



Rabobank Cijfers & Trends

Branche-informatie

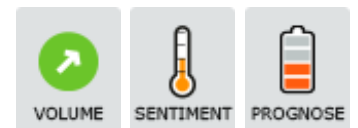
Dagrecreatie

Visie

Perspectief

Groeiende vraag vs toenemend aanbod

De dagrecreatie profiteert momenteel van de aantrekkelijke economie, stijgende consumentenbestedingen en groeiend inkomend toerisme. Naar verwachting zal de totale sector met 1 tot 2% groeien in 2017. Ondanks deze vraagstijging blijft het een vechtersmarkt. De afgelopen jaren is het aanbod van vrijetijdsbesteding namelijk substantieel toegenomen. Er zijn tientallen pret- en themaparken, dierentuinen, musea, kartbanen, escape rooms, trampolineparken en nog veel meer vormen van vertier bijgekomen. Daarnaast is op een regenachtige dag de IKEA de grootste concurrent geworden voor de reguliere dagrecreatie. De concurrentie vanuit andere branches neemt verder toe nu retailers meer beleving en horeca in hun concepten doorvoeren om de gast te blijven trekken. Een dagje funshoppen is nog nooit zo populair geweest. Veel leegstaand vastgoed ondergaat ondertussen ook een transitie naar 'leisure concepten', foodmarkets en dagrecreatie. Kortom, de verwachting is dat het aanbod alleen maar verder toe zal nemen. Veel dagrecreatieve bedrijven voeren de concurrentie louter op prijs. In toenemende mate krijgen wederverkopers (kortings- en veilingsites, de grote supermarktketens) een dominante rol in het verkoopproces, wat ten koste gaat van de marge. De combinatie van een licht groeiende vraag maar structureel toenemend aanbod zorgt voor een neutraal sentiment.



Meer bezoekers

De prognose voor de komende jaren blijft neutraal. Positief is dat het totaal aantal bezoekers aan de verschillende vormen van dagrecreatie elk jaar stijgt. De Nederlander gaat graag een dagje uit en zoekt continu naar nieuwe ervaringen en vormen van beleving. De vraag neemt ook verder toe door het toenemend aantal buitenlandse toeristen. Nederland wordt meer en meer een toeristische hotspot waar je als non-resident geweest moet zijn. Kortom, kansen genoeg voor de dagrecreatie. Echter die vraag moet wel over meer aanbieders verdeeld worden, wat leidt tot permanente prijsdruk. Tegelijkertijd is het de uitdaging om de consument continu te verrassen met nieuwe attracties en events. Door de steeds sneller veranderende consumententrends, wordt de levenscyclus van een attractie steeds korter. Tegelijkertijd duurt het door de vershraling van de marges langer om de grote investeringen terug te verdienen. Dit leidt tot een uitdagende spagaat voor dagrecreatiebedrijven en vraagt ongekende innovatiekracht van het management.

Trends

- Schaalvergroting en toenemende ketenvorming;
- Dynamic pricing als prijswaapen tegen de vele kortingsacties;
- Integratie van retail met dagattracties en horeca en vice versa;
- Opkomst van multigeneratie dagjes uit;
- Opkomst van augmented- en virtual reality concepten; integratie van on- en offline beleving;
- Opkomst digitale innovaties gericht op ontzorgen van de klant tijdens zijn bezoek aan het park; bijvoorbeeld mobiele betaalapplicaties. Dit genereert voor de exploitant vitale informatie over het daadwerkelijke klantgedrag en zijn wensen;

- Integratie van dag- en verblijfsrecreatie;
- Toenemende macht van online veiling- en kortingsites.

Kansen en bedreigingen

- Het creëren van een bijzondere herinnering is een must voor het realiseren van herhaalbezoeken; dit kan door het ontwikkelen van unieke concepten en nieuwe vormen van beleving;
- Aanwezigheid op internet en (interactie via) social media is een vereiste; dagrecreatie met een multimediaal en interactief karakter trekt meer bezoekers;
- Groei van het aantal buitenlandse toeristen leidt tot toenemende vraag naar dagrecreatie; met name in regio Groot Amsterdam;
- Betere toegankelijkheid van attracties en parken voor mensen met een beperking;
- Investerings in nieuwe attracties worden steeds groter, terwijl de productlevenscyclus juist korter wordt;
- Toenemende verzadiging van de markt en branchevervaging. Opkomst 'edutainment': musea brengen hun educatieve boodschap met entertainment en beleving;
- Meeneemgedrag: bezoekers houden de hand op de knip en nemen eten en drinken mee van huis;
- Gebrek aan goed personeel: personeel is de sleutel naar succesvolle beleving. Seizoensinvloed is onlosmakelijk verbonden met de attractiesector en maakt het lastig om goed personeel te behouden.

Omschrijving

Dagrecreatie is een van de meest heterogene branches in de sector horeca en recreatie. Bedrijven die tot de branche worden gerekend, zijn onder andere: dierentuinen, attractieparken, kinderspeelparadijzen, kermissen, musea, theaters, bioscopen, zwembaden, dagstranden, kartbanen, bowlingcentra, sporthallen, skihallen, escape room, trampolinedparken en outdoorcentra. Bindende factor bij deze bedrijven is dat de omzet grotendeels afhankelijk is van de bezoekersaantallen en de bestedingen per bezoeker (onder andere entreegeld en horeca-bestedingen).

Bedrijf en markt

Markt

Vraag

Volgens het meest recente Het ContinuVrijeTijdsOnderzoek van NBTC-NIPO bedroeg de vrijetijdsparticipatie 98,9%. Dit betekent dat circa 16,4 miljoen Nederlanders tenminste één vrijetijdsactiviteit buitenshuis van meer dan een uur hebben ondernomen. In verreweg de meeste gevallen zal het echter om (veel) meer dan één vrijetijdsactiviteit gaan. De uithuizige vrijetijdsactiviteiten die in dit onderzoek zijn onderscheiden, kunnen onderverdeeld worden in elf clusters. Activiteiten behorend tot clusters 'uitgaan', 'buitenrecreatie' en 'winkelen voor plezier' worden gekenmerkt door de hoogste participatiegraden.

- De 50 grootste dagattractiebedrijven ontvangen in 2016 circa 42 miljoen bezoekers. De 16 grootste attracties (o.a. Efteling, Rondvaarten Amsterdam, Dierenpark Emmen, Madurodam, Keukenhof) namen hiervan het grootste deel voor hun rekening met ieder meer dan 1 miljoen bezoekers;
- Het is geen verrassing dat attractiepark de Efteling ook in 2016 de best bezochte dagattractie van Nederland is. Met 4,7 miljoen bezoeken staat het Brabantse attractiepark ruim aan de leiding, gevolgd door het Rijksmuseum met 2,2 miljoen bezoeken. Het Van Gogh museum trok de meeste buitenlandse bezoekers in 2016. Dat staat in de [Top 50 Dagattracties](#) van NBTC Holland Marketing en Respons;
- In 2016 werden er ons land ruim 34 miljoen bioscoopbezoeken afgelegd, 3,7% meer dan in 2015. De gemiddelde Nederlander bezoekt dus 2 keer per jaar de bioscoop. Overigens ligt dit aantal in de grote steden veel hoger (2 tot 3 keer per jaar) dan daarbuiten;
- In 2016 hebben 10,3 miljoen bezoekers de veertien dierentuinen van de Nederlandse Vereniging van Dierentuinen (NVD) bezocht. In vergelijking met 2015 is dat zo'n 7% meer (bron: NVD);
- In 2016 zijn 1,3 miljoen Museumkaarten verkocht. Dat is bijna 100.000 meer dan in 2015 en vormt een record. Daarnaast gingen Museumkaarthouders nog nooit zo vaak naar musea als in 2016: 8,5 miljoen bezoeken. Ruim 0,2 miljoen meer dan in 2015 (bron: Museumvereniging);
- Cijfers over 2016 van de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD) laten zien dat het aantal geprogrammeerde voorstellingen en concerten gelijk is gebleven (totaal 27.975) ten opzicht van 2015. In 2016 werden 10 miljoen bezoeken gerealiseerd op de podia die bij de VSCD zijn aangesloten.

Uit onderzoek van EM-Cultuur uit 2015 onder meer dan 1.000 musea in Nederland kwam onder meer het volgende naar voren:

- Een gemiddeld Nederlands museum trekt ruim 33.000 bezoekers per jaar;
- De meeste musea (42%) trekken maximaal 10.000 bezoekers per jaar;
- De tien grootste musea trekken maar liefst 24% van alle bezoek;
- Noord-Holland heeft de meeste musea (195) en verwacht de meeste bezoekers;
- Flevoland heeft relatief weinig musea (8) maar gemiddeld veel bezoekers per museum (50.000);
- Friesland heeft relatief veel musea (84) maar deze trekken weinig bezoekers (14.000);
- De meeste musea zijn archeologisch/historisch (34%);
- Het populairst zijn cultuurhistorische en beeldende kunst musea.

Uit het attractiepuntenonderzoek van NBTC-NIPO blijkt onder meer het volgende:

- De beslissing om een attractiepark te bezoeken wordt relatief kort van tevoren genomen. Dat is vooral het geval bij dierenparken, waar twee derde van de bezoekers maximaal een week voorafgaand aan het daadwerkelijke bezoek begint te plannen. Bij de Nederlandse attractieparken ligt de beslissing bij een meerderheid van de bezoekers een stuk eerder;
- Abonnementshouders vormen een belangrijke doelgroep voor dierenparken. In een derde van de gevallen wordt het abonnement als reden aangegeven voor het bezoek. Nederlandse attractieparken trekken relatief veel bezoekers door aantrekkelijke kortingsacties: Ruim een kwart noemt dit als belangrijke reden voor het bezoek;
- Gezinnen met jonge kinderen vormen de belangrijkste doelgroep voor dierenparken en attractieparken. Bezoekers verblijven gemiddeld ruim 5 uur in een attractie- of dierenpark.

Gemiddelde bestedingen per persoon per bezoek* (in euro's)

| | Dierenparken | Attractieparken |
|------------------|--------------|-----------------|
| Entree | 5,50 | 11,10 |
| Horeca | 5,10 | 7,70 |
| Souvenirs | 1,10 | 1,40 |
| Overig | 0,80 | 1,40 |
| Totaal gemiddeld | 12,30 | 21,60 |

Opm: *) De gemiddelde uitgaven aan entree kunnen lager zijn dan de reguliere entreprijs, doordat gebruik is gemaakt van kortingsacties of een abonnement

Bron: Attractiepuntenonderzoek 2015, NBTC-NIPO

Aanbod

Vanwege de grote diversiteit in de branche zijn er geen gegevens over het totaal aantal bedrijven in de dagrecreatie. Toch zijn er wel enkele cijfers:

- Het aantal bioscopen en filmhuizen in ons land bedraagt circa 260, met een capaciteit van 155.000 stoelen. De namen en vestigingsplaatsen van deze bedrijven zijn te vinden op de site van de Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (www.nvbinfocentrum.nl);
- In 2015 vonden er in Nederland bijna 600 festivals plaats die 5.000 of meer bezoekers trokken. In totaal waren er 837 festivals, 4,5% meer dan in 2014;
- In Nederland zijn circa 30 attractieparken en 20 speelparken (NRIT Onderzoek). De grootste vier parken, Efteling, Slagharen, Duinrell en Walibi World, nemen de helft van het totale aantal bezoekers voor hun rekening;
- Nederland telt 65 dierenparken (o.a. dierentuinen). De 14 grootste dierentuinen zijn verenigd in de Nederlandse Vereniging van Dierentuinen (www.nvddierentuinen.nl). Diergaarde Blijdorp, Artis, Wildlands Emmen en Burger's Zoo trekken meer dan 1 miljoen bezoekers per jaar;
- Er zijn in Nederland bijna 1.300 musea. Het Rijksmuseum trekt - sinds de heropening - met jaarlijks 2,3 miljoen de meeste bezoekers, gevolgd door het Van Gogh Museum met 1,5 miljoen en het Anne Frank Huis, goed voor 1,2 miljoen bezoekers per jaar;
- 21 Grote dagattractiebedrijven zijn verenigd in de Club van Elf. Hiertoe behoren onder meer de Efteling, het Rijksmuseum,

Wildlands Adventure Zoo Emmen, Canal Company (rondvaarten in onder meer Amsterdam), Duinrell en Madurodam. De vereniging richt haar activiteiten op de bevordering van het dagtoerisme en de belangenbehartiging van de bedrijven van de leden;

- Er zijn ongeveer 700 à 800 publieke zwembaden in Nederland. In dit [document](#) van het Mulier Instituut staan de nodige kengetallen.

Omzet

Musea

De musea ontvingen 8,5 miljoen bezoeken door 1,3 miljoen Museumkaarthouders in 2016. In 2015 waren dat 8,3 miljoen bezoeken door 1,2 miljoen kaarthouders. Het aantal bezoeken per kaarthouder ligt op ruim 6,5 in 2015. De hoogte van de bezoeker vergoeding is net als het jaar daarvoor vastgesteld op 60% van de gemiddelde toegangsprijs van het volbetaald bezoek.

Festivals

De bestedingen van de bezoekers namen toe van 445 miljoen in 2014 naar 513 miljoen in 2015. De bijdragen vanuit rijk, provincies en gemeenten bleven nagenoeg gelijk met 44,2 miljoen euro. De gemiddelde besteding van een muziekfestivalbezoeker komt uit op 37 euro per festival.

Bioscopen

De totale omzet uit kaartverkoop kwam in 2016 uit op 287.617.090 euro, 4,3% meer dan in 2015. De gemiddelde ticketprijs steeg licht (0,5%) naar 8,42 euro.

Podia

De omzet over 2016 van de Nederlandse schouwburgen en concertgebouwen is licht gestegen. De totale omzet van de VSCD-podia is 523.000.000 euro, waarvan het leeuwendeel (78%) wordt gegenereerd door de podiumfunctie. Deze omzetstijging is toe te schrijven aan een combinatie van toegenomen verhuur- en horeca-activiteiten.

Rabobank Cijfers & Trends

Al meer dan vijfendertig jaar biedt de Rabobank met Cijfers & Trends betrouwbare branche-informatie. Via www.rabobank.nl/cijfersentrends is deze informatie gratis te raadplegen. U vindt er onze thema-updates, branche-informatie en sectorprognoses. Ook kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met die van andere bedrijven in uw branche.