

PERSBERICHT

Den Haag, 1 juli 2025

Amerikanen terughoudend met vakantieplannen, vakantie-intentie Nederlanders blijft hoog

Onder Amerikanen is een forse daling te zien in het aantal mensen met vakantieplannen: bijna 10 procentpunt minder dan vorig jaar heeft een vakantie geboekt of is dat van plan. In Nederland blijft de vakantie-intentie juist hoog: 88% van de Nederlanders verwacht in de komende twaalf maanden op vakantie te gaan. Tegelijkertijd maken vakantiegangers bewustere keuzes. Er wordt meer rekening gehouden met betaalbaarheid en drukte op de vakantiebestemming. Ook spelen geopolitieke onzekerheid en economische overwegingen een duidelijke rol. Dat blijkt uit de nieuwste editie van de Vakantie Sentiment Monitor, die het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) vandaag publiceert.

Amerikaanse vakantie-intentie zakt flink

Voor het eerst sinds tweeënhalf jaar tijd is de vakantie-intentie onder Amerikanen onder de 80% gezakt. Ten opzichte van een jaar geleden daalde deze intentie van 84% naar 75%. Deze daling valt op ten opzichte van de andere onderzochte markten, waar de vakantie-intentie overwegend stabiel is in vergelijking met vorig jaar. Amerikanen die nog geen vakantie hebben geboekt, noemen het vaakst van alle onderzochte markten hun financiële situatie als reden hiervoor. Ook geeft 55% van de Amerikanen aan dat ze genoodzaakt zijn hun vakantiegedrag aan te passen als gevolg van stijgende prijzen. Daarnaast maakt meer dan de helft van de Amerikanen (55%) zich zorgen dat de politieke spanningen invloed kunnen hebben op hoe zij in het buitenland worden gezien. Dit kan gevolgen hebben voor het inkomend toerisme naar Europa en Nederland, al is dit vooralsnog niet zichtbaar in de cijfers. Yvonne Nassar, algemeen directeur NBTC: "Amerika is een belangrijk herkomstland voor Nederland, zowel voor toeristische als zakelijke bezoekers. NBTC houdt de ontwikkelingen in de Amerikaanse markt daarom nauwlettend in de gaten. Ook blijven we Nederland krachtig positioneren als een open, inclusieve en inventieve bestemming. Juist in deze tijden van geopolitieke onzekerheid is het van belang dat iedereen zich welkom voelt."

Nederlanders gaan meer én langer op vakantie in eigen land

De vakantieplannen van Nederlanders laten een grotere belangstelling voor binnenlandse vakanties zien. Voor de eerstvolgende vakantie wordt vaker voor een vakantie in eigen land gekozen dan een jaar geleden. Daarentegen hebben Nederlanders minder plannen om hun eerstvolgende vakantie elders in Europa door te brengen dan een jaar geleden. Vooral het aandeel Nederlanders dat kiest voor een vakantie van 15 nachten of langer in eigen land valt op: dit percentage is verdubbeld ten opzichte van vorig jaar (van 4% naar 8%). Daarmee lijken meer mensen hun langste vakantie in Nederland te vieren. Jongere leeftijdsgroepen (18 tot 44 jaar) trekken vooral naar de randstedelijke provincies, zoals Noord-Holland en Utrecht. Oudere doelgroepen (45+) kiezen juist vaker voor provincies als Limburg en Drenthe.

Nederlanders die nog moeten boeken, doen dit korter van tevoren en met meer afwegingen

Onder Nederlanders die nog moeten boeken, ligt de boekingsbeslissing dichterbij het moment van vertrek dan vorig jaar. Van deze groep zegt 30% binnen één tot twee weken te willen boeken, vorig jaar was dit nog 22%. Daarbij richten Nederlanders zich op een vakantie op zeer korte termijn. Er wordt namelijk het meest naar juli als

vertrekmaand gekeken, ondanks dat de meting begin juni werd uitgevoerd. De andere onderzochte markten zijn juist van plan iets verder vooruit te boeken en kijken vooral naar vertrek in de maanden augustus en september.

Opvallend is ook dat vakantiegangers meer afwegingen maken bij hun vakantiekeuzes. Factoren als extreem weer, verwachte drukte op de bestemming én betaalbaarheid spelen alle drie een grotere rol dan vorig jaar. Dit geldt voor alle onderzochte markten. De vakantie wordt daarmee niet minder belangrijk, maar wel zorgvuldiger afgestemd.

Rust is belangrijk op vakantie

Voor de inwoners uit alle onderzochte markten is uitrusten en onthaasten de belangrijkste reden om op vakantie te gaan. Ook het ontsnappen aan de eigen omgeving en het samenzijn met vrienden of familie zijn veelgenoemde motieven. Voor Nederlandse soloreizigers geldt dat ook tijd voor henzelf of zelfreflectie een belangrijke reden is om op vakantie te gaan. De behoefte aan rust vertaalt zich ook naar het type vakanties dat mensen plannen: strandvakanties en natuurvakanties zijn in alle onderzochte markten erg populair. Deze voorkeuren sluiten aan bij een bredere behoefte aan rust, loskomen van thuis en samenzijn tijdens de vakantieperiode.

---NOOT VOOR DE REDACTIE---

Voor vragen en meer informatie kun je contact opnemen met:

Dorine de Gast

Woordvoerder Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC)

+31(0)6 11 38 83 74

ddegast@holland.com

De Vakantie Sentiment Monitor (VSM) van het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) biedt twee keer per jaar inzicht in de vakantie-intenties van Nederlanders en inwoners van de internationale kernmarkten België, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten. Deze monitor onderzoekt hoe actualiteiten zoals economische omstandigheden, klimaataspecten en geopolitieke ontwikkelingen het vakantiegedrag beïnvloeden. De VSM ondersteunt hiermee beleidsmakers en de toeristische sector om te kunnen inspelen op veranderende voorkeuren en ontwikkelingen.

Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) is de nationale destiniatiemanagement-organisatie van en voor Nederland. NBTC werkt voor en met partijen uit verschillende sectoren aan de positionering, ontwikkeling en marketing van het land voor vrijetijd- en zakelijk bezoek. Door visie te ontwikkelen, kennis te delen en samenwerkingen te regisseren werkt NBTC aan een leefbare, geliefde en waardevolle bestemming Nederland voor bewoners, bezoekers en bedrijven. Met de ambitie dat iedere Nederlander profijt heeft van toerisme.