Ter attentie van:

- *College van Burgemeester en wethouders*
- *Leden van de gemeenteraad*

Geachte dames en heren,

Het is u vast opgevallen; het aantal Nederlanders met een camper in Nederland groeit. En die meer dan 200.000 geregistreerde campers vertrekken niet allemaal voor een vakantie in het buitenland. Veel camperaars gebruiken hun camper ook voor (korte) vakanties en weekendjes weg in Nederland. Mogelijk brengen zij daarbij een bezoek aan uw gemeente.

Graag geeft NKC u praktische handvatten voor een goede benadering van campertoerisme met aandacht voor kwaliteit, ruimtelijke integratie en aansluiting op actuele wensen en voorkeuren van camperaars. Als bijlagen treft u aan een korte notitie “Ruimte voor de camper: kansen en kaders voor gemeentelijk beleid” aan en een factsheet met belangrijkste uitkomsten uit een recent onderzoek onder 1.250 Nederlandse camperaars.

Uiteraard zijn we graag bereid met u in gesprek te gaan over campertoerisme en/ of uw vragen te beantwoorden. Een mail naar [redacted]@nkc.nl is voldoende om een dergelijk gesprek in gang te zetten. Het volledige onderzoek kunt u ook via dit mailadres aanvragen.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Belangenbehartiging

Werkdagen: dinsdag, woensdag & donderdag

NKC | De club voor en door camperaars

nkc.nl

[redacted] | [redacted]

[redacted] | [redacted]

M +31 6 [redacted]

Campertoerisme

Ruimte voor de camper: kansen en kaders voor gemeentelijk beleid

NKC | Partner in camperlife



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave 2
1 Inleiding 3
2 Campermarkt is een groeimarkt 3
2.1 Aantal campers in Nederland (en Europa) blijft toenemen 3
2.2 Camperaars hebben zeer diverse reismotieven 4
2.3 Camperaars besteden behoorlijk bedrag in de lokale economie 4
3 De campersector biedt kansen voor gemeenten 4
3.1 Bijdrage aan instandhouding voorzieningen in kleine kernen 5
3.2 Stimuleert ondernemerschap onder recreatie- en agrarisch ondernemers 5
3.3 Verduurzaming van de sector 6
4 Conclusies 6

1 Inleiding

Campertoerisme is een snelgroeiende vorm van vrijetijdsbesteding die inspeelt op de behoefte aan flexibiliteit, natuurbeleving en regionale ontdekking. Dit leidt tot een structurele toename van het aantal camperaars in binnen- en buitenland. Deze ontwikkeling opent deuren voor een betere jaarronde spreiding van toerisme, versterking van het lokale mkb en een efficiënt gebruik van de ruimte (combi's met agrarische bedrijven en jachthavens).

In onze dagelijkse praktijk zien we dat gemeenten veel initiatieven ontvangen voor het opstarten van nieuwe camperplaatsen, vaak in het buitengebied. Dit kan gaan om nieuwe initiatieven voor camperlocaties, maar ook om uitbreidingen van bestaande kampeerterreinen. Tegelijkertijd merken we dat veel plannen nog onvoldoende zijn onderbouwd, zowel ruimtelijk als bedrijfseconomisch. Plannen passen niet altijd binnen het bestaande beleid of landschap, en/of het onderscheidend vermogen ontbreekt. Dit vraagt om een beleidsmatige benadering die ruimte biedt aan kansrijke initiatieven, zonder de kwaliteit van de leefomgeving of het bestaande toeristisch aanbod uit het oog te verliezen. Goede gemeentelijke kaders aan de voorkant helpen ondernemers bovendien bij het opstellen van beter onderbouwde plannen.

Dit position paper biedt gemeenten praktische handvatten voor een strategische benadering van campertoerisme, met aandacht voor kwaliteit, ruimtelijke integratie en aansluiting op actuele wensen en voorkeuren van camperaars. Op basis van recente inzichten uit een grootschalig onderzoek onder 1.259 Nederlandse camperaars ondersteunen we gemeenten bij het maken van weloverwogen keuzes die bijdragen aan een vitaal en toekomstbestendig recreatief aanbod.

2 Campermarkt is een groeimarkt

2.1 Aantal campers in Nederland (en Europa) blijft toenemen

De campermarkt in Nederland blijft stevig groeien. In 2024 werden er 2.467 nieuwe campers verkocht, een stijging van 10,6% ten opzichte van het jaar ervoor. In november 2024 stonden er voor het eerst meer dan 200.000 campers in Nederland geregistreerd. Dit komt neer op een verdubbeling van het aantal geregistreerde campers in acht jaar tijd. Naast de nieuwverkoop leverde de vakhandel in 2024 ook nog eens 17.329 gebruikte campers af, wat vergelijkbaar is met het jaar ervoor (bron: cijfers brancheorganisatie KCI). Deze cijfers onderstrepen de aanhoudende populariteit, en de daarmee groeiende ruimtebehoefte van campers in Nederland.

De groei van de campermarkt is niet uniek in Nederland. Op basis van cijfers van de European Caravan Federation (ECF) zijn er in 2024 ruim 160.000 nieuwe campers geregistreerd. Bijna de helft hiervan werd geregistreerd in Duitsland (ca. 75.000), gevolgd door Frankrijk (ca. 26.000) en het Verenigd Koninkrijk (ca. 16.000). Op totaalniveau betekent dit een groei van 9,5% ten opzichte van 2023. In totaal zijn er in 2024 in Europa zo'n drie miljoen campers geregistreerd (bron: data ECF). Opvallend is dat het aantal geregistreerde caravans in Europa juist iets gedaald is in 2024 ten opzichte van 2023 (met 4,5%). Het is dan ook de verwachting dat op termijn er in Europa meer campers dan caravans geregistreerd staan.[1]

[1] In 2017 waren er 1,9 miljoen campers en 3,4 miljoen caravans geregistreerd in Europa. In 2022 was dit 2,8 miljoen campers en 3,5 miljoen caravans. In recente jaren nam het aantal campers steeds met ca. 100.000 toe, terwijl het aantal caravans stabiel bleef (bron: cijfers ECF).

2.2 Camperaars hebben zeer diverse reismotieven

Campertoerisme kent een grote diversiteit: er bestaat niet één type camperaar. Reismotieven variëren sterk en zijn afhankelijk van factoren zoals leeftijd, moment van aanschaf en leefstijl. Toch zijn er gemene delers. Vrijheid, flexibiliteit in route en planning, en de mogelijkheid om rond te reizen vormen voor veel camperaars de kern van hun motivatie. Naarmate camperaars ouder worden neemt het belang van vrijheid verder toe. Jongere camperaars noemen vaker ontspanning en uitrusten als belangrijke reismotieven. Ook werken vanuit de camper wordt af en toe genoemd door jongere camperaars.

Wat betreft overnachtingsvoorkeuren kiezen camperaars het liefst voor eenvoudige locaties met beperkte voorzieningen. Deze worden ruim twee keer zo vaak bezocht als luxere camperplaatsen. Gemiddeld verblijven camperaars zo'n 30 nachten per jaar in Nederland, met een gemiddelde verblijfsduur van drie nachten per locatie. Dit betekent dat zij zeker niet alleen op doorreis zijn, maar bewust kiezen voor een verblijf waarbij zij de tijd nemen om een regio te ontdekken.

Opvallend is dat camperaars in de drukke zomermaanden Nederland vermijden en vaak naar het buitenland op vakantie gaan. Mei, juni en september zijn de populairste maanden om met de camper in Nederland op pad te gaan, en ruim 20% van de camperaars reist zelfs het hele jaar door, inclusief de winter. Voor campings geldt juist dat juli en augustus de drukste maanden zijn (bron: CBS Statline). Daarmee draagt campertoerisme bij aan een betere spreiding van verblijfstoerisme over het jaar.

2.3 Camperaars besteden behoorlijk bedrag in de lokale economie

Gemiddeld besteedt een camperaar ongeveer € 51 per persoon per overnachting in Nederland, exclusief brandstof. Het grootste deel van dit bedrag gaat naar horeca (€ 21), gevolgd door uitgaven in de detailhandel (€ 16), logies (€ 10) en entreegelden voor activiteiten zoals musea en fietsverhuur (€ 4). Ter vergelijking: reguliere kampeerders geven gemiddeld tussen de € 30 en € 40 per persoon per dag uit (bron: eigen onderzoek [redacted], waarmee camperaars dus een aanzienlijk hogere economische bijdrage leveren. Wanneer logieskosten buiten beschouwing worden gelaten, behoren camperaars zelfs tot de best bestedende logiesgasten per vierkante meter, ook in vergelijking met reguliere kampeerders en gasten van vakantiehuisjes. Deze cijfers geven een indicatief beeld van de economische impact van campertoerisme op lokaal niveau.

Uit het onderzoek blijkt dat camperaars actief de omgeving verkennen tijdens hun verblijf. Wandelen, fietsen en bezoek aan steden behoren tot de meest genoemde activiteiten. Jongere camperaars (<50 jaar) wandelen relatief vaker, terwijl oudere camperaars (50+) vaker de fiets pakken. Ook horeca, winkels en culturele bezienswaardigheden worden veelvuldig door camperaars bezocht. Dit benadrukt dat de uitgaven van camperaars grotendeels regionaal plaatsvinden en daarmee direct ten goede komen aan het regionale mkb.

3 De campersector biedt kansen voor gemeenten

Zoals boven inzichtelijk wordt gemaakt is de campersector een groeimarkt, hebben camperaars diverse wensen en behoeften, reizen ze graag buiten het hoogseizoen en besteden ze behoorlijke bedragen in de lokale economie. Dit biedt kansen voor gemeenten om hier op in te spelen.

3.1 Bijdrage aan instandhouding voorzieningen in kleine kernen

Campertoerisme levert een waardevolle bijdrage aan het behoud van voorzieningen in dorpen. Camperaars nemen hun eigen slaapvoorziening mee en hebben slechts beperkte faciliteiten nodig, waardoor ze ook in gebieden met weinig toeristische infrastructuur kunnen verblijven. Tijdens hun verblijf besteden ze geld in lokale supermarkten, horeca, musea en evenementen. Deze bestedingen zorgen ervoor dat lokale voorzieningen langer open kunnen blijven, ook buiten het hoogseizoen, wat de leefbaarheid in dorpen versterkt.

Daarnaast stimuleert campertoerisme spreiding van bezoekers over het hele jaar en de hele provincie. Door gerichte marketing en het ontwikkelen van camperroutes langs dorpen en bezienswaardigheden, kunnen camperaars worden aangemoedigd om ook minder bekende plekken te bezoeken (tot nog toe maakt 12% gebruik van thematische camperroutes, maar een veelvoud geeft aan dit te overwegen op het moment dat er meer thematische routes gerealiseerd worden). De routes worden vaak gedragen door lokale ondernemers, die samenwerken om hun regio aantrekkelijk te maken voor camperaars. Vanuit Merk Fryslân heeft dit bijvoorbeeld geleid tot mooie campagnes die ter versterking van het Friese campertoerisme met routes als de Culinaire camperroute van Hillicious en de Unesco Werelderfgoedcamperroute.

3.2 Stimuleert ondernemerschap onder recreatie- en agrarisch ondernemers

Campertoerisme biedt kansen voor verblijfsrecreatieve ondernemers, waaronder ook jachthavenexploitanten. Camperaars zoeken locaties die rust, ruimte en natuur bieden, en plekken aan het water zijn daarbij bijzonder aantrekkelijk. Jachthavens kunnen hier slim op inspelen door camperplaatsen aan te bieden met uitzicht op het water en toegang tot watersportactiviteiten zoals bootverhuur, kanoën of suppen. Dit vergroot niet alleen de bezettingsgraad van hun terrein, maar biedt ook een extra inkomstenbron buiten het vaarseizoen. Bovendien zijn op jachthavens voorzieningen zoals stroomaansluitingen, waterpunten en afvalwaterlozing vaak al aanwezig, waardoor camperplaatsen efficiënt kunnen worden geïntegreerd zonder grote infrastructurele aanpassingen.

Campertoerisme biedt ook agrarisch ondernemers kansen om hun bedrijfsmodel te verbreden en te versterken. Door het aanbieden van camperplaatsen op hun erf kunnen zij inspelen op de groeiende vraag naar kleinschalige, rustige en natuurgerichte overnachtingslocaties. Camperaars zijn vaak zelfvoorzienend en zoeken plekken met basisvoorzieningen zoals water, stroom en lozingsmogelijkheden, wat relatief eenvoudig te realiseren is op agrarische terreinen. Bovendien zijn zij bereid om te betalen voor gastvrijheid en authenticiteit, waardoor agrarische ondernemers ook streekproducten, rondleidingen of boerderijactiviteiten kunnen integreren in het aanbod. Dit zorgt voor een extra verdienmodel voor agrariërs.

Een aanvullende kans ligt in het aanbieden van stallingsmogelijkheden voor campers buiten het hoogseizoen. Veel camperaars zoeken veilige en toegankelijke plekken om hun voertuig te stallen, en agrarische bedrijven beschikken vaak over de benodigde ruimte en infrastructuur. Door stallingsdiensten en onderhoudsservices aan te bieden (bijna de helft van de camperaars maakt hier gebruik van, waarbij zo'n 20 minuten reistijd vanaf de eigen woning als acceptabel wordt gezien), kunnen ondernemers jaarrond inkomsten genereren.

3.3 Verduurzaming van de sector

Campertoerisme is verrassend duurzaam. Ongeveer 62% van de camperaars vindt duurzaamheid belangrijk of zeer belangrijk. Camperaars investeren vaak flink en gebruiken hun voertuig jarenlang intensief. In plaats van korte vliegreizen kiezen ze voor flexibel reizen dichtbij huis, weg van de massa en vaak buiten het hoogseizoen. Dat zorgt voor minder druk op infrastructuur en een betere spreiding van toerisme. Tegelijkertijd maakt de sector een verduurzamingsslag: Steeds meer camperaars kiezen voor schonere brandstoffen zoals HVO-diesel, en nieuwe campers zijn vaak geschikt voor milieuzones. Gemeenten en ondernemers spelen hierop in met camperplaatsen die passen in het landschap en rekening houden met natuur. Camperen is zo niet alleen persoonlijk, maar ook een bewuste en duurzame keuze.

4 Conclusies

We geven de volgende aanbevelingen mee aan gemeenten om sterker en duurzamer in te zetten op campertoerisme:

- Formuleer een duidelijke visie en beleidskader waarin campertoerisme wordt erkend als volwaardige vorm van recreatie. Zorg dat dit kader ruimte biedt voor initiatieven, maar ook randvoorwaarden stelt voor ruimtelijke kwaliteit, duurzaamheid en onderscheidend vermogen.
- Benut campertoerisme als instrument om toerisme buiten het hoogseizoen te stimuleren. Faciliteer camperplaatsen die ook in het voor- en najaar aantrekkelijk zijn, en promoot deze actief via regionale marketing.
- Camperaars geven de voorkeur aan rustige locaties met basisvoorzieningen. Maak het mogelijk om op geschikte plekken (zoals agrarische erven, jachthavens of dorpsranden) kleinschalige camperplaatsen te realiseren, met aandacht voor landschappelijke inpassing.
- Ontwikkel thematische camperroutes langs dorpen, bezienswaardigheden en streekproducten. Betrek lokale ondernemers bij de ontwikkeling en promotie van deze routes om bestedingen te stimuleren.
- Bied agrariërs ondersteuning bij het realiseren van camperplaatsen en stallingsmogelijkheden. Denk aan ruimtelijke vergunningen, informatievoorziening en samenwerking met toeristische partners. Zorg er voor dat additioneel aanbod onderscheidend is en iets toevoegt aan de markt.

Wij helpen u hier graag bij! Een afspraak is snel gemaakt via [redacted]@nkc.nl.

DE NEDERLANDSE CAMPERAAR IN BEELD (2025)

Duurzaamheid

62%

Onder Nederlandse camperaars vindt **duurzaamheid (zeer) belangrijk**

Bron: Ginder

Ontwikkeling campers

In **2024** voor het eerst meer dan

200.000

campers geregistreerd in NL

waarvan in 2024

2.467 **nieuwe** campers

17.329 **tweedehands** campers

Bron: branche organisatie KCI

Gemiddelde verblijfsduur

30 Overnachtingen **in NL**

3 Overnachtingen **per locatie** in NL

50 Overnachtingen **buiten NL**

Bron: Ginder

20 min Acceptabele **reistijd** eigen woning naar stalling

12% Gebruikt **thematische** camperroutes

Bron: Ginder

Top 3 Populairste campers onder Nederlandse camperaars

1.	Halfintegraal
2.	Integraal
3.	Buscamper

Bron: Ginder, afbeeldingen NKC

Top 3 Motivatie onder camperaars

1.	Vrijheid
2.	Flexibiliteit in route
3.	Mogelijkheid om rond te reizen

Bron: Ginder

Top 3 Activiteiten onder camperaars

1.	Fietsen
2.	Steden bezoek
3.	Wandelen

Bron: Ginder

Volgorde bestedingscategorieën in NL

1.	Horeca	€21,-
2.	Detailhandel	€16,-
3.	Logies	€10,-
■	Entree activiteiten	€4,-

€51,-

Gemiddelde besteding p.p.p.n. in NL excl. brandstof

Bron: Ginder

Doelgroepen

"Hoe ouder, hoe hoger het belang van vrijheid."

"Hoe jonger, hoe hoger het belang van ontspanning en uitrusten."

Bron: Ginder

Populairste reismaanden camperaars in NL

Mei
Juni
September

Reist het **héle jaar** door met camper **20%**

Wil komende jaren **vaker** met de camper in NL op pad **40%**

Eenvoudige camperplaatsen 2x zo vaak bezocht als **luxe** camperplaatsen **2x**

Bron: Ginder, CBS

Gegevens obv grootschalig onderzoek onder Nederlandse camperaars (N = 1.259) uitgevoerd door Ginder en NKC in zomer 2025