

Nederland ontdekt de cruisevakantie

Aantal passagiers verdubbelt in 3 jaar tijd

Het maken van een cruise is snel populairder geworden, ook in Nederland. Het aanbod wordt meer divers en appelleert aan meer en steeds grotere doelgroepen. Ook de behoeftes van reizigers aan comfort en uniciteit zorgen naar verwachting voor een structureel hoge groei van de cruisesector: een aantrekkelijk vooruitzicht voor reisagenten. Groeicijfers van meer dan 10% per jaar liggen vanaf 2010 in het verschiet. Diverse nichemarkten ontstaan en stellen aanbieders voor keuzes in de bedrijfsstrategie. Een bedreiging voor rederijen is dat de prijzen onder druk kunnen komen te staan. Dit kan een negatieve impact hebben op het niveau van serviceverlening en het imago van de sector. De kansen lijken de overhand te hebben.

Sterktes en zwaktes van het cruiseproduct

De sterktes zijn:

1. Het cruiseproduct draagt kenmerken in zich die door steeds meer reizigers belangrijk worden gevonden. Reizigers tonen een toenemende behoefte aan comfort (luxe/gemak), uniciteit (eigenheid/bijzonderheid) van een reis en aan duurzaamheid. Het cruiseproduct draagt de karakteristieken van comfort en uniciteit in zich¹. Naar het duurzaamheidsaspect is nog niet voldoende onderzoek gedaan.

2. In de loop der jaren is meer variëteit gekomen in het cruiseproduct, ook ten aanzien van de prijszetting aan de onderkant van de markt. Er zijn dus zowel cruises te maken die veel kosten, maar ook die 'Jan Modaal' zich kan veroorloven. Dit heeft een verbreding in het imago van het cruiseproduct tot gevolg gehad.

Tot de zwaktes (kwetsbaarheden) behoort:

1. De gevoeligheid voor de (wereld)conjunctuur.

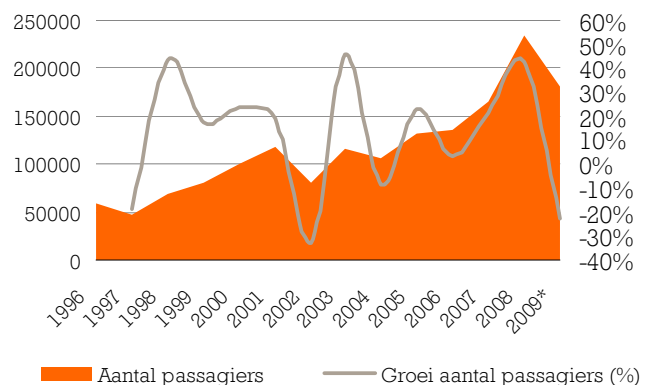
2. Het kapitaalintensieve karakter van de business betekent dat de vaste investerings- en operationele kosten hoog liggen. Voldoende klandizie (passagiers per schip) is cruciaal en maakt al snel het verschil maakt tussen winst en verlies.

3. Prijsdruk door het snel groeiende aanbod (steeds meer schepen in de vaart).

Cruisemarkt is groeimarkt, na 2009

De cruisemarkt is een van de snelst groeiende segmenten in de reisbranche. In de afgelopen 12 jaar beliep de groei van passagiersaantallen voor zee-cruises in Amsterdam en IJmuiden gemiddeld 15% per jaar tot meer dan 225.000 passagiers in 2008 (figuur 1). Dit is een groei die door de reisbranche als geheel lang niet wordt gehaald².

Figuur 1 Zee-cruise-passagiers in Amsterdam en IJmuiden, 1996-2009



Bron: ZKA (* is prognose)

¹ Dit blijkt onder meer uit een reizigersonderzoek van FCCA (2009)

² Ter vergelijking nam het aantal lange vakanties van Nederlanders in die periode gemiddeld met 2% per jaar toe.

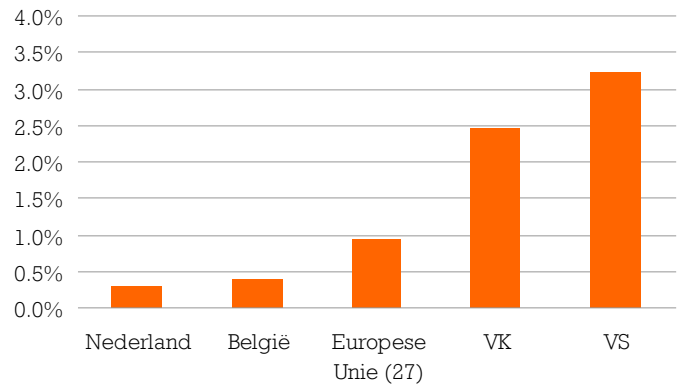
Gezien de karakteristieken van het cruiseproduct zoals in de vorige vraag onder sterktes benoemd, verwachten wij dat de groei structureel hoog zal blijven. Het jaar 2009 zal echter waarschijnlijk een tijdelijke dip te zien geven door de mondiale economische groeivertraging.

Doelgroep verbreedt en Nederlanders maken inhaalslag aan de vraagzijde van de cruisemarkt

De traditionele doelgroep voor de rederijen was oud en rijk, nu zijn ook andere klantengroepen in opkomst. Wel helpt het dat wereldwijd sprake is van een groeiend aandeel van 50-plussers; een leeftijdscategorie die doorgaans meer te besteden heeft dan 30-minners en die bovendien verhoudingsgewijs meer cruises zullen blijven maken. Ook helpt het de sector dat de welvaart structureel zal blijven toenemen, vooral in de opkomende economieën. De kredietcrisis en economische recessie betekenen hoogstwaarschijnlijk slechts een tijdelijke terugslag. Daarnaast is sprake van een duidelijke groei onder families (met kinderen) en jongeren. De klantenbasis voor cruiserederijen wordt dus duidelijk breder.

Nederlanders hebben de cruisevaart tot nu toe nog niet massaal ontdekt, maar maken een inhaalslag. Ongeveer 49 duizend Nederlanders maakten in 2008 een cruisevaart, een verdubbeling in 3 jaar tijd. Verhoudingsgewijs gaat het nog om slechts 0,3% van de totale bevolking. Onze zuiderburen, maar vooral ook de Engelsen en Amerikanen maken relatief meer cruises (figuur 2). In de sector wordt gesproken over een potentiële markt van 300 tot 400 duizend Nederlanders. Gezien de cijfers die in het Verenigd Koninkrijk (VK) en in de Verenigde Staten van Noord-Amerika (VS) al worden gerealiseerd, lijkt dit op een termijn van 10 tot 15 jaar mogelijk te zijn³. Wereldwijd zijn het vooral (Noord-)Amerikanen die aan boord van zee-cruiseschepen te vinden zijn (bijna tweederde van alle passagiers en meer dan 3% van de totale bevolking).

Figuur 2 Cruisereizigers als % van de totale bevolking, indicatief, 2008



Bronnen: DCC, FCCA, G.P. Wild & BREA, ING Economisch Bureau, VN

Economische betekenis van de cruisevaart voor Nederland € 130.000.000 tot € 170.000.000

Amsterdam, IJmuiden en Rotterdam⁴ zijn op dit moment de Nederlandse zee-cruisehavens. Ook Den Haag heeft ambities om ten zuiden van de Scheveningse haven een cruiseterminal te bouwen. Het Noordzeekanaalgebied waartoe Amsterdam en IJmuiden behoren, is thans het grootste centrum voor Nederlandse cruiseactiviteiten. Het ging in 2008 voor de zee-cruisevaart om 131 schepen, waarvan 59 turn-arounds (schepen die passagiers laten in- en ontschepen) en 72 transits (schepen die aanleggen voor een bezoek). Voor dit gebied is de huidige directe economische betekenis ('in enge zin') van de cruisevaart becijferd. De bestedingen van passagiers en bemanning, van rederijen (vooral brandstof) en havengelden beliepen in 2008 € 137 miljoen (tabel 1). De directe en indirecte werkgelegenheid die dit creëert komt uit op 1.435 voltijdbanen.

³ Dit een ruwe schatting, zeker gezien het feit dat de statistische data-verzameling over cruisereizen nog niet zeer ver gevorderd is.

⁴ Rotterdam groeit als cruisehaven eveneens snel en heeft in aantal bezoeken (calls) van zee-cruiseschepen de grootte van ongeveer een zesde van het Noordzeekanaalgebied (Amsterdam en IJmuiden).

Tabel 1 Economische betekenis van de cruisevaart voor het Noordzeekanaalgebied in € miljoenen (2008)

	Zeecruisevaart	Riviercruisevaart	Ferryvaart	Totaal
Uitgaven van passagiers en bemanningsleden	31,5	34,0	20,6	86,1
Uitgaven van rederijen	28,5	9,3	8,4	46,2
Havengelden en terminalfee	2,6	0,5	2,0	5,1
Totaal	62,6	43,8	31,0	137,4

Bron: ZKA

Als een schip is aangemeerd, betekent dat (potentiële) inkomsten voor het bedrijfsleven in en rond de stad zoals inkomende touroperators, juweliers en casino's. Circa 20% van de cruisereizigers die Amsterdam aandoet, blijft een nacht. De rederijen staan altijd voor een afweging. Enerzijds moet het reisprogramma, in het bijzonder de steden die worden bezocht, interessant zijn om passagiers aan boord te krijgen. Anderzijds zijn de rederijen er niet bij gebaat als passagiers lang van boord gaan. Zij verdienen immers geld als een schip vaart en de passagiers aan boord uitgaven doen.

Een economische impactanalyse is ook uitgevoerd door G.P. Wild en BREA. Deze bureaus analyseerden naast de bestedingen van passagiers, bemanning en rederijen, ook de economische effecten van bouw en onderhoud van cruiseschepen en compensatie van 'grondstaf'. Volgens de bureaus belooft de directe economische betekenis van de cruisesector voor Nederland € 169 miljoen en 3.600 banen (2006).

Toetreding en krachtenbundeling aan de aanbodzijde van de cruisemarkt

Een twintigtal rederijen en Nederlandse agenten van die rederijen hebben zich verenigd in de Dutch Cruise Council. Begin mei 2009 traden zij voor het eerst gezamenlijk naar buiten met als doel kennis- en krachtenbundeling, informatieverstrekking en promotiedoelstellingen richting het brede publiek. Dit moet leiden tot een nog verdere professionalisering en groei van de totale cruisemarkt in Nederland.

Op mondiale schaal is de sterke groei van de cruisemarkt in afgelopen jaren gepaard gegaan met toetreding van branchevreemde aanbieders (branchevervaging). Een voorbeeld daarvan is het aanbod van het cruiseproduct door de hotelketens Marriott en Radisson.

Kansen, bedreigingen en aandachtspunten houden cruiseaanbieders scherp

Tot de kansen behoort:

1. Een grotere bekendheid van het product en van de aanbieders bij de reisagenten. Hoe beter reisbemiddelaars een bepaalde reisbehoefte aan een specifieke cruise weten te koppelen, hoe sneller de markt kan groeien.

2. Het cruiseproduct is aantrekkelijk voor reisagenten vanwege een hoog aandeel repeaters (klanten die een jaar/aantal jaren later opnieuw een cruise maken).

De belangrijkste bedreiging voor de rederijen, de aanbieders van het cruiseproduct, is het feit dat de cruisemarkt snel de transformatie aan het maken is naar een prijsgedreven vechtmart. Dit zou een negatieve impact kunnen hebben op het niveau van serviceverlening en op het imago van de cruisesector.

Er zijn twee aandachtspunten voor de sector. Ten eerste ontstaan door de sterke groei diverse nichemarkten binnen de cruisemarkt, zoals cruises speciaal gericht op ouderen of juist op jongeren. Dit stelt rederijen en in het verlengde daarvan ook de reisagenten voor keuzes in de bedrijfsstrategie. Positionering als brede aanbieder, nichespeler en in welke marktniche(s)? Dit heeft voor een rederij gevolgen voor de prijszetting. Een rederij die zich bijvoorbeeld in luxe als topspeler wil positioneren zal ten minste en blijvend het door de klant verwachte serviceniveau moeten leveren om een hoge prijs te kunnen blijven vragen. Daarentegen zal een aanbieder die zich juist met laagdrempeligheid wil onderscheiden de efficiëntie van de organisatie piekfijn op orde moeten hebben om de kosten lager dan de opbrengsten te houden.

Een tweede aandachtspunt is het duurzaamheidsaspect. In hoeverre kan het cruiseproduct (blijven) voldoen aan de (steeds) strikte(re) eisen en voorkeuren van consumenten en overheden op milieugebied?

Conclusie over de cruisemarkt

Per saldo kan worden gesteld dat de cruisemarkt een kansrijke groeiemarkt is, gezien de kenmerken van comfort en uniciteit die inherent zijn aan het product en goed aansluiten op de behoeftes van reizigers. Er is een tweetal aandachtspunten voor de aanbieders, maar met de krachtenbundeling aan aanbodzijde worden stappen gezet om daar op sectorniveau uit te komen. Nederland loopt in cruisereizigers achter op diverse andere landen. Afgezien van 2009 ligt in de komende tijd een verdere sterke groei in het verschiet.

Meer weten?
Kijk op ING.nl
Of bel met

Stefan van Woelderen,
Senior econoom
020 56 34 423

Rob Bakker,
Sector manager
020 65 22 862

Disclaimer

De informatie in dit rapport geeft de persoonlijke mening weer van de analist(en) en geen enkel deel van de beloning van de analist(en) was, is, of zal direct of indirect gerelateerd zijn aan het opnemen van specifieke aanbevelingen of meningen in dit rapport. De analisten die aan deze publicatie hebben bijgedragen voldoen allen aan de vereisten zoals gesteld door hun nationale toezichhouders aan de uitoefening van hun vak. Deze publicatie is opgesteld namens ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam en slechts bedoeld ter informatie van haar cliënten. ING Bank N.V. is onderdeel van ING Groep N.V. Deze publicatie is geen beleggingsaanbeveling noch een aanbieding of uitnodiging tot koop of verkoop van enig financieel instrument. ING Bank N.V. betreft haar informatie van betrouwbaar geachte bronnen en heeft alle mogelijk zorg betracht om er voor te zorgen dat ten tijde van de publicatie de informatie waarop zij haar visie in dit rapport heeft gebaseerd niet onjuist of misleidend is. ING Bank N.V. geeft geen garantie dat de door haar gebruikte informatie accuraat of compleet is. De informatie in dit rapport kan gewijzigd worden zonder enige vorm van aankondiging. ING Bank N.V. noch één of meer van haar directeuren of werknemers aanvaardt enige aansprakelijkheid voor enig direct of indirect verlies of schade voortkomend uit het gebruik van (de inhoud van) deze publicatie alsmede voor druk- en zetfouten in deze publicatie. Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Overneming van gegevens uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld. In Nederland is ING Bank N.V. geregistreerd bij en staat onder toezicht van De Nederlandsche Bank en de Autoriteit Financiële Markten.

De tekst is afgesloten op 16 juli 2009.

