





Trends in toerisme

Trend rapport NBTC

12 juni 2025, Amsterdam



Opbouw:

1. Waar we als NBTC voor staan, wat we doen
2. Wat we zien gebeuren in cijfers en prognoses
3. Wat dat vraagt richting de toekomst

Het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen is de nationale bestemmings- management organisatie van Nederland

Belangrijkste taken:



Relevante
gegevens
en inzichten
genereren

NL

Werken aan
een sterke
internationale
concurrentie-
positie



Regio's en
steden
faciliteren en
ondersteunen
bij hun
duurzame
ontwikkeling



Aantrekken en
gidsen van
waardevol
bezoek

In 2024 telde Nederland **51,6 miljoen verblijfsgasten**, samen goed voor **146 miljoen overnachtingen**

Belangrijkste herkomstmarkten:

NL
58%

DE
15%

BE
5%

UK
4%

US
3%

meisje met de parel

ca 1665-1667
Koninklijk Kabinet van Schilderijen Mauritshuis, Den Haag
46,5 x 40 cm

Waar de beschouwer ook gaat staan, ze lijkt je steeds recht aan te kijken. Vermeer schilderde geen portretten, maar 'tronies', zeventiende-eeuwse typetjes. Zeggen ze. Maar waarom blijven we ons steeds maar afvragen wie ze is?

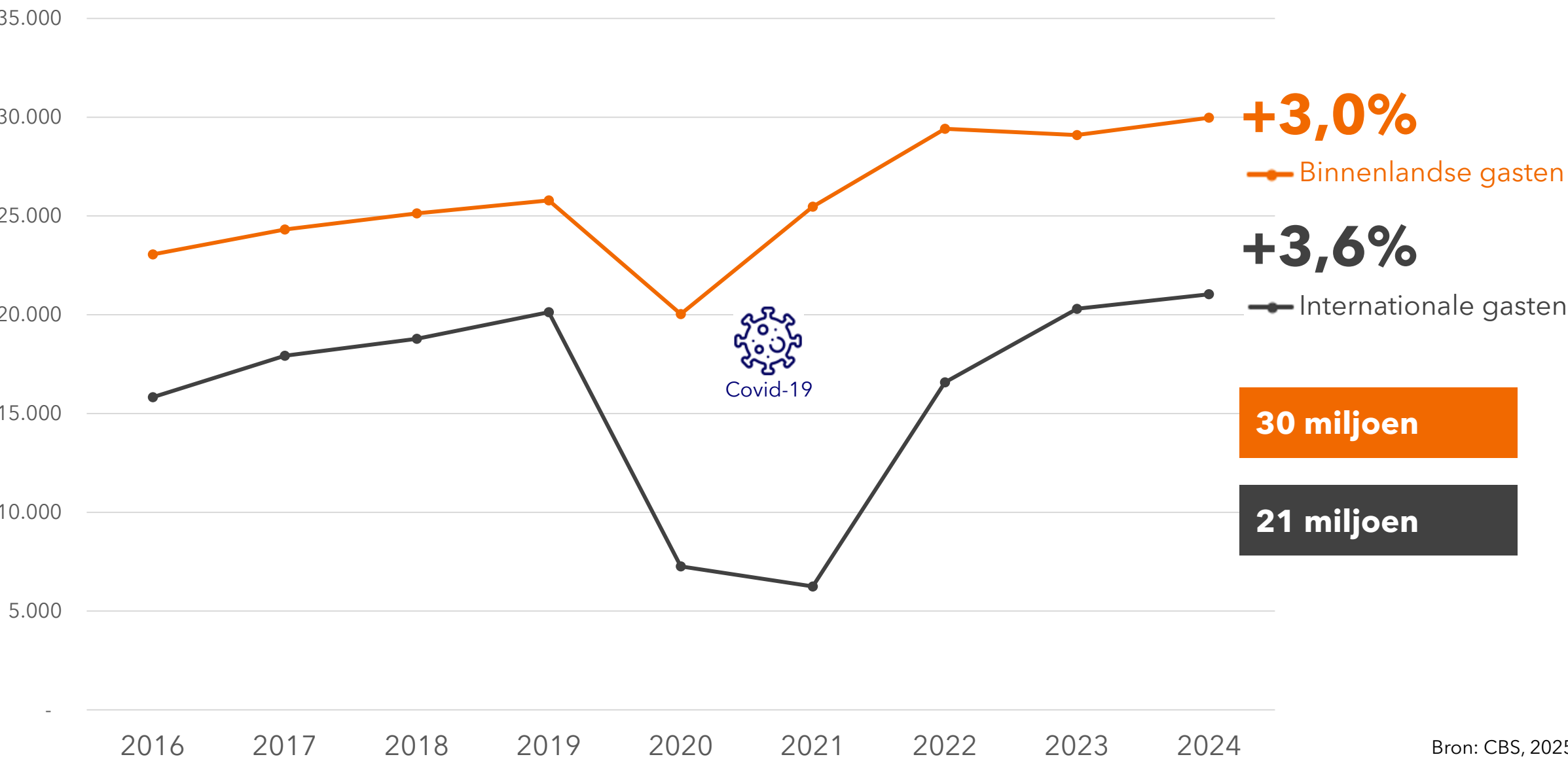
the girl with a pearl earring

ca 1665-1667
Koninklijk Kabinet van Schilderijen Mauritshuis, The Hague
46,5 x 40 cm

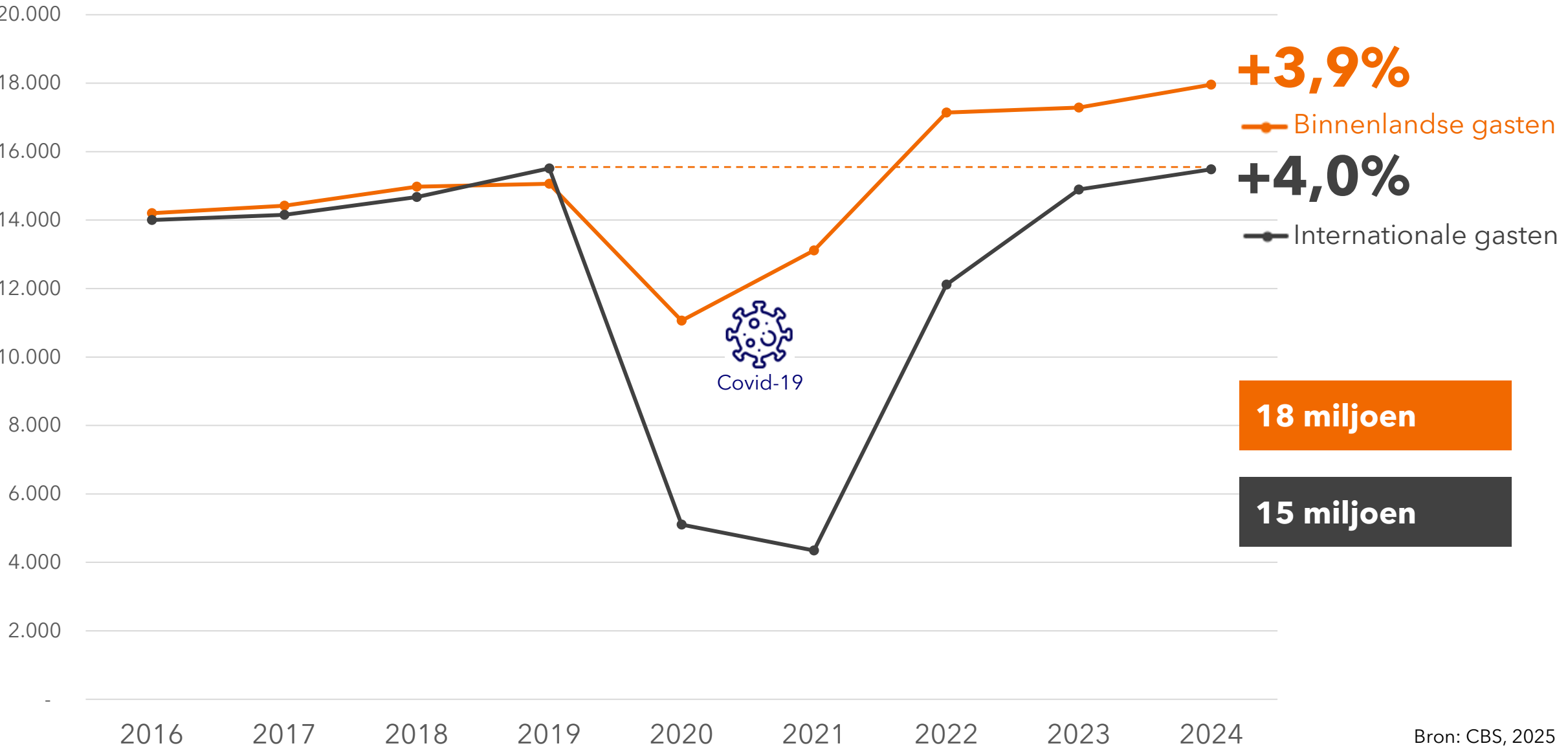
Wherever the observer stands, she seems to look directly at you. Vermeer painted no portraits, but 'tronies', prototypical characters.

Bron: CBS, 2025

Ontwikkeling van gasten in Nederlandse accommodaties



Ontwikkeling van gasten in Nederlandse hotels





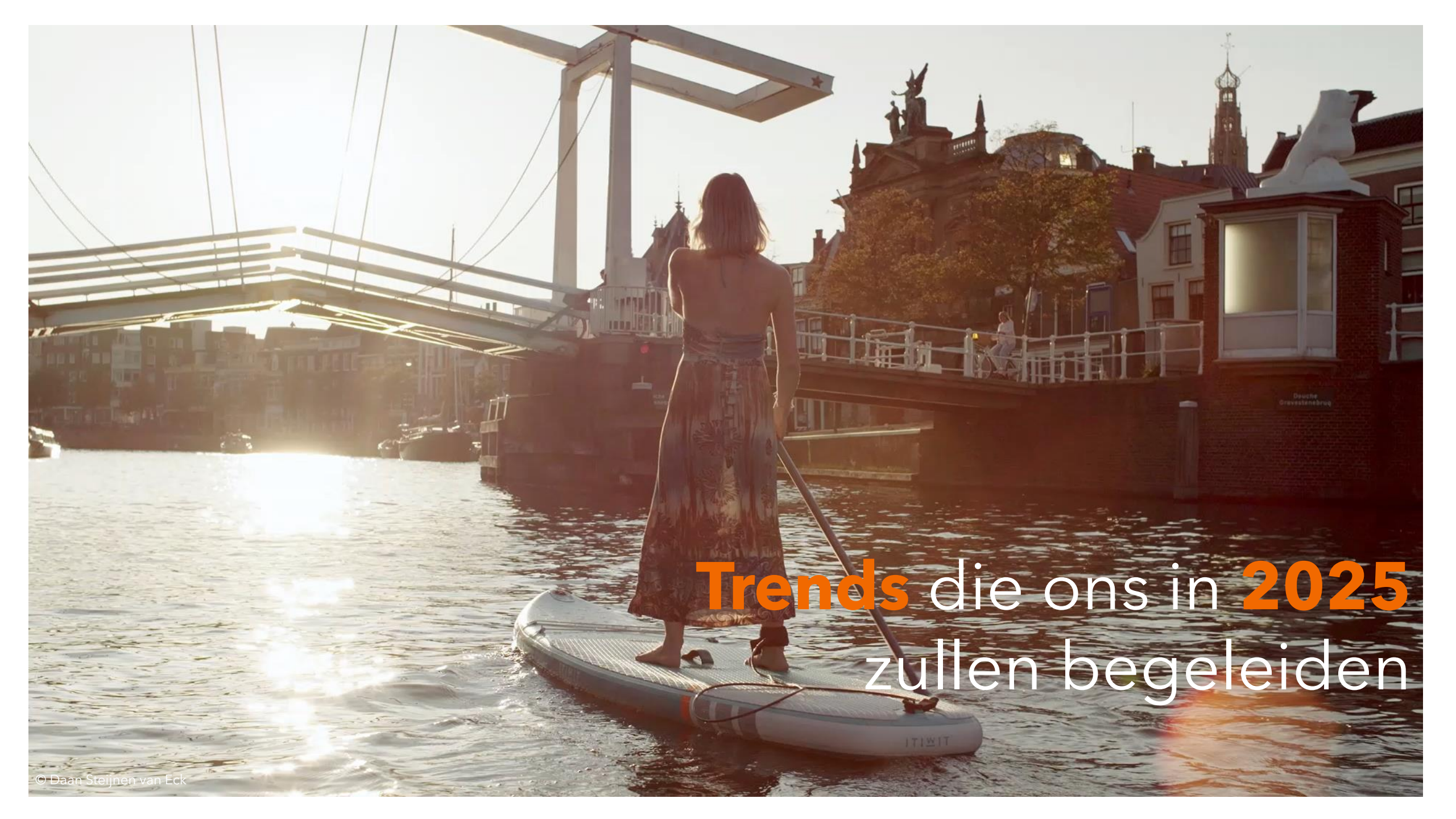
+2,5%



In 2025 zal Nederland **52,3**
miljoen verblijfsgasten
verwelkomen

Country/Region of Origin	2019	2023	2024	2025	Growth 2024* (%)	Growth 2025* (%)
Total (All Countries)	45.916	49.404	51.009	52.263	3.2%	2.5%
Domestic	25.787	29.100	29.973	30.333	3.0%	1.2%
Inbound	20.129	20.304	21.036	21.930	3.6%	4.3%
Europe excl. NL	16.051	16.669	17.302	17.879	3.8%	3.3%
Germany	6.175	7.134	7.312	7.385	2.5%	1.0%
Belgium	2.507	2.490	2.615	2.693	5.0%	3.0%
United Kingdom	2.402	1.937	1.898	2.001	-2.0%	5.4%
France	963	974	1.013	1.068	4.0%	5.4%
Other Europe	4.005	4.133	4.464	4.731	8.0%	6.0%
Spain	529	814	912	985	12.0%	8.0%
Italy	623	538	576	610	7.0%	6.0%
Switzerland and Liechtenstein	303	337	347	359	3.0%	3.5%
Denmark	166	161	174	186	8.0%	7.0%
Austria	201	193	187	194	-3.0%	3.5%
America	2.181	2.121	2.163	2.316	2,0%	7,1%
United States	1.564	1.525	1.494	1.569	-2.0%	5.0%
Asia (incl. Israel)	1.473	1.095	1.150	1.288	5.0%	12.0%
China	369	184	257	277	40.0%	8.0%
Australia and Oceania	237	265	257	259	-3.0%	0.7%
Africa and Middle East	187	155	164	189	6.0%	15.0%

Country/Region of Origin	2019	2023	2024	2025	Growth 2024* (%)	Growth 2025* (%)
Total (All Countries)	45.916	49.404	51.009	52.263	3.2%	2.5%
Domestic	25.787	29.100	29.973	30.333	3.0%	1.2%
Inbound	20.129	20.304	21.036	21.930	3.6%	4.3%
Europe excl. NL	16.051	16.669	17.302	17.879	3.8%	3.3%
Germany	6.175	7.134	7.312	7.385	2.5%	1.0%
Belgium	2.507	2.490	2.615	2.693	5.0%	3.0%
United Kingdom	2.402	1.937	1.898	2.001	-2.0%	5.4%
France	963	974	1.013	1.068	4.0%	5.4%
Other Europe	4.005	4.133	4.464	4.731	8.0%	6.0%
Spain	529	814	912	985	12.0%	8.0%
Italy	623	538	576	610	7.0%	6.0%
Switzerland and Liechtenstein	303	337	347	359	3.0%	3.5%
Denmark	166	161	174	186	8.0%	7.0%
Austria	201	193	187	194	-3.0%	3.5%
America	2.181	2.121	2.163	2.316	2,0%	7,1%
United States	1.564	1.525	1.494	1.569	-2.0%	5.0%
Asia (incl. Israel)	1.473	1.095	1.150	1.288	5.0%	12.0%
China	369	184	257	277	40.0%	8.0%
Australia and Oceania	237	265	257	259	-3.0%	0.7%
Africa and Middle East	187	155	164	189	6.0%	15.0%



Trends die ons in **2025**
zullen begeleiden

Van
F.O.M.O.
naar
F.O.B.O.

CANCEL

Flexibele annulerings-
voorwaarden:

NL	BE
64%	70%

DE	FR
78%	78%

UK	US
69%	75%

SP
87%

Shrinkflation $\approx$ *Shrinkcation*



NL 40% BE 45%

DE 52% FR 55%

UK 46% US 51%

SP 50%

							
Korter op vakantie	29% (26%)	33% (28%)	31% (26%) ↑	34% (30%)	34% (31%)	39% (38%)	42%
Minder vaak op vakantie	42% (41%)	44% (42%)	48% (45%)	42% (44%)	47% (46%)	43% (44%)	31%
Goedkopere accommodatie/verblijf	45% (38%) ↑	36% (41%)	42% (47%)	40% (36%)	41% (48%) ↓	44% (41%)	50%
Goedkoper vervoer	15% (18%)	12% (16%) ↓	11% (19%) ↓	17% (17%)	16% (22%) ↓	22% (26%)	17%
Besparen op bestemming zelf	30% (34%)	23% (28%) ↓	25% (31%) ↓	29% (34%)	29% (27%)	33% (34%)	29%
Het hoogseizoen vermijden	23% (27%)	21% (29%) ↓	27% (26%)	26% (22%)	30% (25%) ↑	25% (23%)	26%
Anders, namelijk	3% (4%)	3% (3%)	3% (2%)	1% (1%)	3% (2%)	1% (5%)	2%

Basis: Mensen die het (helemaal) eens zijn met de stelling 'Door de stijgende prijzen ben ik genoodzaakt mijn vakantiedrag aan te passen'
 Markering: de hoogste score van elk land.
 Tussen haakjes de scores van een jaar geleden. Pijl: significant hoger/lager.

Vraagstelling: Op welke manier past u vooral uw vakantiedrag aan als gevolg van de stijgende/hoge prijzen? Meerdere antwoorden mogelijk (max. 3).



Het zekere voor het onzekere



NL 37%	BE 40%
DE 37%	FR 44%
UK 39%	US 42%
SP 43%	



Ik pas mijn bestemming aan

60% (52%)

40% (30%)

53% (49%)

29% (27%)

35% (17%)

35% (21%)

33%

Ik pas mijn vakantieperiode aan

39% (43%)

46% (54%)

45% (51%)

62% (66%)

45% (31%)

43% (25%)

36%

Ik boek meer last-minute

18% (18%)

15% (19%)

17% (17%)

18% (16%)

19% (27%)

21% (22%)

25%

Ik let extra op voorwaarden en verzekeringen

16% (19%)

18% (19%)

19% (22%)

15% (19%)

28% (44%)

37% (46%)

34%

Anders, namelijk

3% (3%)

3% (2%)

2% (0%)

2% (2%)

2% (3%)

1% (5%)

2%

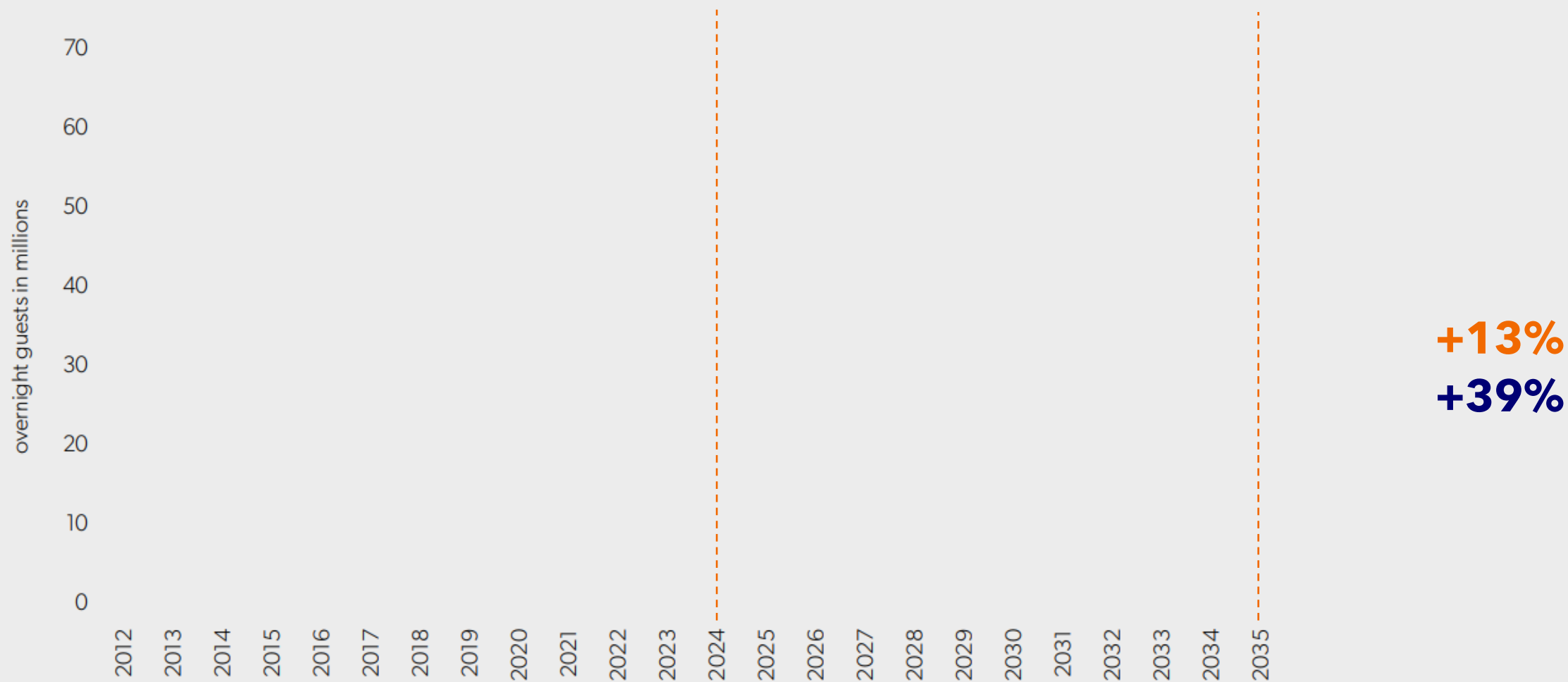
Basis: mensen die het eens zijn met de stelling dat toenemende extreme weersomstandigheden de vakantiekeuze beïnvloeden.
Markering: hoogste score per land.
Scores tussen haakjes zijn van april 2024 (van december 2023 is geen data beschikbaar)

Vraagstelling: Hoe beïnvloeden toenemende extreme weersomstandigheden uw vakantiekeuze?
Meerdere antwoorden mogelijk.

Hoe ziet de wereld er in **2035** uit?



Total number of overnight guests in the Netherlands by source market (overnight guests in millions)



Trendpublicatie 2025



Wat is een trend?

 Trend:

**Een trend is een
Verandering in de houding
Over het bestaande en het
Algemeen aanvaarde
binnen de omgeving.**



Trend

- Langzame, structurele ontwikkeling
 - Duurt jaren, diepgeworteld
 - Gebaseerd op maatschappelijke Veranderingen
- Vb: Digitalisering, vergrijzing.

Hype

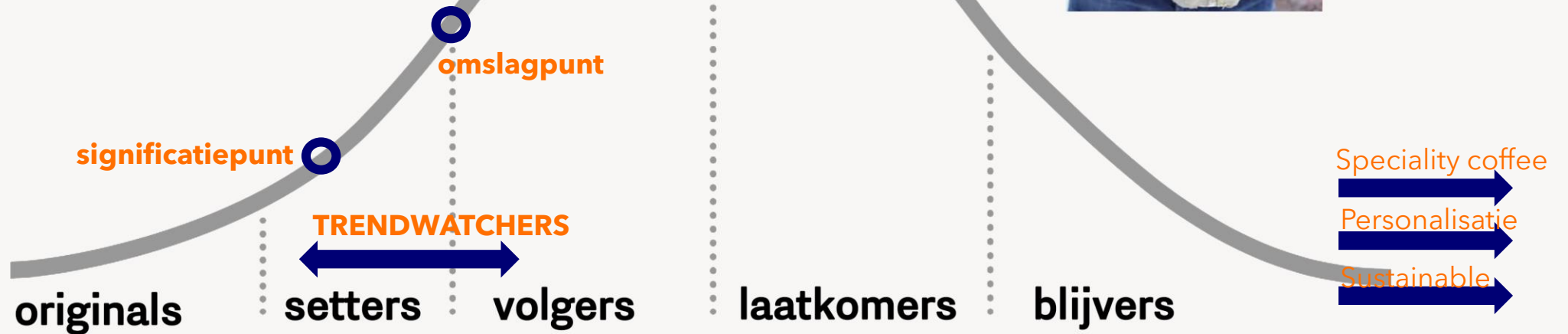
- Korte, explosieve aandacht
 - Vaak oppervlakkig en media-gedreven
 - Verdwijnt meestal snel weer
- Vb. Ice bucket challenge, Pokémon Go

Modetrend

- Tussenvorm: zichtbaar, tijdelijk populair
 - Komt en gaat in cycli
 - Vaak stijl- of cultuurgedreven
- Vb. dad shoes, Scandinavian minimalism in interieur



TRENDLIJN



Adopter Categorisation on the Basis of Innovativeness (Rogers, 2003).

Trendpublicatie 2025



Life-hacking
journeys



Flash detox



Cultivating
cultures



Bonding with
loved ones



Comfort my
world



Off-grid
experiences



Empowered
experiences



In real life,
somewhere
else



Work from
anywhere



Instant
travelling



Ecosystem
restoration

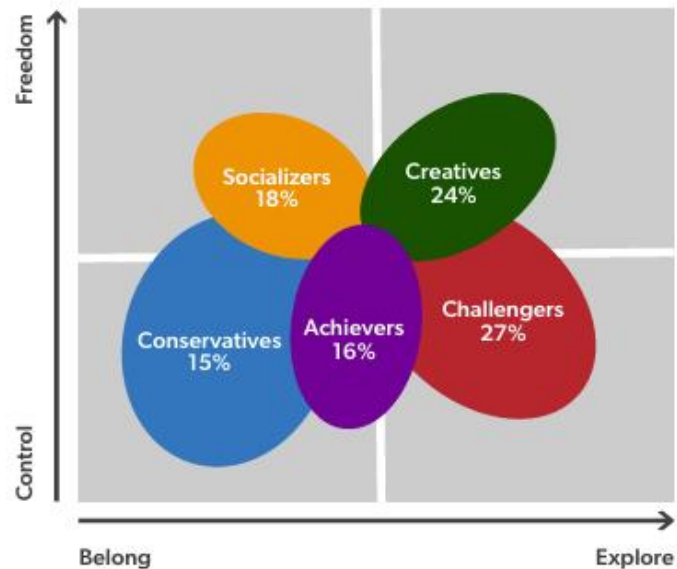


Climate change
adaptation



NBTC
Nederlands Bureau
voor Toerisme &
Congressen

De trends die naar voren komen in de Trendpublicatie 2025 zijn allemaal gekoppeld aan één of meerdere persona's. Zo wordt inzichtelijk welke segmenten het meest ontvankelijk zijn voor deze reistrends.



Sophie (Creatives)

Sophie is een open-minded wereldburger die diversiteit en nieuwe ervaringen boven carrière of geld stelt. Haar reizen zijn gericht op unieke, authentieke bestemmingen waar ze zich kan onderdompelen in lokale culturen. Sophie kiest duurzame reisopties en verblijft het liefst in milieuvriendelijke accommodaties, terwijl haar consumptiegedrag gericht is op authentieke en bewuste producten.



Alex (Achievers)

Alex is ambitieus en gefocust op haar doelen, ook tijdens haar reizen. Ze kiest voor luxe bestemmingen en high-end resorts die haar status weerspiegelen en haar de mogelijkheid bieden om in stijl te ontspannen. Efficiëntie staat voorop, waardoor Alex vaak kiest voor first-class reizen en goed georganiseerde trips, waarbij ze hoogwaardige, premium merken verkiest.



Ben (Conservatives)

Ben is een familiemens en hecht veel waarde aan tradities, stabiliteit en zijn vertrouwde omgeving. Ben kiest voor zekerheid, zowel op het vlak van reizen als ook merkkeuze.



Kim (Socializers)

Kim is een echte levensgenieter die opbloeit in sociale situaties en volop geniet van interactie met anderen. Ze kiest voor vakanties waar familie, vriendschap en gezelligheid centraal staan, vaak naar populaire bestemmingen met veel entertainment. Kim geeft de voorkeur aan vertrouwde, grote merken die gemak en zekerheid bieden, en die het mogelijk maken om haar vakanties probleemloos te delen met haar sociale kring.



Monica (Challengers)

Monica zoekt tijdens haar reizen naar avontuur en uitdagingen. Ze kiest voor extreme sporten, natuurgebieden en uitdagende activiteiten, zoals bergbeklimmen of duiken, die haar grenzen verleggen en haar verlangen naar actie bevredigen. Monica geeft de voorkeur aan innovatieve, uitdagende producten die haar avontuurlijke levensstijl ondersteunen.

Instant Travelling

Key elements:

- 📱 Mobile-first
- 🎯 Impulsboekingen
- ⚡ Real-time beschikbaarheid
- 🔄 Algoritmes
- 🚫 Geen vaste planning

Voor de consument:

- Ontdek en boek via mobiel
- Laat je leiden door impulsen
- Altijd up-to-date aanbod
- Slimme aanbevelingen op maat
- Volledige controle, geen planning nodig

Empowered Experiences

Key elements:

- 🏔️ Fysieke uitdaging
- 🧠 Mentale kracht
- 🎯 Grenzen verleggen
- 🚫 Niet voor iedereen
- 🏆 Voldoening en groei

Voor de consument:

- Trips die je lichaam testen
- Mentale veerkracht staat centraal
- Verleg je eigen comfortzone
- Exclusief voor wie durft en kan
- Sterker terugkomen met trots

Ecosystem Restoration

© Aranka Sinnema

Key elements:

- 🌱 Natuurherstel
- ♻️ Circulaire ketens
- 🌍 CO₂-positief
- 📊 Transparante impact
- 🧑🌱 Lokale betrokkenheid

Voor de consument:

- Helpt natuur en biodiversiteit herstellen
- Eerlijke, herbruikbare toelevering
- Compenseert méér dan verbruikt
- Doet mee aan lokale initiatieven

Genoemde publicaties

[Perspectief 2030](#)

[Forecast 2035](#)

[Forecast 2025](#)

[Trendpublicatie 2025](#)





Annemarie van Waterschoot

Content Regisseur

Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen

avanwaterschoot@holland.com

