Persbericht

Voorschoten, 24 november 2026

Groei Nederlandse vakantiemarkt vertraagt richting 2030

Hoewel vakanties voor Nederlanders nog altijd een hoge prioriteit hebben, zal de groei van het aantal vakanties de komende jaren naar verwachting beperkt zijn. Dit is vooral het gevolg van de gematigde economische vooruitzichten. Dat blijkt uit de nieuwste update van de Toekomstvisie Nederlandse Vakantiemarkt 2030 van Trends & Tourism.

Vakantiebehoefte blijft groot onder Nederlanders
De Nederlandse vakantiemarkt bevindt zich in een volwassen fase, waardoor sterke volumegroei richting 2030 niet waarschijnlijk is. Van vakantiemoeheid onder Nederlanders is echter geen sprake. Uit consumentenonderzoek dat is uitgevoerd ten behoeve van de toekomstvisie blijkt dat 7 op de 10 Nederlanders graag nog vaker op vakantie zouden willen gaan. Tegelijkertijd beperken met name de gematigde economische vooruitzichten de groeimogelijkheden van de markt. Zo staat de koopkracht de komende jaren naar verwachting onder druk. Waar in een eerdere prognose nog werd gerekend op een groei van 1 à 1,5% per jaar, verwacht Trends & Tourism nu dat de groei van de vakantiemarkt afvlakt.

Aantal vakanties groeit naar 37,7 miljoen in 2030
Volgens de nieuwste prognose neemt het aantal vakanties vanaf 2026 met gemiddeld 0,5% per jaar toe. Dat komt neer op ongeveer 200.000 extra vakanties per jaar, waardoor het totale aantal vakanties in 2030 uitkomt op circa 37,7 miljoen. De groei wordt naar verwachting gelijk verdeeld over binnenlandse en buitenlandse vakanties. Beide segmenten laten een gemiddelde jaarlijkse groei van ongeveer 0,5% zien.

AI verandert de manier van zoeken en boeken
Naast de ontwikkeling van de vakantiemarkt verandert ook het zoek- en boekgedrag rond vakanties snel. Uit het toekomstonderzoek blijkt dat inmiddels 4 op de 10 Nederlanders die op vakantie gaan AI gebruiken tijdens de voorbereiding van een vakantie, met name voor aanbevelingen van activiteiten, restaurants en dergelijke. Daarnaast staat ongeveer 35%

ervoor open om een digitale AI-assistent een vakantie te laten boeken. Wel blijft de behoefte aan controle groot: 95% van de vakantiegangers wil de voorgestelde vakantie vooraf zelf beoordelen en goedkeuren.

Klimaatverandering gaat vakantiekeuzes steeds meer beïnvloeden

Klimaatverandering gaat de komende jaren een steeds grotere rol spelen in het vakantiegedrag. Enerzijds maken klimaatmaatregelen vanuit de EU en de Nederlandse overheid vliegen duurder en stimuleren het gebruik van duurzamere vervoersmiddelen, zoals de trein en de elektrische auto. Anderzijds houden Nederlanders die op vakantie gaan steeds vaker rekening met de kans op extreem weer en de gevolgen daarvan. Zo'n 45% geeft aan hier meer op te letten dan enkele jaren geleden.

Van korte vakanties tot *sense of place* ervaren

Naast AI en klimaatverandering onderscheidt de toekomstvisie nog een reeks andere trends die de Nederlandse vakantiemarkt richting 2030 beïnvloeden. Deze lopen uiteen van de groei van korte vakanties en reizen buiten de gebaande paden tot de behoefte om een bestemming echt te beleven (*sense of place* ervaren). Deze laatste trend weerspiegelt de toenemende behoefte aan authentieke en betekenisvolle vakantie-ervaringen. Vakantiegangers hechten daarbij meer waarde aan lokale cultuur, kleinschaligheid, tradities en het unieke karakter van bestemmingen.

Noot voor de redactie

De resultaten van de update Toekomstvisie Nederlandse vakantiemarkt 2030 zijn gebaseerd op uitgebreid deskresearch, diverse expertinterviews en consumentenonderzoek. Het consumentenonderzoek werd uitgevoerd door Dynata onder een steekproef van ruim 1.000 respondenten (representatief voor de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder).

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Kees van der Most op 06-51532251 of kvandermost@trends-tourism.nl .

Trends & Tourism is een onafhankelijk onderzoeksbureau op het gebied van trends en onderzoek in toerisme/recreatie. Voor meer informatie over Trends & Tourism zie www.trends-tourism.nl.