingen van niet-ingezetenen en bestedingen van zakelijke rekeningen. Wij gebruiken transactiedata om economische stromen inzichtelijk te krijgen. De uitkomsten van het onderzoek zijn niet te

herleiden tot een natuurlijk persoon en uitsluitend bestemd voor onderzoek naar economische trends.

De fastservice-restaurants lijkt niet automatisch mee te profiteren van economisch herstel na de recente inflatiepiek. Opvallend is wel het verschil tussen afhaal en fysiek bezoek aan de ene kant en bezorging aan de andere: waar de transacties voor afhaal en in de fastservicerestaurants afnemen, zien we bij bezorging van snelle maaltijden begin 2024 een voorzichtige kentering richting herstel na een eerdere daling.

Tijdens het begin van de coronapandemie daalden de besteding aan afhaalmaaltijden en in de fastservice-restaurants eerder al sterk. Die daling is goed te verklaren doordat veel van deze restaurants gesloten waren en doordat Nederlanders probeerden contact te vermijden. Vanaf begin 2021 begonnen de bestedingen te herstellen, maar in 2023 was deze stijging in bestedingen voorbij; begin 2024 namen de bestedingen bij afhaalketens en bezoek aan fastservice-restaurants zelfs weer af. Voor 2025 verwacht brancheorganisatie FSIN dat de omzet van bezorging met 2,3 procent groeit.

Bestedingen bij fastservicerestaurants -
inflatiegecorrigeerd, index 2019=100



7. Uitgelicht: Rem op vraag naar snelle maaltijd

Aanpassingen om omzet te verbeteren

Te midden van de groeiende concurrentie, stijgende prijzen en bezuinigende consumenten zoeken fastservice-restaurants naar uitwegen. Veelgehoorde maatregelen onder ondernemers zijn het doen van aanbiedingen en het aanpassen van het menu – bijvoorbeeld door voordeelmenu's te herzien of ingrediënten te vervangen – om zo aantrekkelijk geprijsd te blijven. Daarnaast wordt geïnvesteerd in bestelzuilen, die [wachttijden verkorten](#) en gemiddelde bestelwaarde per klant verhogen.

Een aantal ketens zet ook in op loyaliteitsprogramma's en hebben hier al succes mee, zoals bij [McDonald's](#) en [Kwalitaria](#). Hiermee kunnen zij meer contactmomenten creëren en zorgen dat klanten vaker terugkeren naar een van hun locaties.

Uit deze ontwikkelingen blijkt dat de veronderstelde crisisbestendigheid van fastservice minder vanzelfsprekend is dan vaak werd aangenomen. Structurele kostenstijgingen, een veeleisende consument en stevigere concurrentie vragen om constante aanpassing en innovatie.

8. Relevante nieuwsberichten

EenVandaag

Waarom Amsterdam niet minder druk wordt door hoge toeristenbelasting



Pretwerk

Impactanalyse: Grote economische schade verwacht bij verhoging BTW op logies



Entree Magazine

Stuur onbewust keuzes van gasten: 'Bestelling herhalen levert +30% fooi op'



NBTC

Vakantie sentiment monitor juli 2025



8. Relevante nieuwsberichten

De RestaurantKrant

Meerderheid horecaondernemers vraagt liever geen aanbetaling bij reservering



Skift

Business Travel Spending Forecast to Hit Record in 2025



Hospitality Management

Airbnb: Nederlandse gezinnen kiezen vaker voor niet-stedelijke bestemmingen



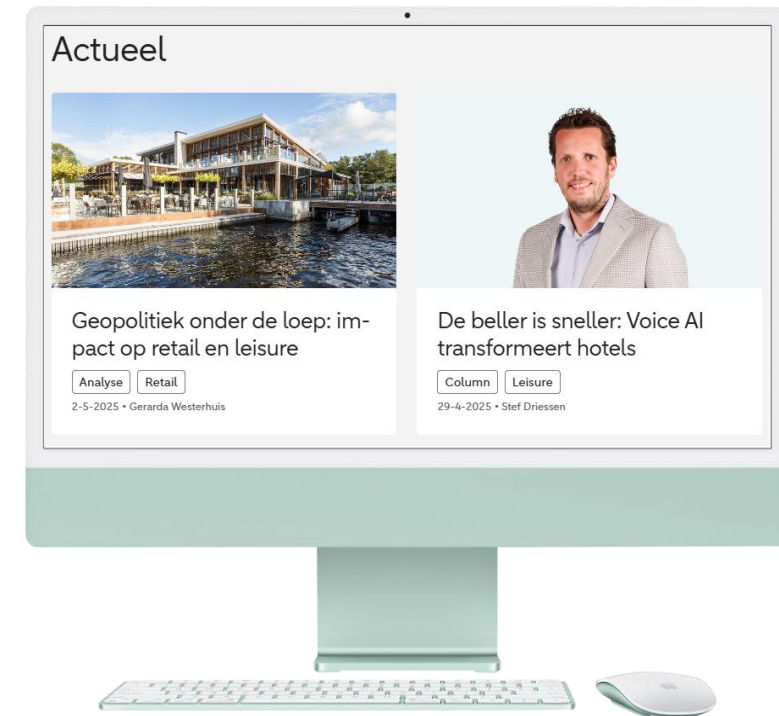
AD

Zwolle voert 'lunchlijst' aan met gemiddeld 50,24 euro per maaltijd



9. Actuele onderzoeken en publicaties

- Consument wil gezond eten, maar stuit op prijs en gemak
- Prognose Leisure: groei in een onzekere wereld
- Lunchcultuur in de Lage Landen: kansen voor een Bourgondische lunchrevolutie
- Horeca: op zoek naar een duurzaam personeelsbestand



Kijk ook eens op: abnamro.nl/leisure



10. Contactgegevens

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



Gerarda Westerhuis

Sectoreconoom retail & leisure

gerarda.westerhuis@nl.abnamro.com



Ward van der Stee

Sectoranalist retail & leisure

ward.van.der.stee@nl.abnamro.com



Stef Driessen

Sector Banker leisure

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, juli 2025