



# Natuurlijk genieten

Waarom reizen met bijzondere aandacht voor de natuur in trek zijn



# Inhoudsopgave

---

**Kansen in generaties**

**3**

---

**Verantwoording**

**16**

---

**Natuurinclusief recreëren brengt geluk**

**7**

---

**Grafieken**

**17**

---

**Aanbevelingen**

**12**

---

**Colofon**

**19**

---



## Kansen in generaties

Vakantieparken, campings en de luxere glampings richten zich bovengemiddeld veel op jonge gezinnen. Dit zorgt voor een relatief hoge afhankelijkheid van schoolvakanties en leidt daardoor tot gedeerde inkomsten. Zodra deze accommodaties zich meer richten op de overige maanden, profiteren ze van de verwachte stijgende jaarlijkse vakantiebestedingen door jongere en oudere generaties van meer dan 30 procent, zo blijkt uit deze analyse van ABN AMRO.

De aandacht voor de jonge gezinnen is te begrijpen. Dit is de doelgroep die sinds jaar en dag de vakantieparken en de campings bezoekt. Voor hen is het ontspannen om naast een slaapplek de vrijheid te hebben om te koken, de was te doen en om over de ruimte rondom een huisje of tent te beschikken zodat de kinderen kunnen rondarrelen. De jonge ouders kunnen vanaf hun tuinstoel een oogje in het zeil houden en tegelijkertijd uitrusten.

Daarbij komt dat de bestedingen van jonge gezinnen elk jaar toeneemt. Zo bedroegen de jaarlijkse vakantiebestedingen van deze groep in 2022 in totaal 3,24 miljard euro, ervan uitgaande dat de boeker tussen de 35 tot 45 jaar is. Op basis van demografische vooruitzichten, de ontwikkeling van de lonen en het prijsniveau van 2022 verwacht ABN AMRO dat de bestedingen van deze zogeheten millennials in 2027 op 3,9 miljard euro uit zal komen. Dit is een groei van 20 procent in vijf jaar tijd. Deze omzetgroei kunnen de uitbaters van de vakantieparken, campings en glampings in de schoolvakanties naar zich toe proberen te halen.

### Nieuwe doelgroep

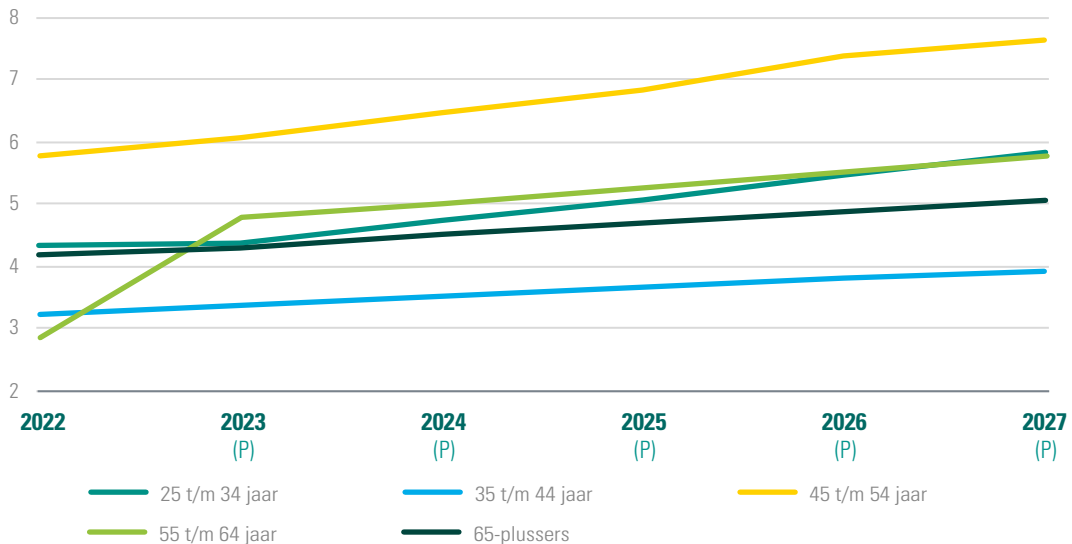
Lukt het ze daarnaast om hun aandacht ook naar de periode buiten de schoolvakanties te brengen, dan is de groei vele malen groter. De bestedingen aan vakanties van 25 tot 34-jarigen en die van 45 tot 55-jarigen, neemt namelijk nog harder toe, zo blijkt uit onderzoek van ABN AMRO.

Zo is de verwachting dat de jaarlijkse vakantiebestedingen van Generatie Y, de 25 tot 35-jarigen, met 32 procent toeneemt tot 5,75 miljard euro in 2027. Ook de Pragmaten, beter bekend als de 'patatgeneratie', geboren tussen 1970 en 1985 en met 45 tot 55 jaar veruit de grootste groep, laat een jaarlijkse groei in de bestedingen zien van circa 30 procent, en wel tot 7,62 miljard euro in 2027. De leden van deze groep hebben kinderen die er inmiddels vaak zelf op uit gaan zodat ze meer vrijheid hebben om zelf te reizen. Bovendien hebben zij meer dan voorheen de mogelijkheid om hybride te werken. De laptop openklappen in een vakantiehuisje in het groen is dan aantrekkelijk.



### Totale jaarlijkse vakantiebestedingen Nederlanders

(P) = Verwachting ABN AMRO, exclusief prijsinflatie



Bron: ABN AMRO

### Ander aanbod

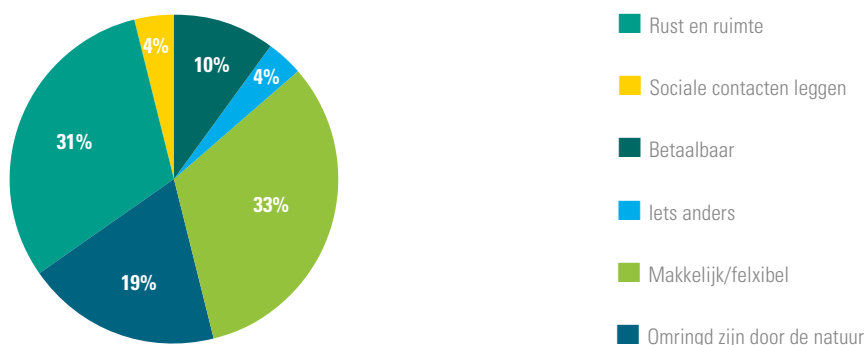
De vakantieparken die deze omzetgroei naar zich toe willen trekken, zullen zich naar de behoeften van de groep reizigers uit de generaties X en Y moeten richten. Een onveranderde focus op een kindvriendelijke omgeving, met voldoende speeltuinen, mogelijkheden om te knutselen en een voldoende ruim aanbod aan wasserettes, spreekt de vakantieganger buiten de schoolvakanties minder aan. Deze reist 'light' of komt voor een korte periode van een paar dagen of een week, waar de jonge ouders al snel uit gemak enkele weken de locatie boeken.

De jongere en de oudere generaties die op vakantie gaan, komen vooral om andere mensen te ontmoeten of om na een periode van hard werken tot rust te komen, blijkt onder meer uit een enquête van Glamping.nl & ABN AMRO. Daarom vinden zij het type accommodatie erg belangrijk. Zo zijn 25 tot 35-jarigen vaak op zoek naar unieke en 'Instagram-waardige' ervaringen. Ze waarderen comfort en stijl in de luxe van 'glamping'. Dit is ouderwets kamperen, maar dan in luxe zoals je dat in een hotel of vakantiehuis zou verwachten. Glamping heeft kortgezegd het gemak van thuis, maar met de natuurlijke omgeving van kamperen.

### Wat is de voornaamste reden dat u gaat kamperen?

Enquête Glamping.nl & ABN AMRO, december 2023, N = 341

De resultaten zijn representatief voor 65-plussers en indicatief voor andere leeftijden



Bron: ABN AMRO



Bij glamping krijgt de vakantieganger een luxe tent bij aankomst, met dekbedden op goede matrassen, een fornuis, barbecue, espressokoffie, ligstoelen, hangmatten en de ruimte om rechtop te staan. Handdoeken zijn aanwezig en ook staat een koelkast in de tent. Aanbieders als Camping de Lieveinge en Camping Buitenland combineren deze luxe met mogelijkheden voor sociaal contact, zoals gemeenschappelijke kook- en eetruimtes en avonden met livemuziek. Daarmee trekken ze deze jongere doelgroep aan.

Voor deze groep zijn flexibele annuleringsvoorwaarden overigens relatief belangrijk, aangezien jongere reizigers vaak spontaan boeken of omboeken. Daarom raadt ABN AMRO aan om buiten het hoogseizoen voor flexibele annuleringsvoorwaarden te zorgen. Daarmee wordt de drempel voor deze doelgroep om te boeken verlaagd.



### Adult-only

De behoefte aan luxe en comfort is ook aanwezig bij de 45 tot 55-jarigen. Voor hen zijn naast luxe ook rust en ontspanning belangrijke reismotieven.<sup>1</sup> Die rust vinden ze in het kamperen. Liefst 93 procent van de kampeers voelt zich namelijk meer ontspannen of mentaal verfrist na een tijd kamperen dan bij het maken van andersoortige reizen, zo blijkt uit onderzoek van Campspot onder 2.851 Amerikaanse respondenten in juni 2023.<sup>2</sup> Glamping in een rustige omgeving, midden in de natuur, is voor hen dus aantrekkelijk.

Voor aanbieders van deze campingplaatsen is het een overweging om een omgeving te creëren met specifieke rustzones en waar mogelijk 'adult-only'-gebieden. Zouden er dan ouders met jonge kinderen komen, dan hebben de ouderen de mogelijkheid zich terug te trekken. Daarnaast kan het aanbieden van wellness-voorzieningen zoals een spa, sauna of yogalessen helpen bij het aanspreken van deze doelgroep. Dit biedt het extraatje bovenop de natuurlijke en ruime omgeving en kan de doorslag geven bij de boeking.

### Reizigers alleen

Waar vakantieparken en campings nog minder aandacht voor hebben is het aanbieden van accommodaties voor de alleenstaande reiziger. Dat is een gemiste kans, aangezien deze categorie sterk toeneemt, met name binnen de generatie Y. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) leven in Nederland 3.254.000 volwassenen alleen, waaronder 20 procent van het aantal 30 tot 35-jarigen.<sup>3</sup> Als zij de mogelijkheid hebben om dichtbij huis, oftewel zonder te hoeven vliegen, een vakantie in de natuur te kunnen boeken waarbij ze bovendien leeftijdsgenoten kunnen ontmoeten en kunnen werken, zullen ze dat vaker doen.

Voor het aantal vrouwen dat zonder partner of gezin op reis gaat, neemt toe. Zij vormen zowel bij de Pragmaten, als bij Generatie Y een groeiende doelgroep. "We zien een sterke stijging van het aantal vrouwelijke soloreizigers", zegt Antoinette Turner, algemeen directeur in Zuid-Afrika voor Flight Centre, een van de grootste reisbureaus van dat land. Vrouwen maakten 81 procent van deze reizen.<sup>4</sup> Aanbieders van campings en vakantieparken doen er dan ook goed aan om informatie te verstrekken over lokale attracties, wandelroutes en activiteiten die bij uitstek geschikt zijn voor vrouwelijke soloreizigers.

Overigens doen vakantieparken en campings er sowieso goed aan om zich met name op vrouwen te richten. Circa 80 procent van alle reisbeslissingen wordt door vrouwen gemaakt, ongeacht met wie zij reizen of wie de reis betaalt.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Over de explosieve groei van de bestedingen van 55-plussers schreef ABN AMRO recent in de [publicatie](#) Rijk voor Avontuur hoe 55-plussers de reiswereld herdefiniëren. Hieruit blijkt dat 55-plussers te porren zijn voor fietsvakanties en culinaire reizen. Daarnaast zijn multi-generatiereizen in trek, omdat de traditionele familiedag steeds vaker als een volwaardig familieweekend of zelfs een compleet verzorgde vakantie wordt gevierd.

<sup>2</sup> [2024 Camping Trends Outlook \(campspot.com\)](https://campspot.com/2024-camping-trends-outlook)

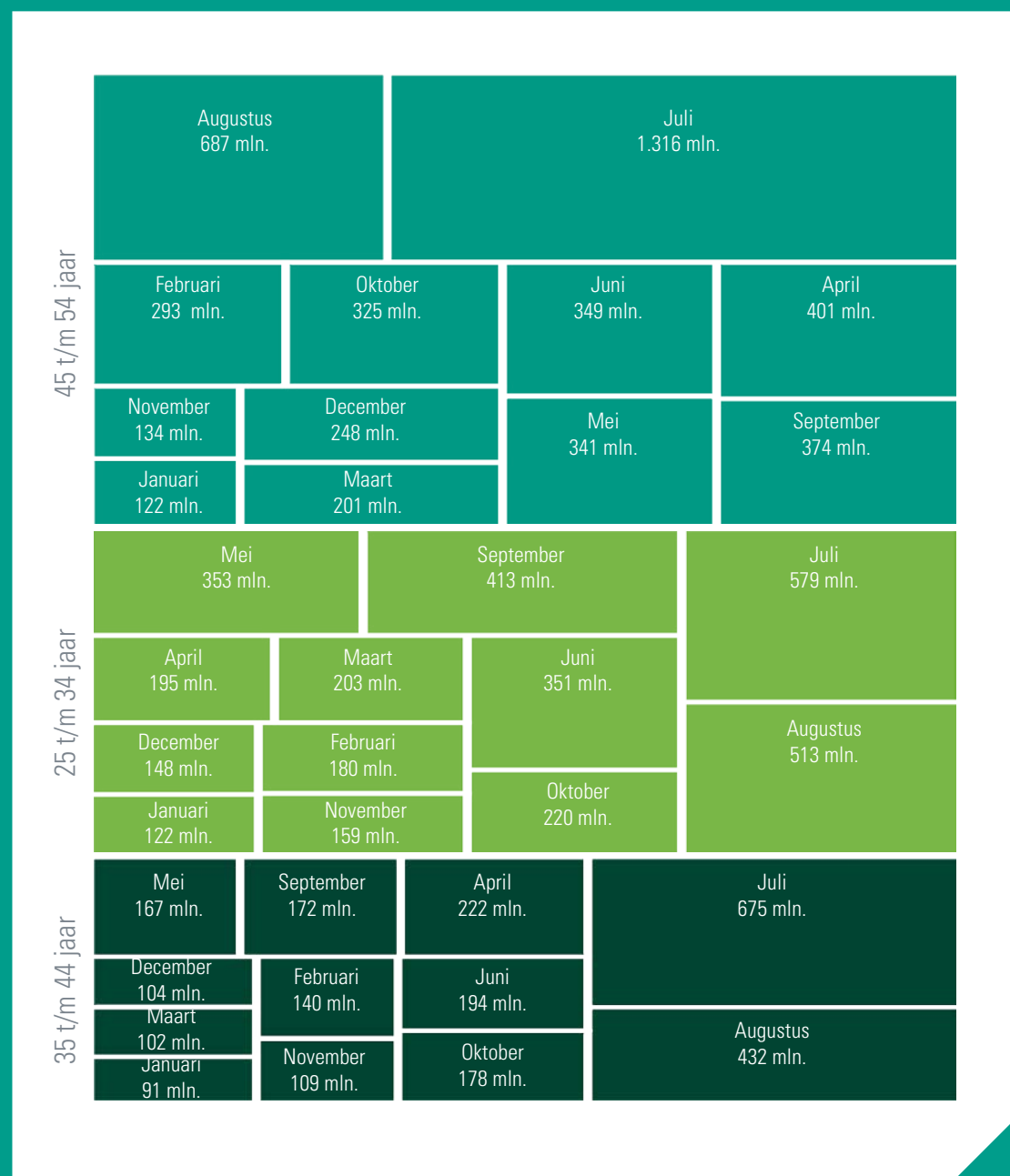
<sup>3</sup> [Nooit eerder woonden er zo veel mensen alleen in Nederland \(vn.nl\)](https://www.cbs.nl/nl-nl/onderzoek-en-statistiek/2023/12/18/married-yet-solo-more-women-are-traveling-without-their-plus-ones)

<sup>4</sup> <https://skift.com/2023/12/18/married-yet-solo-more-women-are-traveling-without-their-plus-ones/>

<sup>5</sup> <https://gutsytraveler.com/women-travel-statistics>



### De vakantiebestedingen in 2022, per leeftijdsgroep per vertrekmaand



Bron: NBTC, bewerking door ABN AMRO

Type accommodatie	Totale vakantiebestedingen 25-plussers in miljarden € in 2022	Aantal overnachtingen per vakantie	Bestedingen per vakantie
Hotels, pensions B&B	€ 9,54	5,6	€ 694
Vakantiehuis of stacaravan	€ 4,59	7,4	€ 449
Appartement	€ 2,35	9,3	€ 766
Kamperen	€ 2,16	12,3	€ 504
Woning van familie, vrienden of kennissen of van een andere particulier	€ 1,12	6,5	€ 341

Bron: NBTC, bewerking door ABN AMRO







## Natuurinclusief recreëren brengt geluk

Wie zijn vakantie viert in de natuur is gelukkiger en leeft gezonder, zo blijkt uit onderzoek. De natuur biedt vakantiegangers ontspanning. Dit is waarom vakantiegangers van alle leeftijden op zoek gaan naar kleinschalige luxe locaties in een natuurlijke omgeving waar ze kunnen genieten. Italië, Frankrijk en Nederland zijn het meest populair.

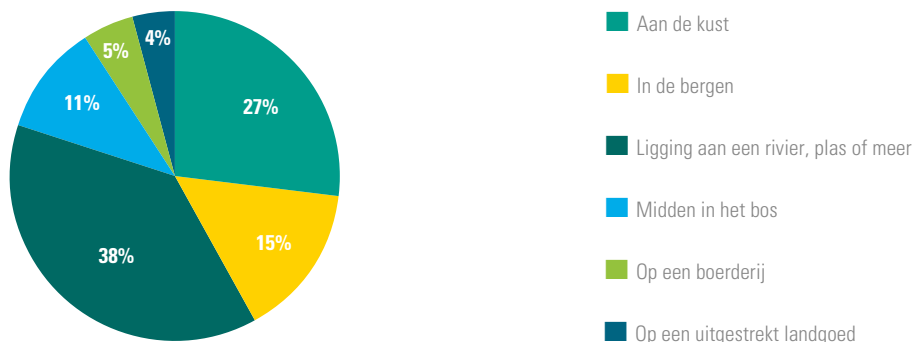
Vraag vakantiegangers wat zij het liefst willen, en zij zeggen: rust. Het hele jaar staat in het teken van werk, studie, huishouden of andere verplichtingen. Dan zijn met name de lente- en zomervakantie het moment om de dagelijkse besommeringen te ontvluchten en heerlijk vanuit een hangmat de wereld in te turen, actief te sporten of te recreëren, zoals wandelen, fietsen, kanoën, paardrijden of suppen op een door bergen omringd meer. Dan kan het ontspannen echt beginnen. Dat is goed voor lichaam en geest.

Direct contact met de natuur en de bijbehorende rust heeft namelijk een positief effect op de gezondheid van de mens, zo blijkt uit diverse wetenschappelijke onderzoeken.<sup>6</sup> Wie dichtbij de natuur woont, heeft doorgaans al een betere mentale gezondheid dan wie midden in de stad woont. Maar ook korte en lange bezoeken aan een natuurlijke omgeving hebben een positief effect op de mentale gezondheid en het geluksgevoel van mensen, is de conclusie. Alleen al het kijken naar een foto van een groene weide of bos leidt binnen een minuut tot een concentratieverbetering van 6 procent, stelt Nicole Torres in een artikel in de Harvard Business Review.<sup>7</sup>

### Hoe ziet uw ideale kampeerplek eruit?

Enquête Glamping.nl & ABN AMRO, december 2023, N = 341

De resultaten zijn representatief voor 65-plussers en indicatief voor andere leeftijden



Bron: ABN AMRO

6 Ralf Buckley (2020), Nature tourism and mental health: parks, happiness, and causation

7 Nicole Torres (2015), Gazing at nature makes you more productive



## Geluk

Ralf Buckley is een van de onderzoekers die de voordelen van de natuur constateerde. Hij doet aan de Griffith University in Australië onderzoek naar ecotoerisme en vroeg aan 238 mensen die een nationaal park in de staat Queensland bezochten of ze dat deden omdat ze gelukkig zijn of omdat het bezoek hen gelukkig maakt. Meer dan 80 procent koos voor het laatste. Zo'n 90 procent van deze groep herkende kortetermijneffecten in hun geluk, 60 procent zei te herstellen van de stress en 20 procent gaf aan langetermijnveranderingen in hun kijk op de wereld te ondervinden als gevolg van hun bezoek.

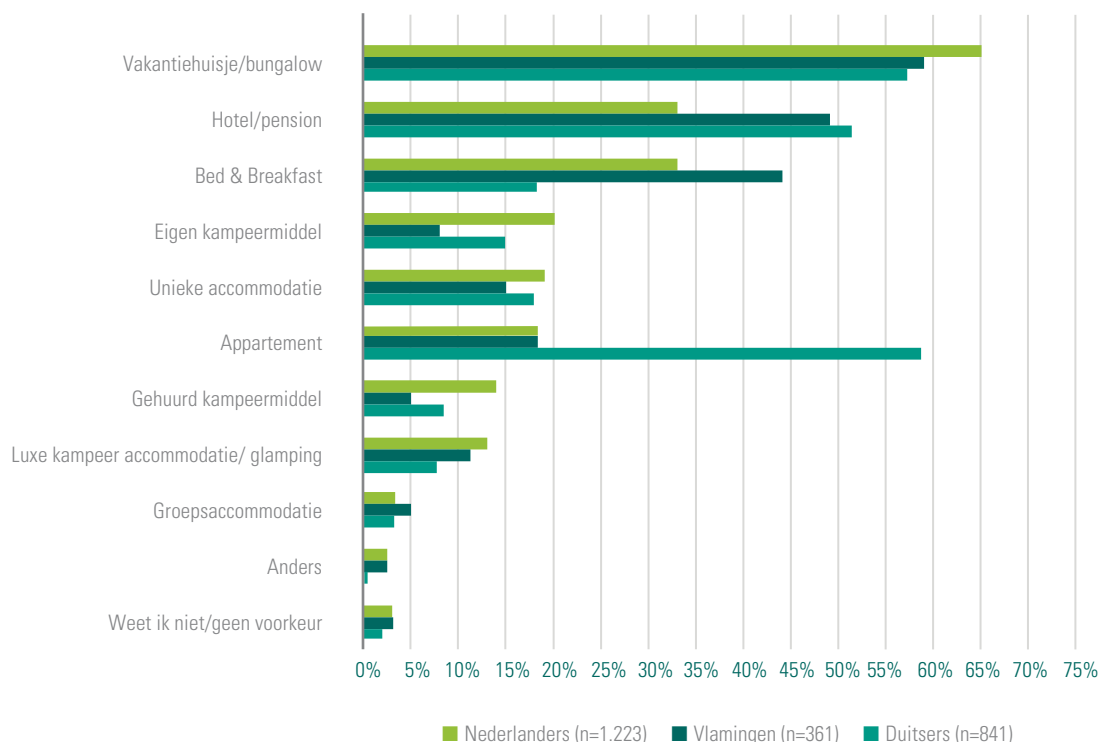


Nu richt Buckley zijn onderzoek op Australië, waar veel en vooral omvangrijke natuurparken zijn, maar het positieve effect van de natuur op de gezondheid geldt uiteraard ook voor vakantiegangers die het groen opzoeken in Nederland en andere Europese landen. Zij ervaren die gezondheidswinst net als de bezoekers van de parken in Australië. Dit heeft tot gevolg dat zij vaker behoefte hebben aan ecotoerisme en duurzaamheid op vakantie, constateert Recreatief Totaal, een platform voor trends in vrijetijdsbesteding.<sup>8</sup>

Daarnaast zijn unieke, kleinschalige locaties wereldwijd in trek. Uit onderzoek naar de reistrends in 2024 door de Amerikaanse reisonderzoeker Expedia blijkt dat molens, schuren en boerderijen in deze categorie de drie meest populaire woningtypes zijn.

Omgebouwde fabrieken kenden een stijging van 47 procent ten opzichte van vorig jaar, terwijl schuren en boerderijen stijgingen van respectievelijk 21 procent en 42 procent realiseerden.<sup>9</sup>

### Vakantiehuisje/bungalow meest overwogen type accommodatie tijdens een plattelandsvakantie; appartement vooral populair onder Duitsers



Bron: NBTC (2023), [Onderzoek plattelandsvakanties](#)

8 <https://www.recreatief totaal.nl/nationaal-glamping-onderzoek-2022-b2c/>

9 [expedia.com/magazine/wp-content/uploads/2023/11/Unpack-24\\_TrendReport\\_US\\_FINAL-1.pdf](https://www.expedia.com/magazine/wp-content/uploads/2023/11/Unpack-24_TrendReport_US_FINAL-1.pdf)





## Boomhutten en yurts

Specifiek het luxe kamperen in het groen wint dan ook aan populariteit. Waar voorheen de vakantieganger met een eigen tent of camper de natuur opzocht, vragen nu ook de bezoekers die van luxe houden naar een plek in het bos of aan zee. Dit zogeheten glamping bestaat al langer. Maar nu de vraag aantrekt, zal het aantal geïnteresseerden meer dan verdubbelen naar 4,5 miljard in 2025 ten opzichte van 2018, zo blijkt uit het onderzoek van Recreatief Totaal. Dat is een groei van 12,5 procent per jaar.

Wereldwijd groeit de omzet in het zogeheten glamping-segment en ook andersoortige manieren van overnachten, zoals in boomhutten en yurts (traditionele nomadententen) nemen toe. Over vijf jaar vertegenwoordigt het overnachten in boomhutten alleen al een omzet van 335 miljoen euro.<sup>10</sup> In de Verenigde Staten verweist 's werelds grootste boomhutresort met 130 boomhutten, het Sanctuary Treehouse Resort.

## Luxe kamperen in de VS<sup>11</sup>

In de VS is glamping uitgegroeid tot een van de snelstgroeiende vakantiebestemmingen en heeft het brede erkenning en acceptatie gekregen onder verschillende doelgroepen vakantiegangers. De Amerikaanse glampingmarkt groeit de komende jaren naar verwachting met 15 procent per jaar.

Hoewel veel gasten van glampingresorts vrijetijdsreizigers zijn, is de groei ook afkomstig van een toenemend aantal zakelijke 'incentive'-reizigers. Zij zijn op zoek naar activiteiten die uniek en tegelijk informeler zijn dan de traditionele grootschalige resorts. Incentive-reizen worden vaak georganiseerd door bedrijven in de technologiesector, zoals Google, Netflix, Uber en andere extreem jonge, inventieve bedrijven zoals de Newyorkse brillenverkoper Warby Parker.

Bovendien overtreft de vraag naar glampingresorts andere gevestigde segmenten, wat wijst op een groot potentieel voor de groei van de Amerikaanse glampingmarkt. Daarnaast richt Airbnb zich ook op de vraag naar authenticiteit, waardoor het traditionele hotelmodel wordt doorbroken.

## Sterrenkok

Bij glamping krijgt de vakantieganger meer dan een luxe accommodatie. "Glamping is de totaalbeleving," zegt Richard Otten, glamping-expert en eigenaar van diverse digitale glamping-platforms. "Het is de natuur, het kleinschalige, maar ook het goede restaurant." Bij pop-up-glamping Spaarne in Spaarnwoude worden gasten voorzien van de culinaire hoogstandjes van topchefs, zoals van sterkokks Joris Blijdijk en Ron Blaauw. Zij concurreren met het Spaanse Ibiza, omdat vliegen duurder wordt.

Die beleving is ook voelbaar in bijvoorbeeld de ecolodge bij safariresort De Beekse Bergen, waar de kinderen vanuit hun vakantiewoning naar de tijgers en neushoorns kijken. Papillon Country Resort in Denekamp biedt vele unieke glamping accommodaties, compleet en luxe ingericht en voorzien van eigen badkamer. En bij Vakantiepark Mólke kan gekozen worden voor cottages met privé-jacuzzi. Met de wc-rol onder de arm over een drassig veld lopen is bij de meeste luxe kampeergelegenheden al langer verleden tijd. Het toilet staat in of net buiten de tent.

De luxe vakantievierder zoekt naar kleinschalige bijzondere locaties waar rust vanzelfsprekend is. Van de glamping-bezoekers die Glamping.nl<sup>12</sup> heeft ondervraagd wenst 60 procent kleinschalige locaties. Fijne locaties in het bos of een met alleen boerderijen in de nabije omgeving<sup>13</sup> zijn in trek. Het boerenerv is daarvoor zeer geschikt en de boeren zelf zien kleinschalige kamperen als een goed zakelijk alternatief, iets waar vraag naar is en dat groeiende is ten opzichte van het boeren zelf. Vanwege wetgeving moeten agrariërs niet zelden hun bedrijf afbouwen of sluiten.

<sup>10</sup> Costar (2023), Glamping garners more attention internationally from guests and investors

<sup>11</sup> Arizton (2023), Glamping market in the US, analysis & forecast

<sup>12</sup> <https://www.glamping.nl/glamping-facts-figures-onderzoek/>

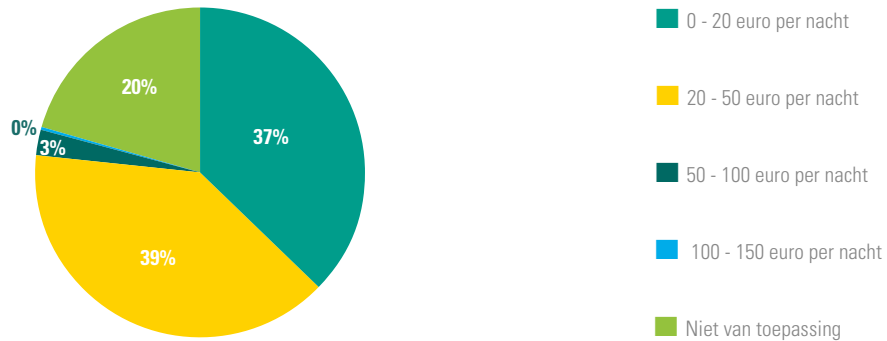
<sup>13</sup> NBTC (2023), Onderzoek plattelandsvakanties



### Hoeveel euro per nacht bent u in 2024 bereid te betalen voor een (zeer) luxe kampeerplek op een boerderij?

Enquête Glamping.nl & ABN AMRO, december 2023, N = 339

De resultaten zijn representatief voor 65-plussers en indicatief voor andere leeftijden



Bron: ABN AMRO

Een duurzame bedrijfsvoering speelt voor een kleine 40 procent van de vakantiegangers een rol bij de plattelandsvakanties, stelt het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC). Maar lage kosten, comfort en een karakteristieke uitstraling gaan nog altijd voor. Het is aan de aanbieders om de basis op orde te hebben, dus eigenlijk alles wat nodig is om de bezoeker een onbezorgde vakantie te bezorgen en tegelijk de extra's te bieden die tijdens het boeken de doorslag geven.

Wie een duurzame bedrijfsvoering voert, kan dat terugzien in een positieve 'review' op internet. Ook dat is van belang, want een overgrote meerderheid kijkt tijdens het boeken naar reviews en hecht veel waarde aan het oordeel van eerdere bezoekers. Bij duurzame extra's kan worden gedacht aan een laadvoorziening voor de elektrische fiets, koken met groenten uit eigen tuin, een natuurswembad of een duurzame knutselbox voor de kleintjes.



## Spanningsveld

De grote uitdaging in de markt zit bij de natuurvakanties op de verouderde accommodaties. Nu de vraag naar luxe en natuur toeneemt, hebben de 'oude' nog niet omgebouwde accommodaties concurrentie van nieuwe luxe parken of van parken die zijn opgewaardeerd. Daarnaast zetten grote aanbieders als Landal en Center Parcs met nadruk in op het luxe kamperen.

Een keerzijde van de toenemende vraag naar natuur, ruimte en rust is dat de beschikbare locaties voor recreatie in heel Nederland onder druk komt te staan. Iedereen wil naar dat ene speciale rustige plekje. Uit onderzoek<sup>14</sup> van de ANWB blijkt dat de groene ruimte per inwoner sinds 1900 al met 80 procent is afgenomen. Deze krapte wordt in de toekomst nog nijpende als gevolg van de groeiende bevolking en de verdere toename van het toerisme.

Om de natuurgebieden te ontlasten en de vrijetijdsbesteding van een groeiende bevolking op te kunnen vangen, is volgens Geert Dijks, directeur van belangenbehartiger HISWA-RECRON en door het ministerie aangesteld als domeinleider Vrijetijdseconomie voor de Agenda Natuurinclusief, extra recreatieruimte nodig. Dit heeft als doel om in het licht van de woningbouw-, landbouw- en stikstoftransitie van ons land tot 2050 te zorgen voor beter gedrag en spreiding<sup>15</sup> van bezoekers, zodat de kernnatuur wordt ontzien. Daarnaast stimuleert het programma watersport- en recreatieondernemers om hun locaties natuurinclusiever te maken.

Zo blijft de rust voor mens en natuur bewaard. De toenemende vraag naar rust leidt er namelijk onmiskenbaar toe dat de waarde van locaties met veel ruimte toeneemt. Natuur wordt een luxegoed voor een gezond en gelukkig leven. Dijks erkent dat er een spanningsveld is. "We zullen de balans moeten vinden tussen groei en groen, want waar het te veel wordt, verliest de recreatiesector haar licence to operate."



## Ministerie van recreatie

De verkokerde en gedecentraliseerde besluitvormingsstructuur in Nederland is bij de uitbreiding van de extra hectaren volgens Dijks een beperking. Zo krijgen vakantieparken en campings die natuurinclusief willen ondernemen te maken met beslissers van diverse ministeries, provincies en gemeenten. Hij zou het liefst zien dat recreatie bij één ministerie wordt belegd, wat tot 1982 met het toenmalige ministerie van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk ook zo was. Een terugkeer van een dergelijk ministerie kan worden gedragen door artikel 22 lid c van de Grondwet. Daarin staat dat de overheid maatregelen moet treffen ter bevordering van de volksgezondheid. Het scheppen van voorwaarden voor maatschappelijke en culturele ontplooiing en voor vrijetijdsbesteding wordt in dit kader expliciet genoemd.

14 <https://www.anwb.nl/belangenbehartiging/recreatie/zorgen-om-groeiend-tekort-aan-recreatieruimte>  
 15 <https://agendanatuurinclusief.nl/wp-content/uploads/NA-159-100-Agenda-Natuurinclusief-2.0-VTE.pdf>







## Aanbevelingen

Aanbieders van vakantieparken en campings die een bredere groep bezoekers willen trekken doen er goed aan aandacht aan natuurinclusief ondernemen en recreëren te besteden. Dit doen ze onder meer door de ecologische voetafdruk te minimaliseren, de lokale gemeenschappen te ondersteunen en te werken aan het behoud van de biodiversiteit. ABN AMRO zet vijf maatregelen op een rij die redelijk laagdrempelig zijn en voor tevreden bezoekers zorgen.

### 1. Maak de bezoeker bewust

Een cruciale eerste stap naar natuurinclusief toerisme ligt in het informeren van alle reizigers over de ecologische waarde van de gebieden die ze bezoeken en de impact van hun gedrag op het milieu. Zo blijkt dat 70 procent van de natuur- en recreatiegebieden in Noord-Holland de bezoekersstroom niet aan kan, zo stelde de provincie na onderzoek.<sup>16</sup> Recreëren gaat namelijk nogal eens gepaard met onbedoeld gebruik van de ruimte, zoals het ontstaan van olifantenpaadjes, afval door picknicken en barbecueën op plekken die hiervoor niet zijn bedoeld. Door de reiziger van de consequenties bewust te maken, zoals de problemen die afval veroorzaken en de verstoring van rustplaatsen voor dieren, wordt er gezonder in de natuur gerecreëerd en zal de balans tussen de natuur en de mens verbeteren.

Vakantieparken kunnen een rol spelen in het bijdragen aan deze bewustwording, wat naast het behoud van de natuur een positieve uitstraling kan hebben op het park of de camping. De Toeristenradar van Abel Leisure is een handige tool die hierbij kan helpen. De radar meet en voorspelt de drukte in natuurgebieden door te tellen hoeveel gebruikers zich op wandel-, fiets- en ruiterspaden bevinden. Als het erg druk is kunnen er alternatieve routes en uitjes via een widget op de websites van de parken worden geplaatst. Door op alternatieven te wijzen worden bezoekers verleid om activiteiten te ondernemen in de meer rustige delen. Bovendien kan rekening worden gehouden met het broedseizoen en de paddentrek.

Kennis over de biodiversiteit in het park kan verspreid worden door biodiversiteitsvriendelijke buitenactiviteiten zoals kookles met kruiden uit de omgeving, hutten bouwen met materialen uit de bossen of een educatief wandelpad door de natuur, mogelijk begeleid door een lokale gids. Center Parcs het Meerdal speelt hierop in met een zogenoemde belevingsboerderij, waarbij ook wandelroutes door de natuur worden aangeboden.

<sup>16</sup> <https://www.ad.nl/amsterdam/te-weinig-recreatieruimte-in-noord-holland-en-het-wordt-alleen-maar-drukker-a405bf3fa/>





Samenwerken met lokale gemeenschappen biedt reizigers een speciale beleving en spaart de natuur. De lokale bewoner wordt ondersteund bij het behoud van de omgeving en het bevorderen van economische groei op een duurzame manier. Hier geeft het Belgische park Your Nature het goede voorbeeld. Deze onderneming werkt met lokale en regionale producenten. Alle samenwerkende partners zetten zich in voor de bescherming van het parkterrein, de bomen en de biodiversiteit. Daarbij doen ze aan duurzame productie en teelt. Het hout van de luxe hutten en gebouwen op het park zijn gemaakt van het bos in de Ardennen.

## 2. Bied duurzame activiteiten aan

Het aanmoedigen van activiteiten die de natuurlijke omgeving respecteren, zoals wandelen, fietsen, ecotoerisme en andere milieuvriendelijke bezigheden, is op zich laaghangend fruit, maar wordt zeer gewaardeerd. Liefst 85 procent van de vakantiegangers geeft in een onderzoek van ABN AMRO aan de natuur rondom de accommodatie belangrijk te vinden. Het Belgische natuurpark Warrendal heeft om die reden een klimpark laten aanleggen en biedt de bezoeker een adventure minigolf aan, evenals natuurwandelingen.

Wie een dag wil werken met dieren, kan naar vakantiepark de Molenwaard. Bleekneusjes uit de stad worden ondergedompeld in het boerderijleven en kunnen bovendien genieten van leerzame shows over dit onderwerp. Een levendige en natuur met een rijke biodiversiteit biedt inspiratie, is goed voor de gezondheid van de mens en sluit aan bij de gewenste rust en ontspanning waar de vakantiegangers in Nederland naar op zoek zijn.

De wandeltochten die aanbieder van vakantiehuisjes Cabiner samen met Staatsbosbeheer organiseert, creëren een nieuwe waardering voor de Nederlandse natuur en een extra verdienmodel voor boeren die de omslag willen maken naar natuurinclusieve landbouw. Daarbij organiseert Cabiner evenementen om zijn gasten op een actieve wijze te betrekken bij natuurbeheer. Overige duurzame extra's zijn te vinden in de laadvoorziening voor elektrische auto's en fietsen.



## 3. Werk mee aan het behoud van ecosystemen

Aanbieders van natuurinclusieve accommodaties laten zien dat ze de natuur serieus nemen zodra ze initiatieven steunen die gericht zijn op het behoud van ecosystemen, het beschermen van bedreigde diersoorten en het behouden van natuurlijke habitats. Investeren in biodiversiteit kan voor vakantieparken en campings dan ook een effectieve manier zijn om meer toeristen aan te trekken en bij te dragen aan herstel van de natuur.

Liefst 85 procent van de vakantiegangers geeft aan de natuur rondom de accommodatie belangrijk te vinden en 62 procent vindt het belangrijk om meer te leren over de lokale natuur tijdens de vakantie, volgt uit onderzoek van ABN AMRO.<sup>17</sup> Het planten van inheemse struiken en bomen, een onbemeste bloemen- of kruidengazon, wilde bloemenstroken en voedselarme weiden dragen al bij aan de biodiversiteit.

In het Verenigd Koninkrijk hebben ecologen met de herontwikkeling van het Rivendale Holiday Park een netto biodiversiteitswinst van 11 procent gerealiseerd.<sup>18</sup> Door een op maat gemaakte mix van grasland en wilde bloemen, en investeringen in boombeplanting en vijvers is de omgeving in het vakantiepark aantoonbaar verbeterd. Omdat veel soorten afhankelijk zijn van grondwater, is ook zorgvuldig waterbeheer van belang.

<sup>17</sup> ABN AMRO (2023), Vakantie in het groen.

<sup>18</sup> RPS Group (2023), Biodiversity net gain achieved at Rivendale Holiday Park.





Met het slimme watersturingssysteem van Sirio Control kan het grondwater worden gemonitord en wordt het alleen weggepompt bij risico op overstroming.<sup>19</sup> Door deze techniek wordt jaarlijks 75 procent meer water vastgehouden. Een andere investering is het bouwen van zogeheten wadi's, een verlaagd deel van de tuin waar het regenwater zich kan verzamelen en in de bodem kan infiltreren. Dit gaat droogte tegen en bevordert de natuur.

Par Your Nature in België heeft de accommodaties naar eigen zeggen zo bedacht en geplaatst dat ze het ecosysteem niet wijzigen. Bomen hoefden niet te worden vernield en uitgravingen of grondwerken zijn uitgebleven zodat wijziging van de aardstromen en de natuurlijke watercirculatie is voorkomen.

#### 4. Laat de gast meeprofiten van de besparingen

De energiekosten zijn de afgelopen jaren fors toegenomen. Deze kosten volledig aan de gast doorberekenen lukt niet altijd, zo blijkt uit onderzoek van ABN AMRO. Wat de parkeigenaar wel kan doen is de gasten als eerste stap meer bewust te maken van hun energieverbruik. Dit bespaart niet alleen kosten voor de ondernemer, maar zorgt ook daadwerkelijk voor minder verbruik. De volgende stap is de gasten mee te laten profiteren van hun goede gedrag.

In de meeste vakantieparken ervaart de gast niet direct de voordelen van hun energiezuinigheid. De rekening wordt immers betaald door het vakantiepark en alleen de ondernemer profiteert van lagere energiekosten. Dit zogeheten sociale dilemma is moeilijk op te lossen, omdat de verleiding om te kiezen voor eigenbelang op korte termijn groot is.<sup>20</sup> Dit is anders wanneer de energiezuinige bezoeker direct kan meedelen in de winst.

Dit vraagt in eerste instantie een investering van de parkbeheerder in goede meetapparatuur voor het algehele energieverbruik, evenals voor het verbruik per huis of kampeerplaats. Een handig hulpmiddel is het energiemanagementsysteem van ICY. Met dit systeem kunnen de energiemeters per kampeerplek of accommodatie worden uitgelezen, zodat zichtbaar wordt hoeveel kilowattuur per gast is verbruikt.<sup>21</sup>

Doormiddel van 'gamificatie' en een beloningssysteem worden gasten gemotiveerd om duurzamer te handelen. Zo kunnen ze worden gestimuleerd om hun eigen afval te scheiden met behulp van 'nudging'. In dat geval krijgen zij ongemerkt stimulansen waardoor ze het scheiden niet als een last ervaren, maar het gewoon doen. Visuele signalen, zoals stickers op afvalbakken, zijn bewezen maatregelen die stimuleren om afval in de juiste prullenbak te gooien.

Zodra bezoekers minder verbruiken of hun voetafdruk beperken, kan het vakantiepark daar een vergoeding of cadeautje tegenoverstellen. Een dergelijke out-of-the-box-aanpak zal de gasten positief verrassen.

19 VRT nieuws (2023), KU Leuven pakt droogte aan met slimme pompinstallatie in Heverlee. Elke week 3,5 miljoen liter grondwater extra.

20 Michiel Handgraaf (2017), Energie besparen als anderen de rekening betalen: veldexperimenten naar gedragsaspecten van energiebesparing in studentenwoningen en hotels.

21 Er zijn veel mogelijkheden waarmee vakantieparken hun energie- en waterhuishouding kunnen verbeteren. Zo brengt het ook slimme systeem van Noytrall de water- en energieconsumptie per accommodatie nauwkeurig in kaart, voor zowel de verblijfsaccommodatie als voor de gast.





## 5. Hergebruik en verminderen

Een schone omgeving is belangrijk voor vakantiegangers. Zo'n 75 procent van de kampeers vindt het vermijden van afvalproductie en optimaliseren van recyclen essentieel, zo toont enquête-onderzoek van ABN AMRO. Daar zijn verschillende mogelijkheden voor. Drinkwater wordt bijvoorbeeld onnodig gebruikt, zoals bij het doorspoelen van de wc en het bewateren van planten. Zuinig omgaan met water is belangrijk voor de natuur en biedt een kans voor ondernemers om kosten te besparen.<sup>22</sup>

Een effectieve manier om water te besparen is het hergebruiken ervan. Zo spoelt Strandpark De Zeeuwse Kust hun wc's door met hergebruikt water uit douches en wasmachines. Eén keer douchen staat daarbij gelijk aan drie keer de wc doorspoelen. Met hun aanpak weet het park in 2028 naar schatting de helft minder drinkwater te verbruiken.

Camping Olmenveld in Serooskerke weet van het hergebruiken en zuiveren van water zelfs een verdienmodel te maken. Opgevangen regenwater wordt naast gebruik voor de douches, toiletten en wasserette – wat al een besparing van 30 procent aan drinkwater oplevert – ook doorverkocht aan boeren in de omgeving voor gewasbesproeiing. Iets soortgelijks gebeurt met afval. Bij Landal Vakantiepark 't Loo wordt deze 'groene mest' gebruikt om het park te onderhouden en wordt vrijgekomen biogas ingezet om het zwembad te verwarmen.<sup>23</sup>



22 Enquête-onderzoek ABN AMRO in samenwerking met Campingnavigator, december 2023.

23 HISWA-Recron (2023), Duurzame leisure en recreatie.



# Verantwoording

In de zomer van 2023 heeft ABN AMRO ook een rapport geschreven over vakantie in het groen. Daaruit blijkt dat vakantiegangers flink meer geld uitgaven aan vakantieparken of een camping ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. In het najaar van 2023 schreef ABN AMRO een rapport over de vakantiebestedingen van 55-plussers. Hieruit blijkt dat onder meer fietsvakanties, culinaire reizen en multi-generatievakanties stevig in trek zijn.

In dit rapport gaan we dieper in op de vakantiebestedingen van diverse leeftijdsgroepen. Daarbij hebben we gekeken naar:

1. Wat ze eerder aan vakanties hebben uitgegeven.
2. Hoeveel mensen de leeftijdsgroep bereiken.
3. Hoe de pensioenen zijn gegroeid (bij 65-plussers) en hoe de lonen zich ontwikkelen bij jongere generaties.
4. Onverwachte gebeurtenissen die de uitgaven kunnen beïnvloeden.

We hebben als methode de meervoudige regressieanalyse gebruikt, waarbij al deze punten worden gecombineerd om een goede voorspelling te krijgen. Deze analyse is gebaseerd op data afkomstig van het CBS en Eurostat. Dit zijn allemaal openbare bronnen:

Lonen (CBS): <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/84163NED/table?ts=1703686822111>

Bevolking (CBS): <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/7461bev/table?dl=6F2D8>

Vakantie-uitgaven Accomodaties (Eurostat): [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour\\_occ\\_nim\\_custom\\_9133637/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_occ_nim_custom_9133637/default/table?lang=en)

Vakantie-uitgaven per leeftijdsgroep (Eurostat): [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour\\_dem\\_exage/default/line?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_dem_exage/default/line?lang=en)

De berekeningen zijn gebaseerd op het prijsniveau van 2022. Met prijsinflatie is dus geen rekening gehouden. Dat betekent dat deze voorspelling als conservatief kan worden bestempeld.

Vakanties zijn namelijk fors duurder geworden. Zo was een vakantie in een vakantiepark in de zomer van 2023 al 10 procent duurder vergeleken met dezelfde periode in 2022. Tegelijk hebben toekomstige prijsstijgingen naar verwachting vooral betrekking op de drukke zomermaanden. Onder meer de 55- en 65-plussers zijn lang niet altijd meer gebonden aan de schoolvakanties, waardoor zij ook goedkopere vakanties kunnen genieten buiten het hoogseizoen.

Daarnaast hebben ook andere factoren invloed op de prijsontwikkeling in het toerisme. Te denken valt aan de economische ontwikkelingen in onze buurlanden, milieubelastingen en de ontwikkeling van het aantal vluchten op Schiphol. Voor 2024 zijn deze factoren nog wel in te schatten, maar voor de jaren daarna is dat, ook gelet op de verkiezingen in diverse landen, al een stuk lastiger. Om die redenen zijn verwachte prijsstijgingen niet meegenomen in het model.



# Grafieken

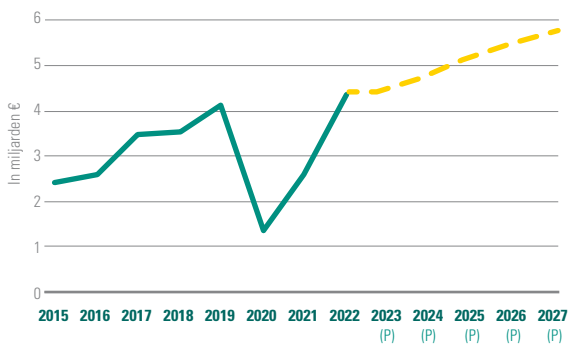
In alle leeftijdsgroepen is er een sterke significante correlatie gevonden tussen lonen en vakantie-uitgaven. Dit betekent dat een toename van de lonen vaak gepaard gaat met een toename van de vakantie-uitgaven.

Voor de leeftijdsgroep 25-35 bedraagt de zogeheten Pearson-correlatiecoëfficiënt ongeveer 0,95. Dit duidt op een zeer sterke positieve relatie tussen lonen en vakantie-uitgaven. De p-waarde voor deze correlatie is ongeveer 0,0009, wat ruim onder de standaarddrempel van 0,05 voor statistische significantie ligt.

Deze correlatie veranderde drastisch tijdens de pandemiejaren 2020 en 2021. In die jaren was er sprake van reis- beperkingen als gevolg van de coronapandemie. Om die reden hebben wij geen gewicht toegekend aan de vakantiebestedingen in de coronajaren.

## Totale vakantie-uitgaven van 25-34 jarigen

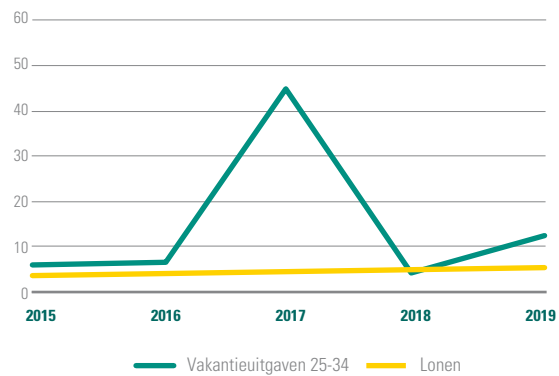
(P) = Verwachting ABN AMRO, exclusief prijsinflatie



Bron: ABN AMRO

## Trendcorrelatie vakantie-uitgaven 25-34 jarigen versus lonen

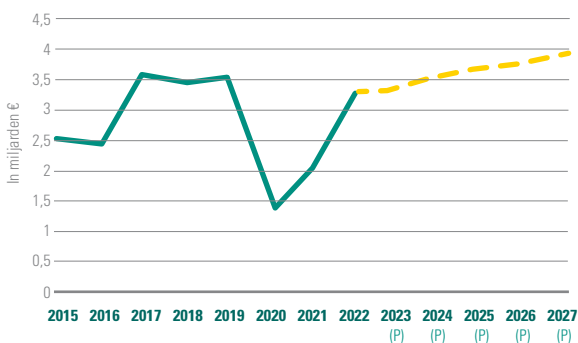
Pearson correlatie  $\approx 0,95$  / P-waarde  $\approx 0,0009$



Voor de leeftijdsgroep 35-45 bedraagt de Pearson-correlatiecoëfficiënt ongeveer 0,79, wat wijst op een sterk positief verband tussen lonen en vakantiebestedingen. In vergelijking met de 25-35 jarigen heeft een stijging of een daling van de lonen minder impact op de vakantiebestedingen van deze groep. De p-waarde voor deze correlatie is ongeveer 0,03.

## Totale vakantie-uitgaven van 35-44 jarigen

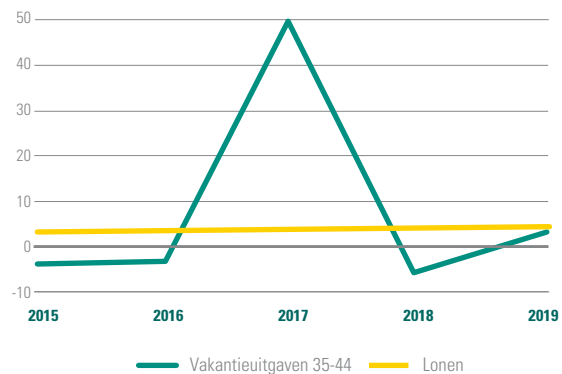
(P) = Verwachting ABN AMRO, exclusief prijsinflatie



Bron: ABN AMRO

## Trendcorrelatie vakantie-uitgaven 35-44 jarigen versus lonen

Pearson correlatie  $\approx 0,79$  / P-waarde  $\approx 0,033$



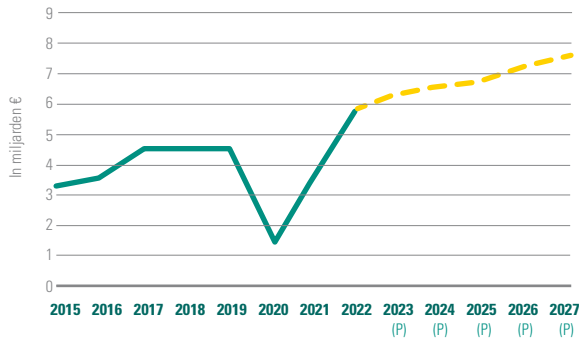
Voor de leeftijdsgroep 45 tot en met 54 jaar bedraagt de Pearson-correlatiecoëfficiënt ongeveer 0,87. Dit duidt op een sterk positief verband tussen lonen en vakantiebestedingen. De p-waarde voor deze correlatie is ongeveer 0,01.





### Totale vakantie-uitgaven van 45-54 jarigen

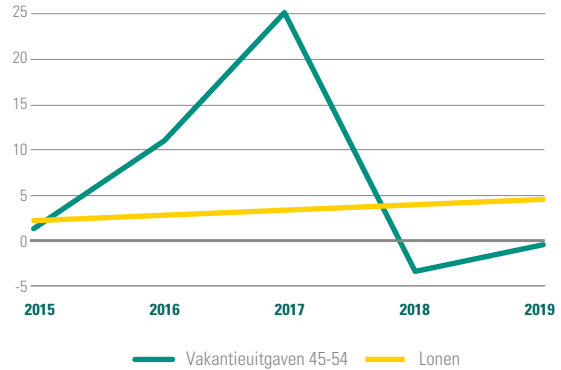
(P) = Verwachting ABN AMRO, exclusief prijsinflatie



Bron: ABN AMRO

### Trendcorrelatie vakantie-uitgaven 45-54 jarigen versus lonen

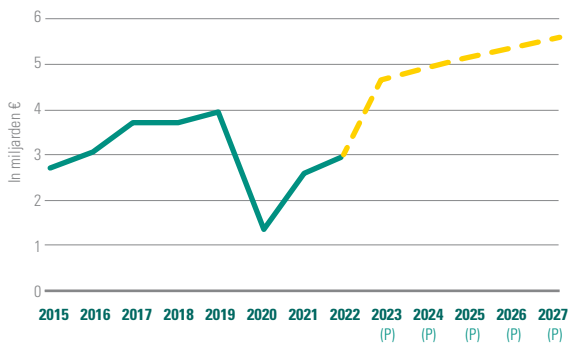
Pearson correlatie  $\approx 0.87$  / P-waarde  $\approx 0.0103$



Voor de leeftijdsgroep 55 tot 65-jarigen bedraagt de Pearson-correlatiecoëfficiënt ongeveer 0,73. Dit duidt op een sterk positief verband tussen lonen en vakantiebestedingen. De p-waarde voor deze correlatie is ongeveer -0,16.

### Totale vakantie-uitgaven van 55-64 jarigen

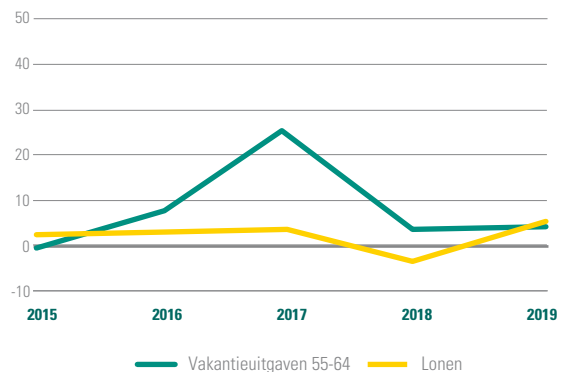
(P) = Verwachting ABN AMRO, exclusief prijsinflatie



Bron: ABN AMRO

### Trendcorrelatie vakantie-uitgaven 55-64 jarigen versus lonen

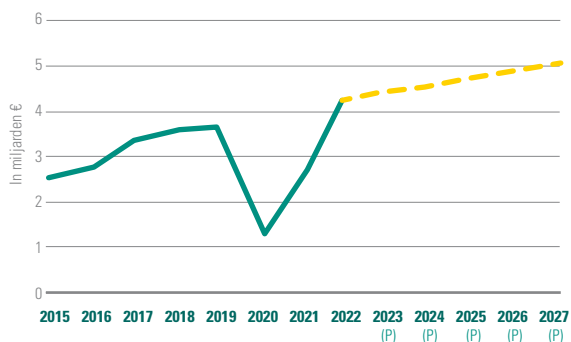
Pearson correlatie  $\approx 0.93$  / P-waarde  $\approx 0.00074$



Bij de 65-plussers hebben wij gekeken naar de ontwikkeling van de pensioenen. De Pearson-correlatiecoëfficiënt bedraagt ongeveer 0,96. Dat houdt in dat een indexatie van de pensioenen zich mede vertaald naar hogere vakantiebestedingen. De p-waarde voor deze correlatie is ongeveer 0,01, waardoor ook deze correlatie statistisch significant is.

### Totale vakantie-uitgaven van 65+'ers

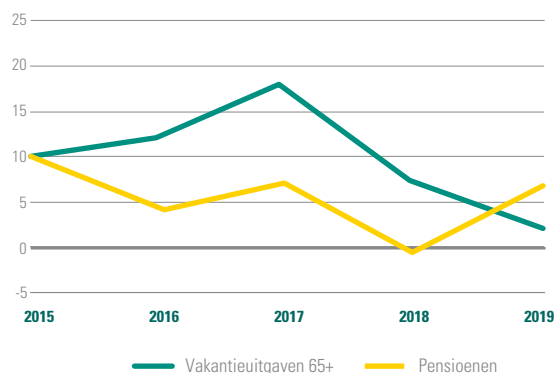
(P) = Verwachting ABN AMRO, exclusief prijsinflatie



Bron: ABN AMRO

### Trendcorrelatie vakantie-uitgaven 65+ versus pensioenen

Pearson correlatie  $\approx 0.96$  / P-waarde  $\approx 0.0095$



# Colofon

## Auteurs

Stef Driessen, Sector Banker Leisure, [stef.driessen@nl.abnamro.com](mailto:stef.driessen@nl.abnamro.com)

Cas Bogaard, Sector Analyst, [cas.bogaard@nl.abnamro.com](mailto:cas.bogaard@nl.abnamro.com)

Julie Kiveron, Sector Analyst, [julie.kiveron@nl.abnamro.com](mailto:julie.kiveron@nl.abnamro.com)

## Redactie en eindredactie

Franka Rolvink Couzy, JOMO Change

Bendert Zevenbergen

## Illustraties en opmaak

Kollerie Reklame-advies & Promotions

## Fotoverantwoording

shutterstock.com

## Met extra dank aan

Coen van Rhee, Booking Experts

Jos van der Sterren & zijn studenten, waaronder Tijmen Donselaar, Merel de Lange en

Jurre Wassink, Breda University of Applied Sciences

Peter Doornekamp & Richard Otten, Campingnavigator

Willem Kraanen & Sasja Vermeulen, Ginder

Geert Dijks, HISWA-RECRON

Jean-Paul Haenen, J2Leisure

Evelien Visser-Jonker, NBTC

Alessandro van de Loo, Papillon Country Resort

Hans van Leeuwen, Pleasureworld

Walter Jonker, Pretwerk

Corné den Braber, RED Online Marketing

Marleen van Rompen, Vakantiebeurs

## Disclaimer

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie. Door de onzekerheid over het verloop van de Russische invasie in Oekraïne zijn deze verwachtingen met meer onzekerheid omgeven dan gebruikelijk. 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. Teksten zijn afgesloten op 5 januari 2024.

