

Voorzichtige groei vrijetijdssector, onzekerheid blijft

Sector & Sustainability Expertise | Ward van der Stee | 5 maart 2026

De sector Leisure heeft het afgelopen jaar een aantal hordes weten te nemen, maar ook dit jaar houdt de onzekerheid aan. Hotels en vakantieparken worden geconfronteerd met een verhoging van de btw op overnachtingen, wat de volumes onder druk zet. Toch zijn er ook positieve aspecten: het toerisme blijft licht groeien en de koopkracht lijkt licht te verbeteren, wat kansen biedt voor de sector.

Voor 2026 verwacht het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) een gematigde groei van het aantal gasten van 0,5 procent. De groei van het aantal buitenlandse gasten halveert ten opzichte van eerdere jaren, terwijl het aantal Nederlandse gasten licht daalt. De vertraging in de groei wordt met name toegeschreven aan de btw-verhoging.

Het coalitieakkoord van het nieuwe kabinet bevatten plannen die ervoor zorgen dat de koopkracht dit jaar minder hard stijgt dan eerder de verwachting was. Uit doorberekening van het Centraal Planbureau (CPB) blijkt dat de koopkracht met 0,2 procent stijgt. Aangezien dit kabinet voor alle plannen nog meerderheden in de Tweede Kamer moet zoeken, is deze doorberekening van het coalitieakkoord met meer onzekerheden omgeven dan eerdere doorberekeningen. Ook het recent uitgebroken conflict in Iran kan effect hebben op de koopkracht via gestegen energieprijzen.

De spaarquote was afgelopen jaren hoog: Nederlanders spaarden een relatief groot aandeel van hun besteedbaar inkomen. Nederlanders hebben daarom veel spaargeld. Samen met het gestegen consumentenvertrouwen ten opzichte van een jaar geleden, is de verwachting dat Nederlanders meer gaan consumeren: 1,3 procent volgens het CPB. Hoewel die extra uitgaven uiteraard niet alleen aan vrije tijd worden besteed, verwachten wij wel dat de sector Leisure hiervan kan profiteren

1 Btw-verhoging treft deel van de sector

Toch is de onrust niet volledig voorbij in de sector. Sinds 1 januari is het btw-percentages op logies verhoogd van 9 naar 21 procent. De effecten hiervan zijn nog onzeker. Zo is het bijvoorbeeld de vraag in welke mate logiesaccommodaties de btw-verhoging doorberekenen, of en hoeveel binnenlandse en Nederlandse toeristen bij een prijsverhoging minder overnachtingen boeken en of ze vaker voor buitenlandse alternatieven kiezen. Hierdoor is het ook dit jaar weer lastig om een inschatting te maken van de groei van het volume in de subsectoren die hierdoor geraakt worden.

2 Schuldenlast en doorberekenen kosten

Naast onzekerheid over de gevolgen van de btw-verhoging voor een deel van de sector Leisure, heeft een groot deel van de ondernemers een grote schuldenlast. Deze is vaak tijdens de coronapandemie opgebouwd en kon in het afgelopen jaar slechts mondjesmaat terugbetaald worden als gevolg van oplopende kosten en dus krimpende marges. Afgelopen november gaf een op de vijf horecaondernemers in

de conjunctuurenquête van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) aan dat hun schulden problematisch zijn. Daarbij gaf een groter deel aan dat deze schuld in het afgelopen jaar was opgelopen dan het deel waarbij de schuld was afgenomen; 7,4 procent tegenover 5,7 procent. In de subsectoren cultuur, sport en recreatie heeft een op de acht ondernemingen problematische schulden. Dat de schulden lastig zijn af te bouwen blijkt uit de conjunctuurenquête van januari dit jaar. Circa 58 procent van de ondernemers in de horeca geeft aan dat zij de gestegen kosten slechts gedeeltelijke of in het geheel niet kunnen doorberekenen. De marges staan dus onder druk waardoor er minder ruimte overblijft om schulden af te lossen.

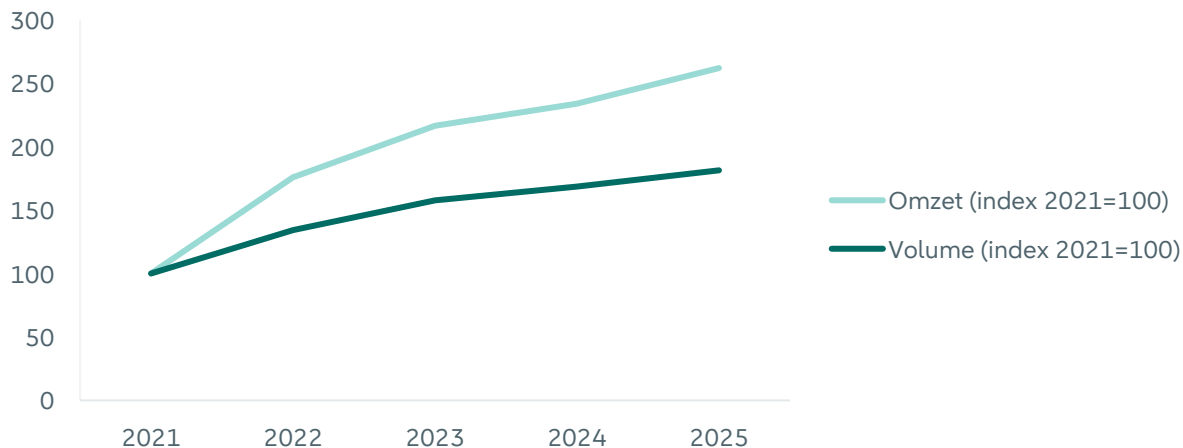
Tabel 1. Prognoses subsectoren Leisure (% volumegroei j-op-j)

Branches	Eenheid	2024 j-op-j	2025p j-op-j	2026p j-op-j
Reisbranche	volume	6,5	8,0	6,0
Hotels	overnachtingen	3,5	2,0	-2,0
Campings	overnachtingen	-7,0	2,0	0,0
Vakantieparken	overnachtingen	6,0	1,5	-1,0
Restaurants	volume	1,5	1,0	2,0
Cafés	volume	0,0	1,0	1,0
Fastfood	volume	-0,5	1,0	1,5
Bezorging	volume	-1,0	0,5	1,0
Catering	volume	1,5	1,5	1,5
Musea	bezoekers	0	-0,5	0,5
Bioscopen	bezoekers	-7,0	-3,5	-2,0
Attractieparken & Dierentuinen	bezoekers	2,5	2,5	1,5

3 Reisbranche

Na twee sterke jaren groeit de reisbranche naar onze verwachting in 2026 verder met 6 procent. In 2025 groeide het volume waarschijnlijk met ruim 8 procent; een sterkere groei dan in 2024 (6,8 procent). De groei bij reisorganisatoren en reisbemiddelaars is aangewakkerd door de groei in koopkracht in het afgelopen jaar. De branche profiteert dit jaar opnieuw van de stijgende koopkracht en bovendien blijft de voorkeur van Nederlanders om te reizen groeien. Ondanks de teruglopende koopkracht in 2023 en 2024 bleef het volume in de reisbranche stijgen (zie grafiek 1). Wel vlakke de groei iets af. In 2025 versnelde de groei van het volume weer, ondanks dat de prijzen voor reizen harder stegen dan het jaar ervoor.

Figuur 1. Groei reisbranche versnelt in 2025



Bron: CBS

Hoewel AI-chatsystemen nog steeds [een bedreiging vormen](#) voor reisbureaus, leiden zij (nog) niet tot volumeverlies. [Specialistische reisagenten](#) weten zich goed te onderscheiden met hun specifieke kennis en ervaringen. Met name grotere partijen lijken met AI hun voordeel te behalen.

4 Hotels

Het afgelopen jaar steeg het aantal overnachtingen met 1,5 procent, ondanks een krimp van 3,5 procent in het aantal zakelijke overnachtingen. De hotelbranche heeft dus sterk geprofiteerd van de komst van meer toeristen. De groei in het aantal overnachtingen is hiermee echter wel, op de coronapandemie na, naar het laagste niveau in de laatste 10 jaar gezakt.

Voor het dit jaar verwacht ABN AMRO een daling van circa twee procent van het aantal overnachtingen. Deze krimp markeert een omslag na een periode van groei en wordt veroorzaakt door een verhoging van de btw op overnachtingen.

Het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) verwacht dat het aantal toeristen heel beperkt groeit met een half procent dit jaar. Gecombineerd met onze verwachting dat gasten gemiddeld voor kortere verblijven kiezen, vanwege hogere kamerprijzen als gevolg van de btw-verhoging, is de kans aanzienlijk dat het aantal overnachtingen daalt.

Het Hosta-rapport uit september 2025 van marktonderzoeker Horwath-htl bevestigt dit beeld. De meeste grote hotelgroepen verwachten dat hun bezettingsgraad gelijk blijft of licht daalt. Tegelijkertijd geeft 17 procent van de hotels aan een krimp van meer dan 10 procent te verwachten, wat wijst op grote verschillen in marktontwikkeling tussen hotels en segmenten.

Ook aan de omzetkant zijn de vooruitzichten gemengd. De hogere btw op overnachtingen drukt de vraag en beweegt hotels ook regelmatig tot het verlagen van hun kamerprijs. Ook door downtrading staat de omzet onder druk: gasten kiezen vaker voor goedkopere accommodaties of lagere kamercategorieën. Daarbovenop stijgt de toeristenbelasting gemiddeld met circa 9 procent, wat de vraag verder drukt, al zal het effect hiervan naar onze verwachting beperkt zijn. Dit komt mede doordat Amsterdam blijft profiteren van een sterke internationale vraag; toeristen uit Azië en de VS zijn minder gevoelig voor prijsstijgingen. Het NBTC verwacht zelfs groei van het aantal gasten uit die regio's.

De grootste uitdagingen voor 2026 liggen bij kosten en marges. Hoewel het sentiment onder hoteliers overwegend positief tot neutraal is, bestaan er duidelijke zorgen over de winstgevendheid. De btw-verhoging wordt door 55 procent van de respondenten genoemd als belangrijke negatieve factor voor de marge, blijkt uit de Hotel Leaders Network & ABN AMRO survey 2026 van begin dit jaar. Daarnaast blijven personeelstekorten en stijgende loonkosten een zware last (52 procent). Ook kortere verblijven en de aanhoudende krimp van het zakelijke segment vormen een structurele uitdaging.

5 Campings

Campings kennen historisch gezien in Nederland een hele beperkte groei en zijn zeer gevoelig voor weersinvloeden. Na een flinke krimp in 2024 laat de sector in 2025 weer een groei zien in de overnachtingen van 2,2 procent. Het was in 2025 een stuk droger in Nederland dan in 2024, wat het aantal overnachtingen flink stuwde.

ABN AMRO verwacht voor 2026 een stabilisatie van de groei in de hoeveelheid overnachtingen. Campings hebben steeds vaker ook vaste accommodaties, zoals safaritenten, yurts en stacaravans; deze vallen ook binnen het verhoogde btw-tarief. Hierdoor kan het aantal overnachtingen op campings afnemen. Aan de andere kant is er ook een positieve stimulans wanneer vakantiegangers downtraden en in plaats voor een vakantie op een vakantiepark voor een plaatsje op de camping kiezen.

Campings kunnen ook profiteren van de stijgende populariteit van campers en caravans in Nederland. Veel senioren kiezen ervoor om met een caravan [of camper](#) op pad te gaan, omdat ze hiermee flexibel kunnen reizen en genieten van het comfort van hun eigen voorzieningen. Met een camper of caravan kunnen ouderen langer en vaker van het buitenleven kunnen genieten, ook buiten het hoogseizoen.

6 Vakantieparken

ABN AMRO verwacht dat het aantal overnachtingen bij vakantieparken volgend jaar met circa 1 procent zal afnemen, na een groei van 1,5 procent in het afgelopen jaar. Deze verwachte krimp wordt veroorzaakt door de btw-verhoging op overnachtingen. Deze verhoging leidt tot hogere prijzen voor overnachtingen bij vakantieparken en zet de vraag onder druk.

Tegelijkertijd neemt de concurrentie van campings toe. Door downtrading kiezen consumenten vaker voor goedkopere verblijfsalternatieven, waarbij campings zich bovendien kwalitatief blijven verbeteren en daardoor een steeds aantrekkelijker substituuut vormen.

Tegenover deze negatieve factoren staat een verwachte stijging van de koopkracht, die de vraag naar vakantieparken kan ondersteunen, met name in het midden- en hogere segment. Ook voor het voor Nederland belangrijkste herkomstland van toeristen Duitsland, dat goed is voor 20 procent van de overnachtingen van buitenlanders, zijn de vooruitzichten voor [consumentenbestedingen positief](#).

Tot slot kan de gestegen toeristenbelasting gemiddeld met circa 9 procent ook op vakantieparken van invloed zijn, al is deze naar onze verwachting beperkt. De toeristenbelasting verschilt sterk per gemeente, waardoor de effecten door het hele land anders zullen zijn. Ook is de toeristenbelasting vaak niet iets wat gasten meenemen als zij zich aan het oriënteren zijn op hun vakantiebestemming.

7 Restaurants en cafés

De volumegroei bij restaurants en cafés was in beide subsectoren afgelopen jaar heel beperkt met beide 1 procent. De verwachting is dat consumenten dit jaar weer meer gaan besteden en daar profiteren zowel restaurants als cafés van. Daarnaast lijken de sterkste prijsstijgingen achter de rug, wat de druk op de bestedingen enigszins verlicht maar geen sterke volumegroei oplevert. Daarom verwachten wij een volumegroei van 2 procent voor restaurants en 1 procent voor cafés.

Figuur 2. Prijsstijgingen eet- en drinkgelegenheden sterk afgenomen



Bron: CBS

Tegelijkertijd blijft de consument prijsbewust, wat leidt tot een verschuiving van duurdere concepten naar toegankelijke en betaalbare vormen van horeca. Bij restaurants vertaalt dit zich in een beweging weg van fine dining richting bistro's, brunch- en lunchconcepten. Bij cafés speelt een vergelijkbare dynamiek, versterkt door een structureel lagere alcoholconsumptie.

Succes in deze subsectoren hangt af van hoe goed ondernemers weten in te spelen op de veranderende voorkeur van consumenten op het prijs-kwaliteitsniveau. Daarnaast blijven natuurlijk ook de eerder opgebouwde schulden en de hoge personeelskosten de horeca parten spelen.

8 Fastfood en bezorging

Het afgelopen jaar heeft de subsector fastfood herstel in de volumes laten zien van 1 procent, na een krimp in 2024. In 2024 speelde de harde stijging in de prijzen voor fastfood en afhaalmaaltijden een belangrijke rol in de afname van de volumes bij snackbars en ketens zoals McDonalds. De prijs-kwaliteitsverhouding was minder goed, waardoor de consument vaker voor een [alternatief koos](#). Nu de prijsstijgingen van fastfood- en afhaalmaaltijden sterk zijn afgenomen en ook de consumentenbestedingen dit jaar weer groeien, verwachten wij een groei 1,5 procent.

Voor bezorging verwachten wij een beperkte volumegroei van 1 procent. Deze subsector heeft veel last van overcapaciteit, doordat het aantal locaties van onder andere pokébowl-, pizza- en sushirestaurants sterk is gegroeid tijdens de coronapandemie. Door de sterke inflatie in de afgelopen jaren kozen consumenten vaker voor goedkopere alternatieven binnen het gemaksvuedsel zoals verspakketten uit de supermarkt. De stijgende koopkracht en afvlakkende inflatie maken bezorging een weer iets aantrekkelijker alternatief. De subsector fastfood heeft de afgelopen jaren veel concurrentie van afhaal- en bezorgrestaurants. Tussen de afhaal- en bezorgrestaurants zaten ook veel nieuwe concepten die proberen in te spelen op een gezondere levensstijl. Pogingen om die concurrentie te weerstaan met een gezonder aanbod lijken bij fastfoodketens niet goed aan te slaan.

9 Catering

Deze subsector kende vorig jaar een volumegroei van 1,5 procent en dit percentage verwachten we ook voor dit jaar. Bedrijven en instellingen (met name zorginstellingen) blijven echter terughoudend in hun uitgaven en kiezen voor stevige onderhandelingen met bedrijfscateraars. Voor catering in het onderwijs en in de luchtvaart zijn de vooruitzichten positief. De stijgende consumentenbestedingen zorgen ook hier voor een positieve impuls.

Tegelijkertijd zetten de oplopende personeelskosten en de volatiele inkooprijzen de marges onder druk. Om deze margedruk het hoofd te bieden blijft consolidatie een belangrijke trend. Zo is de Veghelse cateraar Hutten recent overgenomen door Albron en gaan zij verder onder de naam Hai. Ook werd afgelopen jaar Vermaat, onder anderen eigenaar van La Place, overgenomen door de van oorsprong Britse Compass Group.

10 Musea

Er zijn nog geen definitieve bezoekersaantallen bekend over 2025. Onder andere door een kleiner bezoekersaantal voor het Rijksmuseum in Amsterdam, het best bezochte museum van Nederland, verwachten wij een kleine krimp van 0,5 procent. Voor dit jaar voorzien wij een beperkte groei van 0,5 procent.

Een mogelijke uitdaging dit jaar is de kortere verblijfsduur van buitenlandse toeristen, wat kan leiden tot minder museumbezoek. Grote Amsterdamse musea lijken hier minder last van te hebben, een aanzienlijk deel van hun bezoekers zijn Aziatische en Amerikaanse toeristen. De verwachting van het NBTC is dat deze groep toeristen dit jaar verder toeneemt en daardoor zal deze groep musea weinig terug zien in de bezoekcijfers van terugloop in toeristische overnachtingen dit jaar.

De musea zien fluctuerende bezoekersaantallen, waarbij de aantrekkingskracht van specifieke exposities een grote rol speelt in het aantrekken van buitenlandse bezoekers. Dit maakt de sector sterk afhankelijk van het internationale aanbod en de populariteit van tentoonstellingen. Daarnaast groeit het aantal museumkaarthouders gestaag, wat zorgt voor een stabielere basis van binnenlandse bezoekers.

11 Bioscopen

Het aantal bezoekers van bioscopen krimpt al een aantal jaar op rij. In 2025 nam het aantal bezoekers af met 3,5 procent. Voor 2026 verwachten wij dat de krimp doorzet met een verdere daling van 3 procent.

Wereldwijd zijn de bezoekersaantallen van bioscopen sinds de coronapandemie niet terug op het oude niveau. In veel landen lijkt het herstel uit te blijven, wat doet vermoeden dat structurele veranderingen in het kijkgedrag van het publiek zijn opgetreden.

De aanhoudende daling in het aantal bioscoopbezoekers hangt nauw samen met de toenemende concurrentie van streamingdiensten. Consumenten kiezen steeds vaker voor het gemak van thuisfilms kijken, mede doordat nieuwe releases sneller online beschikbaar worden. Hierdoor wordt het voor bioscopen lastiger om publiek te trekken bij reguliere vertoningen.

Opvallend is dat kleine filmtheaters het relatief beter doen dan de grote ketens. Dit komt doordat zij hun programmering meer toespitsen op nichemarkten en specifieke doelgroepen. Het gaat hierbij om arthousefilms, lokale producties of filmmarathons.

12 Attractieparken en dierentuinen

Consumenten hebben sinds de coronapandemie de weg naar attractieparken en dierentuinen weer weten te vinden, waarbij het herstel bij dierentuinen langer duurde en pas in 2024 boven het niveau van 2019 uit kwam. Voor 2025 verwachten wij dat het aantal bezoekers verder is gestegen met 2,5 procent, omdat zowel het aantal toeristische gasten en de koopkracht is gestegen ook de attractieparken en dierentuinen hiervan hebben weten te profiteren. Ook het weer was goed. Voor dit jaar is de verwachting dat de groei in het aantal bezoekers doorzet met 1,5 procent, iets minder snel dan in de afgelopen jaren.

De verwachte vertraging is het gevolg van onder andere de vertraging in de groei van het aantal toeristische gasten. Voor attractieparken geldt dat een op de vijf bezoekers uit het buitenland komt, zo blijkt uit data van het CBS. Ook het weer kan voor verschillende uitkomsten zorgen.