Sector Expertise

Stand van de Leisure

Mei 2025

Zonnige toekomst voor campings

ABN·AMRO

Inhoudsopgave

1. **Macro-Economie**
2. **Vertrouwen**
3. **Faillissementen en opheffingen**
4. **Bestedingen en omzet**
5. **Overnachtingen**
6. **Personeelstekort en vacatures**
7. **Uitgelicht**
8. **Relevante nieuwsberichten**
9. **Recente onderzoeken en artikelen**
10. **Contactgegevens**

- Economische onrust, maar kleine groei
- Consumenten en ondernemers negatiever
- Lichte daling in faillissementen en opheffingen
- Consumentenbestedingen blijven sterk
- Overnachtingen groeien door
- Aantal openstaande vacatures per werknemer daalt

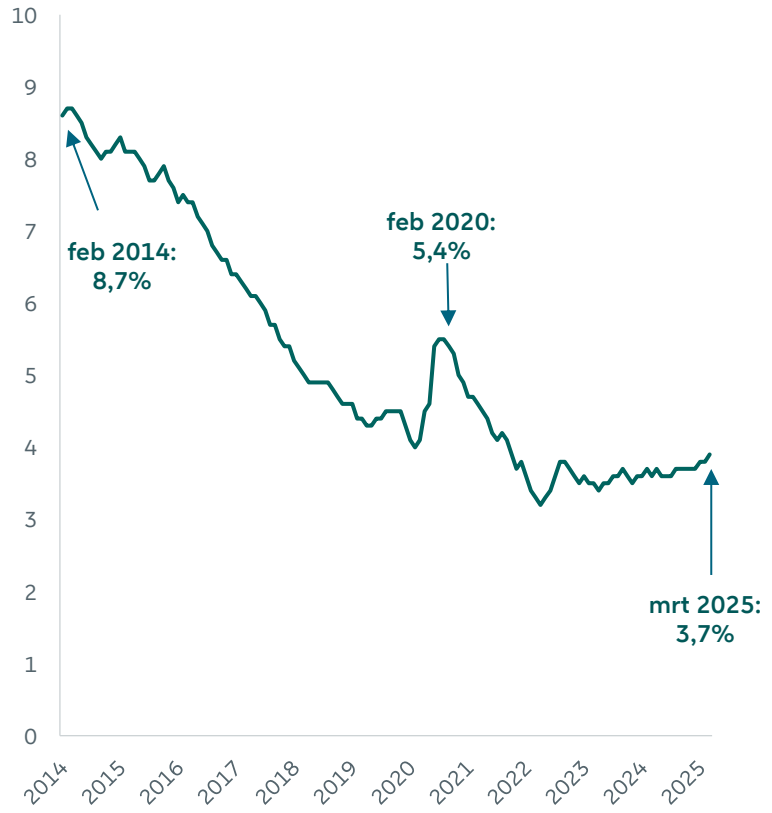
Campings groeien: nieuwe landen en langer seizoen

Stand is negatief I Stand is neutral I Stand is positief

1. Macro-Economie

Ramingen ABN AMRO	2024	2025	2026
	% mutaties		
BBP	0,9	1,4	1,3
Particuliere consumptie	1,1	1,7	1,5
Overheidsconsumptie	3,6	1,7	2,6
Investeringen	-0,5	0,1	1,4
Uitvoer	0,1	1,8	1,0
Invoer	0,0	2,2	2,0
Consumentenprijsindex	3,3	3,4	2,7
Cao-lonen	6,7	5,0	3,4
Werkloosheid (% ber.bev.)	3,7	4,0	4,2
Saldo overheid (% BBP)	-0,4	-1,8	-2,9
Schuld overheid (% BBP)	43,3	44,1	45,8

Werkloosheidspercentage - seizoen gecorrigeerd

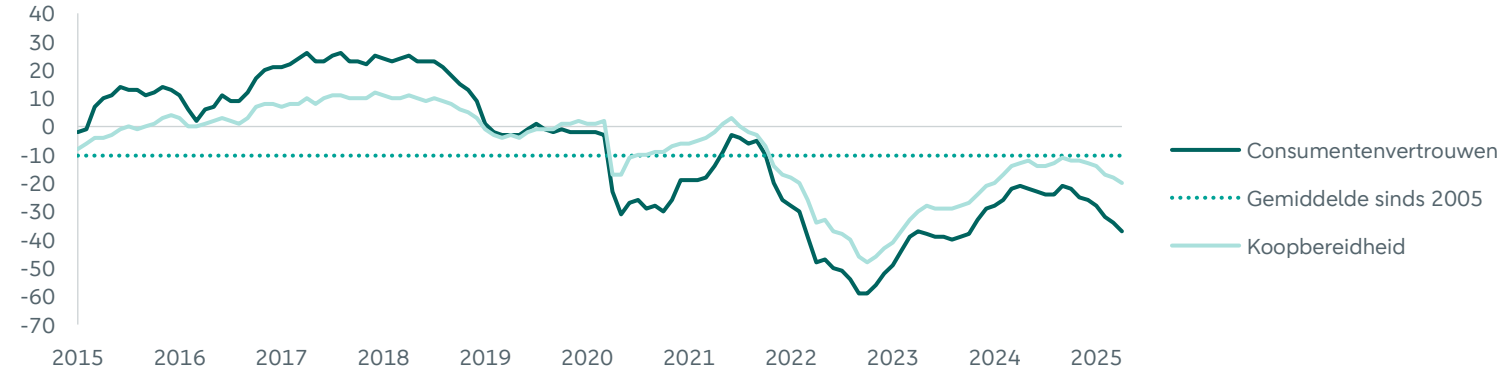


- De Nederlandse economie staat er goed voor. Vorig jaar is de economie beperkt gegroeid met net iets minder dan een procent. Ook voor dit jaar is onze verwachting dat de economie blijft groeien. De particuliere en de overheidsconsumptie dragen hier aan bij. Ook is de verwachting dat de handel ten opzichte van vorig jaar weer toeneemt
- De internationale ontwikkelingen gaan de laatste tijd snel en als gevolg daarvan hebben we onze groeiramingen vorig maand bijgesteld. Voor 2025 is de voorspelling neerwaarts bijgesteld naar 1,4% (van 1,8). Voor 2026 hebben we de voorspelling verhoogd naar 1,3% (van 1,0%), voornamelijk als gevolg van fiscale steun en andere verzachtende factoren.
- De eventuele verhoging van de importtarieven van de VS op Europese producten kunnen ervoor zorgen dat de economische situatie verandert gedurende het jaar.
- De werkloosheid neemt iets toe en ook de arbeidsmarktkrapte neemt af. De verwachting is dat de werkloosheid nog iets zal toenemen, zodat de seizoengecorrigeerde werkloosheid voor 2025 uitkomt op 4 procent van de beroepsbevolking. In hoofdstuk 6 lees vertellen wij wat dit betekend voor de arbeidsmarkt in de vrijetijdseconomie.

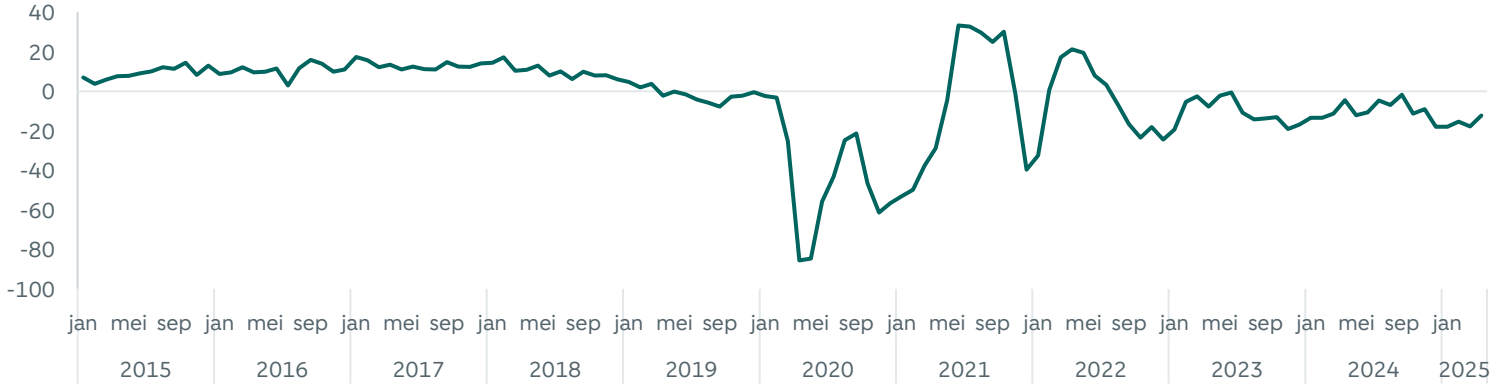
Bron: ABN AMRO Economisch Bureau & CBS

2. Vertrouwen

Consumentenvertrouwen - Seizoensgecorrigeerd



Ondernemersvertrouwen - Horeca

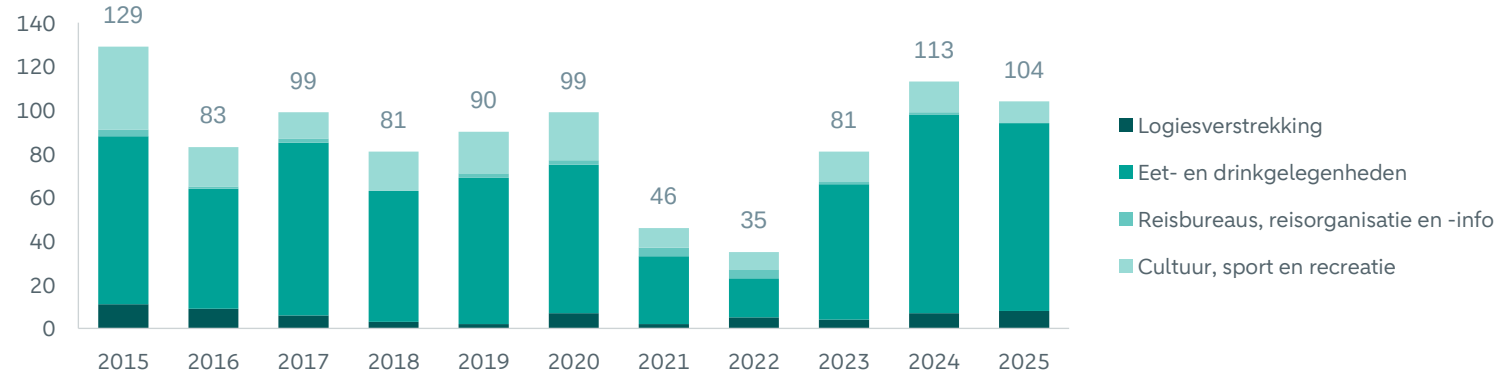


- Het consumentenvertrouwen daalt al 7 maanden op rij en is in april uitgekomen op -37. Daarmee ligt het vertrouwen ver onder het gemiddelde sinds 2005 van -10. De koopbereidheid is in april uitgekomen op -20 en daalt al enige maanden. Dit is een negatief signaal voor de consumentenbestedingen, wel ligt het nog significant hoger dan het consumentenvertrouwen.
- Het lage consumentenvertrouwen is niet alleen het gevolg van de gedaalde koopbereidheid, maar ook van de toegenomen pessimisme over het economische klimaat. De geopolitieke ontwikkelingen in de wereld, zoals de nu uitgestelde Amerikaanse importtarieven en de voortdurende oorlogen in Oekraïne en de Palestijnse gebieden zorgen voor een negatief beeld van de Nederlandse economie.
- In april is het ondernemersvertrouwen in de horeca iets hersteld en komt uit op een score van -12,3. Daarmee was de Horeca de sector met het minste vertrouwen in de maand maart.
- De blijvend stijgende kosten voor onder andere inkoop en het nog steeds aanwezige tekort aan personeel (zie hoofdstuk 6) zorgen dat het nog steeds een lastige periode is voor ondernemers in de horeca.
- De dreigende handelsoorlog en onrustige geopolitieke situatie zorgen voor een negatieve verwachting op van het economische klimaat in de komende maanden.

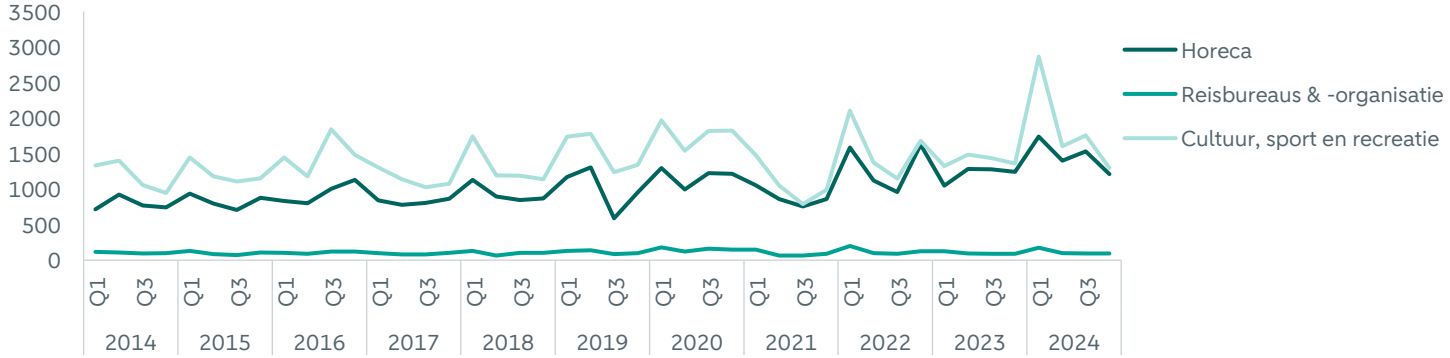
Bron: CBS

3. Faillissementen en opheffingen

Faillissementen - t/m maart van elk jaar



Opheffingen

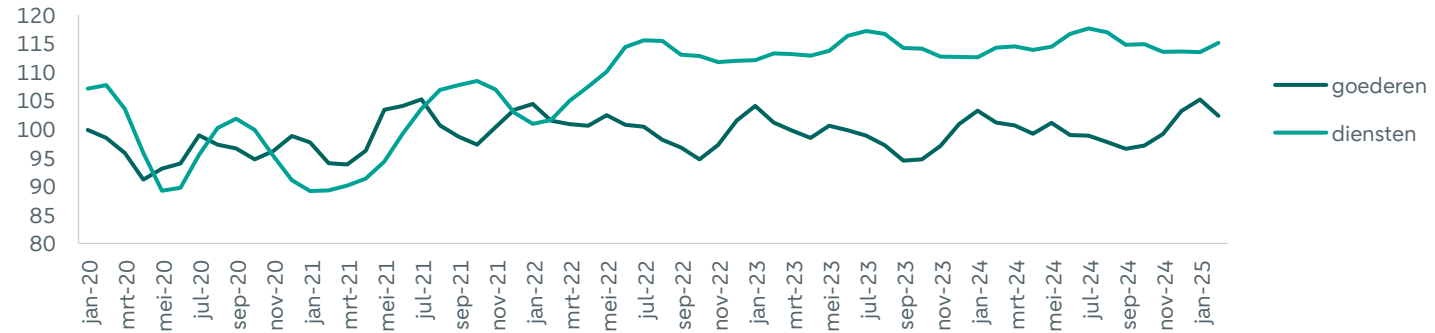


- Het aantal faillissementen in de vrijetijdssector zijn cumulatief in de eerste 3 maanden lager dan in dezelfde periode in 2024. Daarmee komen er minder Leisure-bedrijven direct in de problemen.
- Alle categorieën zijn afgenomen behalve logiesverstrekking. Binnen deze categorie zijn vooral hotels failliet gegaan. Voor eet- en drinkgelegenheden geldt daarnaast dat het aantal faillissementen hoog ligt ten opzichte van de 10 voorgaande jaren.
- Het aantal faillissementen bij reisbureaus blijft laag, dit komt doordat zij een flinke omzet stijging hebben weten te realiseren. Meer hierover in hoofdstuk 4.
- In het vierde kwartaal van vorig jaar zijn het aantal opheffingen binnen de 3 uitgesplitste subsectoren weer gedaald. Met name in de cultuur, sport en recreatie is het aantal opheffingen aanzienlijk lager. Wel is bij de cultuur, sport en recreatie en de horeca subsectoren een stijgende trend te zien sinds begin vorig jaar.
- Het aantal opheffingen in het vierde kwartaal zijn lager dan in het vierde kwartaal in de afgelopen twee jaar. Daarmee lijkt het dat de opheffingen voorbij hun voorlopige piek te zijn.
- Lichte daling in het aantal faillissementen en de daling in het aantal opheffingen geeft aan dat de gestegen kosten langzaam onder controle beginnen te komen.

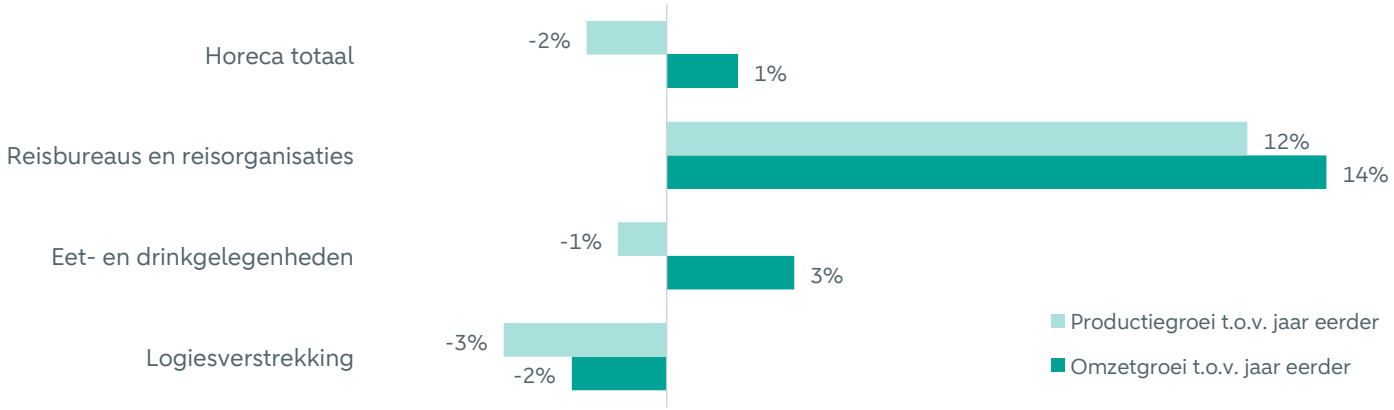
Bron: CBS

4. Bestedingen en omzet

Consumptieve bestedingen huishoudens - Index 2021=100, 3-maand voortschrijdend gemiddelde



Omzet- en productiegroei - cumulatief t/m februari t.o.v. zelfde periode vorig jaar



- De consumptieve bestedingen zijn redelijk stabiel en laten een gebruikelijk patroon zien. In februari zien we elk jaar dat er minder besteed wordt aan goederen en meer aan diensten, ook dit jaar weer. Hoewel binnen diensten meer valt dan bestedingen in de leisure, zoals verzekeringen en huisvesting, is het duidelijk dat er geen grote verschuiving is in consumentenbestedingen.
- De omzetten binnen de vrijetijdsector laten een wisselend beeld zien. De horeca als geheel laat een gematigde groei zien. Die groei komt doordat eet- en drinkgelegenheden meer wisten om te zetten. Logiesverstrekking zoals hotels en vakantieparken laten juist een lichte daling zien.
- De reisbranche heeft een flinke omzetgroei weten te realiseren. Deze groei wijst erop dat de branche goed weet te profiteren van de gestegen koopkracht en dat de gestegen prijzen weinig effect hebben op de branche.
- Sinds een aantal maanden rapporteert het CBS voor diensten een nieuw cijfer; productie. Productie, kan gezien worden als volumeontwikkeling van de door de diensten toegevoegde waarde. Ofwel een cijfer om de hoeveelheid diensten, die nodig zijn om de toegevoegde waarde te realiseren, uit te drukken.
- Het productiecijfer laat zien dat de horeca veel moeite heeft met het doorberekenen van de gestegen prijzen. Ondanks de gestegen koopkracht, neemt de consument

Bron: CBS

5. Toerisme en overnachtingen

Overnachtingen in logiesaccommodaties t/m feb 2025

Herkomst	Groei '25 t.o.v. '24	Aandeel 25	Aandeel 24
Totaal landen	-4%		
Nederland	-5%	59%	60%
Totaal buitenland	-2%	41%	40%
Europa exclusief Nederland	-5%	33%	34%
Duitsland	-12%	11%	12%
België	-21%	4%	5%
Verenigd Koninkrijk	12%	5%	4%
Frankrijk	15%	3%	2%
Zwitserland en Liechtenstein	-25%	1%	1%
Amerika	16%	4%	3%
Azië	9%	3%	2%

Overnachtingen naar accommodaties: cumulatief t/m feb 2025 t.o.v. 2024

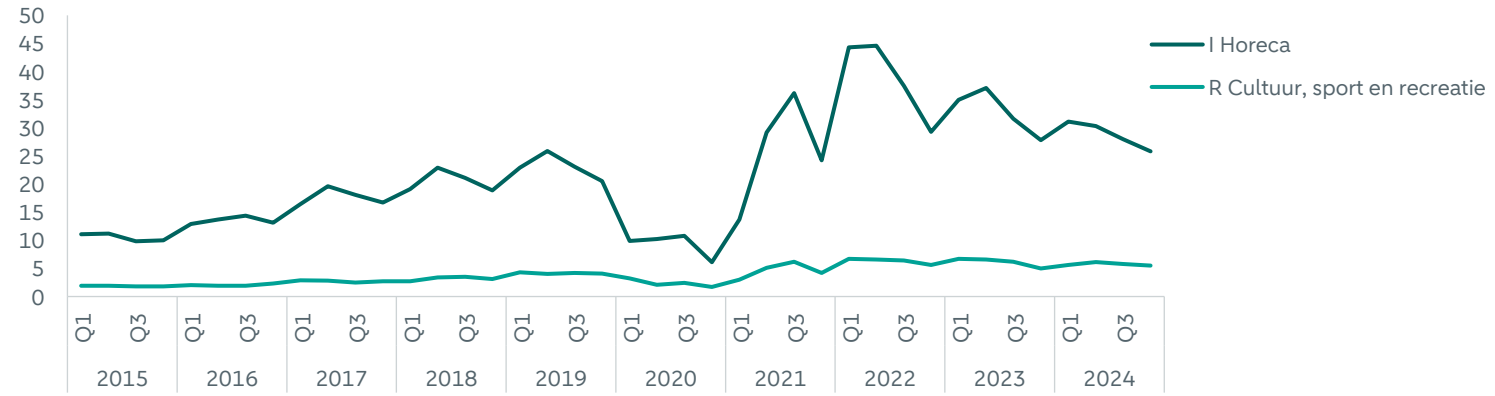
Soort accommodatie	Groei overnachtingen	Aandeel in totaal	Uit Nederland	uit buitenland
Totaal	-4%		-5%	-2%
Hotels	1%	60%	0%	3%
Campings	-1%	3%	4%	-6%
Vakantieparken	-12%	35%	-11%	-16%
Groepsaccom.	-5%	2%	-6%	5%

- Het CBS geeft aan dat tot en met februari van dit jaar 4 procent minder overnachtingen zijn gemaakt dan in dezelfde periode vorig jaar. De afname komt vooral door minder overnachtingen door Nederlandse gasten; een afname van 5 procent.
- Het is opvallend dat het aantal Engelsen dat overnacht in Nederland weer iets toeneemt. De verslechterde economische situatie in Engeland en de strengere grenscontroles zijn een deel van de oorzaak, zorgden vorig jaar juist voor een sterke afname.
- Niet alle typen accommodaties zien het aantal overnachtingen dalen. Hotels weten het aantal overnachtingen niet te laten zakken. Vakantieparken laten een stevige daling zien van 12 procent in de eerste twee maanden van het jaar. Het aantal overnachtingen ligt wel nog 23 procent hoger dan in 2019, het laatste normale economische jaar.
- Januari en februari zijn buiten het hoogseizoen voor alle accommodatietypes. De ietwat tegenvallende eerste twee maanden zeggen dus nog niet veel over het jaarresultaat.
- Nederlandse hoteliers en vakantiepark eigenaren hebben van af 2026 te maken met een stijging in btw van 9 naar 21 procent. Zowel de hoteliers als de vakantieparken maken zich ernstige zorgen over wat dit bekent voor hun omzet. Campings krijgen niet te maken met de btw verhoging.

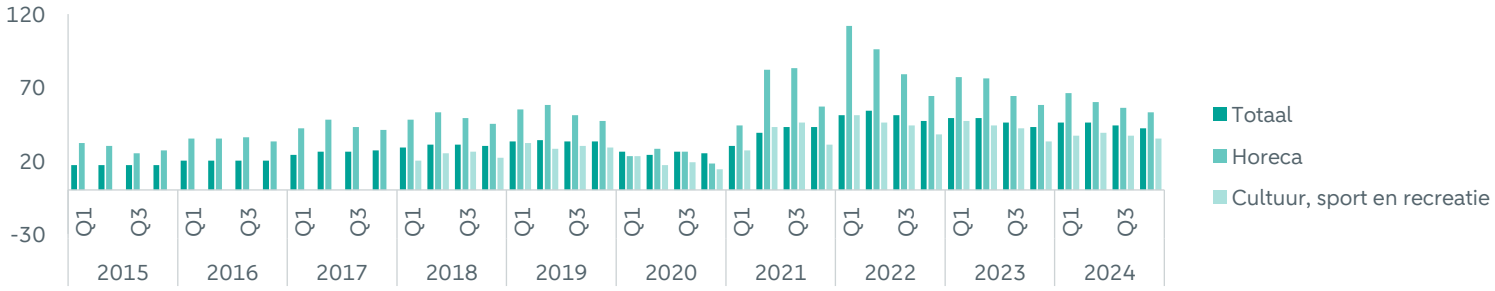
Bron: CBS

6. Personeelstekort en vacatures

Openstaande vacatures - x1000



Vacaturegraad - vacatures per duizend banen



- Het personeelstekort is een van de uitdagingen waar de horeca mee te maken heeft. De vergrijzing van de Nederlandse bevolking zorgt er structureel voor dat het aanbod van arbeid ten opzichte van de grote van de Nederlandse beroepsbevolking krimpt.
- De daling in het aantal openstaande vacatures sinds het einde van de coronapandemie lijkt – in afgezwakte mate – door te zetten. Het aantal openstaande vacatures is drie kwartalen op rijd gedaald en ligt met zo'n 26 duizend op het laagste niveau sinds Q4 2021.
- Per 1000 banen waren er in het vierde kwartaal zo'n 53 vacatures. Dit is een lichte daling t.o.v. een jaar eerder en hiermee lijkt de daling gematigd door te zetten.
- De druk op de arbeidsmarkt voor de horeca is iets gedaald, vergeleken met de totale arbeidsmarkt. In de cultuur-, sport- en recreatiesector is de arbeidskrapte nagenoeg stabiel. Voor beide sectoren geldt dat het aantal openstaande vacatures wel nog hoger is dan pre-coronaniveaus.
- Door de vergrijzing zal de druk op de arbeidsmarkt niet veel meer verlichting krijgen. Het blijft dus zaak voor ondernemers om te kijken naar het automatiseren van werkzaamheden om de vraag naar arbeid te verkleinen en om te kijken of het behoud van personeel vergroot kan worden.

Bron: CBS

7. Uitgelicht: Blijvende groei campings en meer gasten buiten hoogseizoen

Het aantal overnachtingen op campings is het afgelopen jaar voor het eerst in jaren gedaald. Ondanks deze daling van 7 procent ligt het aantal overnachtingen nog steeds hoger dan in 2019, en het aantal overnachtingen door buitenlandse gasten bleef vrijwel stabiel. Dit suggereert dat Nederlandse campings de groei die zij sinds 2020 hebben gezien, weten vast te houden.

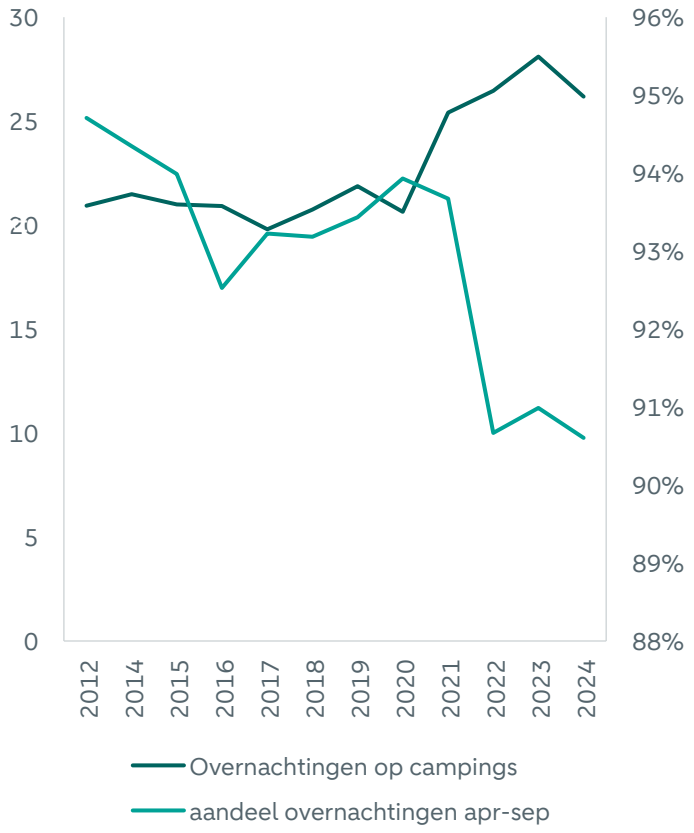
Tussen 2014 en 2024 is het aantal overnachtingen door buitenlandse gasten met 90 procent gegroeid naar 26 miljoen overnachtingen. Daarbinnen zijn buitenlanders nu goed voor 30 procent van de overnachtingen op Nederlandse campings. Duitse bezoekers vormen het grootste aandeel, goed voor 25 procent van alle overnachtingen. Opvallend is de groei van overnachtingen van bezoekers uit andere landen dan het traditioneel belangrijke Duitsland. Zo is het aantal bezoekers uit Zwitserland tussen 2014 en 2024 gegroeid met 189 procent naar 107 duizend overnachtingen. Het aantal overnachtingen door Zweden en Spanjaarden groeide respectievelijk met 60 en 53 procent naar 16 en 29 duizend overnachtingen. In absolute aantallen zorgt deze groei niet voor veel extra overnachtingen, maar toch lijkt de Nederlandse camping aantrekkelijker te worden voor toeristen uit andere landen dan voorheen.

Lengte kampeerseizoen loopt op

Het kampeerseizoen lijkt steeds langer te worden. Zo is verblijf in het eerste en vierde kwartaal iets in populariteit toegenomen. Het aandeel overnachtingen in de maanden april tot en met september daalde tussen 2012 en 2024 namelijk van 95 procent naar 91 procent. Ook nam de populariteit in de periode net buiten het hoogseizoen toe, want het aandeel overnachtingen van mei tot augustus daalde van 80 procent naar 74 procent.

De oorzaken hiervan zijn toe te wijzen aan klimaatverandering, een hoger aantal campers dat minder gevoelig is voor weersinvloeden, een ouder wordende bevolking die minder gebonden is aan schoolvakanties en verruiming van regels door gemeentes om campings langer open te houden. Bovendien maakt het groeiende aanbod van luxe tenten met allerlei extra faciliteiten zoals een bed, een koelkast en een kookplaat kamperen aantrekkelijker over een groter deel van het jaar. Dit zijn ook belangrijke redenen dat het aantal overnachtingen sinds 2019 is gegroeid.

Meer overnachtingen en langer seizoen



Bron: CBS, bewerking ABN AMRO Sector Expertise

7. Uitgelicht: Blijvende groei campings en meer gasten buiten hoogseizoen

Verwachtingen voor campings zijn rooskleurig

In de subsectorprognose van ABN AMRO voor 2025 spreken wij de verwachting uit dat het aantal overnachtingen op campings dit jaar met 3 procent groeit, ondanks de daling van vorig jaar. Het weer blijft een belangrijke factor; vorig jaar zorgde vooral een regenachtig voorjaar voor een lager aantal overnachtingen.

De hoge inflatie van de afgelopen periode kan ertoe leiden dat vakantiegangers op zoek gaan naar goedkopere alternatieven. De campings zijn daarvoor goed gepositioneerd, omdat zij een relatief voordeliger zijn ten opzichte van andere typen logiesaccommodaties. Uit de Vakantie Sentiment Monitor van het NBTC (januari 2025) blijkt dat 40 procent van de Nederlanders en 52 procent van de Duitsers hun vakantie aanpassen vanwege de gestegen prijzen. Binnen deze groep kiezen 45 procent van de Nederlanders en 42 procent van de Duitsers voor een goedkoper verblijf.

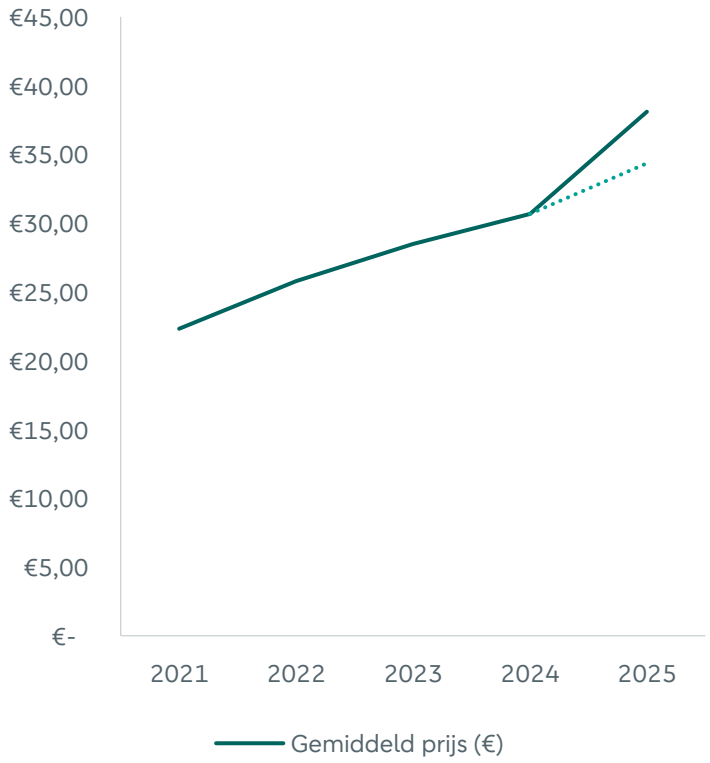
De oplopende geopolitieke onrust kan er toe leiden dat zowel Nederlandse als buitenlandse vakantiegangers die nog moeten boeken voor een bestemming dichter bij huis kiezen. Omdat Nederlandse campings vooral afhankelijk zijn van Nederlandse en Duitse bezoekers, zijn zij goed gepositioneerd om deze toeristen te ontvangen.

Ook voor de lange termijn is de verwachting dat de groei doorzet. Het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) verwacht dat Nederland in 2035 maar liefst 61 miljoen gasten telt, een stijging van 20 procent ten opzichte van 2024. Daarvan komen er 28 miljoen uit het buitenland. Het aandeel buitenlanders in het totaal aantal gasten neemt steeds verder toe. Het ligt daarmee in de lijn der verwachting dat het aantal overnachtingen ook verder zal toenemen naar 2035.

Prijzen stijgen verder

De prijzen voor een kampeerplaats lijken dit jaar in een vergelijkbaar tempo te stijgen als in voorgaande jaren, blijkt uit de data van Booking Experts, een grote leverancier van vakantieverhuursystemen. De gemiddelde prijs voor een overnachting op een kampeerplaats is weliswaar aan het begin van dit jaar relatief hard gestegen, maar dit beeld is vertekend. Het kampeerseizoen is net begonnen en in mei liggen de prijzen traditioneel boven het jaargemiddelde. Wanneer daarvoor wordt gecorrigeerd, blijkt dat de gemiddelde prijs voor een kampeerplek momenteel in hetzelfde tempo stijgt.

Stijging prijs kampeerplaats in Nederland zet door



Bron: Booking Experts

7. Uitgelicht: Blijvende groei campings en meer gasten buiten hoogseizoen

De prijsstijging komt deels ook doordat de luxere campings steeds meer extra faciliteiten aanbieden. Zo zijn er een flink aantal luxere campings die nu bij elke standplaats een eigen sanitair gebouwtje plaatsen met toilet, douche en soms zelfs een vaatwasser.

Mogelijkheden om meer kampeerders te trekken

Om verdere groei te realiseren, is het belangrijk dat campinghouders inspelen op de veranderende boekingsvoorkeuren van kampeerders. Gratis annuleren levert 31 procent meer boekingen op en slechts 15 procent meer annuleringen, blijkt uit onderzoek van Holidu, een van oorsprong Duits platform voor de verhuur van vakantieverblijven. Het gratis maken van annuleren zorgt er ook voor dat de gast minder twijfelt bij het boeken; het bouwt vertrouwen op tussen de gasten en de campinguitbater.

Vrije keuze bij het kiezen van de check-in-dag kan eveneens het aantal gasten verhogen. Vrijdag, zaterdag en maandag zijn de meest populaire incheckdagen, maar er is ook een significant deel dat liever op een andere dag aankomt. Zo checkt 9 procent van de gasten in op donderdag en hetzelfde percentage op zondag, blijkt uit onderzoek van Holidu. Door de keuze vrij te laten, zorgen ondernemers ervoor dat ook gasten met afwijkende wensen een plek vinden.

Zinvol is ook om de boekingskalender lang van tevoren te openen. Zo boekt 21 procent van de gasten meer dan zes maanden van tevoren en 44 procent boekt tussen drie en zes maanden van tevoren, blijkt uit onderzoek van Holidu. Een boekingskalender die korter is, ontmoedigt mogelijk terugkerende gasten om al vroeg een plek te reserveren.

Tot slot is het van groot belang om goede, duidelijke foto's van de camping te hebben met een duidelijke volgorde en in een afgewogen aantal. Uit onderzoek van Holidu blijkt dat twintig tot veertig foto's zorgen voor meer boekingen. Meer dan veertig foto's kunnen de potentiële bezoeker echter overvoeren en leiden tot minder boekingen.

Door deze strategieën toe te passen, kunnen campings hun aantrekkelijkheid verhogen en inspelen op de behoeften van moderne kampeerders.

Bron: Booking Experts

8. Relevante nieuwsberichten

Telegraaf

Wat als de dollar valt? Handelsoorlog doet discussie losbarsten over nieuwe reservemunt

Pretwerk

Achteraf betalen rukt ook op de sector leisure

Entree Magazine

De rek is eruit, wat nu? Samen inkopen kan lonen

NBTC

Verwachtingen verblijfstoerisme in Nederland tot 2035

8. Relevante nieuwsberichten

De RestaurantKrant

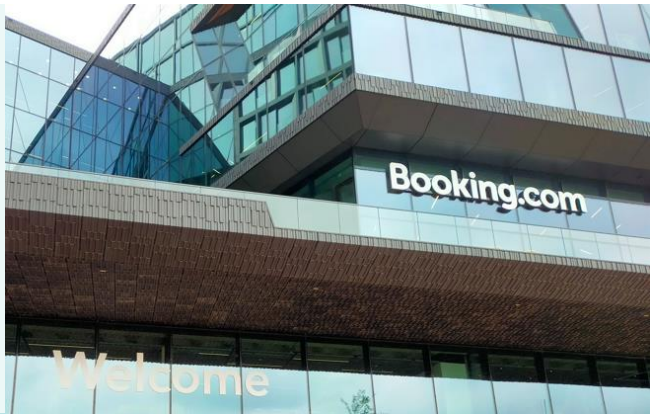
Overleven in de horeca: prijsstijgingen, klantverlies en slimme oplossingen

Pretwerk

De beller is sneller: Voice AI transformeert hotels

Hospitality Management

Booking.com: Nederlanders zien duurzaam reizen als waardering voor lokale cultuur

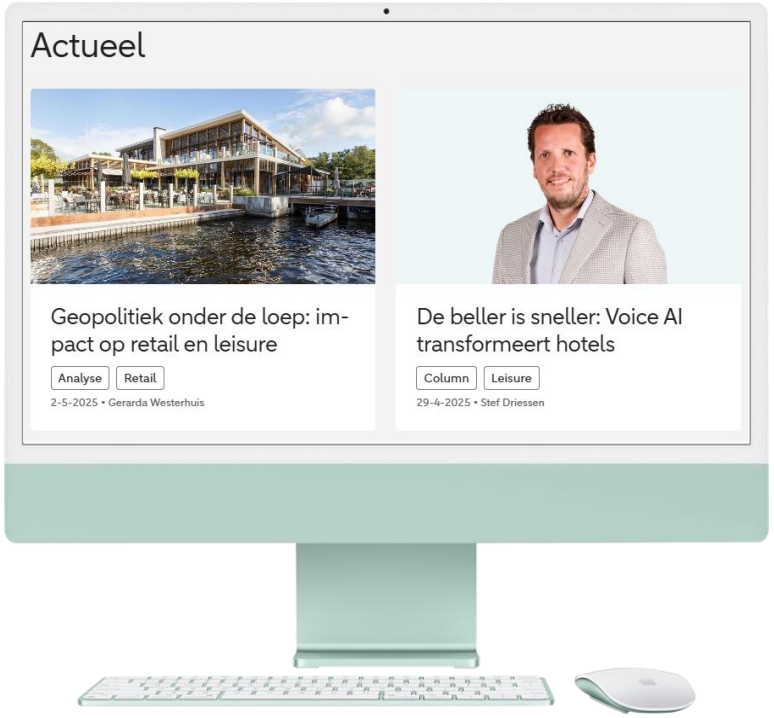


CBS

Waterverbruik en uitstoot broeikasgassen toerismesector relatief hoog

9. Actuele onderzoeken en publicaties

- Geopolitiek onder de loep: impact op retail en leisure
- Groei leisure normaliseert; uitdagingen blijven
- Blijven investeren van belang voor dagrecreatie
- Horeca van herstel naar crisis: aantal faillissementen piekt in 2025



Kijk ook eens op: abnamro.nl/leisure

10. Contactgegevens

“Ondernemers in de gastvrijheidseconomie faciliteren ontmoetingen die vorm en kleur geven aan vriendschappen, liefdes, zakenrelaties, mensenlevens & bedrijven”

Gerarda Westerhuis
Sectoreconoom retail & leisure
gerarda.westerhuis@nl.abnamro.com

Ward van der Stee
Sectoranalist retail & leisure
ward.van.der.stee@nl.abnamro.com

Stef Driessen
Sector Banker leisure
stef.driessen@nl.abnamro.com

Disclaimer:
De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie. Noch ABN AMRO. noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd. Het gebruik van tekst of cijfers uit deze publicatie is toegestaan mits de bron wordt vermeld.

©ABN AMRO, mei 2025