Gemeente Amsterdam



Onderzoek naar signalen toeristische branches in 2024-2025

Onderzoek en Statistiek



In opdracht van: EZC
Projectnummer: 260102
Auteur: Gijs Foeken, Tanja Fedorova, Ralph Rusconi
E-mailadres: g.foeken@amsterdam.nl

Bezoekadres: President Kennedylaan 923
Post: Postbus 658
1000 AR Amsterdam
Telefoon: 020 251 0333
Website: onderzoek.amsterdam.nl

Foto voorzijde: Nieuwmarkt, fotograaf Edwin van Eis (2021)

Amsterdam, mei 2026

Inhoud

Inhoud 2

Conclusies en samenvatting 3

Conclusies 3
Samenvatting 4

Inleiding 10

1 Aanbod indicatoren 11

1.1 Ontwikkeling hotelcapaciteit in Amsterdam en MRA 11
1.2 Winkelaanbod 12
1.3 Aanbod eet- en drinkhoreca 16
1.4 Aantal vestigingen en banen in de toerismesector 17

2 Vraagindicatoren 19

2.1 Aantal bezoekers en bezoeken 19
2.1.1 Ontwikkeling verblijfsbezoekers 19
2.1.2 Langer verblijfsduur 21
2.1.3 Spreiding van hotelovernachtingen en bezetting over de stad 22
2.1.4 Overnachtingen door verblijfsbezoekers in overige logies 25
2.1.5 Dagbezoekers en -bezoeken 26
2.2 Ontwikkeling van aantal bezoeken aan musea, podia en attracties 27
2.2.1 Minder bezoek aan musea en meer aan podia 30
2.2.2 Opkomst interactieve ervaringen en digitale kunst 30
2.3 Verschillen en veranderingen in bezoekgedrag 31
2.3.1 Bezoekgedrag: van checklist naar persoonlijke voorkeur 31
2.3.2 Bezoekmotief: verschillen naar herkomstregio bij dagbezoek 32
2.3.3 Verschuivingen in het activiteitenpatroon van bezoekers 36
2.3.4 Veranderend uitgavegedrag van bezoekers 38
2.4 Spreiding pintransacties met buitenlandse betaalpassen 39
2.5 Omzetontwikkeling objectief 41
2.6 Ontwikkeling omzet en klanten subjectief 43
2.7 Centrum relatief sterk afhankelijk van toeristische bestedingen 45

3 Literatuur en bronnen 48

Conclusies en samenvatting

Dit onderzoek beantwoordt de vraag *Wat is de ontwikkeling in bezoekersaantallen en bestedingen in de periode 2015-2025 bij culturele instellingen, winkels en horeca in Amsterdam?* In aanvulling op deze vraag brengt dit onderzoek de veranderingen in het consumentengedrag en de verschillen in toerismeontwikkeling tussen Centrum en overig Amsterdam in kaart. We analyseren onder meer de aantallen bezoekers en toeristische voorzieningen, de omzetontwikkeling in de toeristische branches en de geografische spreiding van pintransacties over de stad. Om deze data in perspectief te plaatsen, kijken we naar bredere ontwikkelingen in consumentengedrag en bestedingen, zowel nationaal als internationaal. De onderzoeksresultaten zijn gebaseerd op de cijfers uit verschillende bronnen, waaronder het CBS, O&S, LISA, NBTC, amsterdam&partners, Ipsos I&O, Locatus en MasterCard.

Conclusies

De belangrijkste conclusies van dit onderzoek zijn als volgt.

Aantal toeristenovernachtingen toegenomen, aantal dagbezoeken afgenomen
Het aantal verblijfsbezoekers en hun overnachtingen in Amsterdam overstijgt in 2025 het pre-corona niveau van 2019, maar het herstel na de coronaperiode heeft enkele jaren geduurd, met per saldo een lager groeitempo tussen 2019 en 2025 vergeleken met de periode 2015-2019. Dit geldt ook voor de rest van Nederland. De coronapandemie (2020-2022) zorgde wereldwijd voor een zeer forse terugloop van toerisme, waarna een periode van herstel optrad.

Het aantal dagbezoeken lag in 2025 onder het pre-corona niveau van 2019. Uit extern onderzoek blijkt dat het aantal toeristische dagbezoeken door Nederlandse bezoekers niet volledig is hersteld na de coronapandemie. Weliswaar neemt het aantal dagbezoeken door buitenlandse bezoekers toe, maar dit weegt niet op tegen de afname van binnenlandse dagbezoeken. Daarmee neemt niet alleen het absolute aantal dagbezoeken af, ook de verhouding tussen bezoeken door binnen- en buitenlandse bezoekers verandert. Dit is relevant voor de spreiding van bezoekers en bestedingen over de stad, omdat uit intern en extern onderzoek blijkt dat er verschillen bestaan tussen binnen- en buitenlandse dagbezoekers wat betreft bezoekmotief, ondernomen activiteiten en bestedingspatroon.

Toeristisch aanbod neemt toe, concurrentie groeit
Het Amsterdamse aanbod van toeristische voorzieningen en vestigingen in de toeristische sector nam in de periode 2019-2025 (verder) toe. Zo groeide het aantal hotels, hotelkamers en attracties. In het recreatieve winkelaanbod – passend bij een dagje winkelen – en eet- en drinkgelegenheden is niet zozeer sprake van een (per saldo) toename van het aanbod, maar is dat aanbod wel in toenemende mate geconcentreerd in de Amsterdamse binnenstad.

Gedrag en bestedingspatroon van bezoekers aan verandering onderhevig
Het gedrag en het bestedingspatroon van toeristische bezoekers is niet in beton gegoten. Ze zijn onderhevig aan verandering. Enerzijds is sprake van veranderende voorkeuren van toeristen zelf, zoals de behoefte aan unieke ervaringen, weg van de massa. Technologische ontwikkelingen (digitalisering) stelt toeristen bovendien steeds meer in staat om die ervaringen eigenhandig te vinden. Anderzijds zijn diverse externe factoren van invloed op het gedrag van toeristen, zoals economische (inflatie), geopolitieke en klimatologische ontwikkelingen. Hoe groot de impact van elke individuele factor is valt niet precies te zeggen. In het kader van dit onderzoek is met name relevant *dat* er sprake is van zichtbare veranderingen in gedrag en bestedingspatroon van toeristische bezoekers.

Afhankelijkheid van toeristische bestedingen maakt Centrum gevoelig voor veranderingen
Deze ontwikkelingen in het toeristische aanbod, het aantal bezoekers en hun voorkeuren, gedrag en bestedingen vinden plaats in een binnenstad die veel meer dan andere binnensteden afhankelijk is van toeristische bestedingen. In de Amsterdamse binnenstad genereren eigen inwoners en consumenten die woonachtig zijn in de regio aanzienlijk minder omzet (toonbankbestedingen) in detailhandel en eet- en drinkgelegenheden dan in de binnensteden van Rotterdam, Den Haag en Utrecht. Daar kunnen toeristische bestedingen worden beschouwd als een ‘extraatje’ op de toch al hoge omzet die wordt gegenereerd door lokale consumenten (eigen inwoners en consumenten uit de regio). In Amsterdam zijn toeristische bestedingen geen extraatje, maar maken deze per saldo een substantieel deel uit van de totale omzet. Dit maakt het winkel- en horeca-aanbod in het centrum van Amsterdam afhankelijker van toeristische bestedingen en daarmee gevoeliger voor veranderend consumptiegedrag van toeristen. Dit impliceert dat er in de Amsterdamse binnenstad ondernemingen zijn, die in meer of mindere mate positief of negatief worden geraakt door veranderingen aan de vraagkant van de bezoekerseconomie. Dit wordt onderschreven door landelijk en gemeentelijk onderzoek waaruit blijkt dat er in Centrum zowel ondernemers zijn die hun omzet zien toenemen als afnemen.

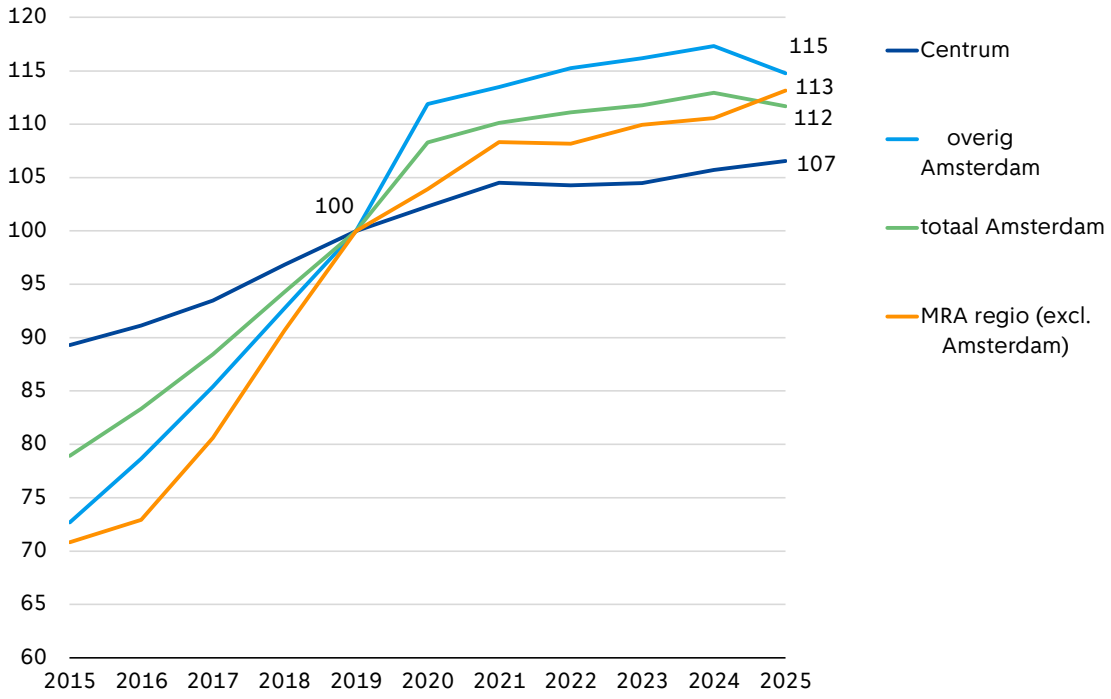
Bedrijfsprestaties van ondernemers variëren in elke sector
Uit cijfers van CBS blijkt dat de omzet in detailhandel en eet- en drinkgelegenheden in Centrum weliswaar zijn toegenomen in de laatste jaren, maar minder sterk dan in de rest van de stad. Voor logiesbedrijven geldt het omgekeerde. Dit hangt mogelijk deels samen met stijgende bestedingen van buitenlandse verblijfsbezoekers aan logies, terwijl uitgaven in detailhandel en eet- en drinkgelegenheden per persoon niet of amper zijn toegenomen. Het beeld is echter genuanceerd, want binnen elke sector – ook binnen cultuur en recreatie – zijn er bedrijven met een stijging van de omzet en bedrijven met een daling. Ondernemers in de sectoren horeca en detailhandel geven in de Ondernemerspeiling het signaal af dat het aantal klanten en de omzet in 2025 is gedaald ten opzichte van 2024. In de sector cultuur en recreatie is dat minder het geval.

Samenvatting

Groeitempo hotelaanbod afgekoeld
In 2025 telde Amsterdam 544 hotels met in totaal bijna 41.200 kamers. Tussen 2015 en 2019 groeide het aantal hotels met 20 procent en het aantal kamers met 27 procent. Na 2019 groeide het aantal hotels minder snel, met 2 procent. Het aantal kamers groeide tussen 2019 en 2025 met 12 procent. Het aantal hotelkamers groeide harder dan het aantal hotels, wat erop wijst dat er meer grotere hotels zijn bijgekomen. De groei was sterker buiten stadsdeel

Centrum. In de regio rond Amsterdam (de Metropoolregio Amsterdam) groeide het aantal hotelkamers ongeveer even snel als in Amsterdam zelf, maar in 2025 lag het groeitempo in de regio hoger dan dat van Amsterdam.

Figuur 0.1 Ontwikkeling hotelkamers in Amsterdam en regio, 2015-2025 (indexcijfers 2019 = 100)



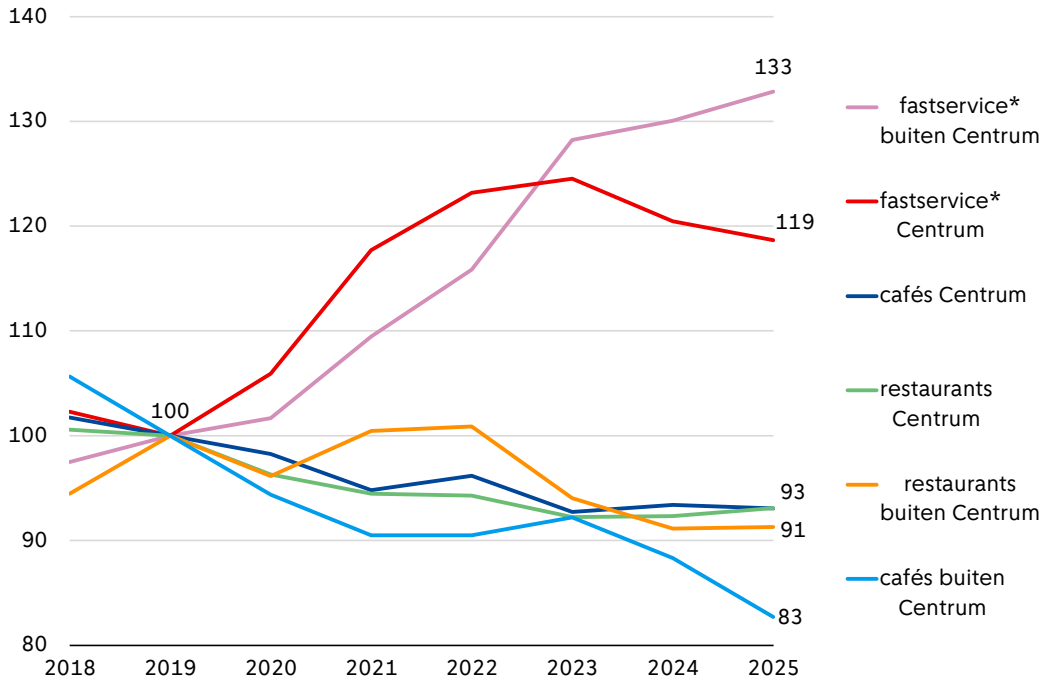
Bron: O&S

Winkelaanbod: concentratie winkelmeters modeaanbod in Centrum neemt toe
Het totaal winkelaanbod in Amsterdam neemt af, in lijn met de landelijke trend. Tot 2019 groeide het aantal winkelmeters (aantal vierkante meter aan winkeloppervlak), maar daarna zette een daling in. Het modeaanbod in stadsdeel Centrum ontwikkelt zich volgens een iets ander patroon dan in de rest van de stad. Het aantal winkels in modeartikelen (kleding, schoenen, lederwaren en accessoires) in Amsterdam is sinds 2015 aan het afnemen (-28%). Het aantal winkelmeters daalde minder sterk (-7%), vooral door de concentratie van winkels in het Centrum. Hier bleef het aantal winkelmeters stabiel, terwijl het buiten Centrum afnam. Hierdoor steeg het aandeel van het Centrum in het totale Amsterdamse modeaanbod van 48 procent in 2015 naar 54 procent in 2025. Uit landelijk onderzoek blijkt dat het aantal grote winkelgebieden voor het vrijetijdswinkelen, zoals het Amsterdamse kernwinkelgebied in Centrum, toeneemt. Ander onderzoek toont aan dat consumenten tegenwoordig vaker bereid zijn verder te reizen naar grotere en aantrekkelijkere winkelcentra.

Aanbod restaurants en cafés gedaald, aanbod gemaksconsumptie gestegen
Het Amsterdamse aanbod eet- en drinkgelegenheden bestaan uit ruim 2.200 restaurants, bijna 460 cafés en meer dan 1.200 fastservice aanbieders (snackbars, fastfoodrestaurants, grill- en shoarmazaken inclusief afhaalmaaltijden) in 2025. Meer dan de helft van alle cafés (58%) en bijna de helft van de restaurants (43%) bevindt zich in stadsdeel Centrum. De fastservice aanbieders bevinden zich voornamelijk buiten Centrum (79%). Terwijl het aantal cafés en restaurants al jaren afneemt, stijgt het aantal fastservice aanbieders. Het aantal cafés en restaurants in Centrum is na 2019 minder sterk gedaald dan daarbuiten en in de laatste jaren gestabiliseerd. Het aanbod fastservice groeit het sterkst buiten Centrum. Tot slot groeit

het aantal horecagelegenheden gericht op koffie, lunch, ijs, donuts en wafels. Het aantal dergelijke koffie- en lunchgelegenheden in Amsterdam is tussen 2015 en 2025 met 43 procent gestegen. In Centrum nam het aantal tot 2018 sterk toe, daarna daalde het enkele jaren, maar sinds 2021 groeit het weer.

Figuur 0.2 Ontwikkeling eet- en drinkgelegenheden in Amsterdam, 2018-2025 (2019 = 100)

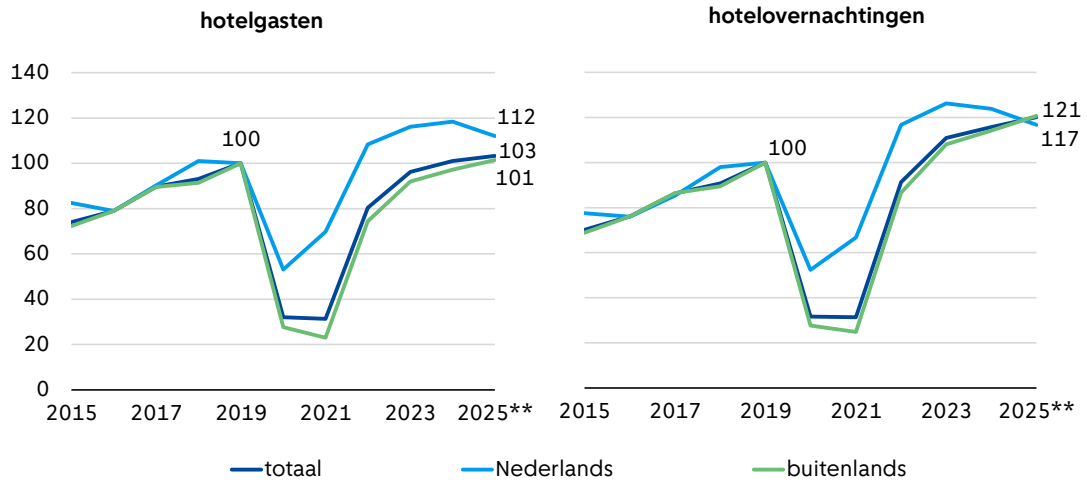


* snackbars, fastfoodrestaurants, grill- en shoarmazaken inclusief afhaalmaaltijden Bron: Locatus

Toerismesector geconcentreerd in Centrum
Stadsdeel Centrum heeft de meeste voorzieningen in de toerismesector, met bijna de helft van de banen en een kwart van de vestigingen. In Centrum is 24 procent van de banen toerisme-gerelateerd, tegenover minder dan 10 procent in andere stadsdelen.

Verblijf in hotels toegenomen, in woningen afgenomen
Amsterdam telt jaarlijks circa 10 miljoen verblijfsbezoekers, goed voor meer dan 23 miljoen overnachtingen. Meer dan 90 procent hiervan zijn hotelgasten en hotelovernachtingen. Sinds 2019 is het aantal hotelovernachtingen met 21 procent gestegen naar 22 miljoen in 2025. Het aantal hotelgasten groeide in dezelfde periode met 3 procent naar 9,5 miljoen. Na de coronapandemie steeg het aantal hotelovernachtingen sneller dan het aantal gasten, wat wijst op een langere verblijfsduur per gast. In 2025 verbleven Nederlandse hotelgasten gemiddeld 1,8 nachten en buitenlandse gasten 2,4 nachten. Gasten uit andere continenten blijven gemiddeld langer dan Europese gasten. Circa één op de drie hotelovernachtingen vindt plaats in stadsdeel Centrum. Dit aandeel neemt af omdat de hotelcapaciteit buiten Centrum sneller toeneemt. In absolute zin neemt het aantal hotelovernachtingen in Centrum net als in de rest van de stad toe.

Figuur 0.3 Ontwikkeling aantal hotelgasten en -overnachtingen in Amsterdam, 2015-2025 (2019 = 100)



* nader voorlopige cijfers

Bron: CBS

Hoewel het aantal hotelovernachtingen toeneemt, daalt het aantal overnachtingen in woningen die worden aangeboden via platforms zoals Airbnb. Amsterdam telt iets meer dan 1 miljoen overnachtingen via platforms (6 procent van het totaal). De daling komt door beleidsmaatregelen zoals de registratieplicht en een quotum voor bed & breakfast vergunningen per wijk die vanaf 2020 zijn ingevoerd.

Kamerbezetting hotels onder het niveau van 2019; in Centrum hoger dan daarbuiten
Een goede indicator van de marktvraag naar verblijf in Amsterdam is de kamerbezetting in hotels. De gemiddelde kamerbezetting van hotels in Amsterdam steeg van 81 procent in 2015 naar 84 procent in 2019, maar daalde sterk tijdens de coronajaren. In 2024 en 2025 ligt de bezettingsgraad op 78 procent, onder het niveau van vóór corona. Het aantal hotelgasten en -overnachtingen neemt toe, maar ook de hotelcapaciteit is gegroeid, waardoor gasten en overnachtingen worden verdeeld over een groter aanbod. De lagere bezettingsgraad is het gevolg van een gelijktijdige stijging van de hotelcapaciteit. Het stadscentrum is het populairste gebied voor overnachtingen met relatief hogere bezettingsgraden ten opzichte van de rest van de stad.

Dagbezoek gedaald
In 2025 had Amsterdam circa 22 miljoen dagbezoeken, 9 procent minder dan in 2019. Meer dan de helft van de dagbezoeken is van Nederlandse bezoekers (inwoners uit de regio en andere provincies). Recent landelijk onderzoek toont dat het aantal bezoeken door deze groep is afgenomen. Veel Nederlanders vinden Amsterdam te druk en duur. Ook de parkeermogelijkheden worden genoemd als reden om Amsterdam niet aan te bevelen. Wel waarderen ze de grote variatie aan voorzieningen en de bruisende sfeer.

Minder museumbezoek; meer bezoek aan popconcerten
Amsterdam heeft meer dan 300 attracties, waarvan bijna de helft (47%) in stadsdeel Centrum ligt. Dit trekt veel bezoekers naar het centrum, waar musea de grootste groep attracties vormen. Het aantal bezoeken aan attracties, zoals musea en theaters is sinds 2019 gedaald zowel in Centrum als in de rest van de stad en ook buiten Amsterdam. Mogelijk

hangt dit voor een deel samen met de daling van binnenlandse dagbezoeken. Slechts bij enkele locaties zoals het Koninklijk Paleis en het Concertgebouw is het aantal bezoekers tussen 2019 en 2025 gestegen. Volgens de landelijke cijfers trekken popconcerten juist meer bezoekers dan voor corona, terwijl theater- en museumbezoek achterblijft. Landelijk is het museumbezoek sinds 2019 met 6% gedaald, vooral onder 65-plussers, maar ook onder buitenlandse toeristen, terwijl podia 21% meer bezoekers trokken, vooral voor popmuziek.

Recente verschuivingen in voorkeuren van bezoekers en hun uitgavenpatroon
Een mogelijke verklaring voor het dalende museumbezoek en de groeiende populariteit van andere recreatieve tijdbesteding is de verschuiving binnen de entertainmentsector van passieve naar (inter)actieve vormen. Deze trend wordt overigens niet alleen in Nederland, maar ook in de Verenigde Staten gesignaleerd. In Amsterdam kwamen er bijvoorbeeld nieuwe interactieve attracties bij, zoals Fabrique des Lumieres, WONDR Experience en The Upside Down, die jaarlijks meer dan 200.000 bezoekers trekken. Tegelijkertijd zijn enkele traditionele musea in Amsterdam gesloten, waaronder Het Tassenmuseum en het Klederdrachtmuseum. Verschillende onderzoeken laten zien dat de voorkeuren van Amsterdamse bezoekers veranderen, zowel op de korte als lange termijn. Dit wordt beïnvloed door tal van factoren, waaronder de economische. Het totale budget van toeristen en de verdeling daarvan over verschillende bestedingscategorieën schommelt per jaar. Zo gaven buitenlandse verblijfsbezoekers recentelijk meer uit aan accommodaties, terwijl de bestedingen aan winkelen, eten en overige activiteiten juist daalden. Tegelijkertijd nemen de bestedingen van dagbezoekers aan eten toe, terwijl er minder wordt uitgegeven aan winkelen.

Verschillen in bestedingen en omzetontwikkeling tussen het stadscentrum en daarbuiten
De spreiding van buitenlandse pintransacties in Amsterdam laat zien dat het merendeel in het Centrum plaatsvindt en dat de oriëntatie van buitenlandse toeristen op Centrum bijna niet veranderd is. In 2024 werd in Centrum een groter deel van de totale transacties verricht, maar de omvang in euro's van die transacties bleek verhoudingsgewijs gelijk. Verder vallen er verschillen per sector op. In recreatie vinden er steeds meer transacties plaats in Centrum, terwijl in kledingwinkels sprake is van een dalend aandeel Centrum. In restaurants en cafés neemt het aandeel transacties in Centrum verhoudingsgewijs toe, terwijl het aandeel van de omvang van transacties ongeveer gelijk blijft.
Uit de totale omzetcijfers van het CBS blijkt dat de omzet in alle sectoren in 2024 en 2025 het niveau van voorgaande jaren overstijgt, maar de groei in de detailhandel en horeca in Centrum XL achterblijft bij de rest van de stad. De logiessector in Centrum XL laat juist een sterkere groei zien. In de ondernemerspeiling 2025 geven Amsterdamse ondernemers zelf aan hoe het aantal klanten en omzetvolume in hun zaak is veranderd ten opzichte van 2024. Horecaondernemers in het Centrum rapporteren relatief vaker over een daling van het aantal klanten (43%) en omzet (54%) dan ondernemers met een horecazaak buiten Centrum (respectievelijk 26% en 35%). In de detailhandel ziet ongeveer een derde van de ondernemers een daling in klantbezoek, zowel in het Centrum als daarbuiten (de cijfers voor het Centrum zijn indicatief vanwege het lage aantal ondernemers). Tegelijkertijd ervaart 38 procenten van de detailhandel ondernemers buiten Centrum een omzetafname, tegenover 28 procenten in het Centrum.

Centrum relatief sterk afhankelijk van toeristische bestedingen
Recent onderzoek wijst uit dat het winkel- en horeca aanbod in de Amsterdamse binnenstad relatief sterk afhankelijk is van toeristische bestedingen in vergelijking met de binnensteden

van Rotterdam, Den Haag en Utrecht. Dit blijkt uit cijfers over de vloerproductiviteit van het winkelaanbod. De vloerproductiviteit is een maat die een indicatie geeft van het functioneren van het winkelaanbod. In de Amsterdamse binnenstad valt op dat de vloerproductiviteit van het recreatieve winkelaanbod – bestaande uit winkels voor kleding, schoenen, modeaccessoires en vrije tijdsartikelen – lager ligt dan in de andere drie grote binnensteden. Daarnaast zijn inwoners uit de eigen gemeente en de regio (in dit geval de Randstadprovincies) in de Amsterdamse binnenstad verantwoordelijk voor een relatief klein deel van de vloerproductiviteit. Anders gesteld: in de binnensteden van Rotterdam, Den Haag en Utrecht is het overgrote deel van het functioneren van het winkelaanbod toe te schrijven aan consumenten uit de eigen gemeente of de regio. Bestedingen door toeristische bezoekers kunnen op basis van het onderzoek in deze centra worden beschouwd als extraatje. In Amsterdam dragen toeristische bestedingen in winkels en horeca substantieel bij aan het functioneren van deze sectoren. Deze per saldo afhankelijkheid van het aanbod, maakt dat aanbod ook gevoelig(er) voor veranderingen in consumptiegedrag van toeristische bezoekers.

Inleiding

De bezoekerseconomie in Amsterdam laat twee verschillende ontwikkelingen zien. Uit cijfers van CBS en O&S blijkt dat het aantal verblijfs- en dagbezoekers in Amsterdam blijft groeien. Tegelijkertijd komen er bij de gemeente signalen binnen van individuele ondernemers en instellingen dat het aantal bezoekers en hun uitgaven tegenvalt. Sommige bedrijven en instellingen merken naar eigen zeggen nog geen herstel na de coronapandemie.

Doel en afbakening van het onderzoek
Het is niet mogelijk om signalen te valideren of te ontkrachten die afkomstig zijn van enkele specifieke bedrijven of instellingen. Wel is het mogelijk om relevante en feitelijke informatie over ontwikkelingen in de Amsterdamse bezoekerseconomie in beeld te brengen. Het doel daarvan is om een context te vormen waarbinnen die signalen geplaatst kunnen worden. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt als volgt:

Wat is de ontwikkeling in bestedingen en bezoekersaantallen in de periode 2015-2025 bij culturele instellingen, winkels en horeca in Amsterdam?

Deze vraag wordt beantwoord aan de hand van een analyse van de ontwikkeling van bezoekersaantallen, de spreiding pintransacties en geaggregeerde omzetdata. Ook wordt op basis van bestaand landelijk en internationaal onderzoek ingegaan op relevante trends op het gebied van consumentengedrag in de vrijetijdssector. Het aantal bezoekers, omzet en (bedrijfs)prestaties zijn echter niet alleen afhankelijk van consumentengedrag, maar ook van aanwezige concurrentie. Daarom wordt in dit onderzoek ook ingegaan op de ontwikkeling van het aantal winkels, eet- en drinkgelegenheden en attracties. Dit zijn bij uitstek voorzieningen die bezocht worden door toeristische bezoekers, maar ook regiobewoners en Amsterdammers. De in dit rapport gepresenteerde cijfers hebben, mits beschikbaar, betrekking op de periode 2015-2025. Omdat uit de signalen van ondernemers en instellingen blijkt dat de coronapandemie een mogelijk scharnierpunt, wordt binnen die periode onderscheid gemaakt tussen ontwikkelingen vóór 2020 en na 2020. Cijfers worden in dit onderzoek gepresenteerd op stadsdeelniveau, zodat verschillen binnen Amsterdam inzichtelijk worden.

De hierboven beschreven werkwijze stelt ons in staat om in te schatten of signalen over tegenvallende bezoekersaantallen en -bestedingen deel uitmaken van een algemene trend in de Amsterdamse of landelijke bezoekerseconomie, of dat waarschijnlijk sprake is van meer specifieke branche- of locatiegebonden ontwikkelingen.

Leeswijzer
In hoofdstuk 1 komen de relevante aanbodindicatoren aan bod, zoals de ontwikkeling van het aantal winkels, horeca en toeristische attracties in Amsterdam. Daarna wordt in hoofdstuk 2 onder meer ingegaan op algemene trends in bezoek- en bestedingsgedrag en indicatoren die typerend zijn voor de vraagkant van de Amsterdamse bezoekerseconomie, zoals toeristenovernachtingen en spreiding van pintransacties.

1 Aanbod indicatoren

Dit hoofdstuk analyseert de aanbodindicatoren van de Amsterdamse bezoekerseconomie, met focus op logiescapaciteit, winkels en horeca. We vergelijken de aanbodontwikkeling in de periode 2019-2025 met de jaren 2015-2019. Hierbij maken we een specifiek onderscheid tussen de ontwikkelingen in stadsdeel Centrum en de rest van de stad.

1.1 Ontwikkeling hotelcapaciteit in Amsterdam en MRA

In 2025 waren in de gemeente Amsterdam 544 hotels gevestigd. Dat zijn er 25% meer dan de 436 in 2015. Die groei vond voornamelijk plaats tussen 2015 en 2019, toen het aantal hotels met 20% toenam. Sinds 2019 was de groei beperkt tot 4 procent. Voor de ontwikkeling van het aantal hotelkamers en -bedden geldt hetzelfde: een substantiële toename tussen 2015 en 2019 en een beperktere groei na 2019. Het aantal hotelkamers en -bedden groeide harder dan het aantal hotels, wat impliceert dat hotels in Amsterdam in de afgelopen 10 jaar gemiddeld groter werden. In 2025 was het aantal hotels en hotelbedden in Amsterdam gelijk aan het aantal in 2024. Het aantal hotelkamers was met 1% teruggelopen.

tabel 1.1 Hotelcapaciteit* en groei in Amsterdam, 2015-2025

	2015	2019	2025	2015-2019	2019-2025	2024-2025
Hotels*	436	524	544	20%	4%	0%
Hotelkamers	29.092	36.860	41.168	27%	12%	-1%
Hotelbedden	63.665	87.257	91.875	28%	13%	0%

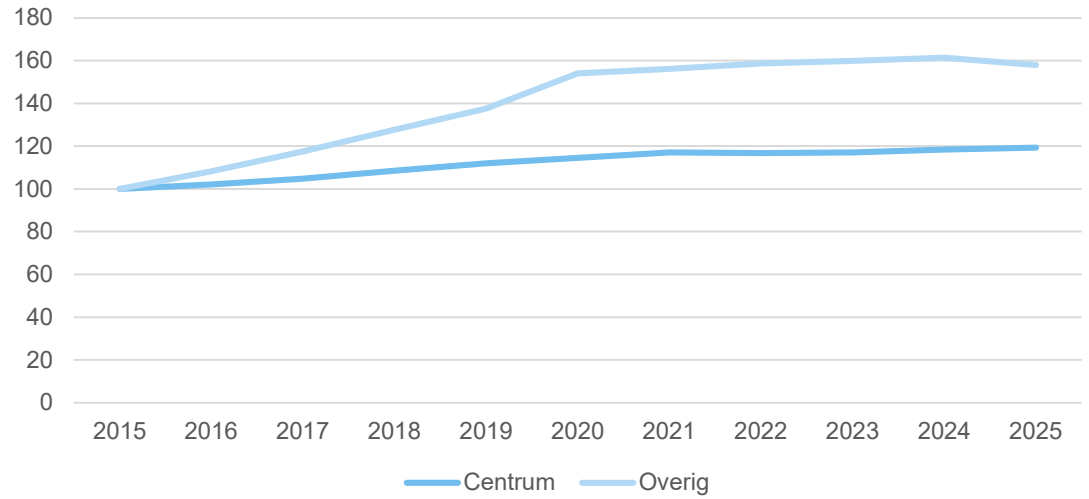
*het betreft hier hotels en vergelijkbare accommodaties (hostels, aparthotels, pensions) in Amsterdam (incl. Weesp)

Bron: O&S

Met ruim 14.700 hotelkamers beschikt stadsdeel Centrum over de grootste hotelcapaciteit. Hier is 36% van alle Amsterdamse hotelkamers gesitueerd. In 2015 was dat nog 43%. Dit impliceert dat de hotelcapaciteit in Amsterdam steeds meer verspreid is over de stad.

Sinds 2015 groeide het aantal hotelkamers in Amsterdam met ruim 12.000 (42%). Uit tabel 1.1 bleek dat die groei hoofdzakelijk plaatsvond tussen 2015 en 2019. In die periode nam het aantal kamers in Centrum toe met 12%. In de overige stadsdelen nam het aantal kamers relatief sterker toe, met 38%. Met name in Oost groeide het aantal hotelkamers; hier was sprake van meer dan een verdubbeling in 5 jaar tijd. Ook in de periode 2019-2025 nam het aantal hotelkamers buiten Centrum (15%) meer toe dan in Centrum (7%). Recent is het aantal hotelkamers buiten Centrum iets teruggelopen (-2%), terwijl in Centrum sprake was van een kleine toename (1%). In absolute zin groeide de hotelcapaciteit in Centrum in de periode 2015-2025 met ca 2.400 kamers. Buiten Centrum kwamen er ca. 9.700 hotelkamers bij, waarvan ruim 3.000 in Oost. Figuur 1.2 biedt een gedetailleerde weergave van het verschil in de groei van het aantal hotelkamers in de periode 2015-2025.

Figuur 1.2 Ontwikkeling hotelkamers in Centrum en Overig Amsterdam 2015-2025 (2015=100)



Bron: O&S

Hotelcapaciteit Metropoolregio Amsterdam

In het kielzog van de groeiende bezoekerseconomie in Amsterdam is ook de hotelcapaciteit in de Metropoolregio Amsterdam (MRA) in de afgelopen 10 jaar fors gegroeid (tabel 1.3). In 2015 waren er in de MRA (exclusief Amsterdam) 214 hotels, met in totaal 11.600 hotelkamers. In de periode tot 2025 is dat opgelopen tot 314 hotels (+47%) en ruim 18.500 hotelkamers (+60%). Daarbij is de hotelcapaciteit in de regio rondom Amsterdam relatief gezien sterker toegenomen dan in Amsterdam zelf. Ook in de MRA vond de groei met name plaats in de periode 2015-2019. Tussen 2019 en 2025 is de toename van hotelkamers in de MRA in relatief opzicht vergelijkbaar met Amsterdam. Bij elkaar opgeteld kwamen er in de hele MRA (inclusief Amsterdam) in de periode 2015-2025 iets meer dan 19.000 hotelkamers bij, dat is een groei van 47%.

Tabel 1.3 Hotelcapaciteit* en groei in de MRA (exclusief Amsterdam), 2015-2025

	2015	2019	2025	2015-2019	2019-2025	2024-2025
Hotels	214	276	314	29%	14%	2%
Hotelkamers	11.600	16.379	18.531	41%	13%	2%
Hotelbedden	24.599	35.145	39.801	43%	13%	2%

*het betreft hier hotels en vergelijkbare accommodaties (hostels, aparthotels, pensions)

1.2 Winkelaanbod

Bij de ontwikkeling van het aantal winkels en winkelmeters maken we onderscheid tussen winkels voor dagelijkse boodschappen, winkels voor kleding en aanverwante artikelen (zoals schoenen, lederwaren, modeaccessoires etc.) en overige winkels.

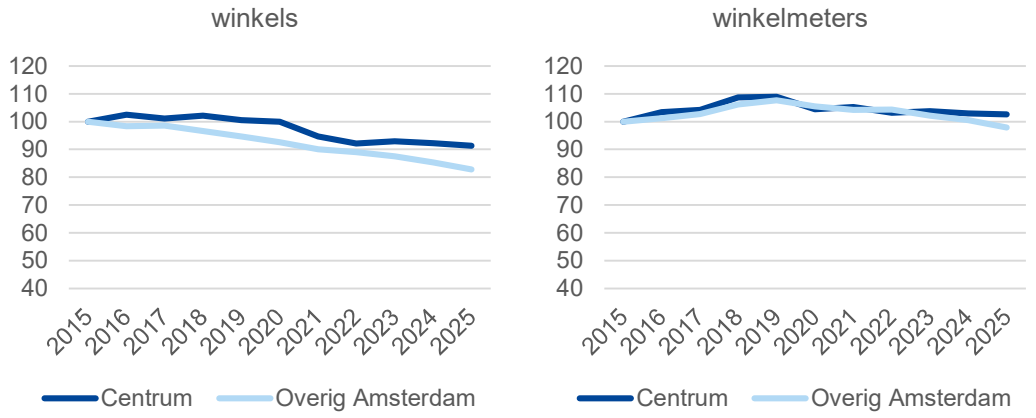
In de afgelopen 10 jaar daalde het aantal winkels in Amsterdam met 14% (figuur 1.4). Per 1 januari 2015 telde Amsterdam ruim 6.000 winkels, in 2025 waren dat er een kleine 5.200. Daarmee volgt Amsterdam de landelijke trend van een afnemend winkelaanbod. Het aantal winkelmeters bleef in de afgelopen 10 jaar nagenoeg gelijk. In 2025 was er in Amsterdam

1,06 miljoen vierkante meters winkelvloeroppervlak (m2 wvo) aan winkelruimte, ongeveer 1 procent minder dan de ruim 1,07 miljoen m2 wvo in 2025.

Er is een duidelijk verschil in de ontwikkeling van het aanbod voor 2020 en vanaf 2020. Na 2020 daalde het aantal winkels in heel Amsterdam harder dan voor 2020. En het aantal winkelmeters daalde in de periode 2020-2025, terwijl in de periode 2015-2020 nog sprake was van een stijging. In Centrum is tijdens de coronajaren het aantal winkels met 8% teruggelopen. Sindsdien is het aantal vrij constant. In de rest van Amsterdam is sprake van een meer geleidelijke terugloop.

Het aantal winkelmeters in Amsterdam nam tot 2019 nog toe, waarna een daling werd ingezet, zowel in Centrum als in overig Amsterdam. Net als de ontwikkeling van het aantal winkels, is ook het aantal winkelmeters in Centrum de afgelopen jaren vrij constant, waar buiten Centrum een verdere daling zichtbaar is.

Figuur 1.4 Ontwikkeling aantal winkels en winkelmeters (m2 wvo) in Centrum en overig Amsterdam (per 1 januari) (2015=100)

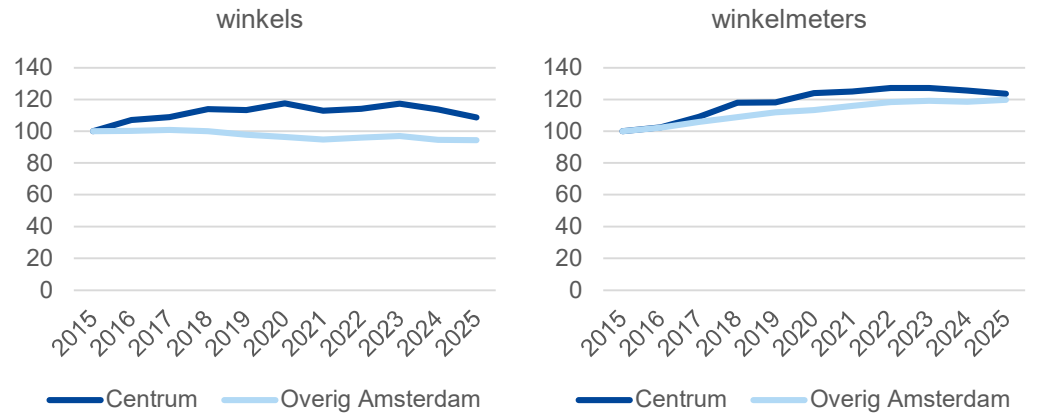


Bron: Locatus

De ontwikkeling van het winkelaanbod verschilt per winkelbranche. Om meer duiding te kunnen geven richten we ons op winkels die ook een functie vervullen voor bezoekers, namelijk winkels voor dagelijkse boodschappen en winkels voor kleding en aanverwante artikelen (schoenen, lederwaren en modeaccessoires). Onder dagelijkse detailhandel vallen niet alleen supermarkten en reguliere verswinkels zoals bakkers en slagerijen, maar ook winkels die (ook) gericht zijn op (toeristische) bezoekers, zoals snoepwinkels, kaaswinkels en minisupermarkten.

In de dagelijkse sector groeide het aantal winkels in Centrum in de periode 2015-2020 relatief sterk (figuur 1.5). Ook het aantal winkel-meters nam in Centrum in de periode 2015-2020 relatief sterk toe. Sinds 2023 loopt het aantal winkels en winkelmeters in Centrum weer terug. In overig Amsterdam is in de afgelopen 10 jaar het aantal winkels afgenomen, maar het aantal winkelmeters gegroeid. Daarmee volgt de omvang van het winkelaanbod de bevolkingstoename in de gemeente. Centrum beschikt over relatief veel winkelmeters voor dagelijkse boodschappen; 576 m2 wvo per 1.000 inwoners, tegenover 321 m2 wvo in de overige stadsdelen. Dit impliceert dat het dagelijkse winkelaanbod in Centrum een bredere doelgroep bedient dan alleen inwoners van Centrum.

Figuur 1.5 Ontwikkeling aantal winkels en winkelmeters (m2 wvo) voor dagelijkse boodschappen in Centrum en overig Amsterdam (per 1 januari) (2015=100)



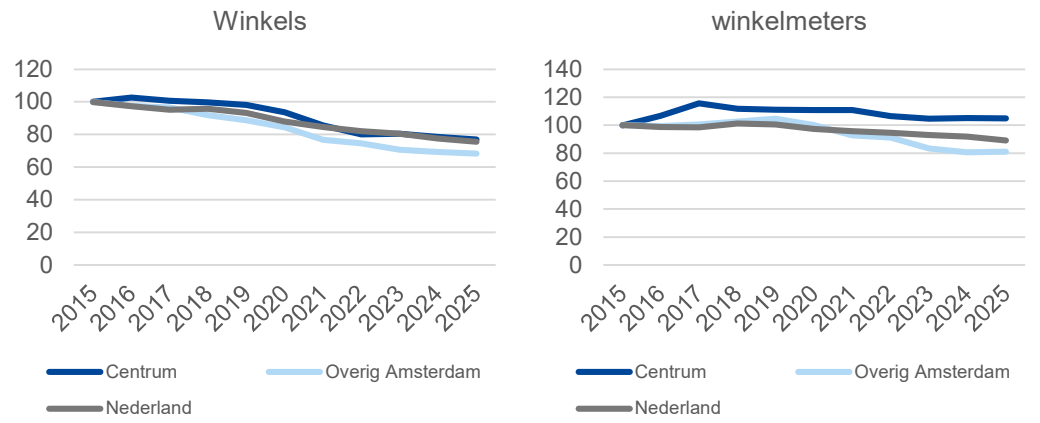
Bron: Locatus

De omvang en ontwikkeling van het winkelaanbod voor kleding en aanverwante artikelen (schoenen, lederwaren en modeaccessoires) zegt iets over de positie van centrum Amsterdam als winkelgebied met regionale en (inter)nationale aantrekkingskracht.

Amsterdam telt per 2025 ruim duizend winkels voor kleding, schoenen, lederwaren en modeaccessoires. Dat zijn er 28% minder dan in 2015, toen er nog bijna 1.400 winkels in de stad waren. Daarmee volgt Amsterdam de landelijke trend, waar het aantal winkels sinds 2015 terugliep met 24%. Het aantal winkelmeters (m2 wvo) daalde in die 10 jaar minder hard, van circa 192.000 in 2015 naar 178.000 in 2025 (-7%). Landelijk was die daling groter (-21%). De relatief beperkte daling in Amsterdam komt door de ontwikkeling van het winkelaanbod in Centrum. Dat nam tot 2017 substantieel toe, waarna een daling volgde. De afgelopen jaren is het aantal winkelmeters voor kleding, schoenen, lederwaren en modeaccessoires in Centrum stabiel, in tegenstelling tot de landelijke trend.

Dit betekent ook dat een steeds groter deel van het modeaanbod in Centrum is geconcentreerd. In 2015 was 48% van alle Amsterdamse winkelmeters voor kleding en aanverwante artikelen gesitueerd in Centrum. In tien jaar tijd is dat aandeel opgelopen tot 54%. Amsterdammers zijn dus – naast internet – steeds meer aangewezen op Centrum voor de aankoop van kleding en aanverwante artikelen.

Figuur 1.6 Ontwikkeling aantal winkels en winkelmeters (m2 wvo) voor kleding en aanverwante artikelen in Centrum, overig Amsterdam en Nederland (per 1 januari) (2015=100)



Bron: Locatus, Retailinsiders

De hierboven beschreven ontwikkelingen passen in een landelijke trend. Uit onderzoek van Retail Insiders blijkt dat er een verschuiving gaande is binnen zogeheten 'Comparison winkelgebieden'. Dit zijn winkelgebieden waar het winkelaanbod sterk is gericht op niet-dagelijkse aankopen (meer dan 70% van het winkelmetrage is ingevuld met niet-dagelijks aanbod). Deze winkelgebieden worden ook wel fun-gebieden genoemd en passen bij winkelen als vrijetijdsbesteding; het dagje winkelen. In 2019 telde Nederland 453 van dergelijke comparison winkelgebieden.

Over het algemeen betreffen dit de kernwinkelgebieden van grote en middelgrote steden, maar ook kleinere kernen. Het Amsterdamse kernwinkelgebied behoort tot de grootste fun-gebieden, de categorie Comparison-XL, net als de binnensteden van Den Haag, Rotterdam, Utrecht, Groningen, etc. Het aantal winkelgebieden in deze categorie is sinds 2019 toegenomen van 19 naar 25 (tabel 1.7). In de fun-gebieden van iets kleinere orde, Comparison-L, is juist sprake van een afname. De groei van het aantal Comparison-XL winkelgebieden is te danken aan uitbreiding van het aantal winkelmeters in Comparison-L gebieden, waardoor zij als het ware opschuiven in de landelijke winkelhiërarchie. Ander onderzoek (BRO, Sweco en I&O, 2023) geeft hiervoor een mogelijk verklaren. Daarin wordt op basis van analyses van koopstromen geconcludeerd dat consumenten voorheen geneigd waren om voor niet-dagelijkse aankopen het dichtstbijzijnde grotere winkelcentrum te bezoeken, maar tegenwoordig vaker geneigd zijn verder te reizen naar een nog groter of aantrekkelijker centrum.

Tabel 1.7 Ontwikkeling landelijk aantal winkelgebieden en aanbod, naar grootteklasse, 2019-2025

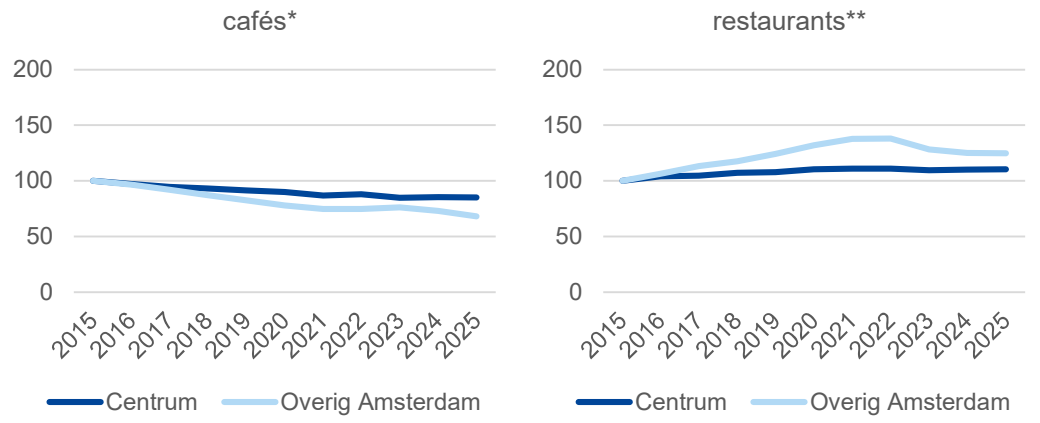
	m2 wvo	Aantal gebieden			Aanbodontw. 2019-2025	
	(x1000)	2019	2025	groei	winkels	m2 wvo
Comparison XL	>100	19	25	32%	-4%	8%
Comparison L	60-100	32	27	-16%	-30%	-30%
Comparison M	30-60	69	77	12%	-10%	-2%
Comparison S	15-30	134	151	13%	-10%	-2%
Comparison XS	5-15	199	187	-6%	-23%	-20%

Bron: Retailinsiders, Locatus

1.3 Aanbod eet- en drinkhoreca

Amsterdam telt steeds minder cafés. Het aantal liep terug van 595 in 2015 tot 459 in 2025 (-23%). Die daling is weliswaar substantieel, maar minder sterk dan landelijk, waar volgens onderzoeksbureau Locatus sinds 2015 ruim een derde (34%) van de cafés verdween. Sinds 2015 daalt het aantal cafés in Centrum en overig Amsterdam, al is die daling in Centrum relatief beperkt. In de laatste jaren blijft het aantal cafés in Centrum nagenoeg gelijk. Het aantal restaurants (inclusief café-restaurants en pannenkoeken-restaurants) is sinds 2015 juist gestegen van ca. 1.560 tot ca. 1.840 in 2025 (+18%). Daarbij zien we dat tot 2022 sprake was van een toename, waarna in de laatste jaren weer een daling is opgetreden. Die daling vond plaats in overig Amsterdam; in Centrum is het aantal restaurants sinds 2020 bijna constant (figuur 1.8).

Figuur 1.8 Ontwikkeling aantal cafés en restaurants in Centrum en overig Amsterdam (per 1 januari) (2015=100)



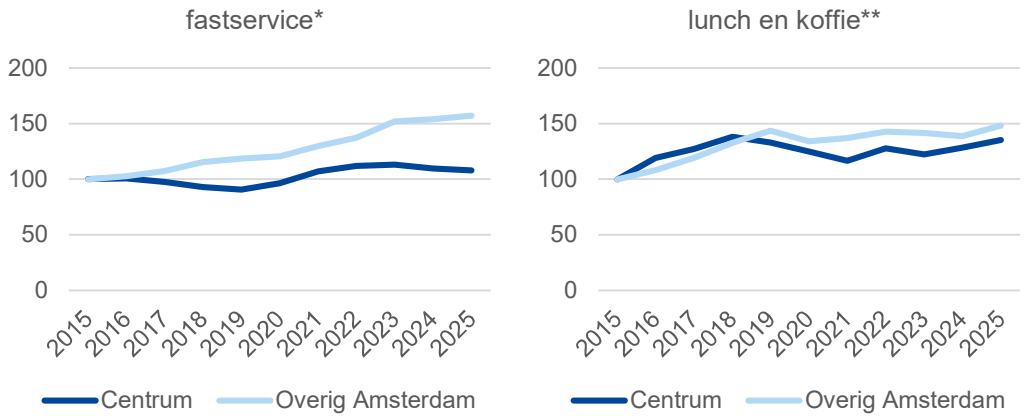
* Betreft cafés die geen eten serveren
** Betreft restaurants, café-restaurants, pannenkoekenrestaurants. Hotel-restaurants vallen hierbuiten
Bron: Locatus

Het aantal aanbieders van fastservice is in Amsterdam sinds 2015 substantieel gegroeid (43%). Fastservice is een brede groep horecagelegenheden, bestaande uit traditionele fastfoodrestaurants (snackbar, fastfoodrestaurant), grillrooms en shoarmazaken, en aanbieders van bezorg- en afhaalmaaltijden. In overig Amsterdam groeit het aantal fastserviceaanbieders al 10 jaar op rij. In Centrum is een andere ontwikkeling zichtbaar. Tot 2019 nam het aantal aanbieders af, waarna tot 2023 sprake was van een stijging. Sindsdien loopt het aanbod weer terug. Momenteel zijn er in Centrum 8% meer fastserviceaanbieders dan in 2015, tegenover 57% in overig Amsterdam.

Amsterdam telt steeds meer horecagelegenheden die primair gericht zijn op koffie en lunch, en nauwelijks of geen avondfunctie vervullen. Het aantal Amsterdamse koffie-/lunchgelegenheden (inclusief ijssalons, koffiehuizen en aanbieders van crêpes, wafels, donuts etc.) was in 2025 43% hoger dan in 2015. Die toename was zowel zichtbaar in Centrum als in overig Amsterdam, waar het aanbod steeg met respectievelijk 35% en 48%. Van een geleidelijke groei was in Centrum geen sprake. Tot 2018 steeg het aanbod

substantieel, waarna een jarenlange terugloop te zien was. Sinds 2021 neemt het aanbod weer toe (figuur 1.9).

Figuur 1.9 Ontwikkeling aantal fastservice-aanbieders en koffie/lunchgelegenheden in Centrum en overig Amsterdam (per 1 januari) (2015=100)



* Betreft fastfood, grillrooms, shoarmazaken en bezorg-/afhaalrestaurants
** Betreft lunchrooms, koffiebars, ijssalons, koffiehuizen en aanbieders van crêpes, wafels, donuts etc.
Bron: Locatus

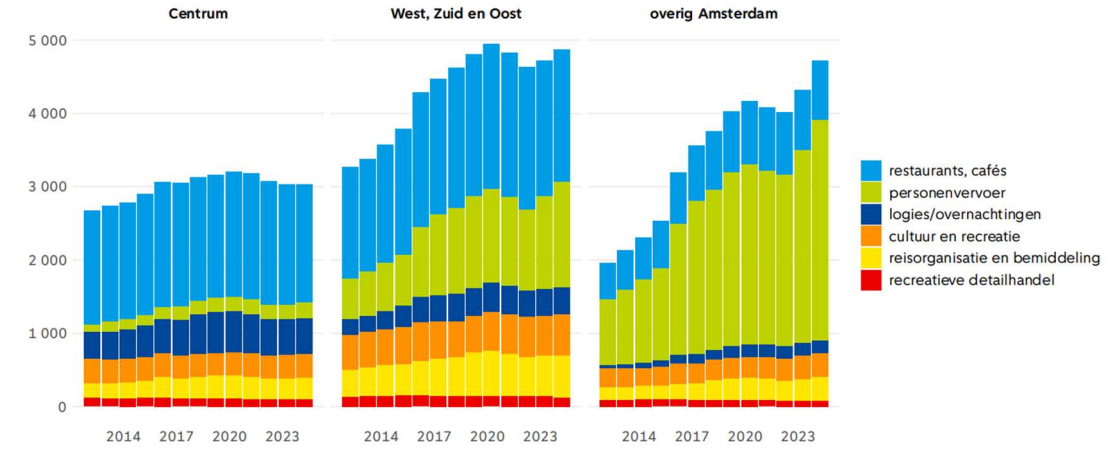
Zo verschilt de ontwikkeling van het horeca-aanbod in Centrum per branche. Over het algemeen geldt: als er gemeentebreed sprake is van een toename van het aanbod, dan is de relatieve groei van het aanbod groter in overig Amsterdam dan in Centrum.

1.4 Aantal vestigingen en banen in de toerismesector

Het CBS rekent verschillende branches die geassocieerd worden met vakanties, toerisme en vrijetijdsbesteding tot de toerismesector. Dit zijn logies, horeca, cultuur, recreatie, vervoer, reisbemiddeling en toeristische goederen. De bedrijven in de toerismesector bedienen zowel Nederlanders, toeristen uit het buitenland, dagbezoekers als inwoners en forensen. Horeca en Taxi's zijn gericht op de klanten die zich in Nederland bevinden, maar bedrijven in reisbemiddeling bedienen ook Nederlandse klanten die een vakantie in het buitenland boeken of buitenlandse klanten die niet naar Nederland reizen. Sommige van deze bedrijven zijn volledig of in grote mate afhankelijk van bezoekers, zoals hotels en toeristische attracties. Van andere bedrijfstakken heeft slechts een deel van de economische activiteiten betrekking op toerisme. Deze bedrijven leveren producten en diensten aan bezoekers, maar zijn hier niet volledig van afhankelijk, zoals winkels en vervoer (CBS, 2021).

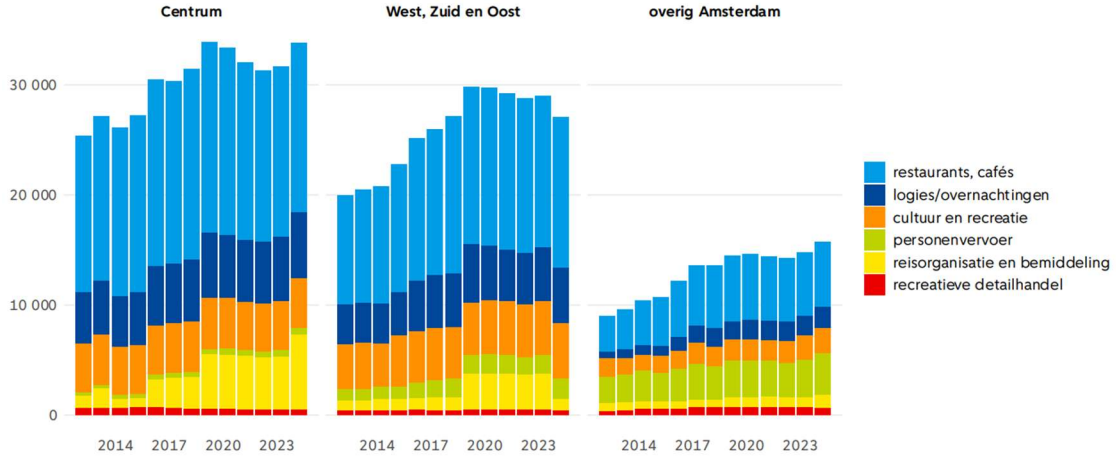
In Amsterdam zijn bedrijfsvestigingen in de toerismesector geconcentreerd in Centrum (figuur 1.10a). Hier zijn de meeste hotels, souvenirwinkels, cafés en culturele voorzieningen te vinden. Iets minder dan de helft van alle banen (44%) en een kwart van de vestigingen (24%) in de toerismesector is gesitueerd in Centrum (figuur 1.10b). Bovendien is bijna een kwart (24%) van alle banen in Centrum een baan in de toeristische sector. In andere stadsdelen ligt dat aandeel onder de 10 procent.

Figuur 1.10a Ontwikkeling vestigingen toerismesector naar branches in Centrum, West, Zuid en Oost en overige stadsdelen, 2012-2024 (aantallen)



bron: LISA (bewerking O&S)

Figuur 1.10b Ontwikkeling banen toerismesector naar branches in Centrum, West, Zuid en Oost en overige stadsdelen, 2012-2024 (aantallen)



bron: LISA (bewerking O&S)

2 Vraagindicatoren

Dit hoofdstuk biedt een beschrijving van ontwikkelingen in de vraagkant van de Amsterdamse bezoekerseconomie. Uit dit hoofdstuk zal blijken dat er verschillen zijn in de omvang en ontwikkeling van toeristische bezoekers voor en na corona. Ook zal blijken dat gedrag en bestedingspatronen van toeristen aan verandering onderhevig zijn, zowel op langere als kortere termijn. Tot slot is de Amsterdamse binnenstad in vergelijking met andere grote binnensteden sterk afhankelijk van bestedingen door toeristische bezoekers, en daarmee relatief gevoelig voor veranderingen in bezoekerstrends en gedrag en de manier waarop bezoekers de stad 'benutten'.

De analyses in dit hoofdstuk zijn gebaseerd op intern en extern beschikbare data en onderzoek; er heeft geen aanvullend onderzoek plaatsgevonden. Daarnaast hebben de analyses zo veel mogelijk betrekking op de periode 2019-2025, tenzij hiervoor geen (volledige) data beschikbaar is.

2.1 Aantal bezoekers en bezoeken

Amsterdam trekt jaarlijkse een grote hoeveelheid (toeristische) bezoekers. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen verblijfsbezoekers en dagbezoekers. Verblijfsbezoekers overnachten in Amsterdam, bijvoorbeeld in een hotel, een camping of in woningen via vakantieverhuur en bed & breakfast. Dagbezoekers komen met een toeristisch-recreatief motief van buiten de gemeente naar Amsterdam en vertrekken weer binnen een aantal uur zonder overnachting. Dit is een diverse groep, bestaande uit inwoners uit de MRA-regio, maar ook dagjesmensen uit verder weg gelegen provincies, buitenlandse toeristen die in Nederland logeren en een uitstapje naar Amsterdam maken en Belgen en Duitsers die voor een dagje naar Amsterdam komen. In deze paragraaf brengen we de ontwikkeling in beeld van het aantal toeristische verblijfs- en dagbezoekers, en het aantal overnachtingen en dagbezoeken.

2.1.1 Ontwikkeling verblijfsbezoekers

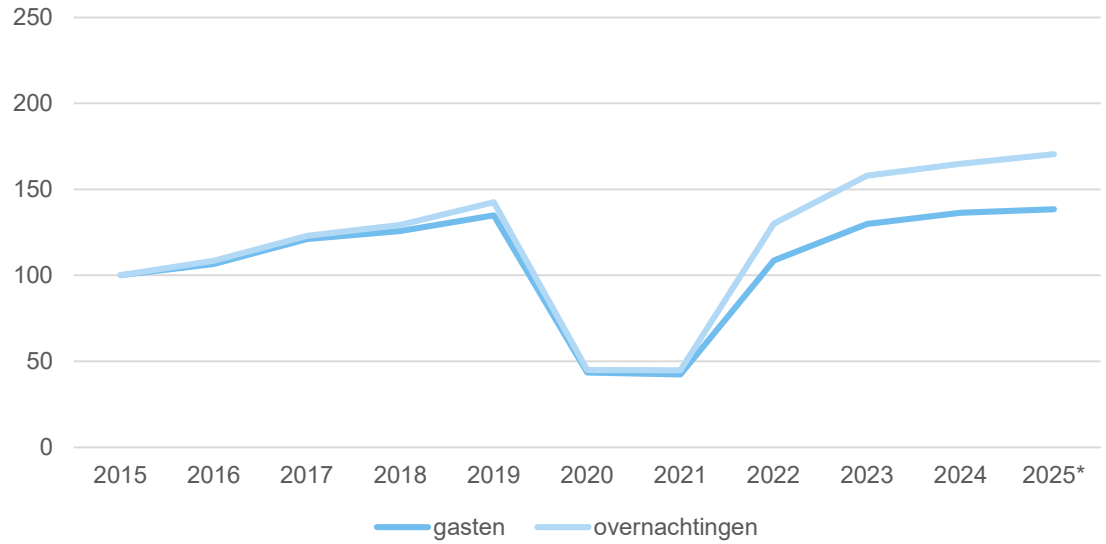
Volgens cijfers van O&S werd Amsterdam in 2025 door 10 miljoen verblijfsbezoekers bezocht (Bezoekersprognose 2026-2028, 2026). In totaal brachten zij 23,7 miljoen overnachtingen door in de stad.

Het merendeel van de verblijfsbezoekers in Amsterdam bestaat uit hotelgasten. In 2025 vond 93 procent van alle overnachtingen plaats in hotels. Het aantal hotelgasten en -overnachtingen is dus een goede graadmeter voor de ontwikkeling van het aantal (overnachtingen van) verblijfsbezoekers in Amsterdam.
Het CBS beschikt over gedetailleerde cijfers over hotelovernachtingen in Amsterdam. Daaruit blijkt dat het aantal hotelovernachtingen is toegenomen van 13 miljoen in 2015 naar 18 miljoen in 2019 (+42%) en vervolgens naar 22 miljoen in 2025 (+20%). Het aantal hotelgasten groeide in deze periode van bijna 7 miljoen in 2015 naar 9 miljoen in 2019 (+35%) en vervolgens naar 9,5 miljoen in 2025 (+3%). Hieruit vallen twee ontwikkelingen op:

- het groeitempo van toerisme tussen 2019 en 2025 is afgekoeld;
- het aantal hotelovernachtingen groeit harder dan het aantal hotelgasten, wat op de toename van de verblijfsduur wijst.

Figuur 2.1 laat de ontwikkeling van het aantal hotelgasten en hotelovernachtingen in Amsterdam zien, waarbij de cijfers zijn geïndexeerd ten opzichte van 2015.

Figuur 2.1 Ontwikkeling aantal hotelgasten en -overnachtingen in Amsterdam, 2015-2025 (2015=100)

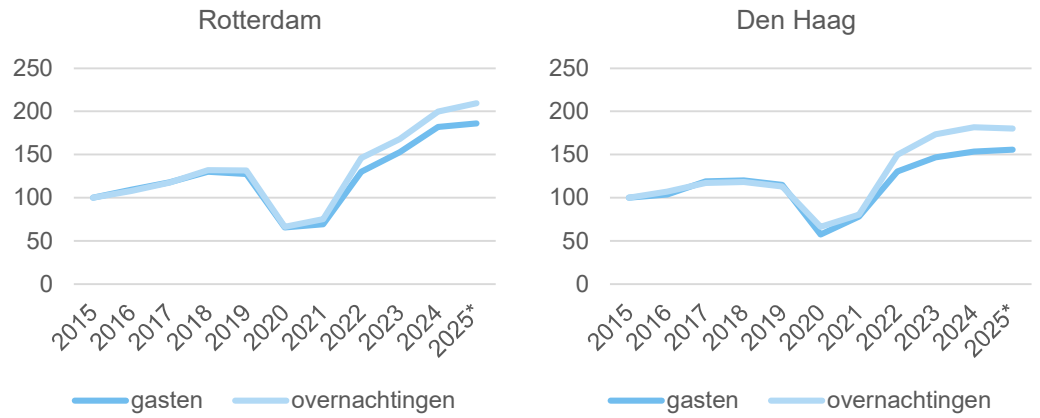


* Voorlopige cijfers

Bron: CBS

Om de Amsterdamse ontwikkelingen in perspectief te plaatsen is een vergelijking gemaakt met Rotterdam en Den Haag (figuur 2.2). Weliswaar tellen zij substantieel minder jaarlijkse hotelgasten en overnachtingen, in recente jaren is in beide steden een sterkere toename te zien ten opzichte van voor 2019 dan in Amsterdam. Met name in Rotterdam is sinds 2022 sprake van een relatief sterke stijging van het aantal gasten en overnachtingen. In Den Haag is het aantal hotelovernachtingen recent iets teruggelopen; in 2025 lag dat 1 procent onder het niveau van 2024.

Figuur 2.2 Ontwikkeling aantal hotelgasten en -overnachtingen in Rotterdam en Den Haag, 2015-2025* (2015=100)



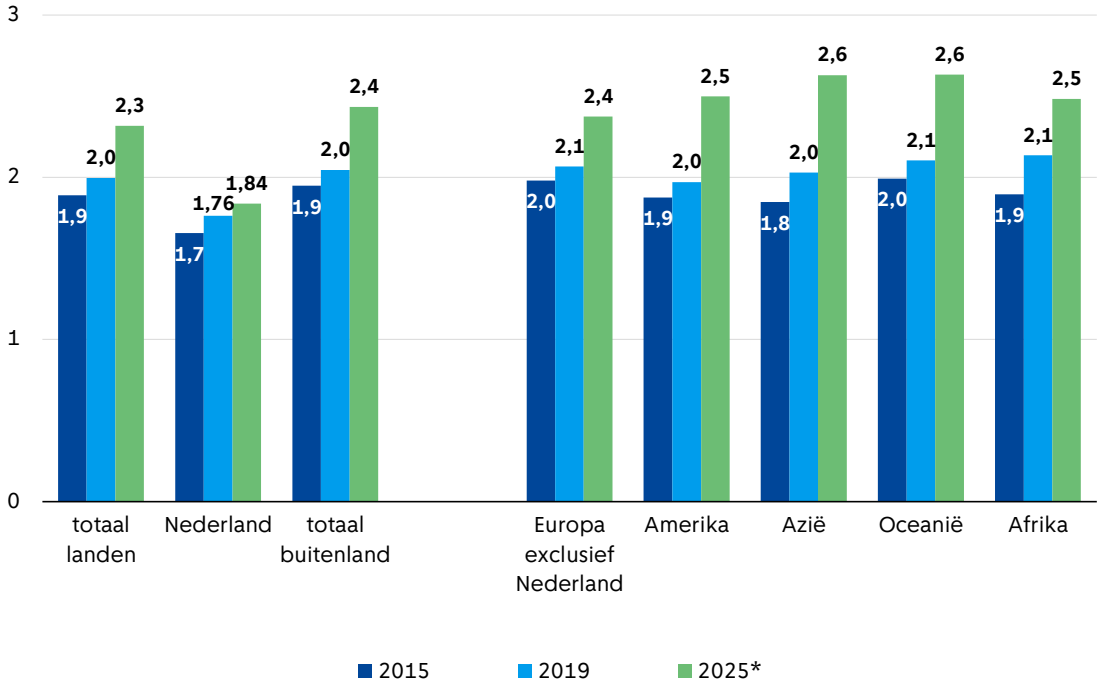
* Voorlopige cijfers

bron: CBS

2.1.2Langer verblijfsduur

Figuur 2.3 laat de ontwikkeling van de verblijfsduur in de Amsterdamse hotels zien. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen hotelgasten uit verschillende werelddelen.

Figuur 2.3 Gemiddelde verblijfsduur van hotelgasten in Amsterdam, naar herkomstregio/werelddeel in 2015, 2019 en 2025* (aantal nachten per hotelgast)



* nader voorlopige cijfers

Bron: CBS

In 2015 bracht een Nederlandse hotelgast gemiddeld 1,7 nachten door in Amsterdam. Een buitenlandse hotelgast was hier gemiddeld 1,9 nachten. Het continent van herkomst maakte hierin weinig verschil. In 2019 was de gemiddelde verblijfsduur iets toegenomen tot

gemiddeld 1,8 overnachtingen voor Nederlandse hotelgasten en 2,0 overnachtingen voor buitenlandse hotelgasten. In 2025, na corona, zien we dat het gemiddelde verblijfsduur van Nederlandse hotelgasten is opgelopen naar ruim 1,8 nachten, waarmee de historische trend wordt doorzet. Voor buitenlandse hotelgasten geldt dat de verblijfsduur relatief sterk is toegenomen tot 2,4 overnachtingen. Daarnaast zien we dat hotelgasten uit andere continenten gemiddeld langer in Amsterdam verblijven dan Europese gasten. Dit was in 2015 en 2019 nog niet het geval.

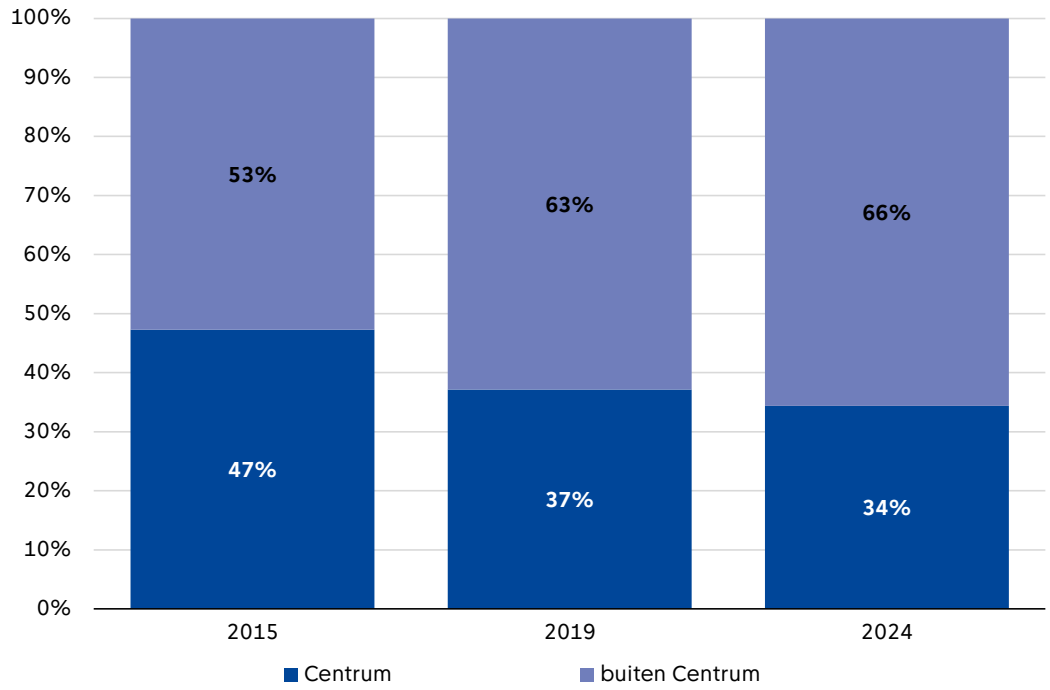
De toename van de verblijfsduur vindt wereldwijd plaats. Deze trend wordt gesignaleerd door het Mastercard Economics Institute: in 2024 bleven reizigers gemiddeld bijna vijf dagen in hun bestemming, één dag langer dan in 2019 (Mastercard Economics Institute, 2024).

Een mogelijk gevolg van een langere verblijfsduur in een bestemming is dat de activiteiten tijdens het bezoek over meerdere locaties worden verspreid. Zo kunnen toeristen tijdens hun verblijf in Amsterdam meer verschillende locaties bezoeken en dus meer verspreid zijn over de stad en mogelijk de regio. Dit kan op basis van beschikbare data niet worden aangetoond, maar logischerwijs kan worden beredeneerd dat verblijfsbezoekers over het algemeen toeristische attracties en trekpleisters éénmaal bezoeken. Meer spreiding kan betekenen dat bepaalde plekken in de stad over het hele jaar bezien minder druk zijn, ondanks een toenemend aantal hotelgasten en -overnachtingen.

2.1.3Spreiding van hotelovernachtingen en bezetting over de stad

O&S maakt op basis van CBS data en een eigen enquête een inschatting van de spreiding van hotelovernachtingen over de stad. In 2015 vond iets minder dan de helft (47%) van de hotelovernachtingen plaats in Centrum. Nog voor de coronapandemie daalde dat aandeel tot 37 procent (figuur 2.4). In 2024 was Centrum goed voor een derde (34%) van de hotelovernachtingen. Dit neemt niet weg dat het aantal hotelovernachtingen in Centrum in die periode steeg, van ruim 6 miljoen in 2015 tot ruim 7,3 miljoen in 2024 (+20%). De absolute groei van het aantal hotelovernachtingen vond dus vooral plaats buiten Centrum. In de andere stadsdelen samen verdubbelde het aantal overnachtingen in 10 jaar tijd.

Figuur 2.4 Spreiding hotelovernachtingen: Centrum en overig Amsterdam, 2015-2024* (in procenten)



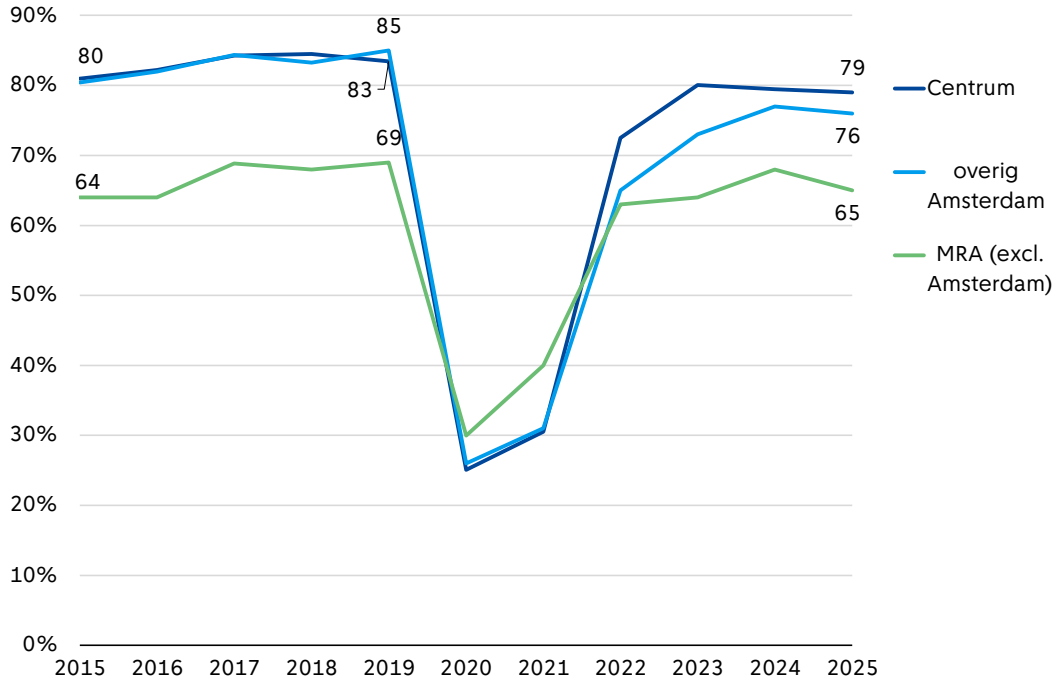
* Nog geen cijfers voor 2025 beschikbaar

Bron: CBS, bewerking O&S

Een andere indicator van de marktvraag is de kamerbezetting. Vóór de coronapandemie was de vraag naar hotels zo hoog dat de gemiddelde bezettingsgraad boven de 80 procent per jaar lag. Tijdens de coronajaren lag de kamerbezetting substantieel lager. In de laatste twee jaar lijkt de bezettingsgraad te stabiliseren op gemiddeld 78 procent. Dit lagere percentage betekent echter niet dat de absolute vraag naar Amsterdamse hotels afneemt; uit figuur 2.1 en tabel 1.1 blijkt dat het aantal hotelgasten en -overnachtingen nog altijd groeit. De lagere bezettingsgraad is het gevolg van een gelijktijdige stijging van de hotelcapaciteit (het aanbod). Door deze wisselwerking tussen vraag en aanbod is de kamerbezetting een goede graadmeter voor de actuele populariteit van specifieke gebieden en segmenten.

Figuur 2.5 toont de kamerbezetting voor Centrum, overig Amsterdam en de MRA. Hierdoor ontstaat een beeld aan welke locaties toeristen de voorkeur geven en waar hotels in meer of mindere mate profiteren van een toename van het aantal toeristen. In de periode 2015-2019 lag de bezettingsgraad in Centrum en overig Amsterdam nagenoeg op hetzelfde niveau. Beiden liepen ver terug tijdens de coronajaren. Daarna herstelde de kamerbezetting in Centrum sneller dan in overig Amsterdam. Recent ontwikkelen de bezettingsgraad in Centrum en overig Amsterdam zich verschillend; in Centrum stabiliseert de kamerbezetting in 2024 en 2025 op 79 procent, terwijl in overig Amsterdam sprake is van een lichte afname van 77 procent naar 76 procent. In de MRA ligt de kamerbezetting doorgaans lager dan in Amsterdam - de coronaperiode daargelaten - en laat tussen 2024 en 2025 ook een daling zien. Uit landelijk onderzoek blijkt dat de gemiddelde kamerbezetting in Nederland is toegenomen, maar ligt lager dan in Amsterdam (Horwath, 2025).

Figuur 2.5 Gemiddelde kamerbezetting in hotels in Centrum, overig Amsterdam en de MRA, 2015-2024 (procenten)

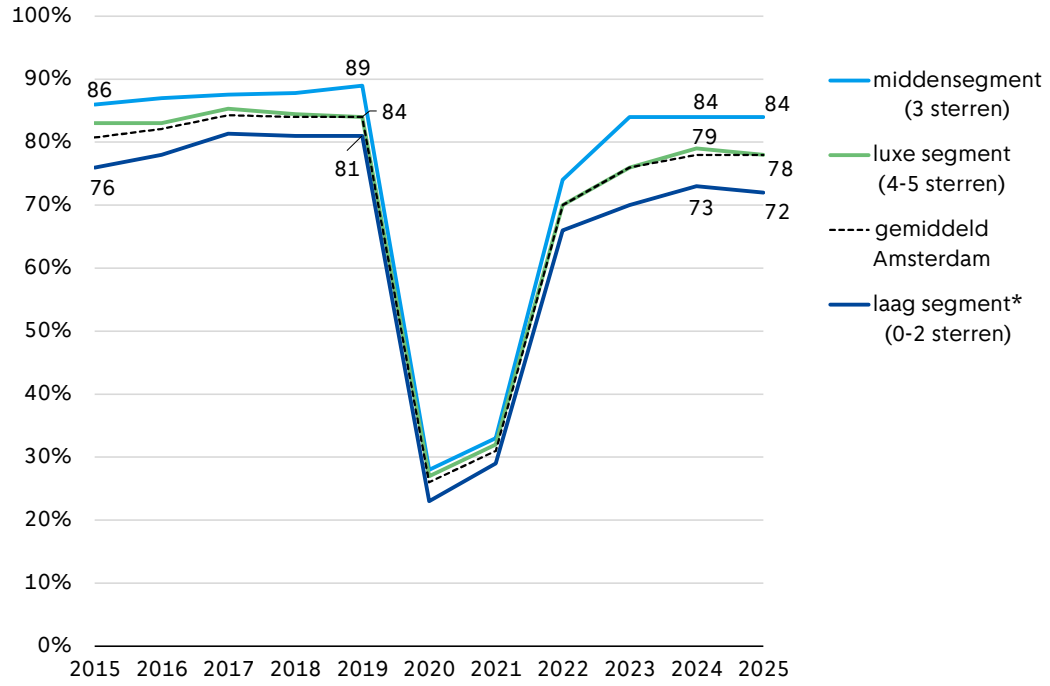


Bron: O&S

* De sterclassificatie is vrijwillig: accommodaties zonder sterklasse worden ingedeeld in het laagste segment

Figuur 2.6 laat de ontwikkeling van de kamerbezetting per segment zien, waarbij onderscheid is gemaakt tussen hotels in het lage (0-2 sterren), midden- (3 sterren) en luxe segment (4-5 sterren). De kamerbezetting bij hotels in het middensegment ligt structureel hoger dan in andere segmenten, een trend die zowel voor als na de coronapandemie standhoudt. Wel blijft de kamerbezetting in de hele linie achter bij de piekjaren van vóór 2020. Tot slot zien we dat de bezetting in het middensegment in de laatste jaren consolideert op 84 procent, terwijl het luxe en het lage segment in 2025 een daling laten zien.

Figuur 2.6Gemiddelde kamerbezetting in Amsterdam naar segment, 2015-2025 (procenten)



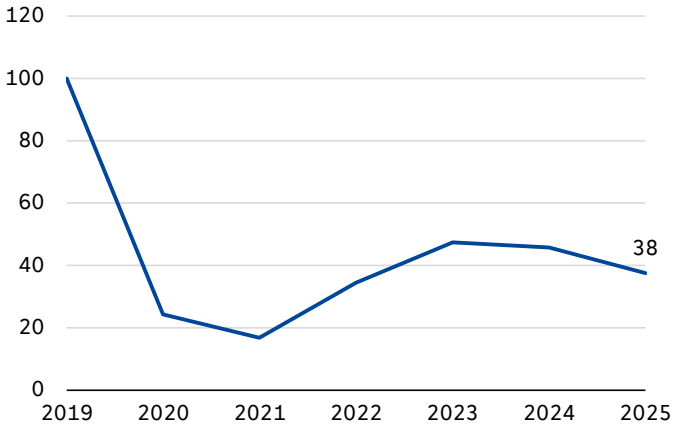
Bron: O&S

* De sterclassificatie is vrijwillig: accommodaties zonder sterklasse worden ingedeeld in het laagste segment

2.1.4 Overnachtingen door verblijfsbezoekers in overige logies

Naast de 22 miljoen hotelovernachtingen in 2025, waren er nog één miljoen overnachtingen in woningen via online platforms en circa 0,6 miljoen overnachtingen op campings. Overnachtingen via online platforms vormen ongeveer 4 procent van alle overnachtingen in 2025 en komen voor rekening van vakantieverhuur van woningen en bed & breakfasts, veelal geboekt via online platforms zoals Airbnb. Het aantal overnachtingen via online platforms is ten opzichte van 2019 afgenomen met 62 procent (zie figuur 2.7). Deze daling is het gevolg van de aangescherpte regels in het gemeentelijke beleid ten aanzien van verhuur van woningen.

Figuur 2.7 Ontwikkeling gastenovernachtingen via online platforms, 2019-2025 (2019=100)

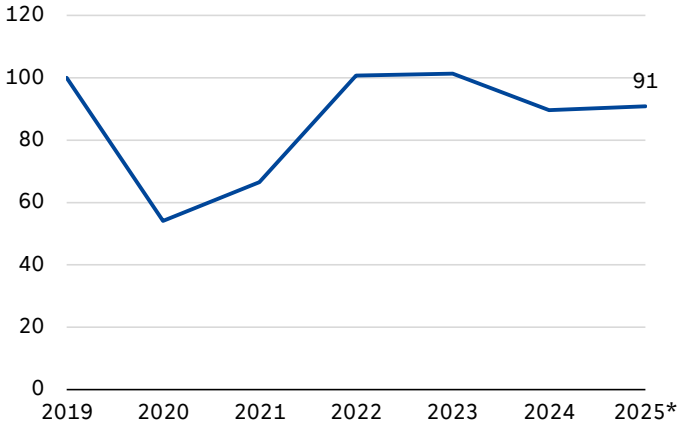


bron: O&S/ Toezicht & Handhaving, Wonen (2022)/ InsideAirbnb

2.1.5 Dagbezoekers en -bezoeken

Naast verblijfsbezoekers trekt Amsterdam jaarlijks veel dagbezoekers uit binnen- en buitenland. In 2019 brachten zij in totaal ruim 24 miljoen bezoeken aan de stad. Het totale aantal dagbezoeken is tijdens de coronapandemie bijna gehalveerd, waarna het weer steeg naar het pre-coronaniveau. Deze stijging was het gevolg van de inhaalvraag naar leisure onder binnen- en buitenlandse bezoekers nadat de laatste contactbeperkingen waren opgeheven en was tijdelijk. In 2025 had Amsterdam iets minder dan 22 miljoen dagbezoeken, 9 procent minder dan in 2019 (zie figuur 2.7).

Figuur 2.7 Ontwikkeling aantal dagbezoeken door Nederlandse en buitenlandse dagbezoekers in totaal, 2019-2025 (2019=100)



Bron: O&S

De daling van het aantal dagbezoeken komt voornamelijk door minder frequent bezoek door Nederlanders: de recente meting van het binnenlands toeristisch bezoek aan steden door NBTC toont dat het aantal bezoeken per persoon is afgenomen. Het onderzoek van NBTC biedt geen éénduidige conclusie waarom het aantal binnenlandse dagbezoeken in Amsterdam terugloopt. Wel blijkt dat veel Nederlanders Amsterdam druk en duur vinden. Daarnaast worden de parkeermogelijkheden genoemd als reden om Amsterdam niet aan te bevelen.

Door de afname van het aantal dagbezoeken door Nederlanders verandert de verhouding tussen binnen- en buitenlandse bezoekers. Dit is relevant, omdat uit onderzoek van O&S en amsterdam&partners blijkt dat er verschillen bestaan tussen binnen- en buitenlandse dagbezoekers in wat betreft onder meer het bezoekmotief, ondernomen activiteiten en bestedingen. In paragraaf 2.4 is ingegaan op verschillen en veranderingen in gedrag van toeristische bezoekers.

2.2 Ontwikkeling van aantal bezoeken aan musea, podia en attracties

Amsterdam telt meer dan 300 publiekstrekkers, waaronder musea, theaters, muziekpodia en verschillende attracties (voor de leesbaarheid in de tekst afgekort tot 'attracties'). Binnen de MRA heeft Amsterdam de grootste concentratie publiekstrekkers in de MRA (38%). Tabel 2.8 laat zien dat bijna de helft van deze attracties (47%) in stadsdeel Centrum ligt. Deze concentratie impliceert dat het stadscentrum ook een aanzuigende werking heeft op de bezoekersstromen.

Tabel 2.8 Aantal attracties naar type, 2025

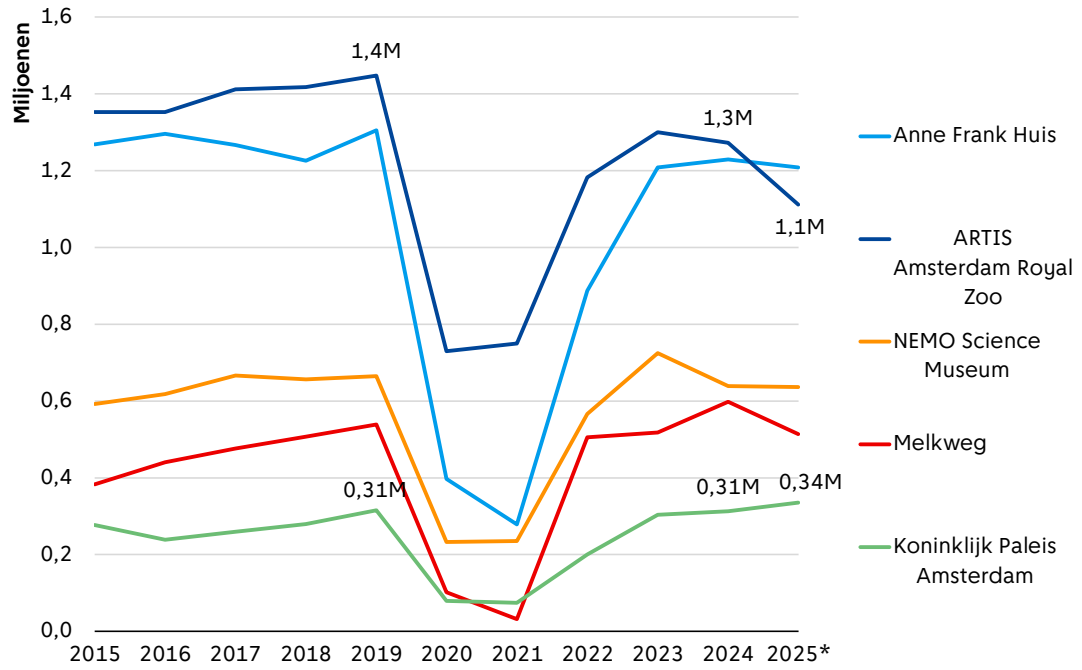
soorten attracties	Centrum	overig Amsterdam	totaal	aandeel Centrum in totaal
museum	58	33	91	64%
theater en muziek	31	39	70	44%
spel, sport, experience	23	38	61	38%
overig	37	59	96	39%
totaal	149	169	318	47%

Bron: Monitor Attracties MRA O&S

Van sommige attracties is bekend hoeveel bezoeken ze in de afgelopen jaren hebben ontvangen. Figuren 2.9a tot en met 2.9d tonen hoe het aantal bezoeken zich in de afgelopen tien jaar heeft ontwikkeld in Amsterdam en daarbuiten.

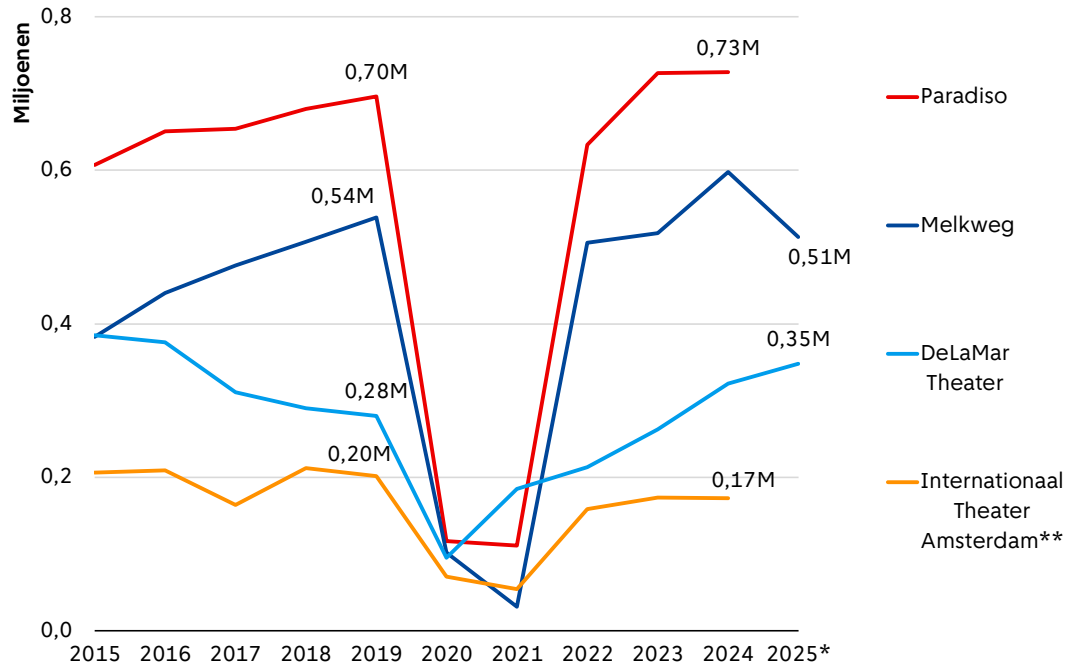
Het aantal bezoeken aan de vijf populairste attracties in stadsdeel Centrum is te zien in figuur 2.9a. Hoewel het aantal bezoeken aan de meeste attracties nog niet op het niveau van 2019 was, werd het Koninklijk Paleis Amsterdam het afgelopen jaar juist iets beter bezocht dan zes jaar geleden. Rond het Leidseplein (ook Centrum) wisselen de resultaten sterk per attractie (figuur 2.9b). Kijken we buiten Centrum (figuur 2.9c), dan liggen de bezoekersaantallen overal lager dan in 2019, met uitzondering van het Concertgebouw.

Figuur 2.9a Aantal bezoeken per attractie in <u>stadsdeel Centrum</u> (selectie 5 best bezochte attracties in 2019)



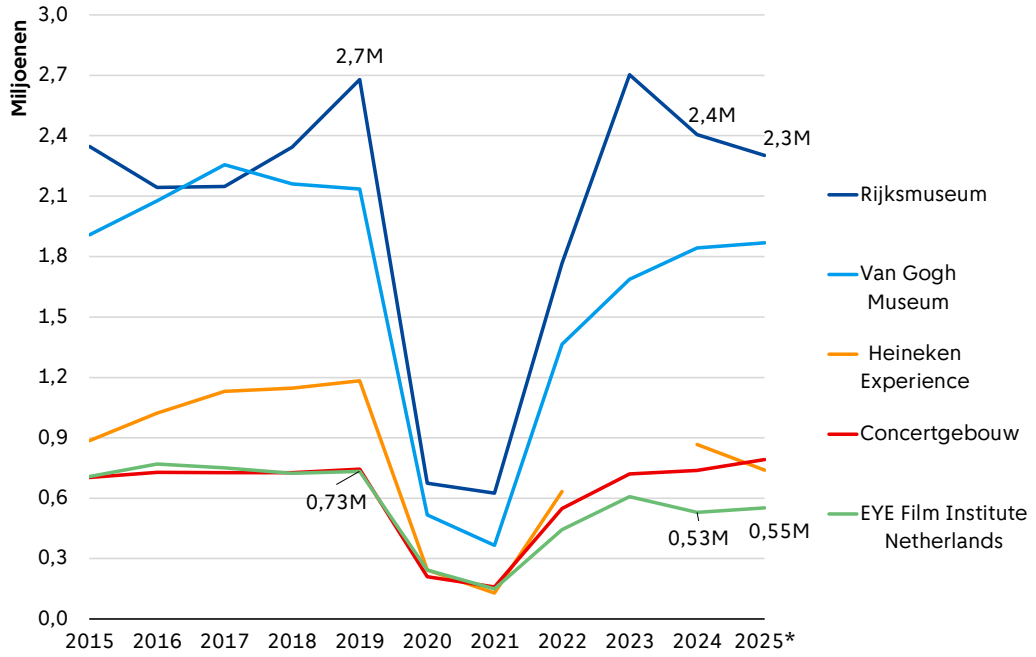
* voorlopige cijfers Bron: amsterdam&partners, pretwerk.nl (Anne Frank Huis), jaarverslagen van musea en attracties

Figuur 2.9b Aantal bezoeken per attractie in de <u>buurt van het Leidseplein</u>



* voorlopige cijfers ** voor 2018 Stadsschouwburg Bron: amsterdam&partners, pretwerk.nl, jaarverslagen van musea en attracties (ITA)

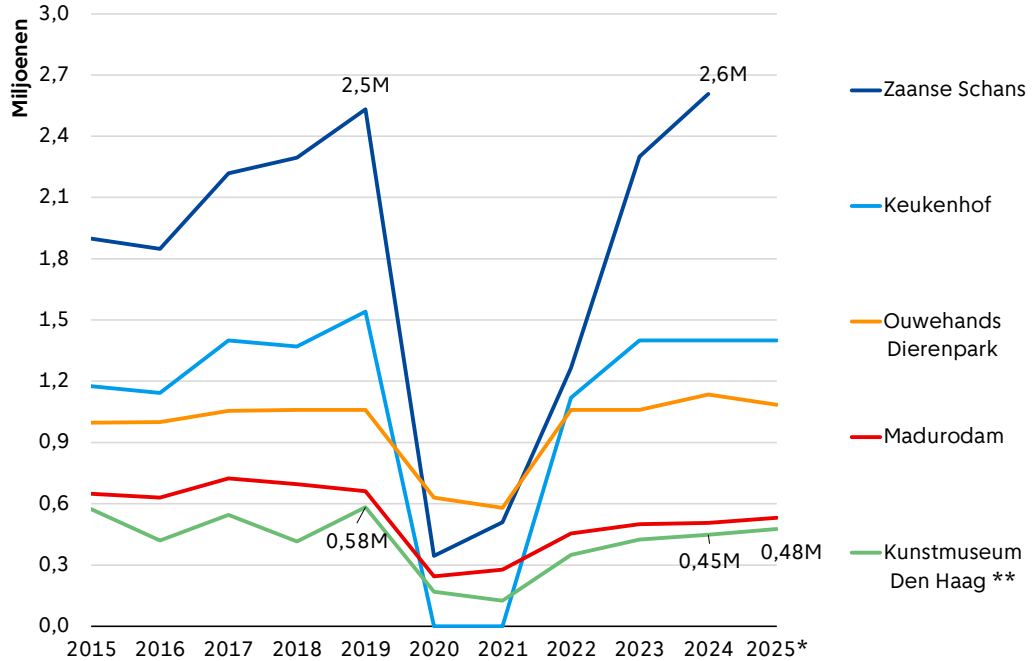
Figuur 2.9c Aantal bezoeken per attractie buiten stadscentrum, Amsterdam (selectie 5 best bezochte attracties in 2019)



* voorlopige cijfers Bron: amsterdam&partners, pretwerk.nl, jaarverslagen van musea en attracties

Figuur 2.9d toont de bezoekersaantallen van populaire attracties buiten Amsterdam. Ook buiten de hoofdstad is het beeld wisselend: sommige locaties presteren nog onder het niveau van 2019, terwijl de Zaanse Schans in Zaandam (in 2024) en het Ouwehands Dierenpark in Rhenen beter waren bezocht dan vóór de coronapandemie.

Figuur 2.9d Aantal bezoeken per attractie buiten Amsterdam (selectie 5 best bezochte attracties in 2019)

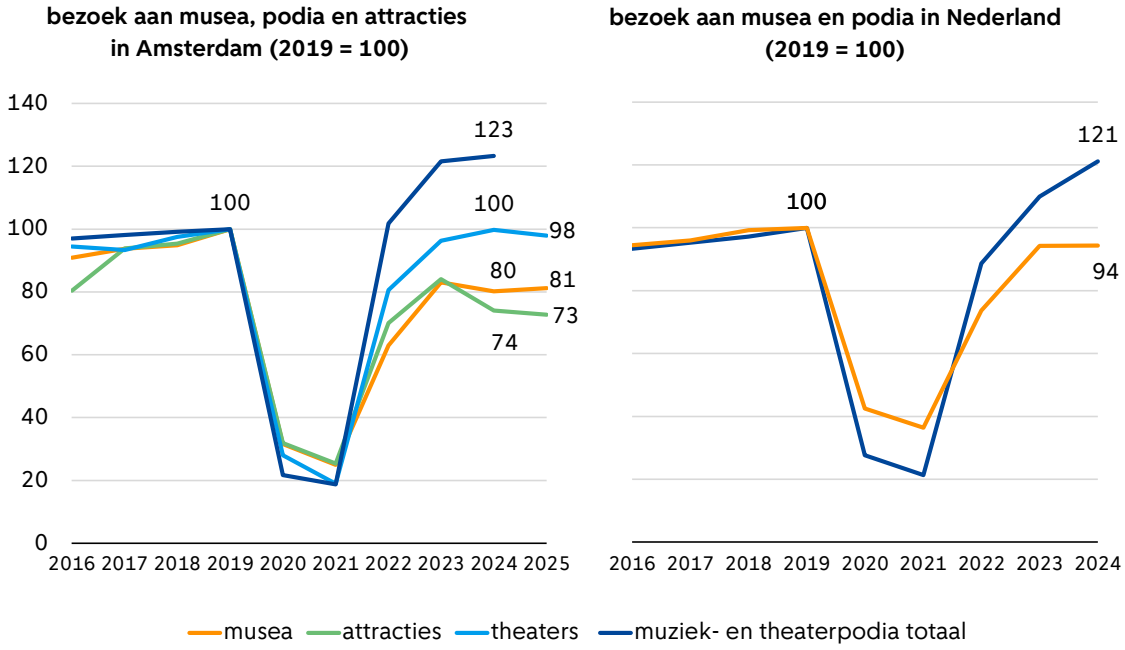


* voorlopige cijfers ** voor 2018 Gemeentemuseum Den Haag
Bron: amsterdam&partners, pretwerk.nl, jaarverslagen van musea en attracties

2.2.1 Minder bezoek aan musea en meer aan podia

De cijfers van amsterdam&partners en het CBS geven inzicht in de ontwikkelingen van de totale jaarlijkse aantallen bezoeken aan musea en podia. Figuur 2.10 laat zien dat het museumbezoek na de coronapandemie nog niet is hersteld, terwijl het bezoek aan podia ver boven het pre-corona niveau ligt. Dit geldt zowel voor heel Nederland als voor Amsterdam.

Figuur 2.10 Ontwikkeling van het aantal bezoeken aan musea, attracties en podia in Amsterdam en Nederland (2019 = 100)



Bron: amsterdam&partners VisitorInsight (musea, attracties, theaters in Amsterdam), CBS

In 2024 was het aantal bezoeken aan de Amsterdamse musea op 80% van het aantal bezoeken uit 2019, en in 2025 was dit 81%. Landelijk ligt dat op 94%. In Amsterdam valt daarnaast op dat het bezoek aan attracties na 2019 nog sterker is gedaald dan het museumbezoek.

De Amsterdamse podia trokken in 2024 in totaal bijna 7 miljoen bezoeken, 23% meer in vergelijking met 2019. Meer dan de helft (55%) van alle bezoeken aan podia is voor popmuziek (inclusief clubs). Zo groeide het bezoek aan popconcerten met 38% (+1 miljoen) ten opzichte van 2019, naar een record van 3,7 miljoen bezoeken. Het bezoek aan theatervoorstellingen en musicals bleef daarentegen juist achter. Een vergelijkbare ontwikkeling is ook landelijk te zien.

2.2.2Opkomst interactieve ervaringen en digitale kunst

De afgelopen jaren zijn er nieuwe attracties bijgekomen die draaien om digitale kunst en interactieve ervaringen (ook wel ‘immersive experience’ genoemd). Voorbeelden hiervan staan in tabel 2.15, sommige ervan zijn goed voor meer dan 200.000 bezoeken per jaar. Tegelijkertijd zijn in dezelfde periode Amsterdamse musea met fysieke tentoonstellingen

gesloten, waaronder Het Tassenmuseum, het Watchmaker Museum, het Klederdrachtmuseum en het Schelpenmuseum.

Tabel 2.11 Voorbeelden van Amsterdamse attracties gericht op digitale en interactieve ervaringen die zijn geopend in de periode 2019-2025

naam attractie in Amsterdam	stadsdeel	toelichting	openingsjaar
WONDR Experience	Noord	interactieve ervaring	2019
The Upside Down	Zuid	interactief Instagram-museum	2020
Fabrique des Lumieres	West	digitaal kunstcentrum	2022
The Park VR Amsterdam	West	VR-ervaring	2022
Zero Latency VR	West	VR-ervaring	2023
Amsterdam in Motion	West	stadsmaquette en interactieve installaties	2025
Highlights of Holland	West	interactief museum	2025
Museum van Illusies	Centrum	internationaal interactief concept	2025

Bron: Monitor Attracties MRA O&S

Deze trend wordt niet alleen in Amsterdam, maar ook wereldwijd opgemerkt. Onderzoek naar de entertainmentsector wijst op een verschuiving in het gedrag van het publiek richting actieve en interactieve vormen van entertainment ten koste van passieve vormen, zoals klassieke tentoonstellingen. Bedrijven die zich richten op interactie en betrokkenheid, zoals VR-centra, spelen in op deze trend (Gensler Research Institute & The Immersive Experience Institute, 2025).

2.3 Verschillen en veranderingen in bezoekgedrag

In paragraaf 2.1 is ingegaan op de ontwikkeling van het absolute aantal toeristische bezoekers en bezoeken aan Amsterdam. Daaruit kwam naar voren dat het aantal dagbezoeken door Nederlandse bezoekers in 2025 aanzienlijk lager lag dan in 2019. In de afgelopen jaren is daarmee niet alleen het absolute aantal dagbezoeken afgenomen, ook de verhouding tussen bezoeken door binnen- en buitenlandse bezoekers is veranderd. In deze paragraaf wordt ingegaan op de relevantie hiervan. Uit bestaand onderzoek blijkt namelijk dat er verschillen bestaan tussen binnen- en buitenlandse (dag)bezoekers in onder meer het bezoekmotief en ondernomen activiteiten. Daarnaast zijn er niet alleen verschillen in bezoekgedrag tussen (herkomst)groepen, maar kan dat gedrag ook veranderen. De in deze paragraaf beschreven verschillen en veranderingen in bezoekgedrag zijn gebaseerd op bestaand onderzoek door O&S, amsterdam&partners en NBTC.

2.3.1 Bezoekgedrag: van checklist naar persoonlijke voorkeur

Bezoekgedrag is per definitie aan verandering onderhevig. Niet alleen in Amsterdam en Nederland, maar ook wereldwijd evolueren voorkeuren en daaruit volgend gedrag over tijd. Onderzoek naar bezoekersgedrag wijst op een aantal trends in toerisme, die mogelijk de Amsterdamse ontwikkelingen voor een deel kunnen helpen verklaren:

1. **'Slow tourism'**: het NBTC signaleert dat steeds meer reizigers naar unieke ervaringen zoeken buiten het massatoerisme, de zogenaamde slow travel. Vrije tijd krijgt een andere functie: niet méér doen, maar minder moeten (NBTC, 2025).
2. **'Living with the Ecosystem'**: hetzelfde onderzoek van NBTC wijst op de trend die draait om de relatie tussen mens, natuur en lokale gemeenschappen. Reizigers nemen

verantwoordelijkheid voor hun impact en zoeken ervaringen die ecologisch én sociaal betekenisvol zijn.

3. **Bewuste ervaring**: Ook de reisbranche signaleert dat de vraag verschuift steeds meer naar bewuste keuzes en weg van 'checklist toerisme'. Onderzoek onder panel van Skyscanner toont dat ruim een derde van de reizigers in 2026 op zoek is naar rustigere bestemmingen; 31% is van plan populaire plekken alleen in het voor- of naseizoen te bezoeken; 32% meldt dat de drukte een negatieve invloed heeft gehad op hun reiservaring (Skyscanner, 2026).
4. **Alternatieve routes**: door technologische ontwikkelingen, zoals AI, hebben reizigers een breder scala aan mogelijkheden om hun reisroutes af te stellen op eigen persoonlijke voorkeuren en behoeften (Booking.com, 2024). Sociale media en zoekmachines zijn de favoriete platforms voor reisinspiratie, onderzoek en planning, vooral bij jongere generaties (Skyscanner, 2026).

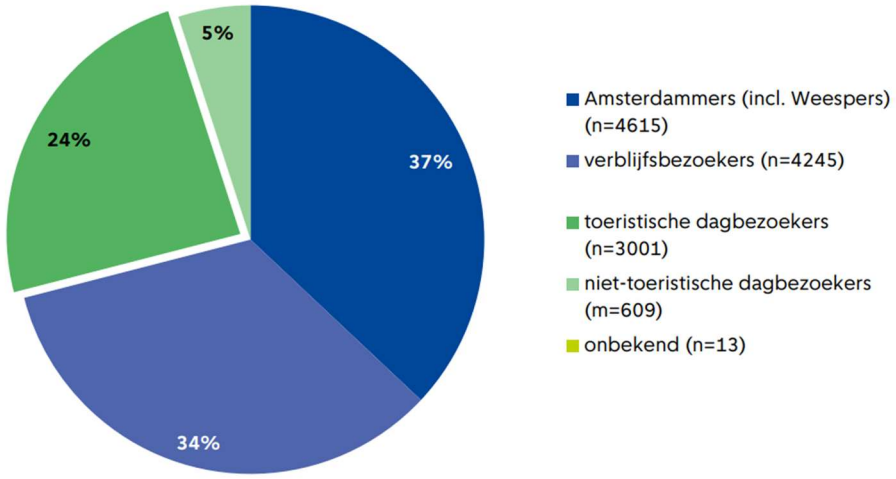
In recent onderzoek naar het toeristische beeld van Amsterdam (Ginneken, 2023) wordt de zoektocht van toeristen naar *hidden secrets*, en de drang om zich onderdeel te voelen van de *locals* niet beschouwd als een nieuw fenomeen. Wel nieuw is het gemak waarmee verborgen of exclusieve plekken kunnen worden gevonden, dankzij digitalisering. Via verhuurplatforms zoals Airbnb kunnen bewoners wereldwijd hun eigen woning verhuren waardoor toeristen zich tijdens hun verblijf een lokale inwoner kunnen wanen. De gemeente Amsterdam voert hier inmiddels streng beleid tegen, maar in het kader van dit onderzoek is het succes van dergelijke platforms illustratief voor de zoektocht zoals Ginneken die beschrijft. Dat geldt ook voor sociale media zoals Tiktok, die ervoor kan zorgen dat de populariteit van specifieke voorzieningen of locaties in korte tijd een enorme vlucht kan nemen, met alle lokale gevolgen van dien (Hielkema, 2026).

De hierboven beschreven ontwikkelingen hebben betrekking op keuzes en voorkeuren vanuit de toerist zelf. Daarnaast kan bezoekersgedrag ook worden beïnvloed door verschillende externe factoren, zoals economische, geopolitieke en klimatologische ontwikkelingen. Zo worden toeristen wereldwijd geconfronteerd met inflatie en stijgende prijzen. Geopolitieke spanningen leiden bijvoorbeeld tot oplopende brandstofkosten en sluiting van luchtruimen. Ook klimaatverandering kan leiden tot verschuivende toeristenstromen.

2.3.2 Bezoekmotief: verschillen naar herkomstregio bij dagbezoek

In 2023 en 2024 heeft O&S onderzoek gedaan naar toeristische dagbezoekers in Amsterdam. Het doel was om meer inzicht te krijgen in de herkomst van dagbezoekers en de motieven om Amsterdam te bezoeken. Daarvoor zijn op zes drukke locaties in en rond het centrum mondelinge enquêtes afgenomen: Station Amsterdam Centraal, Nieuwmarkt, Muntplein, Oude Pijp (hoek Ferdinand Bolstraat/Albert Cuypstraat), Museumplein en Leidseplein. Omdat vooraf niet bekend is of een respondent een toeristische dagbezoeker is, werden willekeurig voorbijgangers aangesproken. Zo ontstond een beeld van de samenstelling van voorbijgangers op de zes onderzoekslocaties. Ruim een derde (37%) van de voorbijgangers was een Amsterdammer, zowel bewoners van centrum als andere stadsdelen. Eveneens ruim een derde (34%) waren verblijfsbezoekers – hoofdzakelijk uit het buitenland – die één of meerdere nachten in Amsterdam doorbrengen (figuur 2.12). Een kwart (24%) van de ondervraagden bleek een toeristische dagbezoeker. De samenstelling van deze drie groepen varieerde per onderzoekslocatie.

Figuur 2.12 Samenstelling ondervraagde respondenten, december 2023-oktober 2024 (n=12.483)

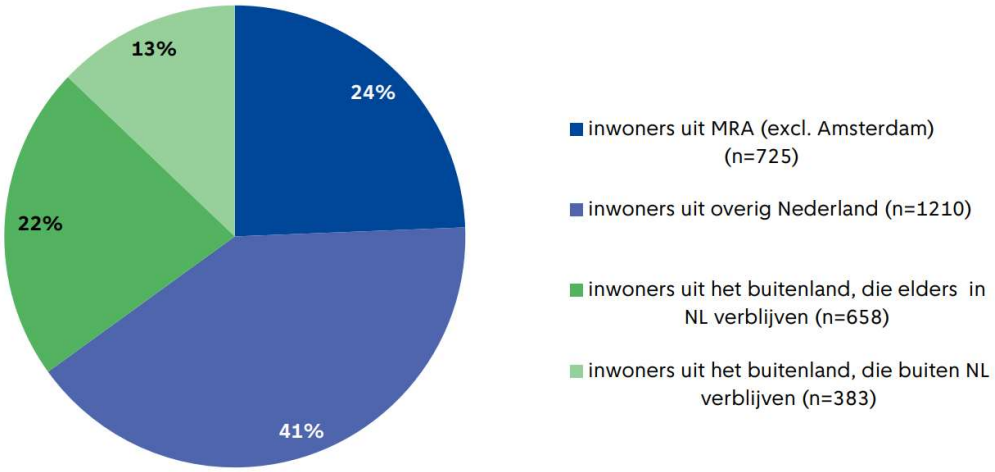


Bron: O&S

In het onderzoek werd onderscheid gemaakt tussen vier typen toeristische dagbezoekers: inwoners uit de MRA, inwoners uit andere delen van Nederland, inwoners uit het buitenland die elders in Nederland verblijven (bijvoorbeeld een hotel in de MRA) en inwoners uit het buitenland, die buiten Nederland verblijven.

Twee derde (65%) van de ondervraagde dagbezoekers is afkomstig uit Nederland (figuur 2.13). De overige een derde betreft inwoners uit het buitenland. Dit zijn tevens bezoekers die vaak aangeven ten minste enkele keren per jaar met een toeristisch motief Amsterdam te bezoeken, terwijl inwoners uit het buitenland vaak aangeven dat het bezoek in kwestie hun eerste bezoek is aan Amsterdam in 12 maanden tijd.

Figuur 2.13 Herkomstgebied en verblijfssituatie van ondervraagde toeristische dagbezoekers, december 2023-oktober 2024 (n=3.001)

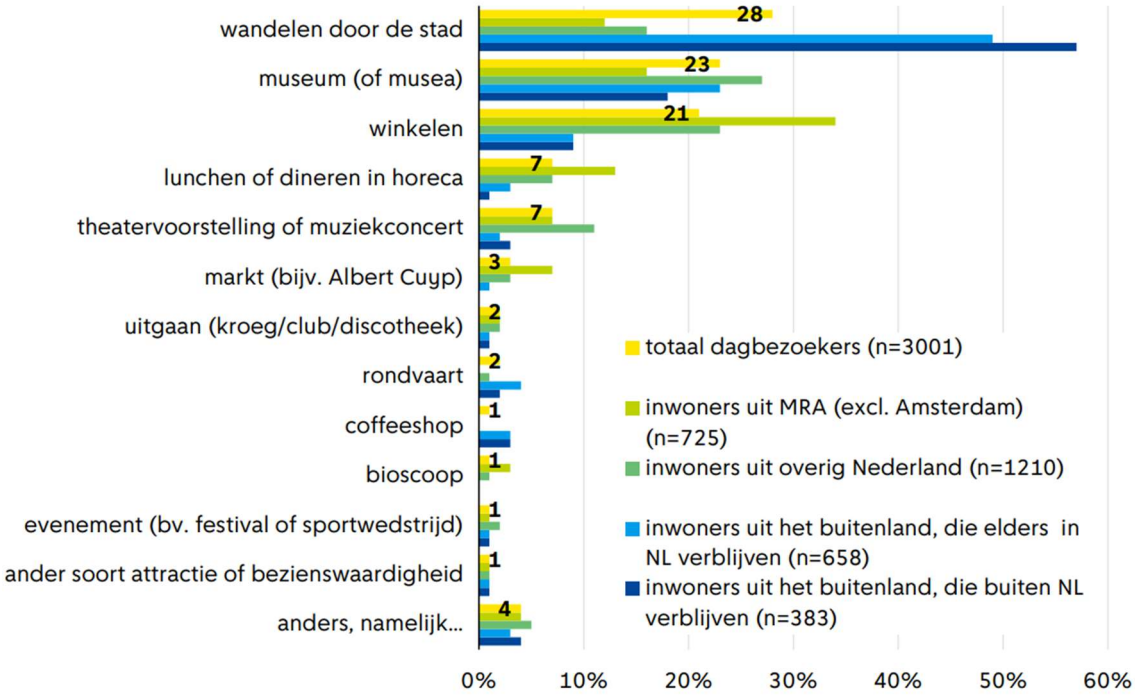


Bron: O&S

Aan toeristische dagbezoekers is gevraagd naar de belangrijkste reden van hun bezoek aan Amsterdam. Dagbezoekers uit de MRA komen relatief vaak naar Amsterdam om te winkelen; ruim 30% noemt dit als hoofddoel (figuur 2.14). Onder dagbezoekers uit overig Nederland is een museumbezoek het meest genoemde (27%) bezoekdoel, gevolgd door winkelen (22%)

en wandelen door de stad (16%). Buitenlandse dagbezoekers komen vaak om door de stad te wandelen; ca. 80% noemt dit als hoofddoel.

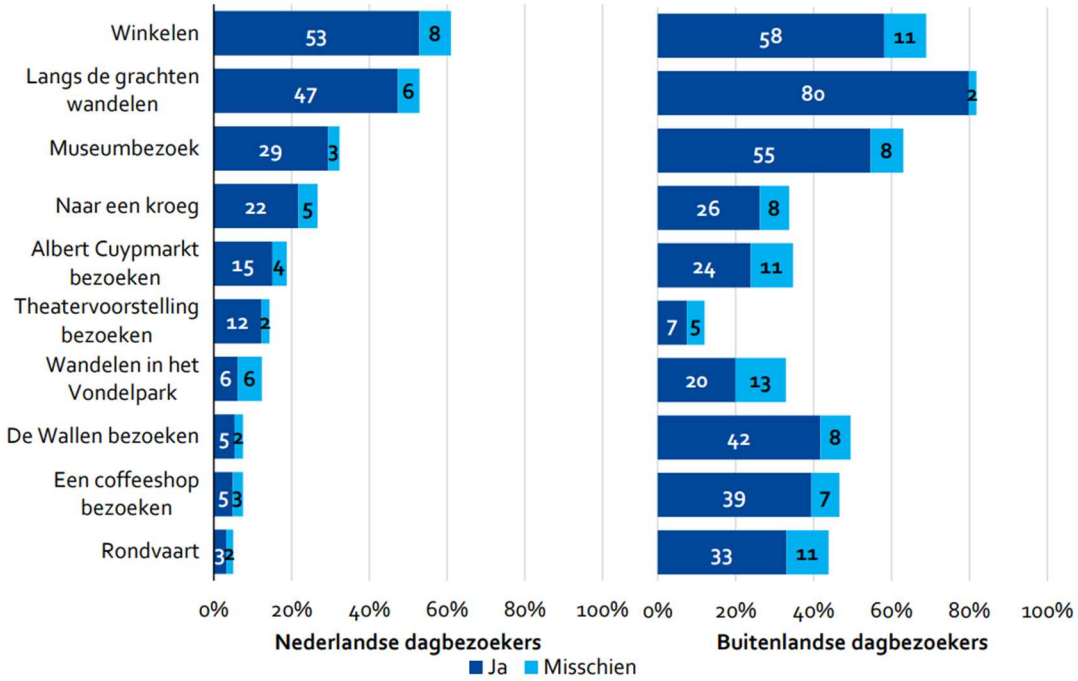
Figuur 2.14 Belangrijkste bezoekdoel van toeristische dagbezoekers in 2023-2024, naar herkomstgebied (%)



Bron: O&S

In het onderzoek naar dagbezoek is de respondenten een aantal specifieke activiteiten voorgelegd met de vraag of zij deze tijdens hun bezoek aan Amsterdam gaan ondernemen, of al hebben ondernomen. Tussen binnenlandse en buitenlandse dagbezoekers bestaan grote verschillen in ondernomen activiteiten (figuur 2.15). Ten eerste valt op dat binnen de groep ondervraagde toeristische dagbezoekers de buitenlandse dagbezoekers gemiddeld genomen meer activiteiten ondernemen dan de Nederlandse dagbezoekers, namelijk respectievelijk 4 en 2 activiteiten. Daarbij moet worden opgemerkt dat aan dagbezoekers een specifieke lijst met activiteiten is voorgelegd.

Figuur 2.15 Gaat u de volgende activiteiten tijdens uw dagbezoek aan Amsterdam ondernemen? Of heeft u die ondernomen? (n=3.001, procenten)



Meer dan tachtig procent van de buitenlandse dagbezoekers geeft aan langs de grachten te wandelen tijdens het bezoek, tegenover bijna de helft van de ondervraagde dagbezoekers uit Nederland. Uiteraard speelt de tijdsduur van activiteiten hierbij een rol. Zo zal de combinatie van winkelen en een museumbezoek doorgaans meer tijd vergen dan het bezoeken van een coffeeshop tijdens het wandelen langs de grachten. Dit wordt onderschreven door het feit dat respondenten met hoofddoel wandelen door de stad gemiddeld genomen meer activiteiten ondernemen dan respondenten met een ander hoofddoel.

Ondanks dat winkelen voor buitenlandse dagbezoekers zelden het belangrijkste bezoekdoel is (zie figuur 3.3), zegt meer dan de helft (58 procent) van hen dit wel te doen tijdens het bezoek aan Amsterdam. Ook de mate waarin dagbezoekers een bezoek brengen aan de Wallen en/of een coffeeshop verschilt sterk tussen Nederlandse en buitenlandse dagbezoekers. Vijf procent van de dagbezoekers uit de MRA en overig Nederland geeft aan de Wallen en/of een coffeeshop te bezoeken, tegenover circa veertig procent van de buitenlandse dagbezoekers.

Bijna een kwart (23 procent) van de ondervraagde buitenlandse dagbezoekers bezoekt tijdens het dagbezoek een coffeeshop en de Wallen. Ruim de helft (57 procent) van de buitenlandse dagbezoekers bezoekt ten minste één van beiden. Respondenten met hoofddoel wandelen door de stad geven vaker aan een bezoek te brengen aan de Wallen dan respondenten met andere hoofddoelen. Dit voedt de veronderstelling dat het hoofddoel wandelen door de stad synoniem staat voor het persoonlijk ervaren van het (toeristische) beeld dat respondenten hebben van Amsterdam. In dit kader valt ook op dat buitenlandse dagbezoekers vaker het Vondelpark en de Albert Cuypmarkt (denken te gaan) bezoeken dan Nederlandse dagbezoekers. De Albert Cuypmarkt en het Vondelpark behoren net als De Wallen op de website van Tripadvisor tot de populairste bezienswaardigheden van Amsterdam.

Het onderzoek naar dagbezoek in de Amsterdamse binnenstad is eenmalig door O&S uitgevoerd en biedt daarom geen inzicht in veranderingen in bezoekgedrag over de tijd. Extern onderzoek door NBTC en amsterdam&partners biedt hiervoor aanknopingspunten.

2.3.3 Verschuivingen in het activiteitenpatroon van bezoekers

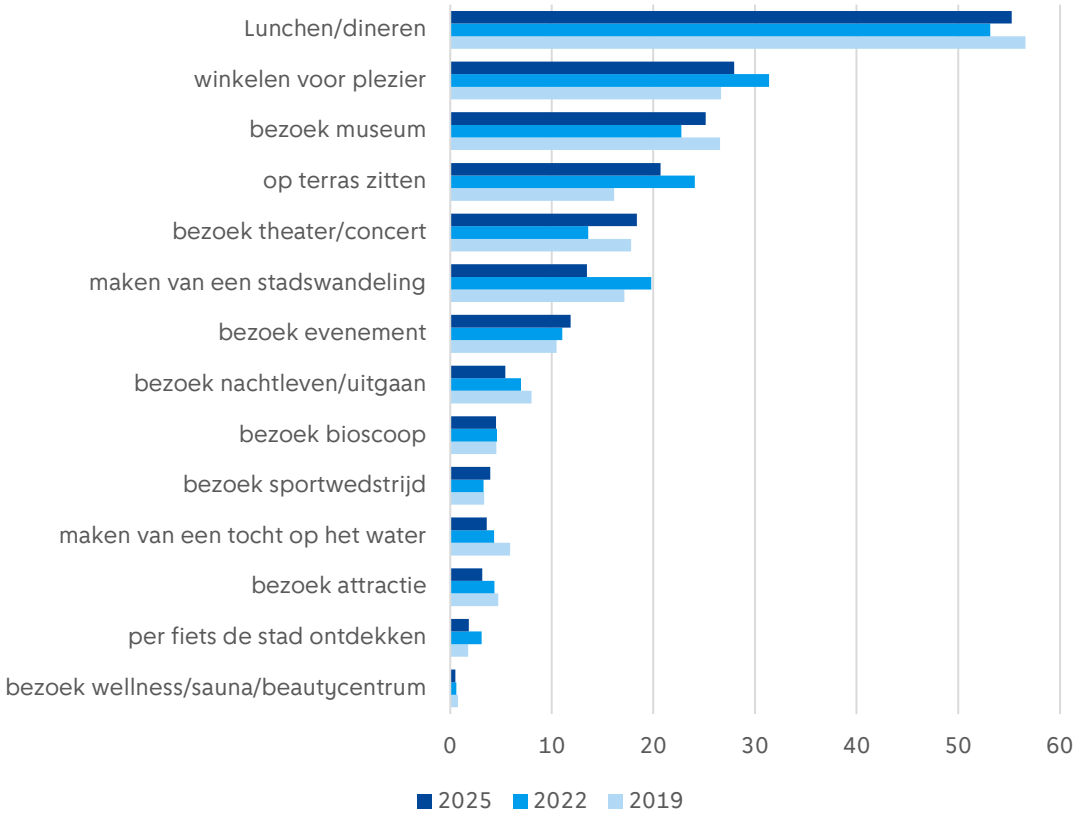
Eerder bleek uit onderzoek door NBTC al dat er in 2022 en 2025 minder dagbezoeken door Nederlandse bezoekers plaatsvonden dan in 2019 (zie paragraaf 2.1.2); in 2025 waren er 28 procent minder dagbezoeken door Nederlanders in Amsterdam. In het onderzoek is respondenten een aantal algemene activiteiten voorgelegd met de vraag of zij deze tijdens hun bezoek hebben ondernomen. Doordat het absolute aantal bezoekers lager ligt, is vrijwel elke afzonderlijke activiteit minder vaak ondernomen. Daarom is het relevant om ook te kijken naar het aandeel respondenten dat een specifieke activiteit onderneemt. Immers: wanneer niet alleen het absolute aantal dagbezoeken daalt, maar ook het aandeel van bezoekers dat een bepaalde activiteit onderneemt, is sprake van een relatief sterkere daling.

Figuur 2.16 toont de ondernomen activiteiten door binnenlandse toeristische dagbezoekers in Amsterdam in verschillende jaren: vóór de coronapandemie (2019), direct na de corona tijdens de inhaalvraag naar toerisme (2022) en in 2025. Tot de meest ondernomen activiteiten horen elk jaar lunchen/ dineren, winkelen en museumbezoek. Ten opzichte van 2019 kwamen er relatief minder bezoekers uit Nederland lunchen of dineren in Amsterdam.

Andere activiteiten die in 2025 minder vaak werden ondernomen tijdens een bezoek aan Amsterdam zijn een bezoek aan musea en attracties (dierentuin, zwembad etc.), een bezoek aan het nachtleven/uitgaan en een stadswandeling. Veel Nederlanders vinden Amsterdam druk, blijkt uit dit onderzoek. Sommige activiteiten werden in 2025 relatief váker ondernomen dan voor corona, zoals een concertbezoek en een bezoek aan een evenement. Dit is in lijn met de trends op basis van de cijfers van het CBS waaruit blijkt dat het bezoek aan musea is afgenomen en het bezoek aan popconcerten toegenomen (zie paragraaf 2.3.1).

Winkelen voor het plezier is eveneens een populaire activiteit tijdens een toeristisch dagbezoek aan Amsterdam, maar de mate waarin binnenlandse dagbezoekers winkelen in Amsterdam wisselt per jaar.

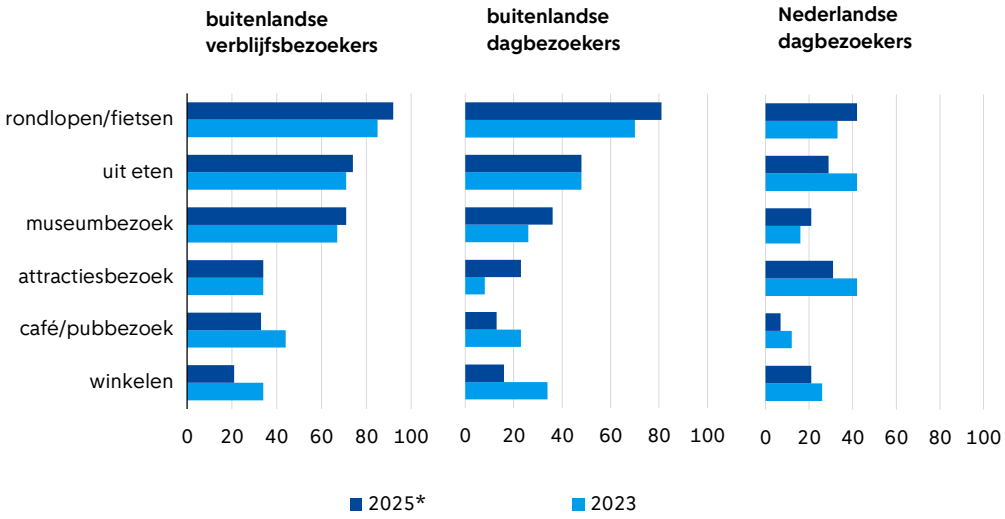
Figuur 2.16 Ondernomen activiteiten door Nederlandse toeristische dagbezoekers in Amsterdam, in 2019, 2022 en 2025 (in procenten)



Bron: NBTC

Uit onderzoek van amsterdam&partners blijkt ook dat de activiteiten van bezoekers veranderen. De vraagstelling, onderzoeksmethode en onderzochte periode in dit onderzoek verschillen echter van het landelijke onderzoek van NBTC, waardoor een directe vergelijking niet mogelijk is. Het onderzoek van amsterdam&partners signaleert dat rondlopen of fietsen bij zowel binnen- als buitenlandse bezoekers in 2025 aan populariteit gewonnen heeft ten opzichte van 2023 (figuur 2.17). Dat geldt ook voor het museumbezoek. Daartegenover staat bij binnen- én buitenlandse bezoekers een daling van cafébezoek en winkelen (amsterdam&partners, 2025).

Figuur 2.17 Ondernomen activiteiten door Nederlandse dagbezoekers en buitenlandse dag- en verblijfsbezoekers tijdens een toeristisch bezoek aan Amsterdam, in 2023 en 2025* (in procenten)



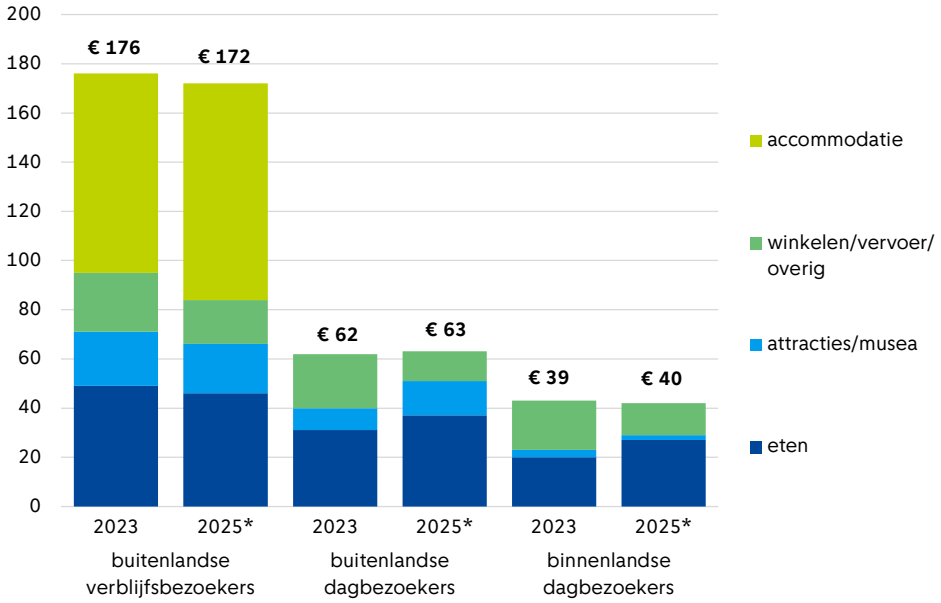
* voorlopige cijfers

Bron: amsterdam&partners, 2025

2.3.4 Veranderend uitgavegedrag van bezoekers

Onderzoek van amsterdam&partners toont dat niet alleen de activiteiten van bezoekers veranderen, maar ook de omvang van hun bestedingen (figuur 2.18). Zo gaven buitenlandse verblijfsbezoekers tijdens hun bezoek aan Amsterdam in 2025 gemiddeld 172 euro per persoon per dag uit. Binnen deze uitgaven zien we een verschuiving ten opzichte van 2023: de uitgaven aan accommodatie zijn toegenomen, terwijl uitgaven aan winkelen en andere activiteiten zijn afgenomen.

Figuur 2.18 Gemiddelde uitgaven van verblijfs- en dagbezoekers per persoon, per dag in 2023 en 2025* (in euro's)**



* voorlopige cijfers

Bron: amsterdam&partners, 2025

** uitgaven tijdens het bezoek aan Amsterdam, maar niet noodzakelijk in Amsterdam. Een verblijfsbezoeker kan bijvoorbeeld een attractie buiten Amsterdam hebben bezocht. Vervoerskosten van en naar Amsterdam zijn niet meegenomen.

Nederlandse en buitenlandse dagbezoekers geven per dag gemiddeld minder uit dan buitenlandse verblijfsbezoekers, ook wanneer de kosten voor de accommodatie buiten beschouwing worden gelaten, maar ook hier zien we een stijging van één categorie (eten) die wordt gecompenseerd door lagere uitgaven in andere categorieën (onder andere winkelen). Amsterdam&partners signaleert dat de uitgaven aan eten en drinken harder dan de landelijke horeca-inflatie stijgen. Dit wijst op een relatief hogere groei van bestedingen in deze categorie. Doordat het totale bestedingsbedrag van dagbezoekers nagenoeg gelijk blijft, zorgt dit voor een verschuiving van uitgaven binnen categorieën. Dit is het meest zichtbaar in de categorie 'winkelen', die over alle groepen een daling laat zien.

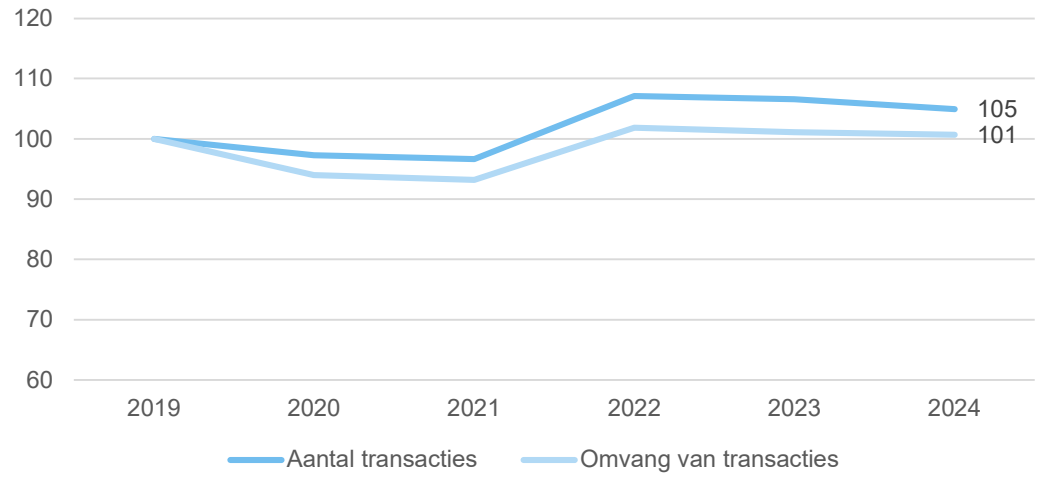
2.4 Spreiding pintransacties met buitenlandse betaalpassen

Waar de spreiding van hotelovernachtingen (figuur 2.4) en kamerbezetting (figuur 2.9) iets zegt over mate waarin bezoekers 's nachts zijn verspreid over de stad, kunnen we aan de hand van pintransacties een beeld schetsen van de spreiding overdag. Mastercard registreert alle pintransacties waarbij gebruik is gemaakt van een Maestro betaalpas. Op basis van de bankpas wordt daarbij een aanname gedaan over de herkomst van de betreffende consument; wanneer een transactie bijvoorbeeld wordt verricht met een pas van BNP Paribas, wordt ervan uitgegaan dat de consument uit Frankrijk komt.

In 2019 vond ruim 55 procent van alle buitenlandse pintransacties plaats in het Centrum van Amsterdam, terwijl de overige 45procent in de rest van de stad werd geregistreerd. Tijdens de coronajaren 2020 en 2021 daalde het aandeel van het Centrum iets, maar in 2022 steeg dit weer naar 59 procent. Sindsdien is er een lichte daling zichtbaar: in 2024 vond 58 procent van de buitenlandse pintransacties plaats in het Centrum.

De totale uitgaven van buitenlandse bezoekers laten een vergelijkbare trend zien. In 2019 werd ongeveer 57,5 procent van het totaal uitgegeven bedrag besteed in het Centrum. Dit aandeel steeg naar 58,5 procent in 2022, maar daalde daarna licht. In 2024 was het aandeel 57,8 procent, wat net iets hoger is dan in 2019.
Figuur 2.19 laat deze ontwikkelingen zien, waarbij de cijfers zijn geïndexeerd ten opzichte van 2019.

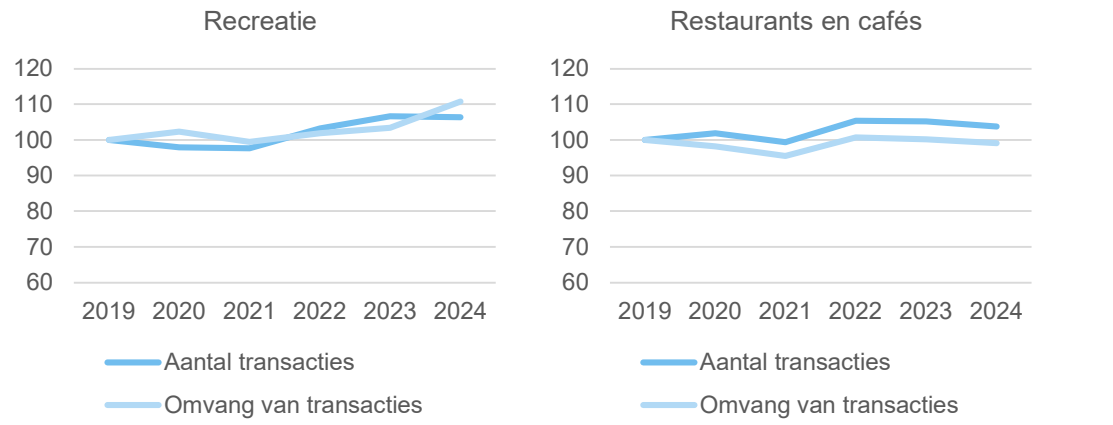
Figuur 2.19 Ontwikkeling aandeel transacties (aantal en omvang) dat plaatsvond in Centrum, 2019-2024 (2019=100)



Bron: Mastercard, bewerking O&S

Wanneer onderscheid wordt gemaakt tussen economische sectoren blijkt er sprake van uiteenlopende ontwikkelingen. In recreatie vinden er steeds meer transacties plaats in Centrum. In 2024 lag het aandeel 6% hoger dan in 2019. Dat betekent een kleine daling ten opzichte van 2023 (7%). Wat de omvang van transacties betreft zien we recent een substantiële toename. In 2024 lag het aandeel 11% hoger dan in 2019. Dit betekent dat de concentratie in Centrum van zowel het aantal transacties als de omvang van die transacties in de periode 2019-2024 is toegenomen.
In restaurants en cafés is het aantal transacties in Centrum verhoudingsgewijs groter dan in 2019, al loopt dit sinds 2022 wel weer wat terug. De omvang van transacties is ongeveer even groot, maar daalt eveneens sinds 2022. Dit betekent dat de spreiding over de stad van pintransacties (aantal en omvang) in restaurants en cafés sinds 2022 toeneemt.

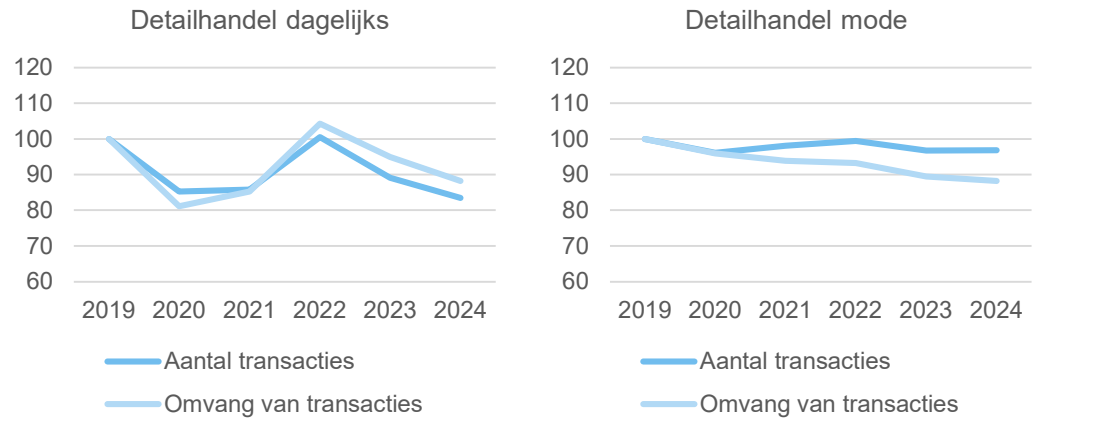
Figuur 2.20 Ontwikkeling aandeel transacties (aantal en omvang) dat plaatsvond per sector in Centrum, 2019-2024 (2019=100)



Bron: Mastercard, bewerking O&S

In de detailhandel is sprake van een andere ontwikkeling. Zowel in winkels voor dagelijkse aankopen als in kledingwinkels is sinds 2022 sprake van een dalend aandeel in Centrum. Voor wat betreft de omvang van transacties ligt dat aandeel in 2024 ca. 12 procent lager dan in peiljaar 2019. Weliswaar werd er in Centrum in 2024 in absolute zin meer uitgegeven in deze winkelbranches, die toename was groter in overig Amsterdam.

Figuur 2.21 Ontwikkeling aandeel transacties (aantal en omvang) dat plaatsvond per sector in Centrum, 2019-2024 (2019=100)



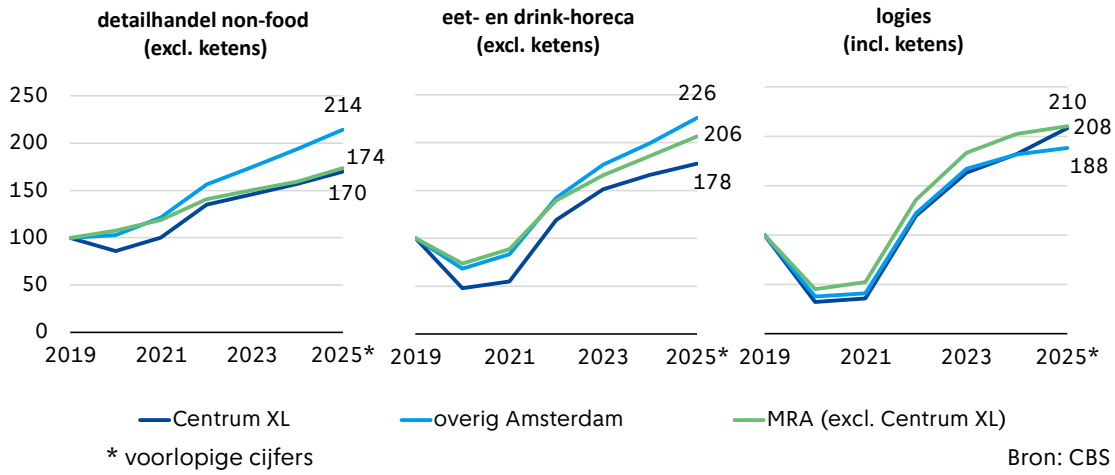
Bron: Mastercard, bewerking O&S

2.5 Omzetontwikkeling objectief

Op verzoek van de gemeente Amsterdam heeft het CBS regionale omzetgegevens van voor de sectoren logiesverstrekking, eet- en drinkhoreca en detailhandel - non-food in kaart gebracht. Deze omzetcijfers moeten worden gezien als een indicatie van de omzetontwikkeling (zie definities van het CBS in de leeswijzer op de volgende bladzijde).

Figuur 2.22 toont de omzetontwikkeling in de drie bovengenoemde sectoren ten opzichte van het basisjaar 2019. De omzet in 2025 overstijgt overal het niveau van voorgaande jaren. Opvallend is dat de detailhandel en eet-en drinkhoreca in Centrum XL achterblijven bij de rest van de stad. De hotelsector vertoont het omgekeerde beeld: hier groeit de omzet van logiesbedrijven in Centrum XL juist sterker dan in de rest van Amsterdam, terwijl de regio de grootste groei laat zien.

Figuur 2.22 Omzetontwikkeling naar branche in detailhandel en horeca in Centrum XL, overig Amsterdam en MRA, 2019-2025* (2019=100)

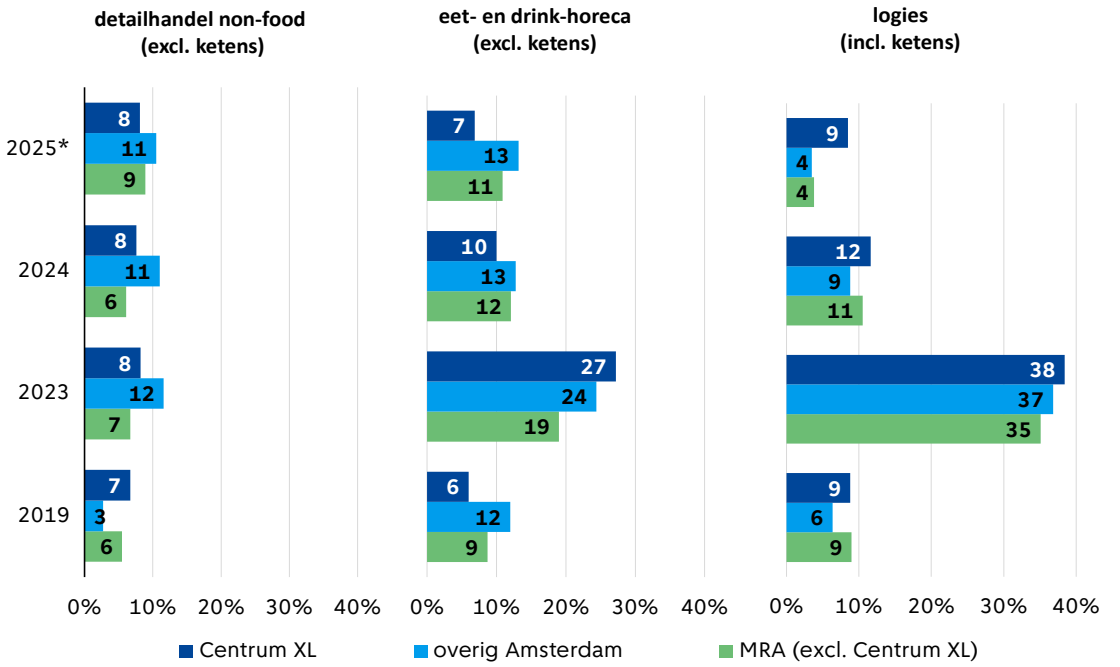


* voorlopige cijfers

Bron: CBS

Figuur 2.23 laat de omzetontwikkeling ten opzichte van het voorgaande jaar zien. De omzet stijgt in alle sectoren zowel in 2019 als in de periode 2023-2025. Na de pandemie fungeerde 2023 als ‘inhaaljaar’, waarin vooral de horeca in Centrum XL een piek in groei liet zien. Na deze inhaalslag is de groei in 2024 en 2025 genormaliseerd. In 2024 en 2025 valt op dat logiesbedrijven in Centrum XL sneller groeien dan elders, terwijl de groei in de detailhandel en overige horeca juist sterker is buiten het centrum.

Figuur 2.23 Omzetontwikkeling ten opzichte van één jaar eerder naar branche in detailhandel en horeca in Centrum XL, overig Amsterdam en MRA (%)



* voorlopige cijfers

Bron: CBS

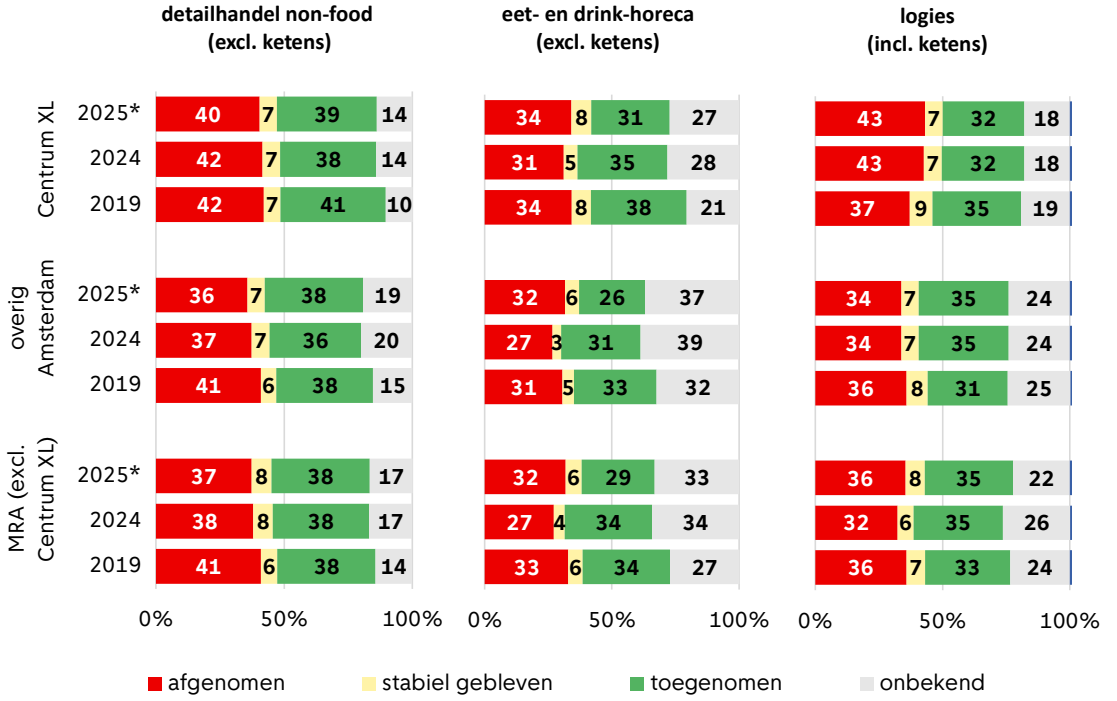
Leeswijzer omzetgegevens CBS

De omzetontwikkeling geeft de verhouding weer tussen de waarde van de omzet in een bepaalde periode en de waarde van de omzet in de basisperiode (exclusief btw). Omzetgegevens zijn gebaseerd op bedrijven in het MKB (tot maximaal 250 werkzame personen per vestiging) en zijn voor de sectoren detailhandel non-food en eet-en drink-horeca exclusief ketens.

Gebieden:
Centrum XL omvat de wijken Burgwallen-Nieuwe Zijde, Burgwallen-Oude Zijde, Da Costabuurt, De Weteringschans, Grachtengordel-West, Grachtengordel-Zuid, Haarlemmerbuurt, Helmersbuurt, Jordaan, Museumkwartier, Nieuwe Pijp, Nieuwmarkt/Lastage, Oude Pijp, Overtoomse Sluis en Van Lennepbuurt.
Overig Amsterdam omvat alle wijken in Amsterdam, exclusief de wijken van CentrumXL.
Metropoolregio Amsterdam (MRA) omvat de 30 MRA-gemeenten exclusief de wijken van het gebied CentrumXL.

Hoewel de totale omzetten per sector stijgen, daalt de omzet bij een deel van de ondernemingen. Figuur 2.24 laat zien bij welk deel van de bedrijven de omzet is toegenomen, afgenomen of stabiel is gebleven.

Figuur 2.24 Aandeel bedrijven met omzetdaling, stabiel omzet en omzetstijging ten opzichte van één jaar eerder naar branche in detailhandel en horeca in Centrum XL, overig Amsterdam en MRA (%)



* voorlopige cijfers

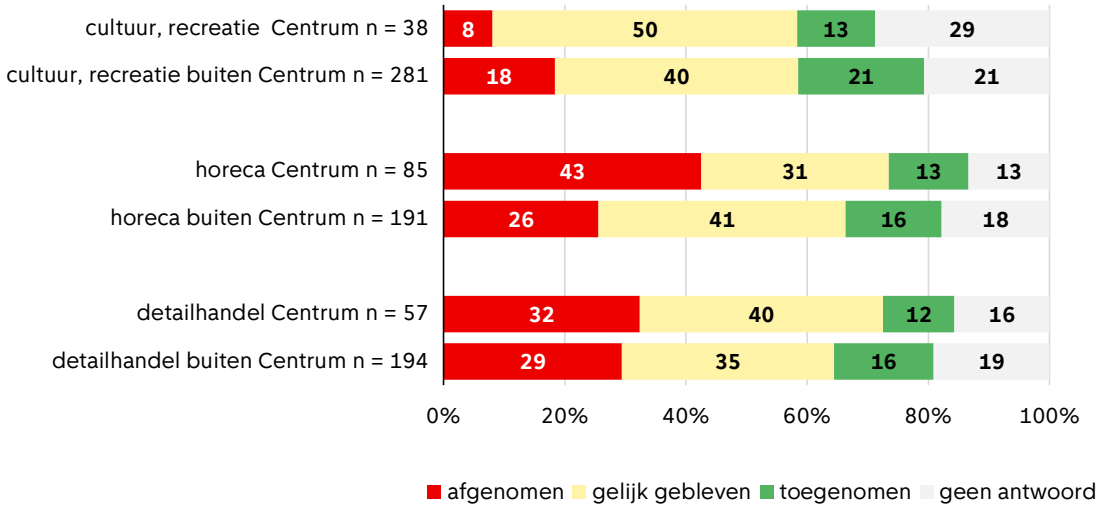
Bron: CBS

2.6 Ontwikkeling omzet en klanten subjectief

In de Ondernemerspeiling geven respondenten aan hoe het aantal klanten en de omzet in hun bedrijfsvestiging zich de afgelopen 12 maanden hebben ontwikkeld. Hierbij is een verdeling naar bedrijfslocatie mogelijk (Centrum/ buiten Centrum). Aangezien het aantal ondervraagde ondernemers in stadsdeel Centrum lager is dan 100, hebben de cijfers in de onderstaande figuren een indicatief karakter.

Figuur 2.25 geeft de verdeling van de gegeven antwoorden op de vraag over de ontwikkeling van het aantal klanten in de afgelopen 12 maanden weer. Binnen de Amsterdamse horeca is een duidelijk verschil tussen de stadsdelen: waar 43% van de ondernemers met een vestiging in het centrum een terugloop in het aantal klanten rapporteert, ligt dit percentage buiten het centrum met 26% lager. Buiten het centrum rapporteert ruim 40% een stabiel aantal klanten. In de detailhandel signaleert circa een derde van de ondernemers een daling in het klantbezoek, zowel in Centrum als in de rest van de stad.

Figuur 2.25 Hoe heeft het aantal klanten zich in de afgelopen 12 maanden ontwikkeld voor uw bedrijf(svestiging)? 2025, % (selectie bedrijfsvestigingen in horeca en detailhandel)

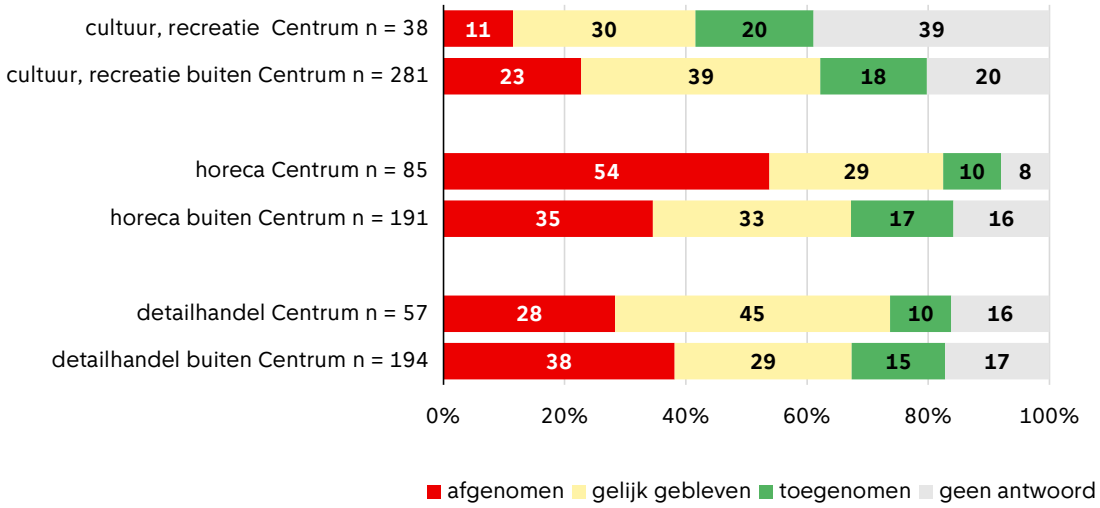


Bron: Ondernemerspeiling 2025

Figuur 2.26 geeft de verdeling weer van de antwoorden over de omzetontwikkeling in de afgelopen 12 maanden. Van de horecaondernemers in stadsdeel Centrum zag meer dan de helft een omzetafname, terwijl buiten Centrum circa een derde een omzetafname rapporteert. In de detailhandel is de situatie andersom: buiten het stadscentrum hebben relatief meer ondernemers te maken met een omzetafname (38%) dan in het centrum (28%). Van de detailhandel ondernemers in stadsdeel Centrum geeft bijna de helft aan (45%) dat de omzet het afgelopen jaar gelijk is gebleven.

Van de ondernemers in cultuur en recreatie in stadsdeel Centrum geeft 20% aan dat de omzet het afgelopen jaar is toegenomen, vergelijkbaar met de ondernemers buiten Centrum (18%). Tegelijkertijd geeft 11 procent aan dat de omzet is afgenomen, relatief minder dan buiten Centrum (23%). Vanwege het lage aantal respondenten in het stadsdeel Centrum (38) zijn deze cijfers indicatief.

Figuur 2.26 Hoe heeft de omzet zich in de afgelopen 12 maanden ontwikkeld voor uw bedrijf(svestiging)? 2025, % (selectie bedrijfsvestigingen in horeca en detailhandel)



Bron: Ondernemerspeiling 2025

Omzetontwikkeling kan niet los worden gezien van kostenontwikkeling. In de landelijke enquête van het CBS geven bijna alle bedrijven (94%) aan dat ze te maken te hebben met hogere kosten (CBS, 2026). 82 procent van de ondernemers geeft aan dat personeelskosten een van de (twee) belangrijkste oorzaken waren, 29 procent zegt dat van de kosten van grondstoffen en materialen. Kosten voor energie, transport en logistiek, en huisvestingskosten noemen ondernemers in verhouding weinig.

Iets minder dan de helft (46%) van de Nederlandse bedrijven zegt deze kostenstijgingen volledig of grotendeels te kunnen doorberekenen aan hun klanten. In januari 2023 en 2024 was dit ook het geval. Andere bedrijven (54%) kunnen de kostenstijging naar eigen zeggen niet of slechts voor een klein deel doorberekenen. In de economische sectoren waar dit rapport op is gericht, horeca, detailhandel en cultuur is het aandeel bedrijven dat kostenstijging grotendeels kan doorberekenen lager, variërend van 41 procent (horeca) tot 33 procent (cultuur, sport en recreatie). Dit impliceert dat bij bedrijven in deze sectoren het bedrijfsresultaat meer dan gemiddeld onder druk staat als gevolg van stijgende kosten.

2.7 Centrum relatief sterk afhankelijk van toeristische bestedingen

Het recent gepubliceerde onderzoek *Verblijven en besteden. Koopstromen detailhandel en horeca Randstad 2025* (hierna: KSO2025)(Ipsos I&O, et al) maakt kooporiëntaties van consumenten in detailhandel en eet- en drinkgelegenheden in de Randstadprovincies inzichtelijk. Onderzocht is in hoeverre consumenten gericht zijn op aanbod in hun eigen gemeente en in andere gemeenten. Op basis daarvan is een berekening gemaakt van de omzet (toonbankbestedingen) in gemeenten en winkelgebieden. De totale omzet bestaat uit de som van bestedingen door inwoners uit de eigen gemeente, inwoners uit de rest van het onderzoeksgebied (bestaande uit provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en een brede schil van gemeenten daaromheen) en toevloeiing van bestedingen door binnen- en buitenlandse toeristische bezoekers. Die toeristische toevloeiing is in het onderzoek

berekend op gemeenteniveau en het is niet bekend welk aandeel van die bestedingen in een winkelgebied terecht komt.

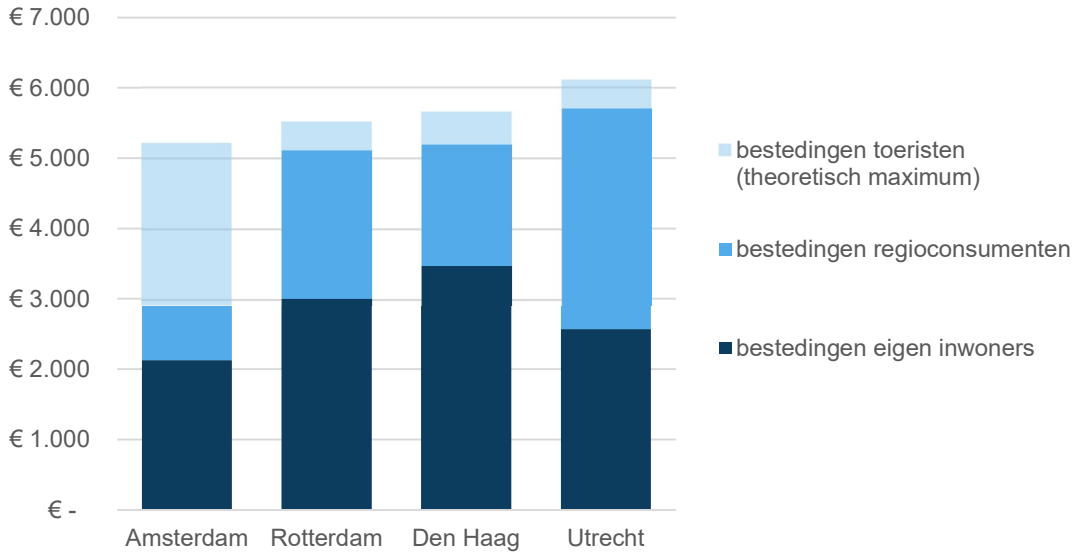
In het KSO2025 is becijferd dat de Amsterdamse binnenstad (stadsdeel Centrum) in 2025 € 461 miljoen aan 'reguliere' omzet (toonbankbestedingen) genereerde. Onder regulier worden bestedingen door Amsterdammers en consumenten uit het onderzoeksgebied verstaan. Met een recreatief winkelaanbod van 158.100 m2 wvo bedraagt de vloerproductiviteit uit reguliere bestedingen € 2.916 per m2 wvo. Dat is fors lager dan in de binnensteden van Rotterdam, Den Haag en Utrecht, waar de vloerproductiviteit uit reguliere bestedingen tussen de € 5.100 en € 5.800 per m2 wvo ligt. Amsterdam trekt in tegenstelling tot deze andere gemeenten substantieel meer toeristische winkelbestedingen aan. In het onderzoek is berekend dat in 2025 ruim € 364 miljoen aan omzet in recreatieve detailhandel afkomstig is van toeristische bezoekers uit buiten- en binnenland (zowel verblijfs- als dagbezoekers). In de andere grote steden ligt dit onder de € 50 miljoen.

Een onbekend – naar alle waarschijnlijkheid groot – aandeel van de toeristische toevloeiing komt terecht in de binnenstad. Als we ervan uitgaan dat alle toeristische bestedingen ten gunste komen van de Amsterdamse binnenstad, dan zou de € 825 miljoen (461 + 364) aan omzet in recreatieve detailhandel resulteren in een vloerproductiviteit van € 5.216 per m2 wvo (825 mln. / 158.100). Dit is vergelijkbaar met de vloerproductiviteit in Rotterdam en Den Haag, exclusief toeristische toevloeiing van bestedingen. Die € 5.216 kan worden beschouwd als een theoretisch maximum; de vloerproductiviteit zal in werkelijkheid lager liggen omdat mag worden aangenomen dat een deel van de toeristische bestedingen terecht komt in winkels buiten de binnenstad. Als de spreiding van buitenlandse pintransacties in modewinkels (paragraaf 2.5) in 2024 (pintransacties waarbij gebruik is gemaakt van een Maestro of Mastercard betaalpas van een buitenlandse bank) maatgevend is voor de spreiding van toeristische bestedingen over Amsterdam, kan worden aangenomen dat ongeveer twee derde van die toeristische bestedingen terecht komt in Centrum. In dat geval ligt de gemiddelde vloerproductiviteit in recreatieve detailhandel in Centrum iets boven de € 4.400 per m2 wvo, en daarmee substantieel lager dan in de binnensteden van Rotterdam, Den Haag en Utrecht.

Figuur 2.27 toont deze verschillen in vloerproductiviteit tussen de binnenstad van Amsterdam en de andere G4 gemeenten. De vloerproductiviteit van het winkelaanbod in de Amsterdamse binnenstad ligt volgens de resultaten van het KSO2025 lager dan in de andere binnensteden. Eigen inwoners en met name consumenten uit de regio (het onderzoeksgebied van het KSO2025) genereren in Amsterdam een lagere omzet per m2 wvo. Het winkelaanbod is in vergelijking met die andere binnensteden substantieel sterker afhankelijk van bestedingen door binnen- en buitenlandse toeristen. Voor eet- en drinkgelegenheden geldt min of meer hetzelfde (figuur 2.28). De Amsterdamse binnenstad beschikt over veel meer aanbod (142.000 m2 wvo tegenover gemiddeld 56.000 in de andere binnensteden). Op basis van het KSO2025 genereren Amsterdammers en regioconsumenten een vloerproductiviteit van ongeveer € 2.800 per m2 wvo in de binnenstad. In de binnensteden van Rotterdam, Den Haag en Utrecht ligt dat gemiddeld ongeveer twee keer zo hoog.

In de Amsterdamse binnenstad zijn winkels voor recreatieve detailhandel en eet- en drinkgelegenheden dus relatief sterk afhankelijk van bestedingen door toeristen. Dit impliceert dat deze voorzieningen in de Amsterdamse binnenstad gevoeliger zijn voor veranderingen in aantallen toeristische bezoekers en hun bestedingspatroon.

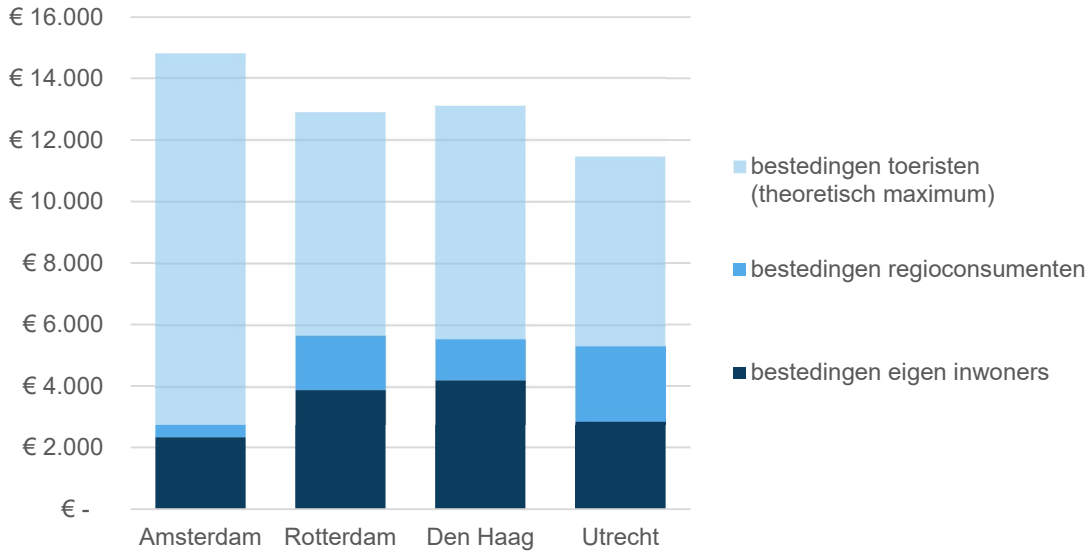
Figuur 2.27 Indicatieve vloerproductiviteit in recreatieve detailhandel in de binnensteden van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht, naar herkomst in 2025 (in € per m2 wvo)



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2025, bewerking O&S

NB: De exacte vloerproductiviteit is niet bekend en ligt ergens tussen de vloerproductiviteit op basis van bestedingen door eigen inwoners/regioconsumenten en de theoretische maximale vloerproductiviteit inclusief volledige toerekening van toeristische bestedingen op gemeenteniveau aan de betreffende binnenstad.

Figuur 2.28 Indicatieve vloerproductiviteit in eet- en drinkgelegenheden in de binnensteden van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht, 2025 (in € per m2 wvo)



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2025, bewerking O&S

NB: De exacte vloerproductiviteit is niet bekend en ligt ergens tussen de vloerproductiviteit op basis van bestedingen door eigen inwoners/regioconsumenten en de theoretische maximale vloerproductiviteit inclusief volledige toerekening van toeristische bestedingen op gemeenteniveau aan de betreffende binnenstad.

3 Literatuur en bronnen

amsterdam&partners. (2025). *Ontwikkelingen bezoekers Amsterdam. 2023-2025.* Amsterdam: amsterdam&partners.

Booking.com. (2024). *Travel reinvented: Booking.com's 2025 Travel Predictions.* Opgehaald van https://www-booking-com.translate.goog/articles/travelpredictions2025.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=nl&_x_tr_hl=nl&_x_tr_pto=sge

CBS. (2025). *Museumbezoek in 2024 lager dan voor corona.* Opgehaald van https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2025/51/museumbezoek-in-2024-lager-dan-voor-corona

CBS. (2026, februari). *Ondernemersvertrouwen stijgt licht begin 2026*. Opgehaald van www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2026/06/ondernemersvertrouwen-stijgt-licht-begin-2026?pk_campaign=social_share

Gensler Research Institute & The Immersive Experience Institute. (2025). *Evolving Immersive: The 2025 Immersive Entertainment & Culture Industry Report.* Opgehaald van https://www.gensler.com/doc/evolving-immersive-the-2025-immersive-industry-report.pdf

Ginneken, S. v. (2023). *De toeristische blik op Amsterdam: De stad als 'sight' en 'site', 1840-2000. [Proefschrift, Universiteit van Amsterdam].* Amsterdam: Faculty of Humanities (FGw), Amsterdam School of Historical Studies (ASH).

Hielkema, D. (2026, april). TikTok-algoritme zet Negen Straatjes steeds verder onder druk: 'Een algoritme denkt natuurlijk geen moment aan Amsterdam. *Het Parool*. Opgehaald van https://www.parool.nl/cs-b4c17754/

Horwath. (2025). *Hosta 2025.*

Ipsos I&O, Movares & Sweco. (2026). *Verblijven en Besteden – Koopstromen detailhandel en horeca Randstad 2025.* In opdracht van de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht. Opgehaald van https://www.ipsos-publiek.nl/actueel/koopstromenonderzoek-randstad-grote-binnensteden-slaan-terug-in-krimpende-retailmarkt/

Mastercard Economics Institute. (2024). *Travel Trends 2024: Breaking Boundaries.* Opgehaald van https://www.mastercard.com/us/en/news-and-trends/Insights/2024/travel-trends-2024-breaking-boundaries.html#tabs-d9b127ad0e-item-54e12cb786-tab

NBTC. (2025). *Trendpublicatie 2026.* Opgehaald van https://www.nbtc.nl/nl/site/themas/kennis-en-data/trendpublicatie-inzicht-in-de-toekomst-van-toerisme

NBTC. (2026). *Toeristisch Bezoek aan Steden 2025. Bezoeken, bezoekers en frequentie.* NBTC.

Skyscanner. (2026). *The Future of Travel.* Opgehaald van https://www.skyscanner.net/travel-trends/future#:~:text=2026%20global%20traveller%20intentions,selection%20(30%25)%20all%20popular.



Onderzoek en Statistiek

Postbus 658
1000 AR Amsterdam

onderzoek.amsterdam.nl