

KERN IN HET KORT



De vraag verschuift

Nederlanders kiezen massaal voor dichtbij. Eigen land wint, kamperen groeit, vroege zomerweken zijn al in trek.



De terugloop heeft een verklaring

BTW-verhoging, duurdere vluchten en geopolitieke onrust raken de sector. De oorzaken liggen vooral buiten Overijssel.



Duits marktaandeel staat onder druk

BTW-verhoging en prijsverschillen raken het verhuursegment. Omdat de zomervakantie in Nordrhein-Westfalen (NRW) dit jaar een week later valt dan vorig jaar, verschuift de Duitse vraag naar latere zomerweken. Daardoor dalen de vroege weken en groeit week 8 juist sterk.



Het boekingsvenster is nu

Vakantiegangers boeken 1-2 maanden vooraf. Wie nu zichtbaar is met het juiste aanbod, staat goed gepositioneerd.

De landelijke cijfers geven een richtinggevend beeld en zijn niet één op één van toepassing op Overijssel of individuele ondernemers.

LANDELIJK BEELD

De Nederlander blijft dichtbij

94% van de Nederlandse vakantiegangers blijft in Europa. **40%** kiest voor Nederland als bestemming. Het aandeel dat vliegt daalde van **40% naar 34%**. Een aantal grote vakantieparken noteerde met Pasen en de meivakantie bezettingsgraden van bijna **95%**.

ANWB Vakantiemonitor, april 2026

Vliegen wordt duurder en schaarser

De crisis rond de Straat van Hormuz heeft de kerosineaanvoer in Europa met **82%** doen dalen. Vliegtickets zijn **5-15%** duurder geworden. KLM en Transavia schrappen al vluchten. Vakantie dichtbij wordt daardoor gewoon goedkoper en logischer.

Allianz Trade / NRIT, mei 2026

Kamperen en caravan in de lift

De caravanverkoop steeg in maart/april landelijk met **+18%**. De pickup voor kampeerplaatsen in de juniweekenden steeg landelijk met **+40%**. Hogere brandstofprijzen maken kamperen op lange afstanden duurder, wat de keuze voor dichtbij versterkt.

NRIT / Recreatief Totaal, mei 2026

De Duitse gast past gedrag aan

Signalen uit de markt laten zien dat de Duitse gast vaker kiest voor goedkopere accommodaties, minder vaak op vakantie gaat en minder uitgeeft ter plaatse. De BTW-verhoging (**van 9% naar 21%**) en het beeld van Nederland als duur vakantieland spelen daarin mee.

Recreatief Totaal, mei 2026

Vakantieparkmarkt krimpt, maar verschuift

Boeking via BungalowSpecials daalden in de meivakantie met **-26%**. Tegelijk verschuift het boekingsmoment naar **1-2 maanden vooraf** en wint een verblijf van **3 nachten** terrein op **4 nachten**. Limburg en Noord-Brabant wonnen marktaandeel; Overijssel leverde relatief meer in.

BungalowSpecials, mei 2026

Zoekgedrag bevestigt de kans

Google Trends signaleert een duidelijke stijging in zoekopdrachten als 'last minute Nederland', 'wandelen in Limburg' en 'fietsvakantie Nederland'. Mensen zoeken actief naar natuur en rust dichtbij. Overijssel kan op die vraag inspelen.

OVERIJSSSEL IN CIJFERS

Terugblik

Q1 2026 — Nederlandse gast

-4%

Daling in overnachtingen t.o.v. Q1 2025.

Totale Nederlandse markt daalt met -3%. 780.000 overnachtingen in Overijssel. Verblijfsrecreatie groeit (+7%, huisjesterreinen +12%). Hotels dalen fors (-11%). Nog altijd 20% boven pre-coronaniveau (Q1 2019).

Bron: CBS Statline juni 2026

Q1 2026 — Duitse gast

+14%

Groei in overnachtingen t.o.v. Q1 2025

Duitsers zijn de enige buitenlandse markt met duidelijke groei. Totaal buitenlandse overnachtingen: +7%. Overijssel groeit sterker op de Duitse markt dan het landelijk gemiddelde.

Bron: CBS Statline juni 2026

Meivakantie — Nederlandse gast

+19%

Groei t.o.v. 2025

De Nederlandse gast compenseert het wegvallen van het Pasen-effect uit 2025, toen Pasen en de meivakantie samenvielen.

Bron: LeisurePeaks Benchmark, stand mei 2026

Meivakantie — Duitse gast

-42%

Daling t.o.v. 2025

Voor een groot deel verklaarbaar als kalendereffect: in 2025 vielen Pasen en de meivakantie samen, wat extra bezetting gaf.

Bron: LeisurePeaks Benchmark, stand mei 2026

Vooruitblik: Zomervakantie

Bron: LeisurePeaks Benchmark, stand mei 2026

Nederlandse gast — kamperen

+4,9%

Groei in geboekte nachten zomervakantie

Week 2 springt eruit met +18%. Week 7 laat een lichte daling zien (-5%). Noord-NL en eigen provincie zijn kansrijke herkomstmarkten.

Duitse gast — kamperen

-2,5%

Daling in geboekte nachten zomervakantie

Kamperen is veerkrachtiger dan verhuur. Week 8 groeit sterk (+50%). Dezelfde Nordrhein-Westfalen-verschuiving speelt hier mee.

Nederlandse gast — verhuur

+4,5%

Groei in geboekte nachten zomervakantie

Week 1 en 2 groeien het sterkst (+25%). Groei zit aan de randen van de zomervakantie — verschuiving naar goedkopere weken.

Duitse gast — verhuur

-14,5%

Daling in geboekte nachten zomervakantie

Weken 2, 5 en 6 lopen het hardst terug (tot -30%). Week 8 is de uitzondering: +33% groei door de Nordrhein-Westfalen-vakantieverschuiving.

Wie bezoekt Overijssel?

- Verhoudingsgewijs meer rustzoekers dan het NL-gemiddelde
- Tevreden gasten zijn de sterkste driver: loyaliteit en aanbeveling wegen zwaar
- Als bezoekers een alternatief hadden overwogen, was dat het vaakst Drenthe of Gelderland
- Kampeerders met eigen middel sterk oververtegenwoordigd

Prijsontwikkeling (Pinksteren)

De gemiddelde overnachtingsprijs (ADR incl. BTW) steeg voor de Nederlandse gast met **+16,5%** en voor de Duitse gast met **+9,3%**. De BTW-verhoging speelt mee; Duitsers kiezen ook vaker voor goedkopere accommodaties of boeken later tegen lagere tarieven.

WAT KUN JE ALS ONDERNEMER DOEN?

1

Vandaag

Check je zichtbaarheid

Staat je zichtbaarheid voor vroege zomerweken correct op je website en boekingsplatforms? Vakantiegangers boeken nu.

2

Deze week

Bied 3 nachten aan

Verblijven van 3 nachten winnen terrein op 4 nachten. Een mid-week arrangement of een combinatie met een activiteit sluit aan op dit gedrag.

Vul je juni weekenden

Zet beschikbare capaciteit in de markt met last-minute acties en aantrekkelijke arrangementen. Juni is in trek!

3

Dit seizoen

Speel op rust en natuur

Nederlanders die kiezen voor rust, natuur en beleving vergelijken minder op prijs. Laat dat zien in je aanbod en communicatie.

Activeer je ambassadeurs

Loyaliteit is de sterkste driver. Vraag actief om een review of aanbeveling.

WAT DOET MARKETINGOOST VOOR JOU?

1

Campagnes via VisitOost en Das Andere Holland

We zetten extra in op Nederlandse en Duitse doelgroepen die minder prijsgevoelig zijn. Als ondernemer hoef je daar zelf geen budget voor vrij te maken.

2

Samenwerking per regio

Per regio brengen we partners bij elkaar. Aanhaken is altijd op eigen initiatief. Neem contact op als je ook wilt aansluiten.

3

Inzicht in jouw prestaties via **BOOST**

Wil je weten hoe jouw boekingen zich verhouden tot de regio? Met **BOOST** krijg je dat inzicht. Neem contact op met [MarketingOost](#) voor advies op maat.

Realistisch kader

De oorzaken van de terugloop liggen grotendeels buiten Overijssel. Wat we wél kunnen doen: de juiste doelgroep op het juiste moment bereiken. Dat vraagt om keuzes over doelgroep, timing en kanaal.

BRONNEN

1 / 3
 ANWB Vakantiemonitor (april 2026) | BungalowSpecials (mei 2026) | NRIT / Allianz Trade (mei 2026) | Recreatief Totaal (mei 2026)

2 / 3
 LeisurePeaks Benchmark (mei 2026) | Intern bezoekersonderzoek Overijssel | ANWB Vakantiemonitor (april 2026) | BungalowSpecials (mei 2026) | Recreatief Totaal (mei 2026) | NRIT / Allianz Trade (mei 2026)