

# De binnenlandse markt in beeld

# Inleiding

**Bezoek heeft niet alleen een grote groeiende economische waarde, maar draagt ook bij aan een toekomstbestendige ontwikkeling van bestemming Nederland. Toerisme speelt een rol in bijvoorbeeld brede welvaart, erfgoed, natuur, verduurzaming en vitale binnensteden. Dit is het uitgangspunt van [Perspectief 2030](#)<sup>7</sup>, de landelijke visie op toerisme. Vanuit deze visie richten we ons op de opgaven waar we de meeste impact kunnen maken voor bewoners, bedrijven en bezoekers.**

Naast het aantrekken van internationaal, duurzaam bezoek en het stimuleren van een diverse bezoekersmix, houden we de binnenlandse markt ook goed in beeld. We volgen deze markt actief en duiden de ontwikkelingen binnen onze expertises: strategie, onderzoek, branding, marketing en bestemmingsontwikkeling.

Onder 'binnenlandse markt' verstaan we alle bezoekers afkomstig uit Nederland die in eigen land op vakantie gaan of recreëren. Deze publicatie schetst de grootte, samenstelling en impact van die markt. In deze editie is uitgegaan van definitieve cijfers over 2024. Kort voor publicatie zijn voorlopige cijfers over 2025 gepubliceerd. Deze worden besproken in hoofdstuk 2 Ontwikkeling van de binnenlandse markt.

Voor deze publicatie hebben we de binnenlandse markt vergeleken met uitgaand (Nederlanders op vakantie naar het buitenland) en inkomend bezoek (de internationale gasten die Nederland bezoeken). In de volgende hoofdstukken bespreken we de inzichten, die uit dit onderzoek zijn gekomen.

# Inhoud

1. De binnenlandse markt in perspectief	5
2. Ontwikkeling van de binnenlandse markt	10
3. De impact van de binnenlandse markt	13
4. De binnenlandse markt in balans	17
5. Meer cijfers over de binnenlandse markt	23
Colofon & contact	25





## 💡 Belangrijkste inzichten:

- De binnenlandse markt is groot, zowel in aantallen als in bestedingen.
- De binnenlandse markt kiest vooral voor reguliere accommodaties, zoals hotels, vakantieparken en campings.
- Het aantal door Nederlanders ondernomen vakanties is voor het eerst sinds de coronapandemie (licht) gedaald.
- De ontwikkeling van de binnenlandse markt maakt een lichte dip door, maar zal op lange termijn gestaag groeien naar 61 miljoen verblijfs gasten in 2035.
- De binnenlandse markt levert de grootste bijdrage aan de economische waarde van toerisme in Nederland.
- Binnenlands bezoek is duurzamer dan inkomend bezoek. Aandacht voor vervoerskeuzes en verduurzamen van accommodaties kan de CO<sub>2</sub>-uitstoot op de binnenlandse markt zelfs nog verder beperken.
- Seizoensafhankelijkheid, capaciteit en andere opgaven verschillen per regio. Beleid en strategie vinden dan ook het beste plaats op lokaal niveau.

# 1. De binnenlandse markt in perspectief

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de binnenlandse markt. We vergelijken het aantal binnenlandse vakanties met vakanties die Nederlanders over de grens ondernemen. Daarnaast kijken we hoeveel de binnenlandse vakantie-gangers besteden en wat hen kenmerkt. Ook gaan we kort in op dagrecreatie.



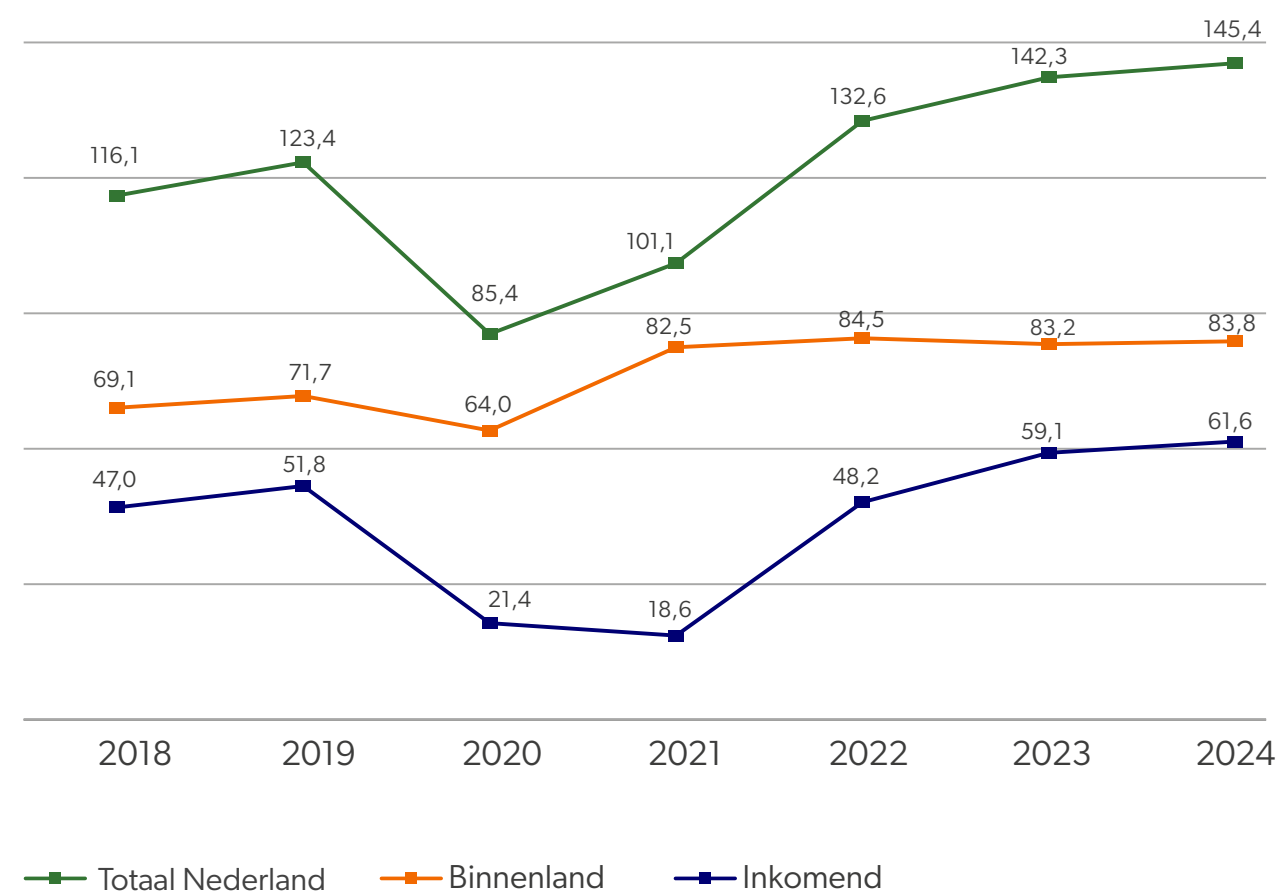
### De omvang van de binnenlandse markt

In 2024 ontving Nederland ruim 51 miljoen verblijfsgasten in reguliere accommodaties. Daarvan komen er 30 miljoen uit eigen land (59%). Samen zorgen zij voor bijna 84 miljoen overnachtingen (58% van het totaal), een stijging van 1% ten opzichte van 2023.

Deze cijfers komen uit de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) <sup>7</sup> van het CBS. Figuur 1 toont de ontwikkeling van het aantal overnachtingen in Nederland, met zowel binnenlandse als internationale overnachtingen.

Figuur 2 splitst het binnenlands en inkomend bezoek uit naar provincie. De meeste binnenlandse overnachtingen vinden plaats in Noord-Holland, Gelderland en Noord-Brabant. In alle provincies is het aandeel van binnenlandse overnachtingen groter dan het aandeel inkomende

**Figuur 1: Ontwikkeling aantal overnachtingen in Nederland (x 1 mln.)**



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties <sup>7</sup>

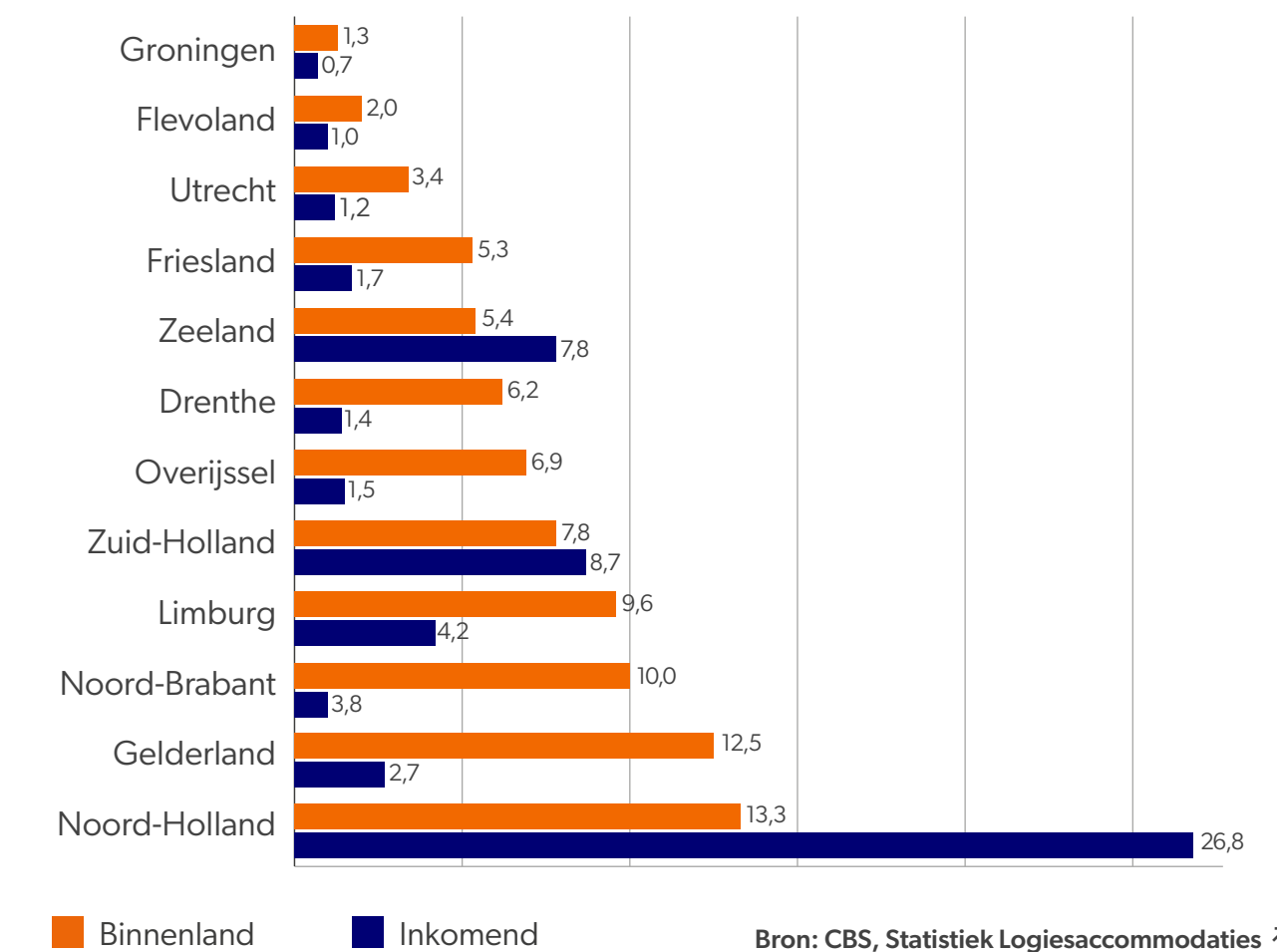


**De binnenlandse markt is groot, zowel in aantallen als in bestedingen.**

overnachtingen, behalve in Noord- en Zuid-Holland en Zeeland.

Ten opzichte van 2023 vonden er in Zeeland en Overijssel 500.000 minder binnenlandse overnachtingen plaats. Zeeland ontving daarentegen wel meer inkomende overnachtingen dan een jaar eerder (+300.000). In Noord-Holland (+1 miljoen) en Gelderland (+ 400.000) was er juist een toename in het aantal binnenlandse overnachtingen. Zuid-Holland zag in 2024 vooral een toename in inkomende overnachtingen ten overstaande van 2023 (+600.000).

**Figuur 2: Aantal overnachtingen per provincie door binnenlands en inkomend bezoek in 2024 (x 1 mln.)**



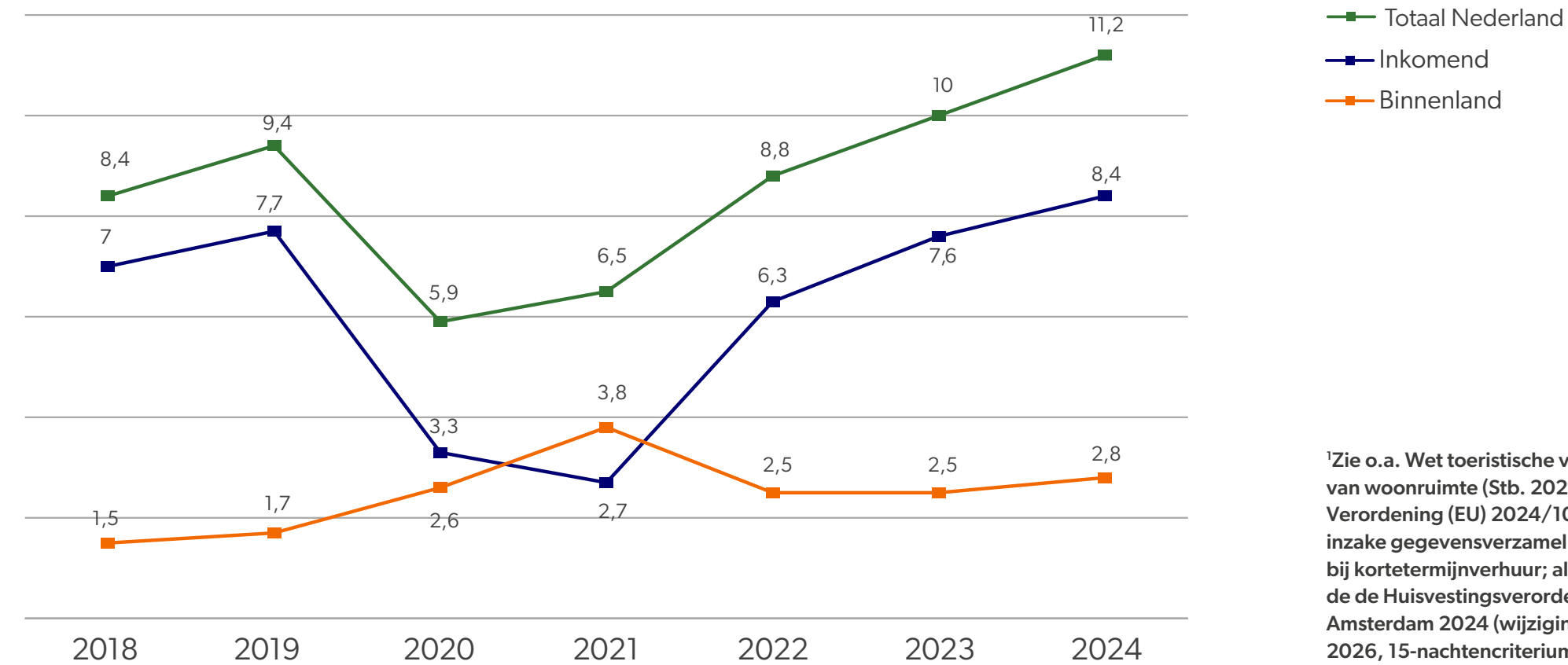
Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties <sup>7</sup>

Naast de cijfers over reguliere accommodaties zijn er ook cijfers over particulier verhuurde accommodaties via online platforms zoals Airbnb, Expedia en Booking.com bekend. In 2024 waren er 12% meer overnachtingen in particuliere verhuurde accommodaties dan een jaar eerder. Dat is een relatief grotere stijging dan de overnachtingen in reguliere accommodaties in dezelfde periode. De absolute aantallen overnachtingen verschillen echter substantieel. Zo telden de particuliere accommodaties 2,8 miljoen binnenlandse overnachtingen, terwijl reguliere accommodaties 83,8 miljoen overnachtingen telden. Het is interessant om de ontwikkeling van dit type accommodatie te monitoren, gezien de aangescherpte regels<sup>1</sup> over particuliere verhuur op verschillende bestuursniveaus, met lokale variatie.

💡

**De binnenlandse markt kiest vooral voor reguliere accommodaties, zoals hotels, vakantieparken en campings.**

**Figuur 3: Ontwikkeling aantal overnachtingen in particulier verhuurde accommodaties via online platformen (x 1 mln.)**



Bron: Eurostat, accommodation offered via collaborative economy platforms <sup>7</sup>

<sup>1</sup>Zie o.a. Wet toeristische verhuur van woonruimte (Stb. 2020, 460); Verordening (EU) 2024/1028 inzake gegevensverzameling bij kortetermijnverhuur; alsmede de Huisvestingsverordening Amsterdam 2024 (wijziging 2026, 15-nachtencriterium), Huisvestingsverordening Den Haag 2023 (gewijzigd 2025), en vergelijkbare bepalingen in de huisvestingsverordeningen van Utrecht en Rotterdam (actuele versies 2024–2025).



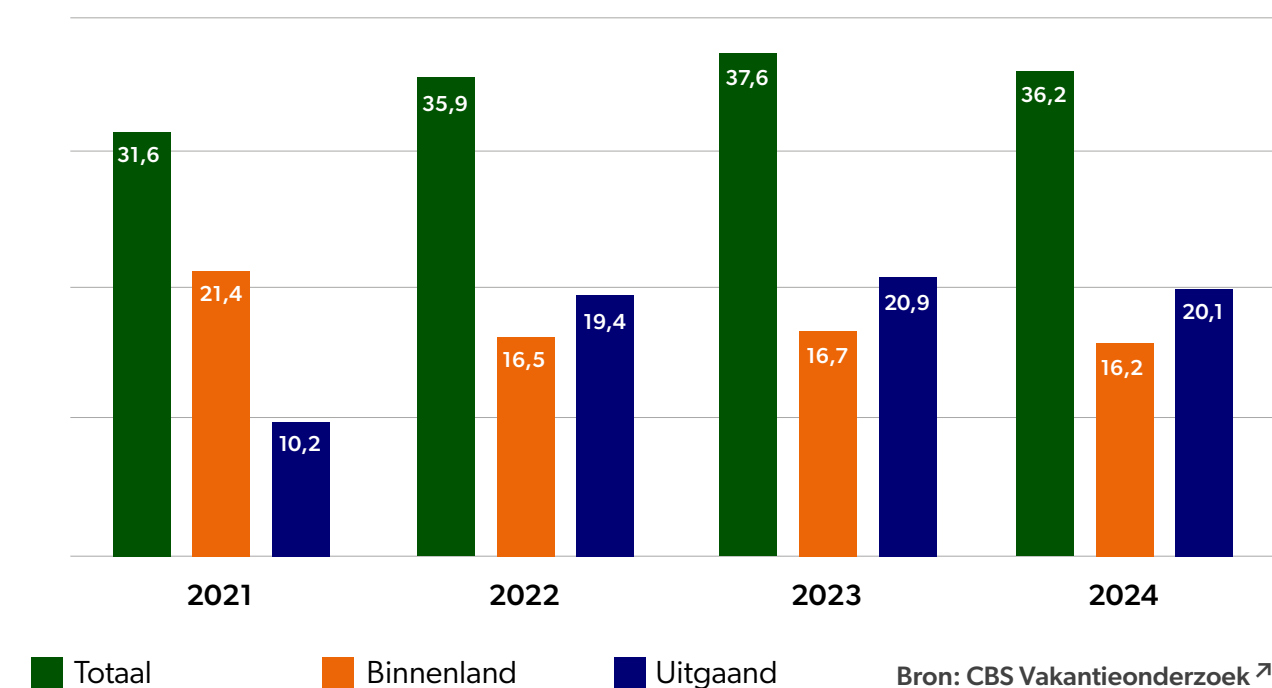
Foto: Veerle Sloof

### Nederlanders op vakantie

In 2024 is het aantal ondernomen vakanties voor het eerst (licht) gedaald sinds de coronapandemie. Gezamenlijk ondernamen alle Nederlanders 36,2 miljoen vakanties in 2024, waarvan 16,2 miljoen in het binnenland (45%) en 20,1 miljoen in het buitenland (55%). Dit zijn afnames van respectievelijk 3% en 4% ten opzichte van 2023. Deze cijfers komen uit het CBS VakantieOnderzoek (CVO) <sup>7</sup> (zie figuur 4).

Nederland is veruit het populairste vakantieoord onder de eigen inwoners. Na Nederland waren Duitsland (3,1 miljoen vakanties), Frankrijk (2,8 miljoen vakanties), Spanje (2,2 miljoen vakanties) en België (2 miljoen vakanties) de meest bezochte vakantiebestemmingen in 2024. Binnenlandse vakantiebestemmingen die het meest in trek zijn, zijn respectievelijk de Veluwe en Veluweoord, de Noordzeebadplaatsen en West- en Midden-Brabant.

**Figuur 4: Ontwikkeling aantal door Nederlanders ondernomen vakanties (x 1 mln.)**



**Het aantal door Nederlanders ondernomen vakanties is voor het eerst sinds de coronapandemie (licht) gedaald.**

**Tabel 1: Uitgaven per persoon per nacht uitgesplitst naar bestedingscategorie**

	Binnenland	Uitgaand	Totaal
Vervoer	€7 (10%)	€27 (27%)	€22 (24%)
Lokaal vervoer	€2 (3%)	€6 (5%)	€5 (5%)
Accommodatie	€32 (49%)	€40 (39%)	€38 (41%)
Horeca	€14 (21%)	€16 (15%)	€15 (16%)
Uitstapjes en excursies	€3 (4%)	€6 (6%)	€5 (6%)
Souvenirs, winkels, boodschappen	€6 (10%)	€6 (6%)	€6 (7%)
Overig	€2 (3%)	€2 (2%)	€2 (2%)
<b>Totaal</b>	<b>€66</b>	<b>€103</b>	<b>€93</b>
Zonder vervoer	€57	€70	€67

Bron: CBS VakantieOnderzoek (CVO) + eigen berekening <sup>7</sup>

Ook de vakantie duur is licht afgenomen. Een vakantie in eigen land duurt gemiddeld 4,1 nachten. Voor een vakantie buiten de landsgrenzen trekken we gemiddeld 9,4 nachten uit. Dat is beiden 0,4 nachten korter dan een jaar eerder.

79% van de Nederlanders heeft minimaal één vakantie ondernomen in 2024, dat is 2 procentpunten minder dan een jaar eerder (81%). De binnenlandse vakantieparticipatie daalde ook licht ten opzichte van 2023, van 54% naar 52%. Ongeveer 65% van de Nederlanders ondernam een vakantie naar het buitenland/uitgaand.

Gemiddeld gezien gaan Nederlanders 3,1 keer per jaar op vakantie (in binnen- en buitenland). Nederlanders die in eigen land op vakantie gaan doen dit gemiddeld 2,1 keer per jaar. Nederlanders die naar het buitenland op vakantie gaan doen dit ook gemiddeld 2,1 keer per jaar.

Per persoon is de gemiddelde besteding 655 euro per vakantie (binnenland + uitgaand, in 2024), dat is een stijging van 8% ten opzichte van 2023 (niet gecorrigeerd voor inflatie). Voor de buitenlandse/uitgaande vakantie is dit 967 euro, en voor een binnenlandse vakantie is dit gemiddeld 268 euro. Per persoon per nacht zijn de gemiddelde uitgaven voor een binnenlandse vakantie 66 euro, dat is 8 euro meer dan een jaar eerder. Voor een vakantie naar het buitenland/uitgaand is dit gemiddeld per persoon per nacht 103 euro, dat is 13 euro meer dan een jaar eerder.



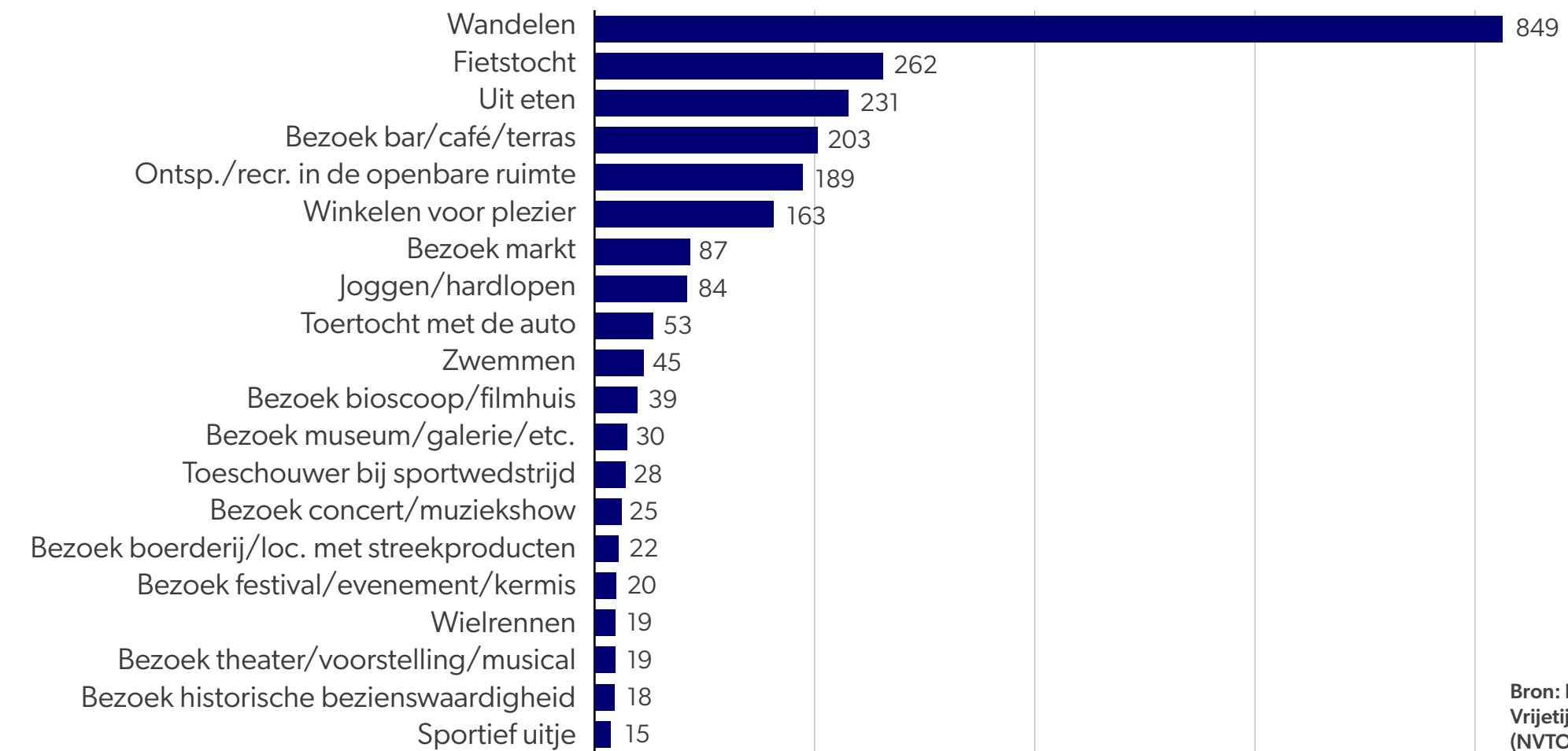
### Wie gaan er op vakantie in eigen land?

Vakanties in eigen land werden in 2024 voornamelijk ondernomen door Nederlanders die samen met hun partner reizen (33%). Daarna zijn binnenlandse vakanties het meest populair onder volwassenen die met minderjarige kinderen op vakantie gaan (30%). De meeste vakanties in eigen land werden ondernomen door de leeftijdsgroepen 25-34 jaar, 45-54 jaar en 65-74 jaar (allemaal 18%). In 2024 was het vakantiehuis of stacaravan de meest populaire logiesvorm (39%). Op de tweede plek stond een verblijf in een hotel, pension of B&B (32%). De meest gebruikte manier van boeken is, net als in 2023, via de accommodatieverschaffer zelf (52%).

### Welke vrijetijdsactiviteiten ondernemen Nederlanders?

Naast verblijfsvakanties in eigen land ondernemen Nederlanders ook veel dagbezoek, oftewel 'een dagje uit'. Uit het Nederlands Vrijetijdsonderzoek (NVTO) blijkt dat Nederlanders jaarlijks maar liefst 2,5 miljard vrijetijdsactiviteiten ondernemen. Deze zijn goed voor 64,6 miljard euro aan bestedingen. De meest ondernomen vrijetijdsactiviteiten zijn wandelen, fietsen, uit eten gaan, een bezoek aan bar/café/terras, ontspannen en winkelen (zie figuur 5). Meestal ondernemen we deze vrijetijdsactiviteiten in onze directe omgeving. Ze zijn vaak kortdurend, maar worden wel frequent gedaan. 91% van de vrijetijdsactiviteiten ondernemen inwoners binnen hun eigen provincie. Voor specifieke activiteiten zoals wellness, cultuur of attractiebezoek verlaten mensen vaker hun provincie. Deze drie activiteiten duren bovendien langer en worden minder vaak ondernomen dan andere vrijetijdsbestedingen.

Figuur 5: Aantal door Nederlanders ondernomen vrijetijdsactiviteiten in 2022/2023 (x 1 mln.)



Bron: NBTC, Nederlands Vrijetijds-onderzoek (NVTO) 2022/2023 <sup>7</sup>

Het NVTO vindt eens per vier jaar plaats en wordt in 2026 opnieuw opgestart.

## 2. Ontwikkeling van de binnenlandse markt

In dit hoofdstuk gaan we in op de ontwikkelingen in het binnenlands verblijfstoerisme. Daarbij kijken we naar de voorlopige CBS cijfers over 2025, de NBTC Forecast 2026 en de Vakantie Sentiment Monitor 2026. Ook de prognose voor 2035 (Forecast 2035<sup>↗</sup>), waarbij we inzoomen op provinciaal niveau, is meegenomen.

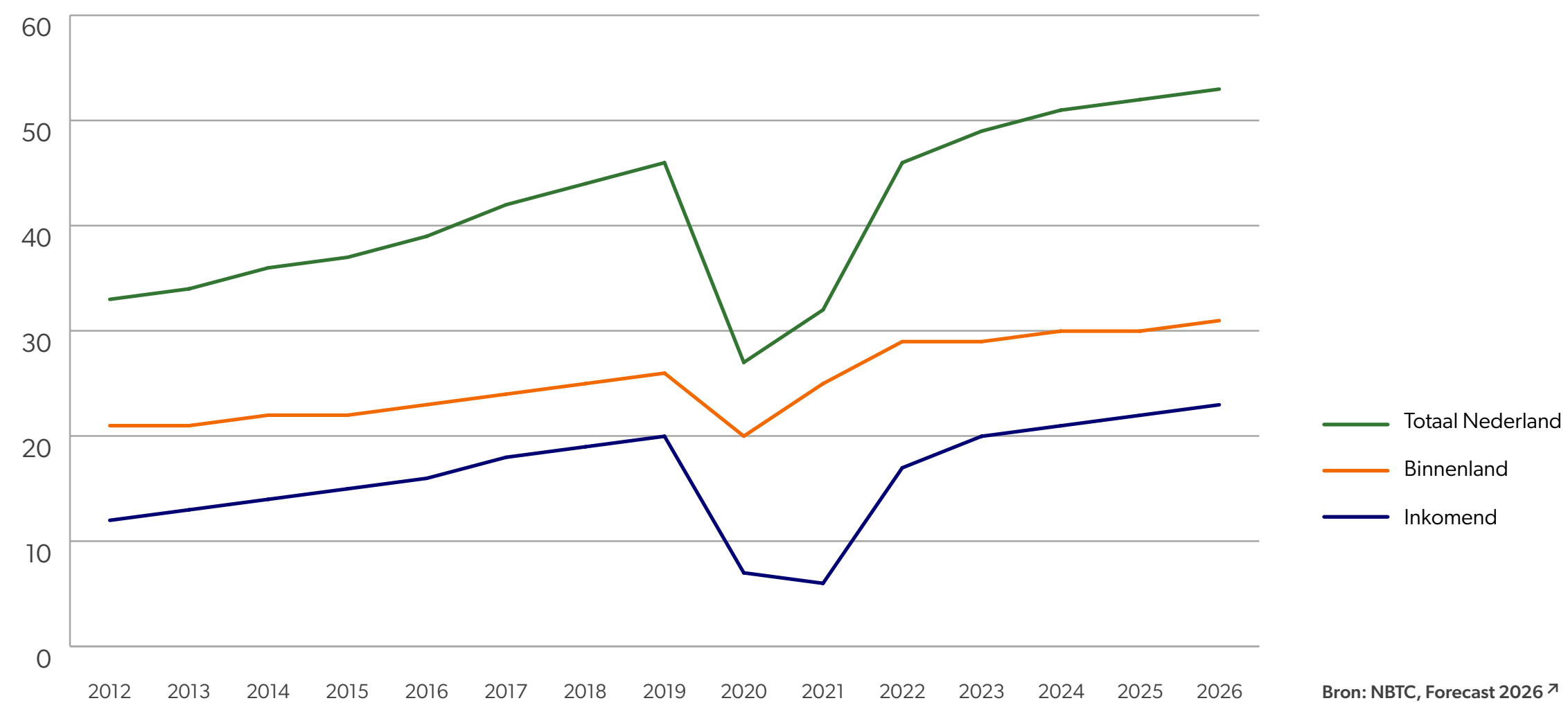


### Groei cijfers binnenlands bezoek

In tegenstelling tot de verwachting van een groei van 1%, laten de voorlopige cijfers van het CBS zien dat het aantal binnenlandse verblijfgasten in 2025 met 0,4% is gekrompen naar 29,9 miljoen gasten. Samen zorgen zij voor 83,2 miljoen overnachtingen. Inkomend verblijfsbezoek groeide daarentegen verder in 2025. Nederland ontving 5% meer buitenlandse verblijfgasten die samen zorgden voor 64,0 miljoen overnachtingen. Daarmee blijft de binnenlandse markt in 2025 vooralsnog groter dan de inkomende markt. De nieuwste editie (2026) van onze jaarlijkse forecast<sup>7</sup> stelt dat het aantal binnenlandse overnachtingen zal afnemen naar 83 miljoen overnachtingen.

Deze lichte daling in 2026 wordt veroorzaakt door verschillende factoren. Zo is onder andere de stijging van kosten een grote zorg onder binnenlandse reizigers. Nederland had tussen 2019 en 2025 al de hoogste inflatie (+27%) in West-Europa en het prijsverschil met accommodaties in buurlanden wordt groter door de btw-verhoging op logies. Dit kan in de toekomst leiden tot sterkere gedragseffecten, zoals meer bezuinigingen, waarbij gasten kiezen voor voordeligere accommodaties of de vakantiefrequentie en de duur inkorten. Tegelijkertijd zorgen stabiele reisintenties, een gunstiger economisch klimaat en een goede prijs-kwaliteitverhouding ervoor dat de totale verblijfsmarkt per saldo licht blijft groeien.

Figuur 6: Ontwikkeling aantal verblijfgasten in Nederland 2012-2026 (x 1 mln.)



### Vakantiedrag en voorkeuren binnenlands bezoek

Maar liefst 88% van de Nederlanders heeft de intentie om op vakantie te gaan in 2026. Dat is vergelijkbaar met een jaar geleden. Voor de eerstvolgende vakantie in 2026 kiest 23% van de Nederlandse vakantiegangers voor een bestemming in eigen land. De provincies Limburg en Gelderland worden daarbij het vaakst overwogen als bestemming. Meer dan de helft (53%) van de Nederlanders die in eigen land op vakantie gaan, kiest voor een vakantie van 4-7 nachten. Ongeveer een kwart (23%) kiest voor 1-3 nachten.

Nederlanders die van plan zijn om hun langste vakantie van 2026 in eigen land te spenderen, zijn meestal wat ouder. Ongeveer een kwart is 65 jaar of ouder.

Voor de eerstvolgende vakantie in eigen land is een bungalow(park) de meest populaire accommodatievorm (35%), hoewel dit ten opzichte van een jaar eerder minder wordt

Tabel 2: Prognose verblijfgasten per provincie 2024-2035 (x 1.000)

	2024	2030	2035	Toename absoluut '24-'35	Toename procentueel '24-'35
Groningen	614	596	606	-8	-1%
Friesland	1.658	1.722	1.753	95	6%
Drenthe	1.760	1.764	1.778	18	1%
Overijssel	2.241	2.767	2.862	621	28%
Flevoland	598	653	670	72	12%
Gelderland	4.115	4.318	4.413	298	7%
Utrecht	1.668	1.797	1.864	196	12%
Noord-Holland	5.572	6.014	6.208	636	11%
Zuid-Holland	3.627	3.923	4.047	420	12%
Zeeland	1.405	1.521	1.552	147	10%
Noord-Brabant	3.477	3.667	3.743	266	8%
Limburg	3.277	3.455	3.512	235	7%

Bron: NBTC, Forecast 2035 <sup>7</sup>



**De ontwikkeling van de binnenlandse markt maakt een lichte dip door, maar zal op lange termijn gestaag groeien naar 61 miljoen verblijfgasten in 2035.**

gekozen. Ook hotels/pensions (29%) en de camping (14%) zijn veel gekozen accommodatietypen voor een vakantie in eigen land.

Bron: NBTC, Vakantie Sentiment Monitor januari 2026 <sup>7</sup>

### Vooruitzicht binnenlands bezoek richting 2035

Zoals eerder is aangegeven, wordt voor de korte termijn een kleine daling in het aantal binnenlandse gasten en overnachtingen verwacht. Voor de lange termijn wordt gestage groei verwacht van gemiddeld 1% per jaar, oplopend tot een totaal van 33 miljoen binnenlandse verblijfgasten, zoals aangegeven in de Forecast 2035. Daarmee verwachten we dat de totale verblijfsmarkt in 2035 zal uitgroeien naar 61 miljoen verblijfgasten.



Foto: Daan Steijnen

### 3. De impact van de binnenlandse markt

In de vorige hoofdstukken hebben we gezien wat de omvang en samenstelling van de binnenlandse markt is en hoe deze zich naar verwachting zal ontwikkelen. In vergelijking met inkomend en uitgaand toerisme levert de binnenlandse markt Nederland een aantal opvallende voordelen op, zowel op economisch, ecologisch als sociaal-maatschappelijk vlak. Daar gaan we in dit hoofdstuk verder op in.

### Economische impact

De binnenlandse markt levert een grote economische bijdrage, zowel door het aantal bezoekers als door hun bestedingen. Dit maakt het een stabiele en betrouwbare pijler voor de economie. Het Centraal Bureau voor de Statistiek publiceert elk jaar de Satellietrekening Toerisme (SRT) <sup>7</sup> die inzicht geeft in de bestedingen, toegevoegde waarde<sup>2</sup> en werkgelegenheid die samenhangen met toerisme. Het gaat hierbij om bestedingen die direct terugvloeien naar de Nederlandse economie via uitgaven van toeristen aan reizen en verblijfskosten, horeca-consumpties, entreekaarten en soortgelijke uitgaven bij Nederlandse bedrijven. Zowel door binnenlands als buitenlands bezoek (inclusief boekingen via Nederlandse bedrijven), plus duurzame recreatiegoederen en sociale overdrachten.

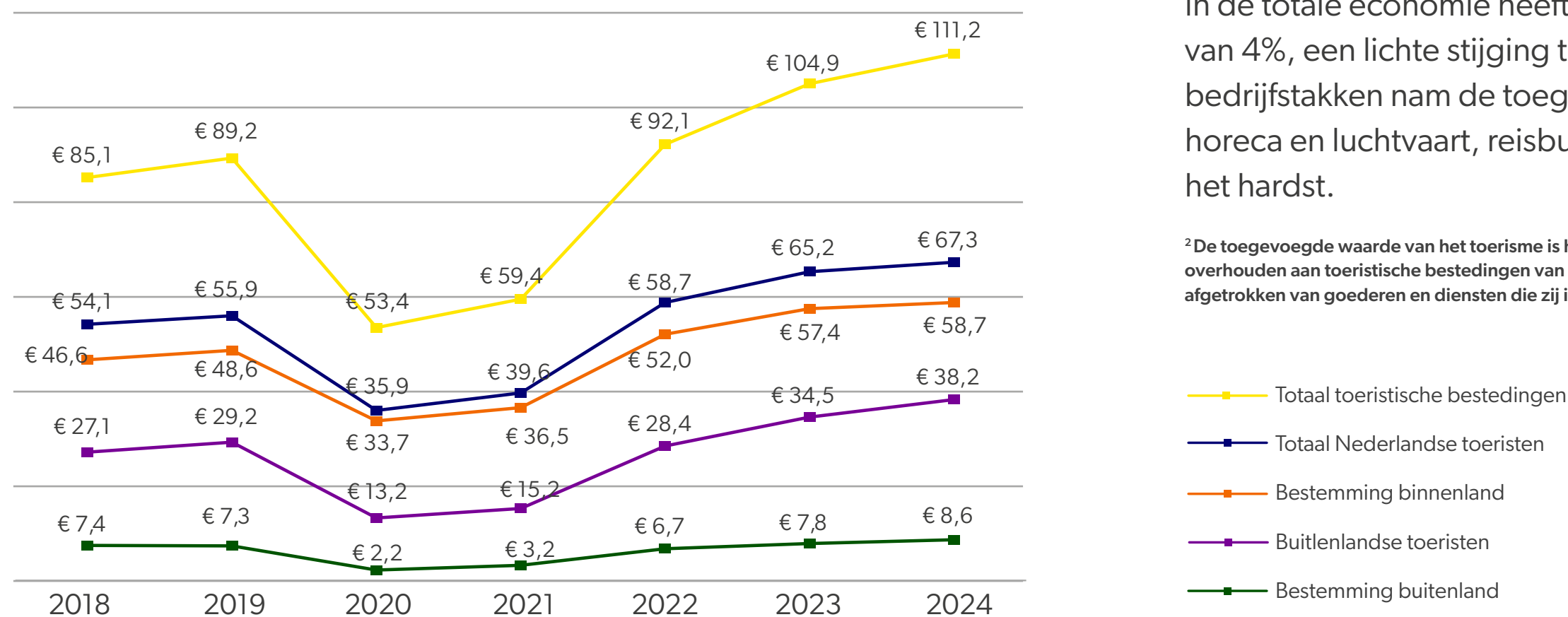
In 2024 werd er in totaal ruim 111 miljard euro besteed aan toerisme dat een positief effect had op de Nederlandse

economie, een groei van 6% ten opzichte van een jaar eerder. Van de totale bestedingen werd ruim 67 miljard euro (61%) uitgegeven door Nederlandse toeristen. Hiervan werd ongeveer 59 miljard euro (87%) besteed door Nederlandse toeristen met Nederland als bestemming. Dat is een toename van 21% sinds 2019. De overige 8,6 miljard euro (13%) werd besteed aan Nederlandse bedrijven voor reizen naar het buitenland (uitgaand). Toeristen uit het buitenland (inkomend) gaven samen zo'n 38,2 miljard euro uit in Nederland. Rekening houdend met prijsveranderingen, is dat ruim 5% meer dan in 2023, het eerste volledige jaar zonder coronamaatregelen. Dit is een groei van 31% ten opzichte van 2019. De overige 5,7 miljard euro werd besteed aan overige uitgaven, bijvoorbeeld aan caravans of kampeerspullen.

De toegevoegde waarde van de toeristische sector bereikte in 2024 weer het niveau van 2019, voor de coronapandemie. De sector is goed voor een totale toegevoegde waarde van 40 miljard euro, een stijging van 1,7% ten opzichte van een jaar eerder (voor prijsveranderingen gecorrigeerd). In de totale economie heeft de toeristische sector een aandeel van 4%, een lichte stijging ten opzichte van 2023. In alle bedrijfstakken nam de toegevoegde waarde toe, maar de horeca en luchtvaart, reisbureaus en reisbemiddeling stegen het hardst.

<sup>2</sup> De toegevoegde waarde van het toerisme is het deel van de omzet dat Nederlandse bedrijven overhouden aan toeristische bestedingen van Nederlanders en buitenlanders, nadat zij de kosten hebben afgetrokken van goederen en diensten die zij inkopen voor hun bedrijfsvoering.

Figuur 7: Ontwikkeling toeristische bestedingen in Nederland (x 1 mld.)



Bron: CBS, Tourism Satellite Account <sup>7</sup>



De binnenlandse markt levert de grootste bijdrage aan de economische waarde van toerisme in Nederland.

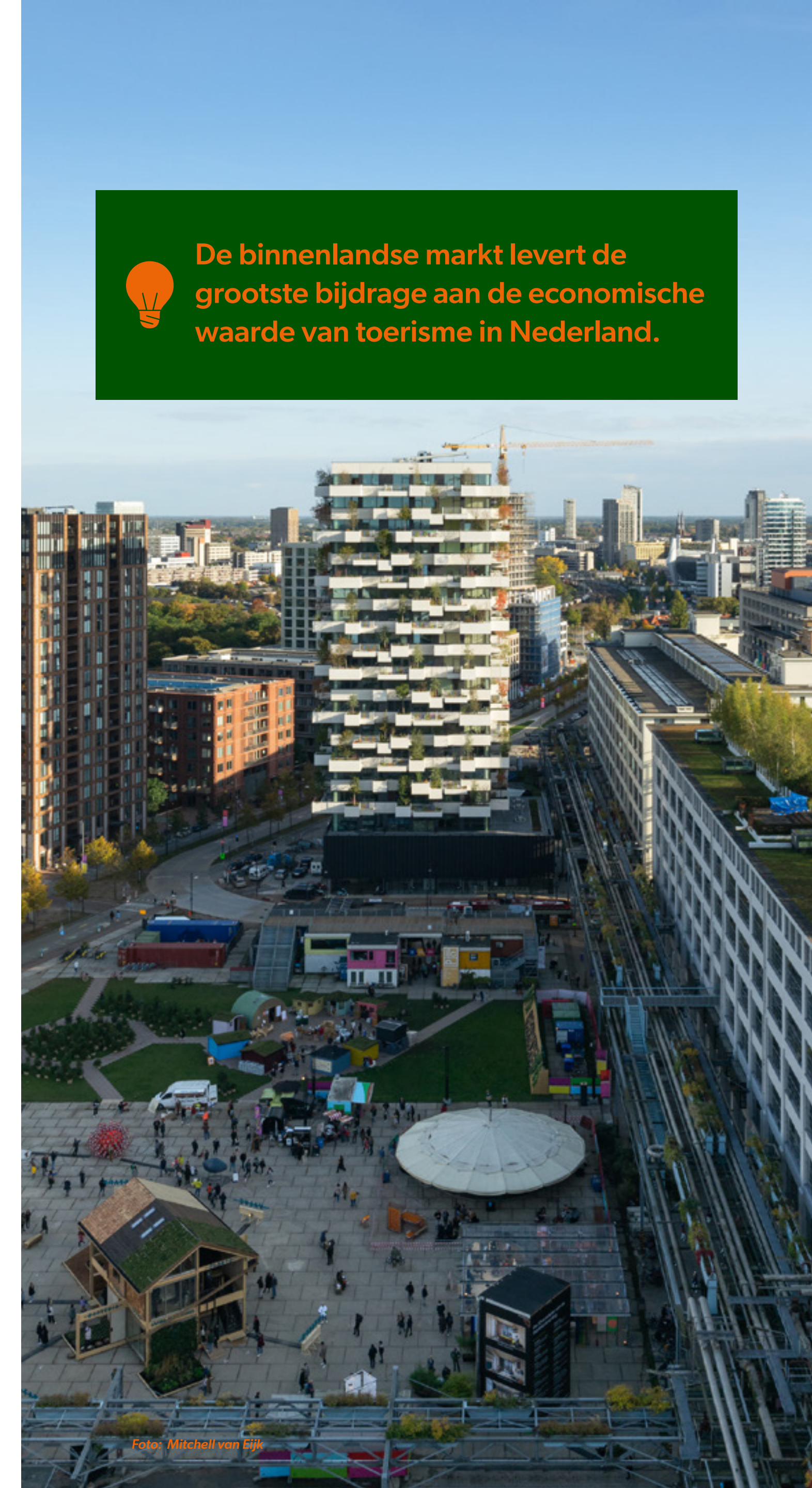


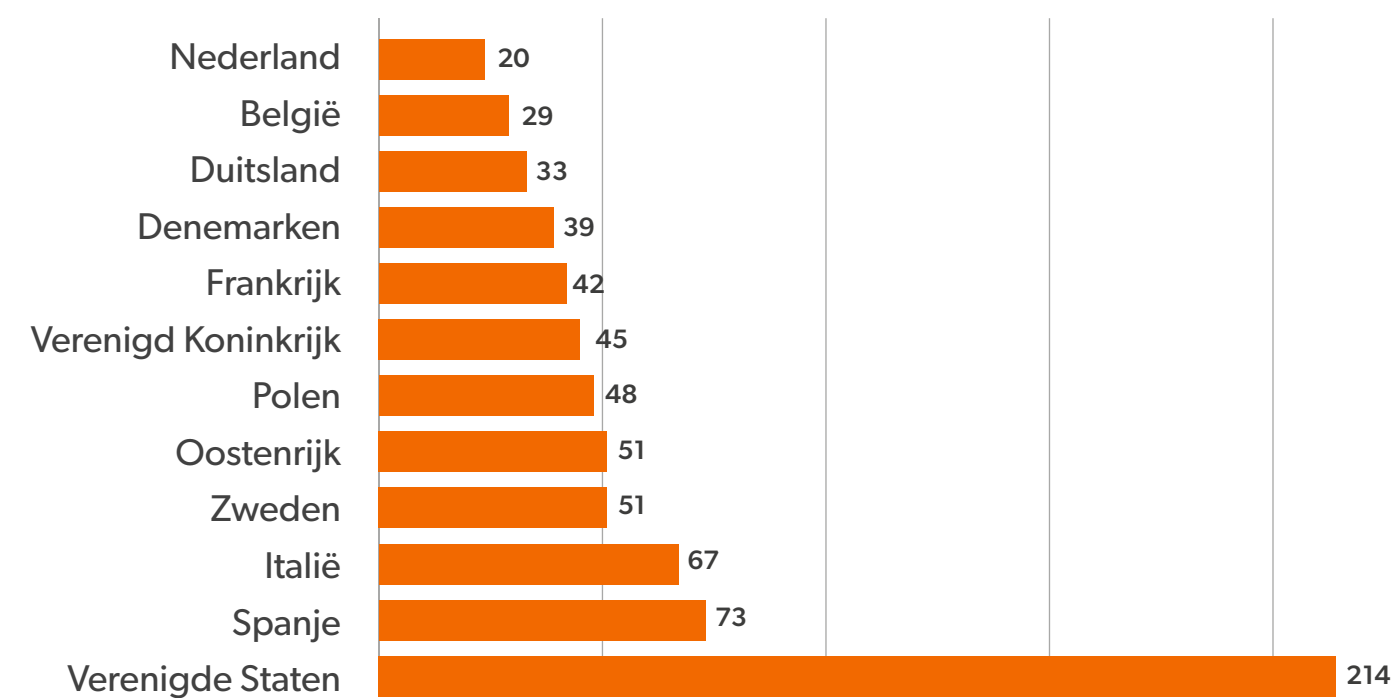
Foto: Mitchell van Eijk

## Ecologische impact

Wereldwijd is de toerismesector verantwoordelijk voor zo'n 8% van alle CO<sub>2</sub>-uitstoot (Sustainable Travel International <sup>7</sup>). De hoofdoorzaak daarvan is transport. Het vervoer van en naar de vakantiebestemming is globaal gezien bijna de helft (49%) van deze CO<sub>2</sub>-uitstoot. In Nederland ligt dit percentage nog hoger. In 2022 vertegenwoordigde transport 57% van de totale CO<sub>2</sub>-uitstoot van inkomend bezoek. Hiervan werd maar liefst 71% veroorzaakt door (langeafstands)vluchten, gemaakt door slechts 28% van de bezoekers (De CO<sub>2</sub>-impact van internationaal bezoek aan Nederland <sup>7</sup>).

Transportkeuze en afstand tot de bestemming hebben dus een aanzienlijke impact op de CO<sub>2</sub>-uitstoot van een bezoeker. We kunnen stellen dat een binnenlandse vakantie per definitie een lagere CO<sub>2</sub>-voetafdruk heeft dan een vakantie van een inkomende bezoeker, ongeacht het land van herkomst. Ter illustratie, een toerist uit de VS stoot gemiddeld zo'n 214 kg CO<sub>2</sub> uit per dag bij een bezoek aan Nederland en een Belgische toerist slechts 29 kg CO<sub>2</sub>. Een Nederlander stoot gemiddeld zo'n 20 kg CO<sub>2</sub> uit per dag tijdens een binnenlandse vakantie (zie figuur 8).

**Figuur 8: Gemiddelde CO<sub>2</sub> voetafdruk per persoon per dag naar herkomstland (in kg CO<sub>2</sub>)**

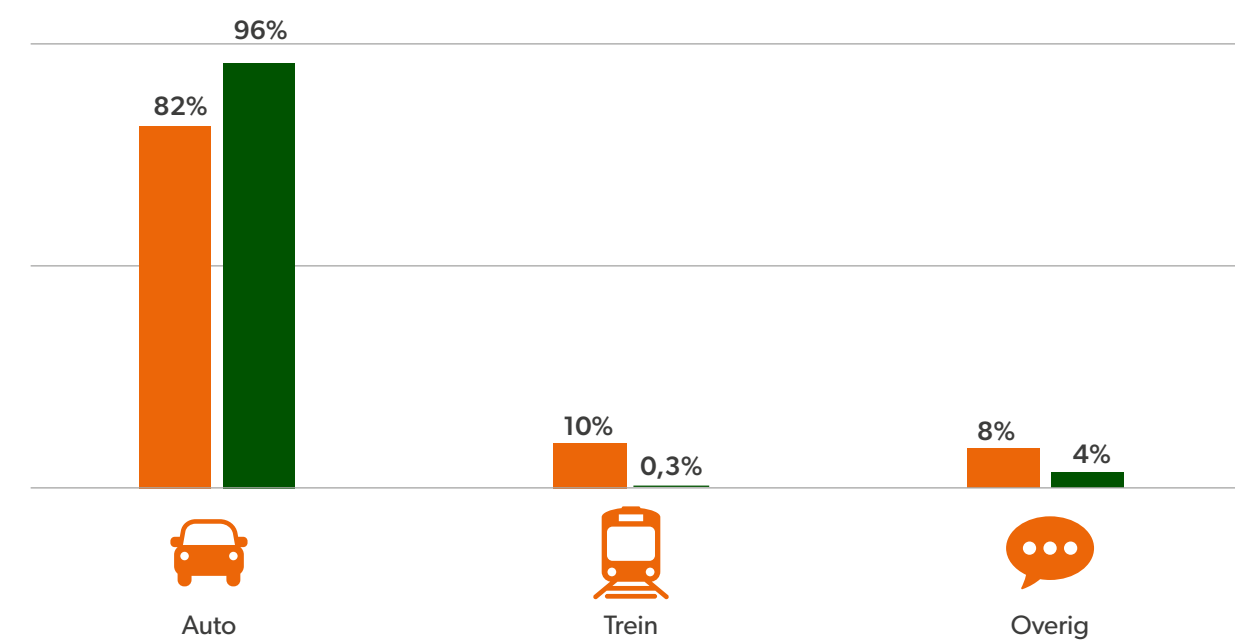


Bron: Centre for Sustainability, Tourism and Transport (CSTT) via Impactmonitor Toerisme <sup>7</sup>

Binnenlandse vakanties zorgden in 2023 voor een totale uitstoot van 1,86 Mton CO<sub>2</sub>. Daarvan is 43% te wijten aan vervoer naar activiteiten, 35% aan accommodaties en 21% aan vervoer naar bestemming.

Van alle binnenlandse vakanties wordt 82% met de auto ondernomen, dat zorgt voor 96% van de uitstoot uit transport naar een bestemming. De trein is overduidelijk een duurzamere vervoerskeuze. Zo'n 10% van de binnenlandse vakanties werd met de trein ondernomen en zorgde slechts voor 0,3% van de CO<sub>2</sub>-uitstoot uit vervoer naar bestemming.

**Figuur 9: Gebruikt vervoerstype heen- en terugreis versus aandeel CO<sub>2</sub>-uitstoot**

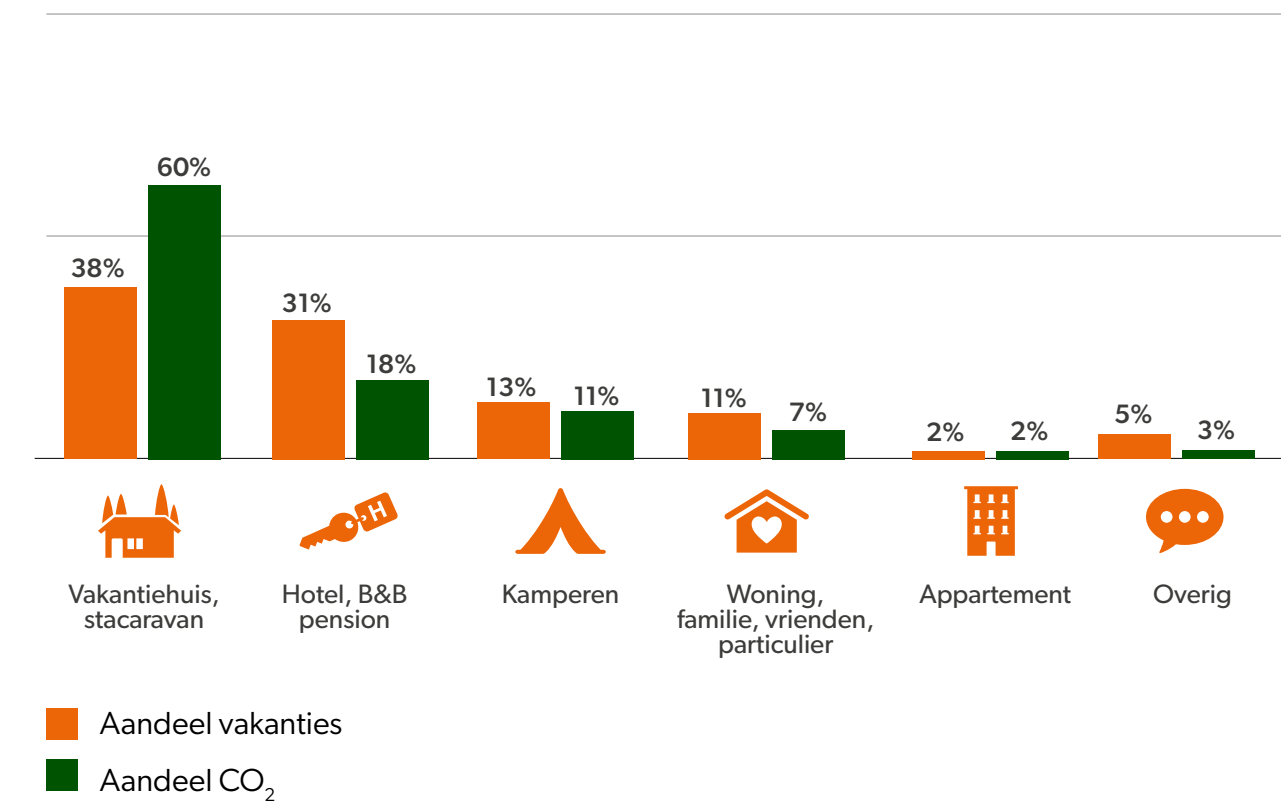


■ Aandeel vakanties  
■ Aandeel CO<sub>2</sub>

Bron: Centre for Sustainability, Tourism and Transport (CSTT) via Impactmonitor Toerisme <sup>7</sup>

Binnen accommodatietypen is de verdeling iets genuanceerder. Het vakantiehuis of stacaravan, goed voor 38% van de vakanties, zorgt voor maar liefst 60% van de CO<sub>2</sub>-uitstoot uit accommodaties. Dat is een groot aandeel CO<sub>2</sub>-uitstoot in vergelijking met een hotel, pension of b&b, goed voor 31% van de vakanties, maar met een aandeel in de uitstoot van 'slechts' 18%.

**Figuur 10: Aandeel CO<sub>2</sub>-uitstoot en vakanties naar accommodatietype**



Bron: Centre for Sustainability, Tourism and Transport (CSTT) via Impactmonitor Toerisme <sup>7</sup>

Hoewel Nederlanders op vakantie in eigen land dus duurzame bezoekers zijn vergeleken met buitenlandse gasten, zijn er volop kansen om de uitstoot van binnenlandse vakanties verder te beperken.

Het vervoer van en naar activiteiten vormt het grootste aandeel van de uitstoot bij binnenlandse vakanties. Door duurzamere vervoerskeuzes te maken, zoals het openbaar vervoer of duurzaam individueel vervoer (elektrische auto/fiets), kan deze uitstoot worden verkleind.

Ook het verduurzamen van accommodaties, met name vakantiehuisen en hotels, zal een groot effect hebben op de uitstoot. Isolatie, duurzame energie, slimme aanpassingen en het inkoopbeleid van hotels zijn daarop van grote invloed.

### **Klimaatadaptatie: toekomstbestendig toerisme**

De CO<sub>2</sub>-uitstoot van toerisme draagt bij aan klimaatverandering. Deze verandering brengt aan de ene kant nieuwe kansen met zich mee, zoals meer stranddagen, een langer toeristisch seizoen en nieuwe doelgroepen die Nederland opzoeken door het mildere klimaat. Aan de andere kant leidt het tot toenemende klimaatrisico's zoals hitte, wateroverlast en langdurige droogte. Deze ontwikkelingen hebben directe gevolgen voor de gastvrijheidssector. Bijvoorbeeld verminderde verblijfskwaliteit, schade aan infrastructuur en hogere operationele risico's. Naast het beperken van de uitstoot is het daarom noodzakelijk dat de sector zich aanpast aan de gevolgen van klimaatverandering en de daarmee gepaarde extremere weersomstandigheden. Klimaatadaptatie richt zich op het vergroten van de weerbaarheid van bestemmingen en organisaties. Bijvoorbeeld door vergroening tegen hittestress, beter waterbeheer en het klimaatbestendig inrichten van gebouwen en terreinen. Uit de publicatie Samen toekomstbestendig: Klimaatadaptatie in de gastvrijheidssector <sup>7</sup> blijkt dat er al veel maatregelen worden genomen in de sector, maar meestal is dit reactief, na schade of overlast. Om de sector toekomstbestendig te houden is een verschuiving nodig naar een proactieve benadering waarbij vooruit wordt gekeken naar toekomstige risico's en hoe we daarop in kunnen spelen. Klimaatadaptatie vraagt om maatregelen die rekening houden met regionale omstandigheden. Samenwerking tussen kennisinstellingen, ondernemers, overheden en andere gebiedspartners is daarbij essentieel. Dit betekent dat klimaatadaptatie geen losstaand duurzaamheids-thema is, maar een randvoorwaarde voor de verdere ontwikkeling van bestemmingen. Zonder tijdige aanpassingen nemen risico's voor kwaliteit, bereikbaarheid en investeringszekerheid toe. Door adaptatie expliciet mee te nemen in beleidskeuzes en gebiedsontwikkeling kan de binnenlandse markt zich robuust ontwikkelen in een veranderend klimaat.



**Binnenlands bezoek is duurzamer dan inkomend bezoek. Aandacht voor vervoerskeuzes en verduurzamen van accommodaties kan de CO<sub>2</sub>-uitstoot op de binnenlandse markt zelfs nog verder beperken.**

### **Sociaal-maatschappelijke impact**

Het stimuleren van binnenlands toerisme draagt bij aan het welzijn van inwoners en aan de brede ontwikkeling van de samenleving. Het biedt ontspanning, recreatie en versterkt de sociale cohesie. En tegelijkertijd heeft het invloed op de kwaliteit van het leven van inwoners. Bijvoorbeeld door het scheppen van werkgelegenheid. In 2024 waren er 722.000 personen werkzaam in de gastvrijheidssector, waaronder 106.000 zelfstandigen (Arbeidsmarktmonitor Gastvrijheidssector <sup>7</sup>). Andere indicatoren die inzicht geven in de sociaal-maatschappelijke impact zijn toeristische druk, ontwikkeling van voorzieningen en brede welvaart<sup>3</sup>. Het CBS onderzoekt in de Regionale Monitor Brede Welvaart <sup>7</sup> aan de hand van 42 indicatoren de staat en ontwikkeling van de regionale samenleving.

<sup>3</sup>Brede welvaart wordt door het CBS gedefinieerd als 'kwaliteit van leven in het hier en nu en de mate waarin deze ten koste gaat van die van latere generaties of van die van mensen elders in de wereld' (CBS, 2025).

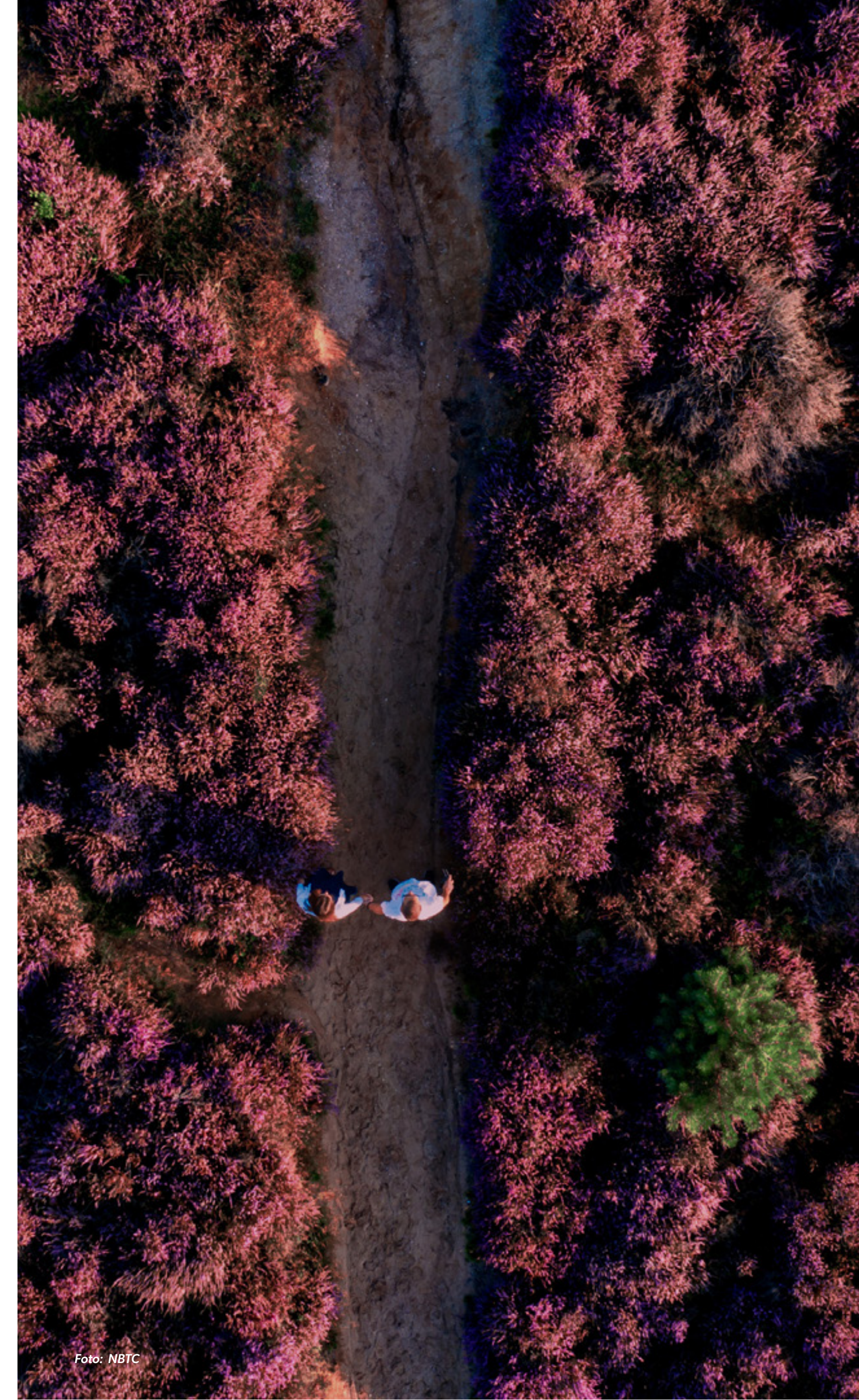


Foto: NBTC

## 4. De binnenlandse markt in balans

In dit hoofdstuk brengen we toeristische druk in beeld. Het meten van toeristische druk geeft inzicht in de hoeveelheid bezoekers op een specifieke locatie op een bepaald moment. We kijken naar toeristische intensiteit: het aantal bezoekers in verhouding tot het aantal inwoners, en naar de seasonality rate, die inzicht geeft in de mate van seizoensafhankelijkheid van bestemmingen.

### Toeristische druk

De beleving van drukte verschilt per persoon: wat de één als gezellig en levendig ervaart, kan voor een ander te druk zijn. Tegelijkertijd is toeristische druk wel objectief meetbaar. We meten druk in ruimte en in tijd.

Hieronder kijken we eerst naar de intensiteit en dichtheid van bezoek, vervolgens naar spreiding in tijd en in ruimte op landelijk niveau. Omdat er binnen Nederland grote verschillen zijn per gebied zoomen we in op provinciaal niveau.

### Dichtheid en intensiteit

De toeristische dichtheid laat zien hoeveel overnachtingen er zijn in verhouding tot de beschikbare oppervlakte in een gebied. Hoe hoger het getal, hoe meer verblijfsbezoekers per vierkante kilometer er in dat gebied zijn.

De toeristische intensiteit geeft de relatie weer tussen het aantal overnachtingen van bezoekers in verhouding tot het aantal inwoners in een gebied. Hoe hoger het getal, hoe groter het aandeel verblijfsbezoekers is van de mensen in een gebied.

De toeristische dichtheid geeft het aantal overnachtingen per dag per km<sup>2</sup> weer.

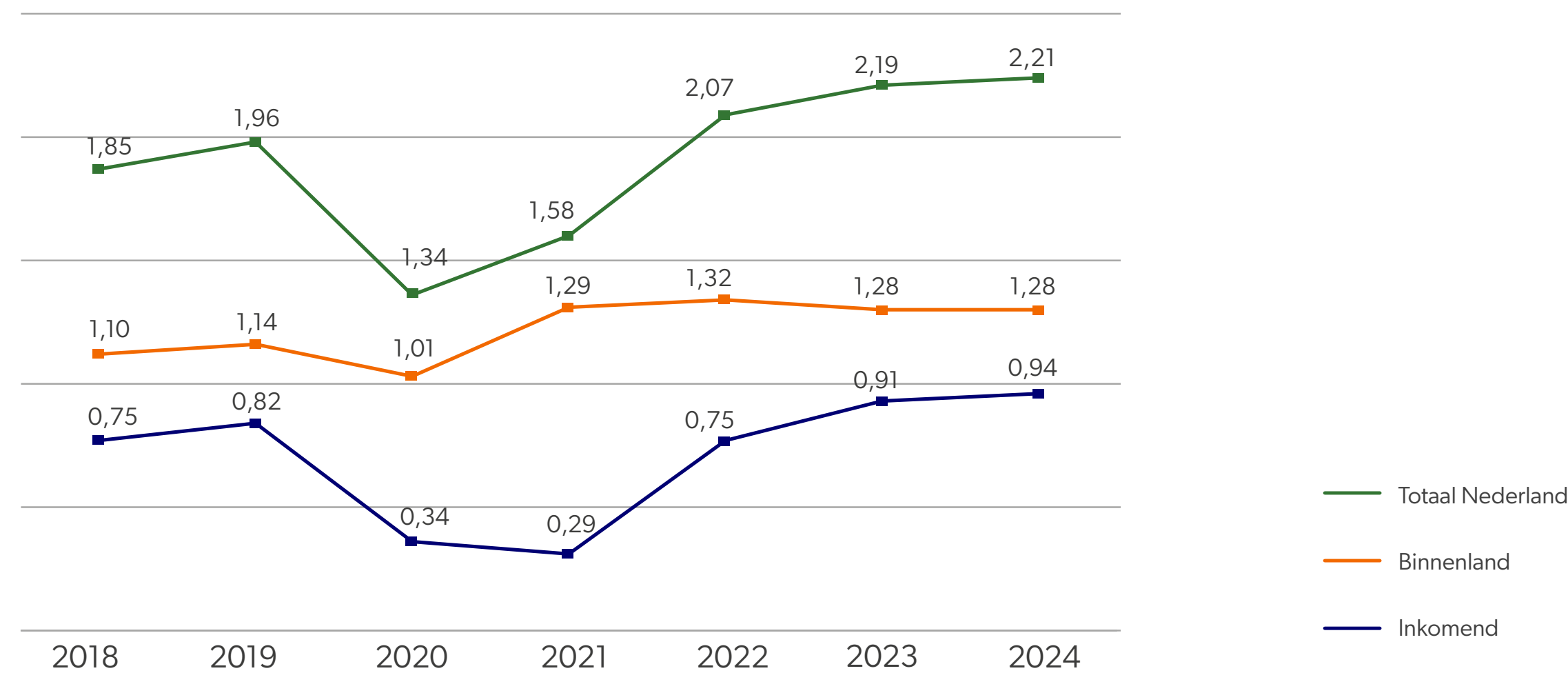
Dichtheid = (aantal overnachtingen / 365) / oppervlakte

Doordat de binnenlandse markt zo groot is, zorgt dit op bepaalde momenten voor toeristische druk. Zowel de toeristische intensiteit als de dichtheid in Nederland neemt al jaren toe, al lijkt de toename in 2024 wel te stagneren. Zowel de toeristische intensiteit als de dichtheid van de binnenlandse markt is hoger dan die van de inkomende markt.

De intensiteit geeft het aantal overnachtingen per dag (per 100) inwoners aan.

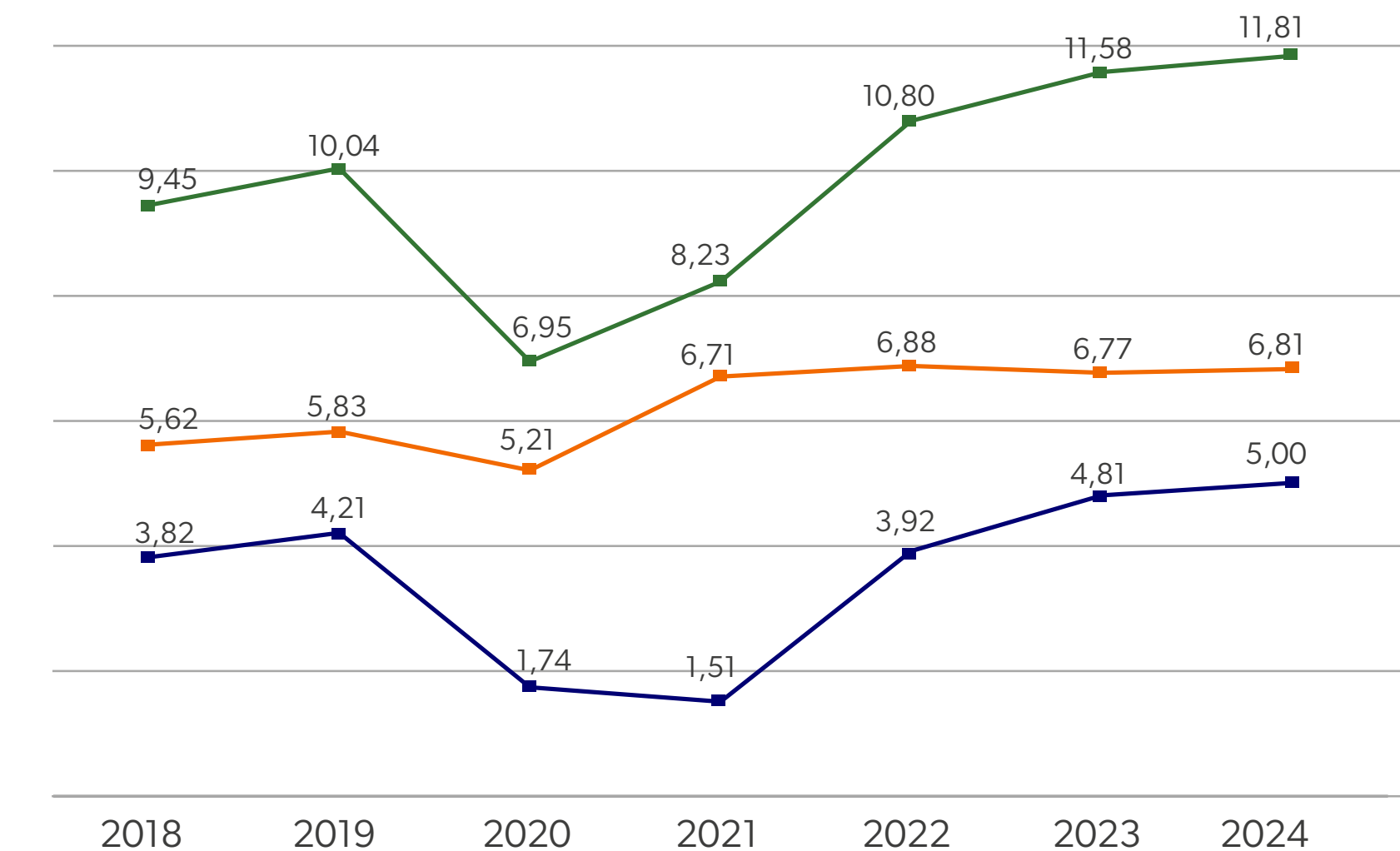
Intensiteit = (aantal overnachtingen / (aantal inwoners \* 365)) \* 100

Figuur 11: Ontwikkeling toeristische intensiteit in Nederland



Bron: NBTC, Impactmonitor Toerisme (obv CBS, Statistiek Logiesaccommodaties en Bevolkingsstatistiek) <sup>7</sup>

Figuur 12: Ontwikkeling toeristische dichtheid in Nederland



Bron: NBTC, Impactmonitor Toerisme (obv CBS Statistiek Logiesaccommodaties en Bodemgebruik) CBS, Statistiek Logiesaccommodaties en Bevolkingsstatistiek) <sup>7</sup>

## Spreiding in ruimte

De ruimtelijke spreidingsindex meet hoe gelijkmatig bezoekers over het land zijn verdeeld (zie figuur 13). Een lager cijfer betekent een betere spreiding. Uit deze indicator blijkt dat binnenlandse overnachtingen relatief goed over het land verspreid zijn, terwijl buitenlandse bezoekers zich nog groten-deels concentreren op bepaalde gebieden. Binnenlandse toeristen verspreiden zich beter over de provincies en grote steden. Hoewel we zien dat, óók bij binnenlands bezoek, Amsterdam nog steeds een stuk meer bezoekers trekt dan de andere drie grote steden.

Vrijtijdsactiviteiten daarentegen zijn minder goed verspreid en vinden vooral plaats in de directe omgeving van de bezoeker, vaak op specifieke momenten en in de publieke ruimte. Bijvoorbeeld: veel mensen gaan wandelen in het weekend bij mooi weer. Een opvallende ontwikkeling is dat overnachtingen in de particuliere verhuur zich steeds beter over Nederland verspreiden. Waar deze logiesvorm voorheen vooral populair was in de grote steden, zorgen gemeentelijke restricties en de groeiende bekendheid en populariteit ervoor dat dit type verblijf nu veel breder in het land voorkomt.

## Spreiding in tijd

Naast de ruimtelijke spreiding over Nederland, is ook de spreiding in tijd van belang voor de toeristische druk op een gebied. Daar is ook een indicator voor: de seizoensafhankelijkheid. Hoe hoger het getal, hoe minder gelijkmatig het bezoek verspreid is over het jaar. In de coronapandemie is de seizoensafhankelijkheid (tijdelijk) flink toegenomen. Nu herstelt het zich weer naar minder sterke seizoenspatronen. De binnenlandse markt spreidt zich iets beter in tijd dan de inkomende markt.

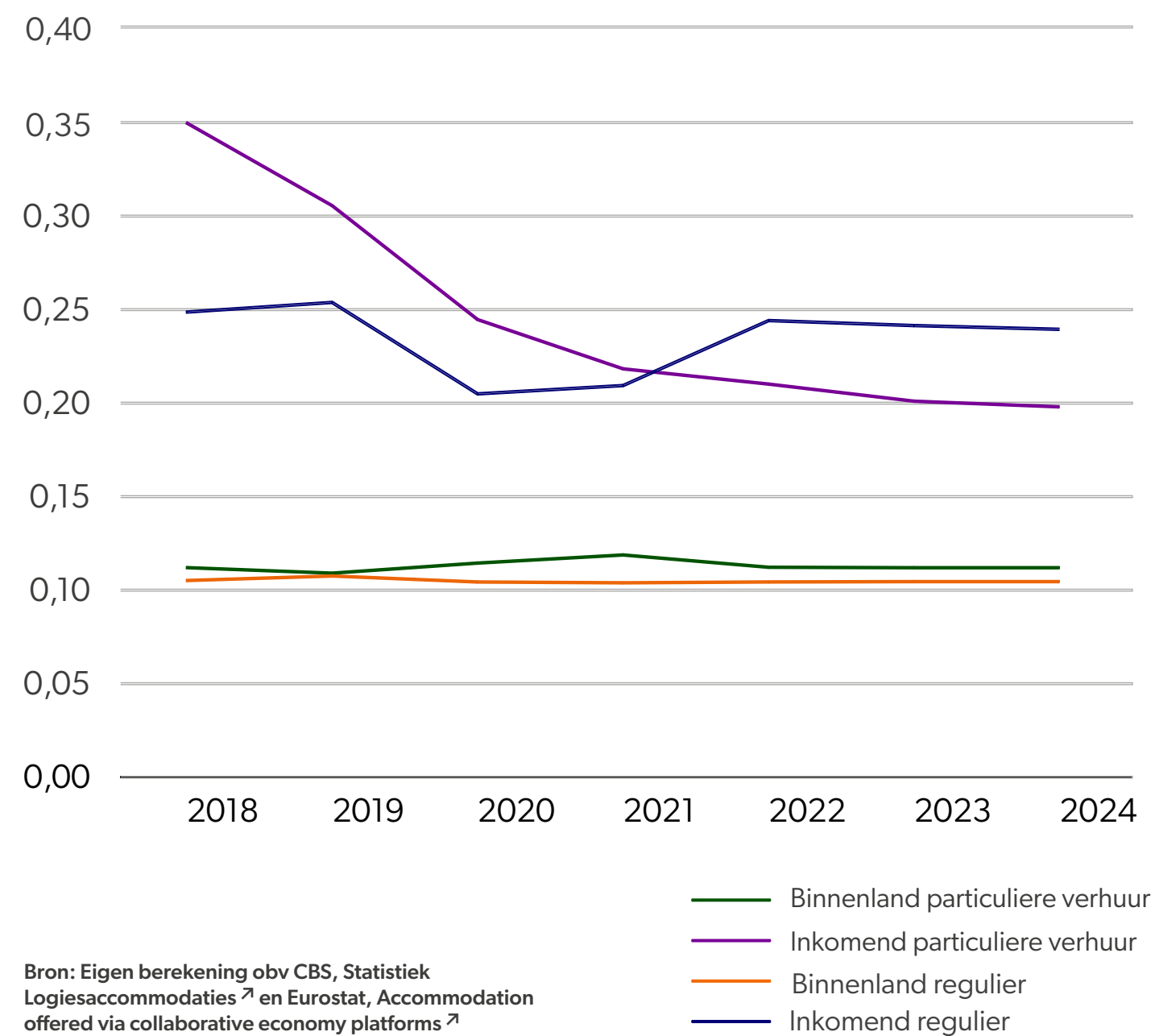
De Ruimtelijke Spreidingsindex wordt gebruikt om de mate van concentratie in een markt te duiden. De index varieert van 0 tot 1.

<0,15 Niet geconcentreerde markt (bezoekers zijn goed verspreid over het land).

0,15 – 0,25 Matig geconcentreerde markt (bezoekers zijn redelijk verspreid over het land, maar er is enige mate van concentratie op bepaalde bestemmingen).

>0,25 Geconcentreerde markt (bezoekers bevinden zich vooral in één gebied en zijn niet goed verspreid over het land).

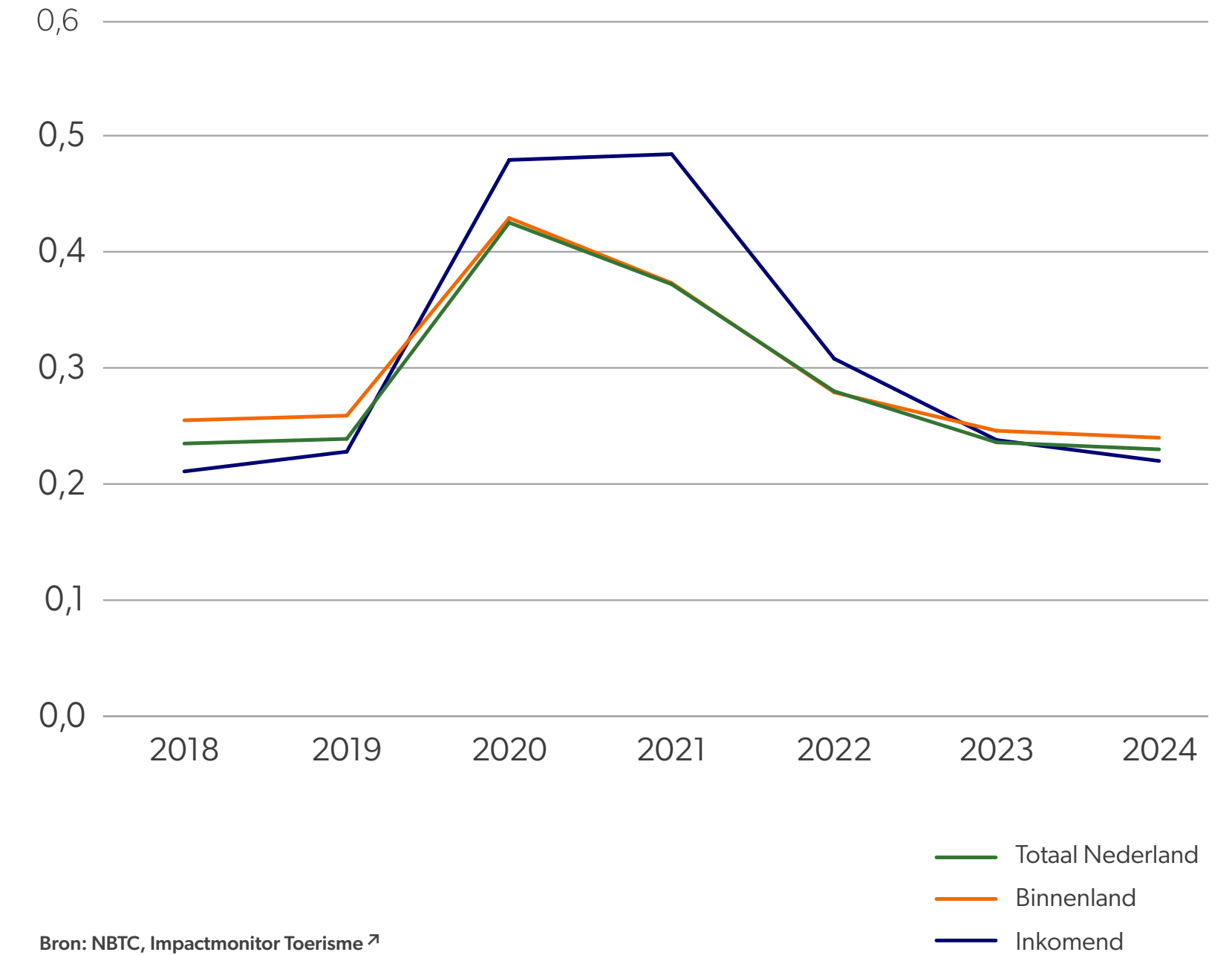
**Figuur 13: Ontwikkeling Ruimtelijke Spreidingsindex (Hirfendahl Hirschmann Index) in reguliere en particulier verhuurde accommodaties**



Om de afhankelijkheid van seizoenen te duiden wordt er gebruik gemaakt van de Gini-coëfficiënt 'seasonality'.

De Gini-coëfficiënt varieert tussen de 0 en 1, waarbij 0 aangeeft dat er sprake is van weinig seizoenspatronen (gelijke verdeling van overnachtingen over de 12 maanden) en 1 dat er sprake is van sterke seizoenspatronen (alle overnachtingen vinden plaats in één maand).

**Figuur 14: Ontwikkeling van de seizoensafhankelijkheid (overnachtingen) in Nederland**



Na Frankrijk is Nederland het meest seizoensafhankelijk. Meer dan Duitsland en België (zie tabel 3).

**Tabel 3: Seizoensafhankelijkheid benchmark**

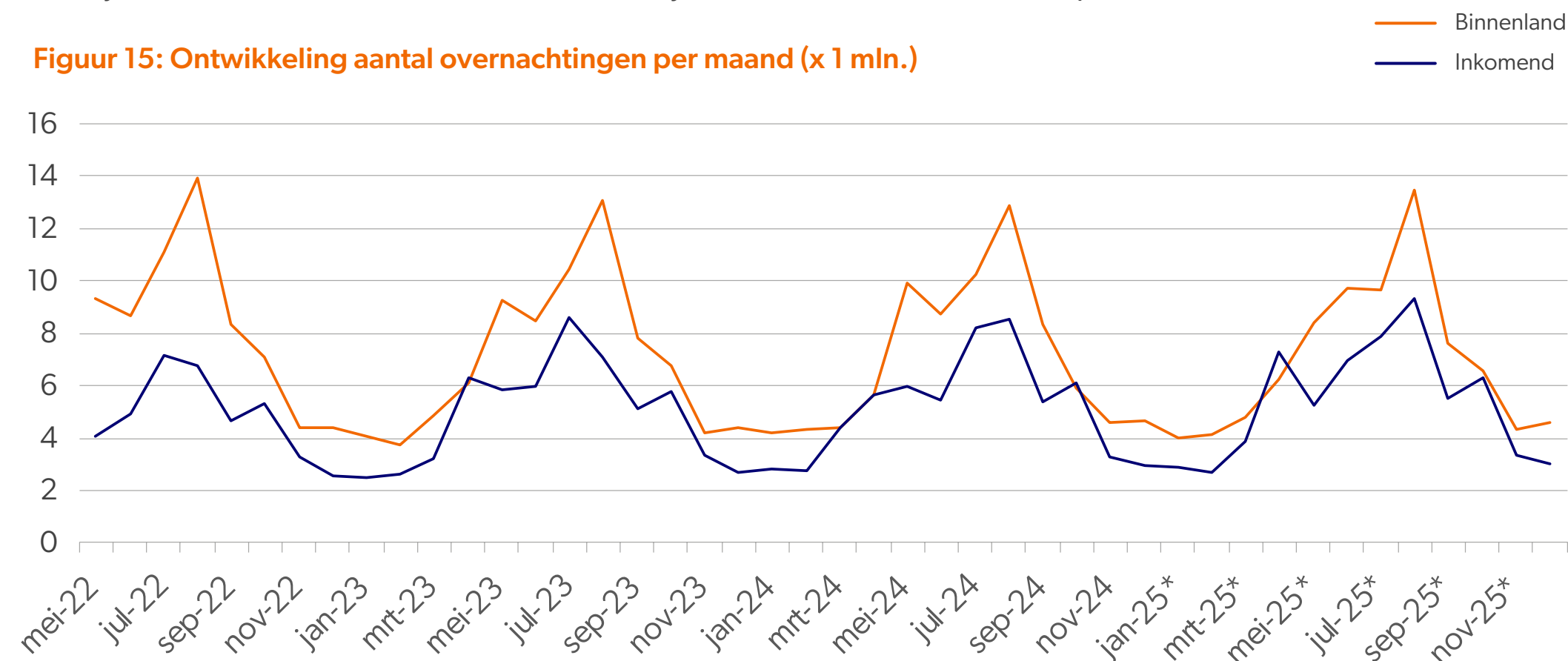
	Nederland	Duitsland	België	Frankrijk
Seizoensafhankelijkheid	0,23	0,18	0,19	0,32

Bron: NBTC, Impactmonitor Toerisme <sup>7</sup>

Figuur 15 laat zien dat de binnenlandse markt in de periode 2022–2025 structureel groot blijft, maar duidelijk sterker seizoensgebonden is dan het inkomend toerisme. In de zomermaanden (juli–september) vormt binnenlands toerisme consequent de grootste component van het totaal aantal overnachtingen, met jaarlijks terugkerende pieken. Tegelijkertijd groeit het inkomend toerisme relatief sneller, waardoor het verschil tussen beide segmenten geleidelijk kleiner wordt.

Opvallend is dat in april 2025 voor het eerst het aantal inkomende overnachtingen hoger ligt dan het aantal binnenlandse overnachtingen. Deze verschuiving kan wijzen op een groeiende internationale dynamiek in de periode tussen hoog- en laagseizoen, terwijl de binnenlandse markt vooral sterk blijft in de traditionele vakantieperiodes.

**Figuur 15: Ontwikkeling aantal overnachtingen per maand (x 1 mln.)**



\* voorlopige cijfers

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties <sup>7</sup>



Foto: Iris van den Broek

### Grote verschillen per regio

Indicatoren voor toeristische druk geven op landelijk niveau een indicatie over de ontwikkeling door de jaren heen, voor zowel inkomend als binnenlands bezoek. Toch levert het waardevollere inzichten als we inzoomen op specifieke gebieden. Pas dan wordt duidelijk waar en wanneer de toeristische druk op een bepaalde regio hoger of lager is. De Impactmonitor Toerisme <sup>7</sup> maakt het mogelijk om in te zoomen op provinciaal niveau. Hieronder gaan we in op een aantal opvallende resultaten op provinciaal niveau. Daarin is ook de capaciteit meegenomen.

### Intensiteit (aantal overnachtingen per dag per 100 inwoners)

De toeristische intensiteit (totaal) in Zeeland, Noord-Holland en Drenthe ligt relatief hoog, waarbij vooral de zomermaanden voor extra druk zorgen. De gemiddelde intensiteit in 2024 is in deze provincies hoger dan de benchmark van Nederland totaal. In Drenthe komt dit met name door binnenlands bezoek, in Noord-Holland en Zeeland voornamelijk door inkomend bezoek. Het relatief kleine inwoneraantal in Zeeland en Drenthe heeft waarschijnlijk effect op de relatief hoge intensiteit.

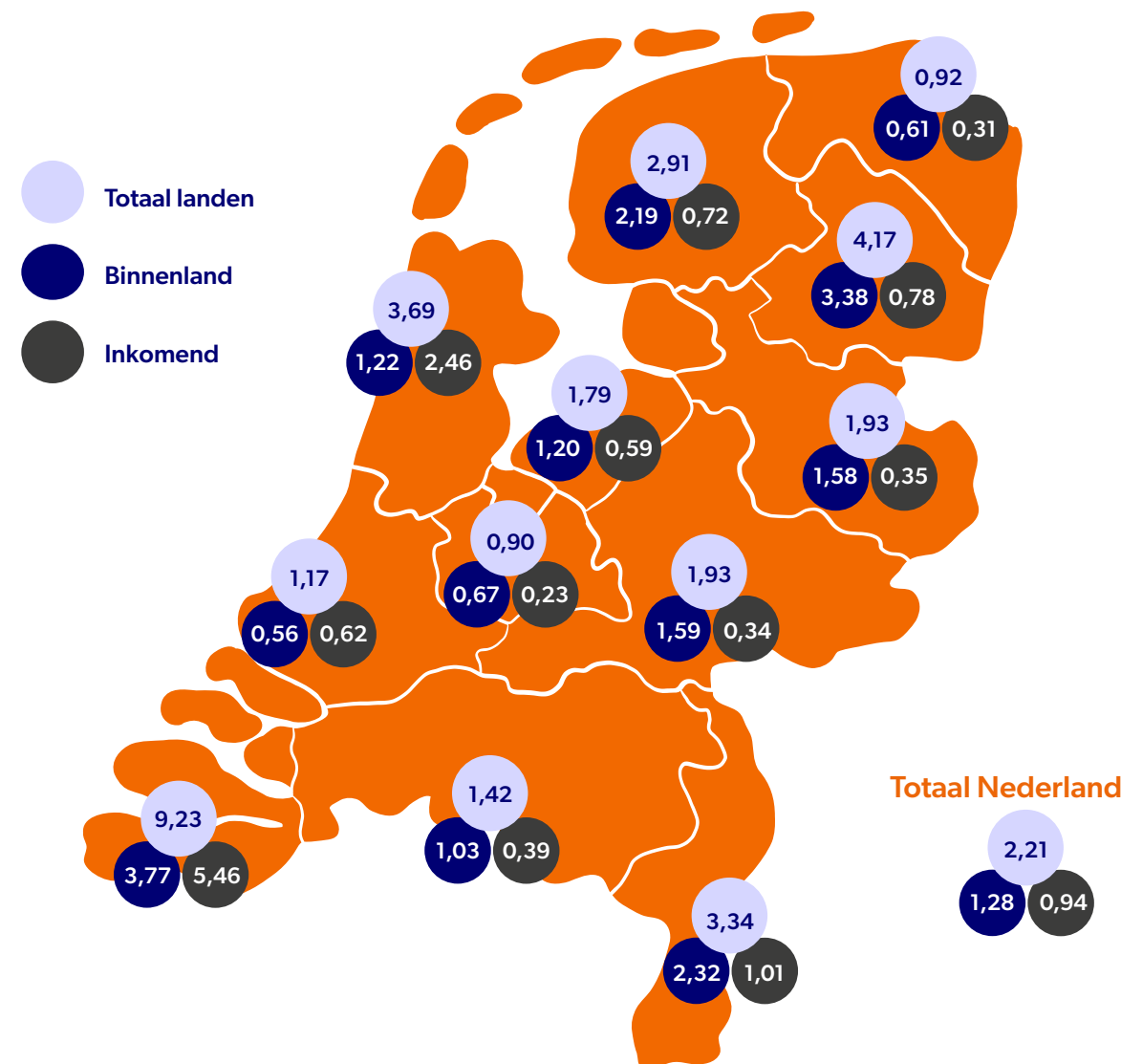
### Dichtheid (aantal overnachtingen per km2)

De toeristische dichtheid (totaal) in Noord-Holland is het hele jaar door erg hoog, met gemiddeld meer dan 40 overnachtingen per km2. Ook in Zeeland, Limburg en Zuid-Holland is de dichtheid (totaal) hoger dan de benchmark van Nederland totaal. Met name in de maanden mei t/m september is de dichtheid hoog. Daarbij zorgt inkomend bezoek vaak voor een hogere dichtheid dan binnenlands bezoek. Alleen in Limburg is de dichtheid uit binnenlands bezoek hoger dan de dichtheid uit inkomend bezoek.

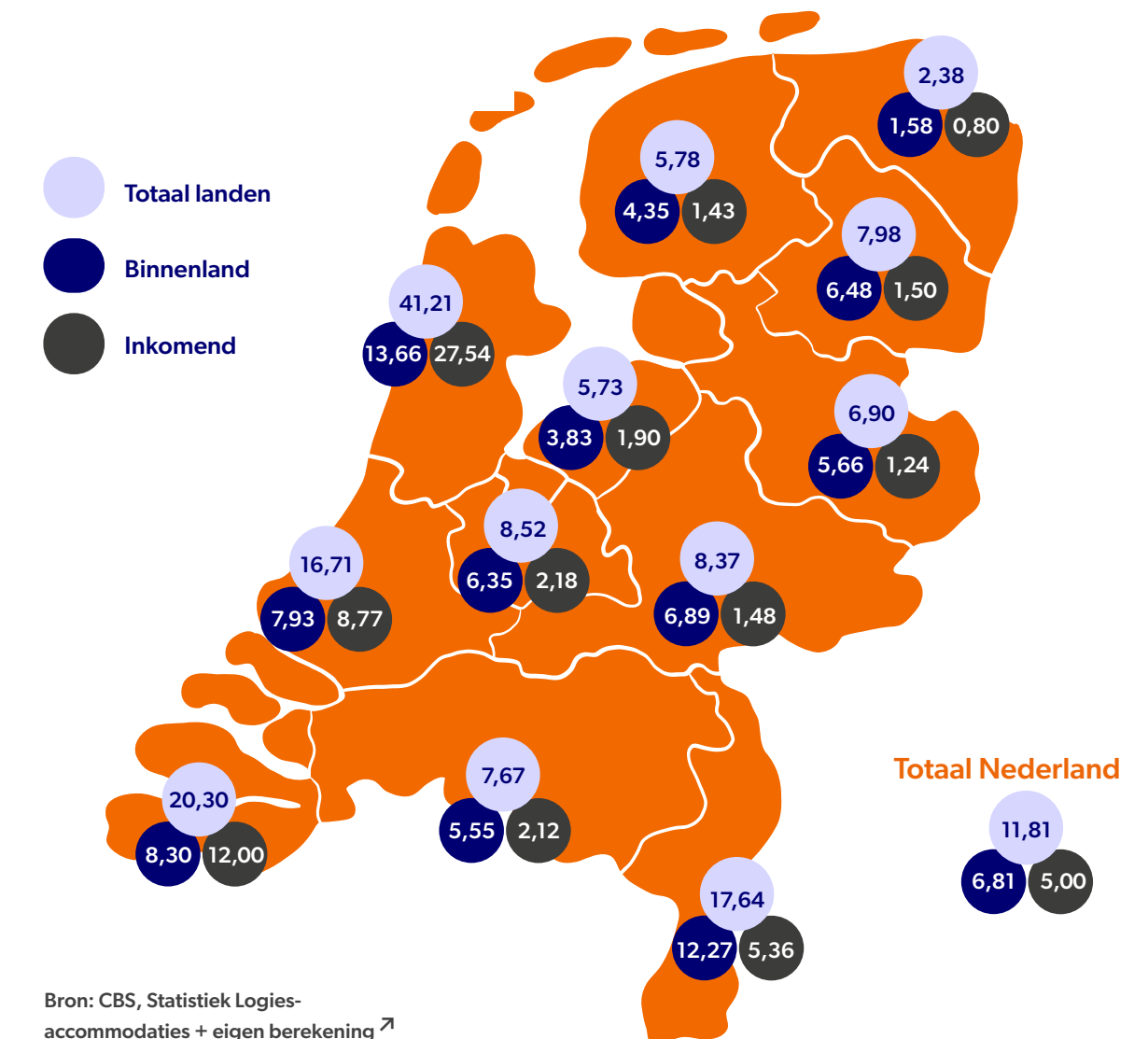
  
**Seizoensafhankelijkheid, capaciteit en andere opgaven verschillen per regio. Beleid en strategie vinden dan ook het beste plaats op lokaal niveau.**

Figuur 16: Overzicht Toeristische intensiteit, dichtheid en capaciteit in 2024

#### Intensiteit



#### Dichtheid



Bron: CBS, Statistiek Logies-accommodaties + eigen berekening <sup>7</sup>



### Capaciteit

De capaciteit per provincie verschilt door het jaar heen. Veel accommodaties schalen op in slaapplekken tijdens het hoogseizoen wat soms wel tot tientallen extra slaapplekken leidt. De capaciteit per jaar wordt aangegeven door naar de capaciteit in januari te kijken. In Zeeland ligt de capaciteit veruit het hoogst (219 beschikbare slaapplekken per 1000 inwoners), gevolgd door Drenthe (103).

**De capaciteit geeft het aantal beschikbare slaapplekken in geopende accommodaties per 1.000 inwoners weer.**

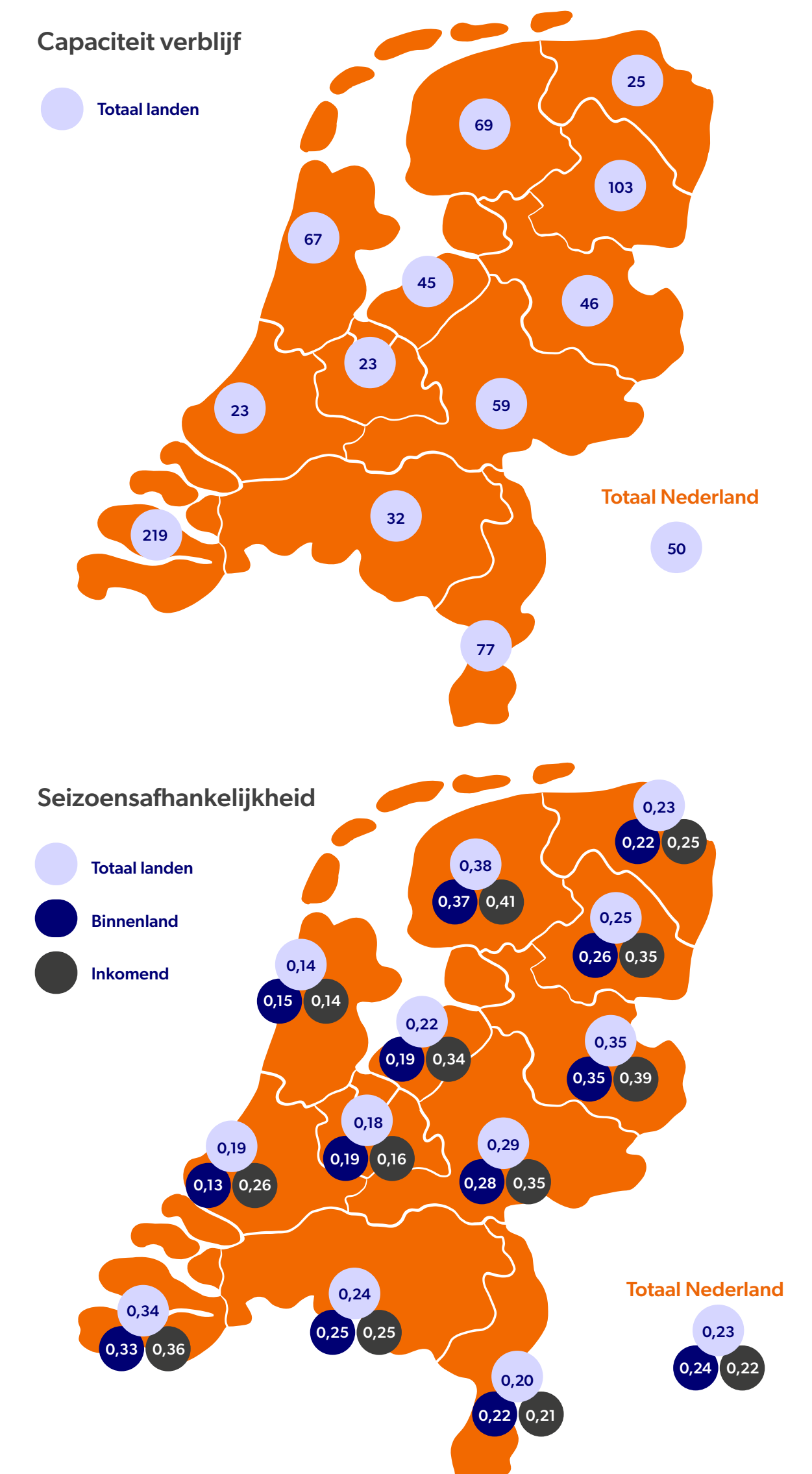
$$\text{Capaciteit per 1.000 inwoners} = \frac{\text{Capaciteit}}{(\text{aantal inwoners})/1000}$$

### Seizoensafhankelijkheid

Friesland is het meest seizoensafhankelijk, voor zowel binnenlands als inkomend bezoek. Daarnaast zijn Zeeland en Overijssel het meest seizoensafhankelijk. De seizoensafhankelijkheid uit inkomend bezoek is in zo goed als alle provincies hoger dan de benchmark van Nederland totaal, behalve in Noord-Holland, Utrecht en Limburg. Hieruit concluderen we dat het inkomend bezoek in die provincies gelijkmatiger verdeeld is over de maanden. De seizoensafhankelijkheid uit binnenlands bezoek is vooral in Friesland, Overijssel, Zeeland en Gelderland hoog.

Bron: CBS, Statistiek Logies-accommodaties + eigen berekening ↗

**Figuur 17: Overzicht Toeristische capaciteit en seizoensafhankelijkheid**



## 5. Meer cijfers over de binnenlandse markt

Data en inzichten zijn onderdeel van de eerste stap van de Leidraad Bestemmingsmanagement <sup>7</sup> (de analyse). Een goede analyse is hét vertrekpunt voor de ontwikkeling van effectief beleid. Hoe staat het ervoor met vraag en aanbod? Wat is de impact van bezoek? Hoe zit het met druk en draagkracht? En wat zijn de prognoses, trends en ontwikkelingen waar we rekening mee kunnen houden? Verzameling en duiding van data is in deze stap cruciaal.

**Heb je interesse in meer informatie over de binnenlandse markt of wil je verder inzoomen op bepaalde gebieden? De volgende bronnen, rapporten en dashboards zijn hiervoor beschikbaar:**

**[CBS VakantieOnderzoek \(CVO\)](#)**

Het CBS VakantieOnderzoek (CVO) is een grootschalig onderzoek dat inzicht geeft in het vakantiegedrag van Nederlanders en de kenmerken van de ondernomen vakanties, boekgedrag en bestedingen. Cijfers zijn gebaseerd op het aantal vakanties ondernomen door Nederlanders. Dit onderzoek wordt jaarlijks herhaald.

**[CBS, Statistiek Logiesaccommodaties](#)**

De Statistiek Logiesaccommodaties bevat cijfers over het aantal gasten en hun overnachtingen in Nederland. Het betreft alle hotels, motels, pensions, appartementen met hoteldienstverlening, jeugdaccommodaties en bed and breakfasts met ten minste vijf slaappleaatsen, alle kampeerterreinen met minimaal vier toeristische standplaatsen en huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaappleaatsen. Data zijn te bekijken en te downloaden via CBS Statline. De data worden maandelijks bijgewerkt (dit zijn voorlopige cijfers). Eenmaal per jaar worden de cijfers van het voorafgaande jaar gecontroleerd en definitief gemaakt.

**[NBTC, Nederlands Vrijetijdsonderzoek \(NVTO\) 2022/2023](#)**

Het Nederlands Vrijetijdsonderzoek geeft inzicht in de omvang en kenmerken van de vrijetijdsmarkt buitenshuis. Hiermee worden alle (dag)recreatieve activiteiten bedoeld die worden ondernomen buiten de eigen woning in Nederland met een minimale duur van één uur (inclusief eventuele reistijd). Activiteiten tijdens een binnenlandse vakantie en in het buitenland vallen buiten de scope van dit onderzoek.

**[NBTC, Vakantie Sentiment Monitor \(VSM\)](#)**

De Vakantie Sentiment Monitor brengt de vakantie-intentie van inwoners uit Nederland, Duitsland, België, het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en wisselende relevante

markten (bijvoorbeeld Spanje in 2025 en 2026) in kaart. De Vakantie Sentiment Monitor geeft inzicht in vakantieplannen en de mogelijke invloed van actuele thema's hierop, zoals klimaatverandering, geopolitieke spanningen en digitalisering.

**[NBTC, Forecast 2026](#)**

Tweemaal per jaar publiceert NBTC een verwachting voor het verblijfstoerisme in Nederland. De prognose geeft inzicht in de verwachte aantallen verblijfs gasten in het betreffende jaar. De cijfers zijn gebaseerd op de CBS Statistiek Logiesaccommodaties (zie bron hoofdstuk 2), plus een aantal aanvullende indicatoren zoals macro-economische voorspellingen en wereldwijde Europese toeristische trends. De prognose bevat geen informatie over particulier verhuurde accommodaties via online platformen.

**[NBTC, Impactmonitor Toerisme](#)**

Het dashboard Impactmonitor Toerisme geeft inzicht in de duurzame ontwikkeling van toerisme in Nederland, door de bredere impact van toerisme te monitoren op drie dimensies van impact: economische, sociaal-maatschappelijke en de ecologische impact.

**[Eurostat, accommodation offered via collaborative economy platforms](#)**

Eurostat geeft inzicht in cijfers over particulier verhuurde accommodaties via online platformen. Deze cijfers zijn niet opgenomen in de CBS Statistiek Logiesaccommodaties. Het gaat hier om het aantal overnachtingen. Eurostat is in 2018 gestart met het structureel verzamelen van data. Airbnb, Booking.com, Expedia Group en TripAdvisor stellen hiervoor hun data beschikbaar. De Landelijke Data Alliantie [maakt elk jaar een infographic om de meest relevante data overzichtelijk weer te geven](#). De meeste cijfers over particulier verhuurde accommodaties worden jaarlijks geüpdatet.

# Colofon & contact

**April 2026**

**Tekst- en eindredactie**

Cornelie van Vliet

**Projectteam**

Nathalie Frissen

Maartje Schouten

Hans Hoekstra

Dorike Post

**Vormgeving**

Unit – twintig

**Foto cover:**

Sjoerd Bracke & Cuno de Bruin

Deze publicatie is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld, maar het is altijd mogelijk dat bepaalde informatie niet (meer) klopt. Waar bekend zijn de bronnen vermeld. Alle teksten en beeldmateriaal in deze uitgave mogen vermenigvuldigd of openbaar gemaakt worden, mits met bronvermelding van broneigenaar en/of NBTC.

**Contactpersonen voor deze publicatie:**

Maartje Schouten, [mschouten@holland.com](mailto:mschouten@holland.com)

Hans Hoekstra, [hhoekstra@holland.com](mailto:hhoekstra@holland.com)

Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen

Prinses Catharina-Amaliastraat 5

2496 XD Den Haag

Postbus 63470

2502 JL Den Haag

Deze publicatie is een uitgave van NBTC. Meer informatie? Ontdek het op [nbt.nl](https://nbt.nl) of onze pagina op [LinkedIn](#).

Altijd op de hoogte blijven van de nieuwste updates? [Schrijf je in](#) voor de nieuwsbrief.

