

# Nationale Digitaliseringsmonitor Toerisme & Gastvrijheid Onderzoeksresultaten

November 2025



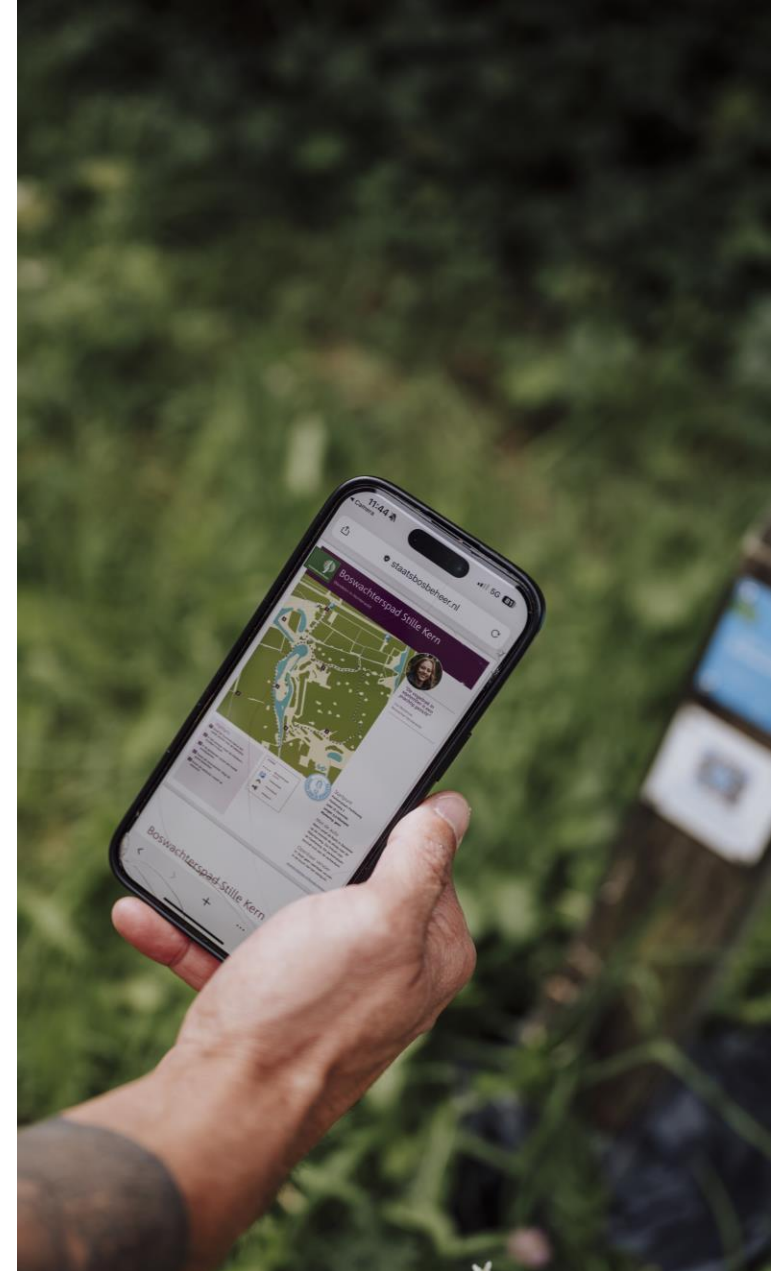
## Wat is de Digitaliseringsmonitor?

Het gastvrijheidsdomein verandert door de invloed van digitalisering op een hoog tempo. Lange tijd ontbrak het aan structurele, landelijke data om die ontwikkeling goed te volgen. Met de Nationale Digitaliseringsmonitor Toerisme & Gastvrijheid brengt NBTC daar verandering in.

Door middel van een jaarlijkse survey brengen we in kaart hoe digitale technologie het gastvrijheidsdomein beïnvloedt. We inventariseren daarbij de kansen en uitdagingen van digitalisering. En we brengen de behoefte van het toeristisch bedrijfsleven in beeld.

Je vindt de resultaten van het onderzoek uit september en oktober 2025 in deze publicatie.

De monitor wordt breed gedragen door het ministerie van Economische Zaken, Koninklijke Horeca Nederland, HISWA-RECRON en CELTH. Samen zetten we in op de versnelling van digitale transformatie van het gastvrijheidsdomein. De landelijke visie op deze digitale versnelling vind je in de [Digitale expeditie](#).



# Inhoud

1. **Belangrijkste bevindingen**
2. **Achtergrondvragen**
3. **Resultaten:** Mate van digitalisering en mogelijke drempels
4. **Resultaten:** Data & monitoring
5. **Resultaten:** Potentie & trends



# 1. Belangrijkste bevindingen



## Belangrijkste bevindingen (1/3)

### Mate van digitalisering en mogelijke drempels

- Gemiddeld wordt **de mate van digitalisering** binnen een organisatie beoordeeld met een **6,9**.
- 60% geeft aan dat hun organisatie in de afgelopen twee jaar **nieuwe producten en/of diensten heeft (door)ontwikkeld** op basis van digitale technologie. Ook heeft bijna de helft (45%) een **strategie** op het gebied van digitalisering. De andere helft (48%) heeft dit nog niet.
- Efficiënter werken en/of automatiseren (8,3) en het bereik vergroten (8,2) zijn de belangrijkste **redenen om te digitaliseren**. Een duurzamere bedrijfsvoering wordt gezien als minst belangrijke reden, maar heeft alsnog een gemiddelde score van 7,2.
- Iets meer dan de helft (55%) ervaart **drempels** om (verder) te kunnen digitaliseren. De grootste barrières daarbij zijn onvoldoende kennis en vaardigheden en onvoldoende budget/financiering.



## Belangrijkste bevindingen (2/3)

### Data & monitoring

- Organisaties scoren gemiddeld een 6,1 op de vraag hoe **datagedreven** ze zijn.
- Slechts 33% van de organisaties **wisselt structureel data uit** met andere organisaties. 61% zegt dit niet te doen.
- Veel organisaties houden **statistieken** bij om **resultaten te monitoren**. Hierbij worden vooral het bereik van de website (84%) en social media kanalen (81%), de klanttevredenheid (80%) en omzet (77%) bijgehouden.
- Het **minst vaak** worden **statistieken** omtrent acquisitie kosten, de CO2-voetafdruk en Customer Lifetime Value gemonitord.



## Belangrijkste bevindingen (3/3)

### Potentie & trends

- Een veelgebruikte **digitale technologie** in de gastvrijheidssector is Generatieve AI (56%). Gevolgd door mobiele & contactloze technologie, bijvoorbeeld bij het inchecken of betalen (44%). De minst gebruikte technologieën zijn Blockchain (1%) en Spraak interfaces (4%).
- De **potentie van digitale technologie** voor hun organisatie scoort gemiddeld een 7,4.
- Om de **potentie** voor digitalisering (meer) te **benutten** zien organisaties inspirerende voorbeelden (46%), tijd voor experimenten en pilots (39%) en hulp bij digitale strategievorming (34%) als **belangrijkste benodigdheden**.

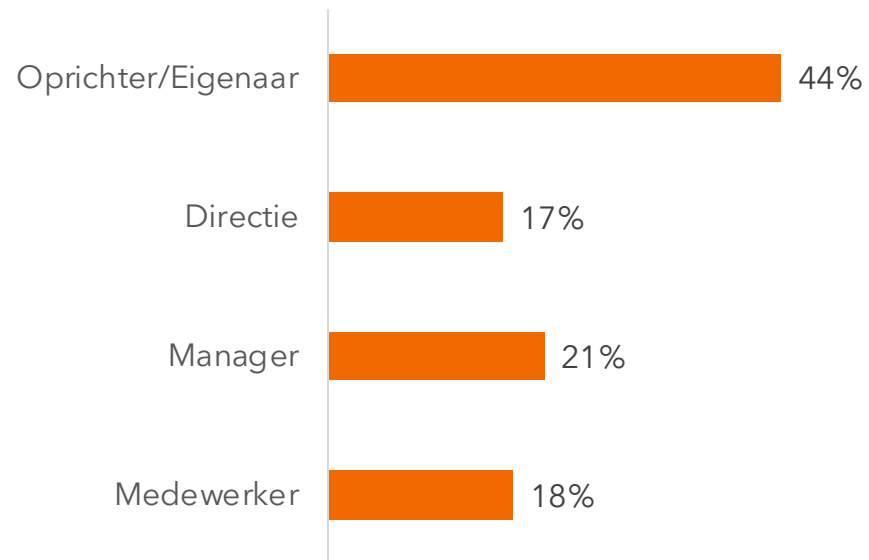


## 2. Achtergrond- vragen

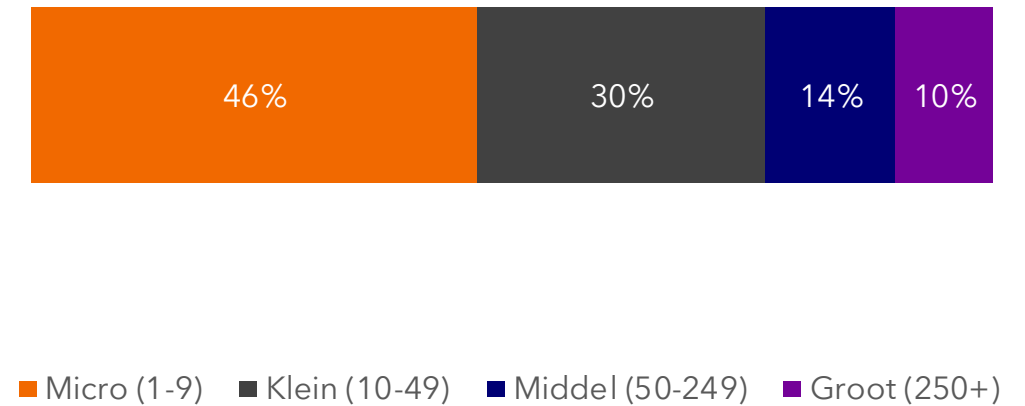


# Achtergrondvragen

Positie (n=568)



Omvang organisatie in aantal medewerkers (n=550)



## Achtergrondvragen

Gevestigd in provincie	Respondenten (n=557)
Noord-Holland	23%
Noord-Brabant	12%
Zuid-Holland	12%
Gelderland	11%
Overijssel	7%
Utrecht	7%
Friesland	7%
Limburg	6%
Drenthe	4%
Groningen	4%
Zeeland	4%
Flevoland	2%

Categorie	Respondenten (n=537)
Accommodatie	39%
Eten & drinken	15%
DMO/CMO/VVV	12%
Culturele organisatie	6%
(Lokale) overheid	5%
Attractie/Point of interest	4%
Tour operator /tour guide	3%
(Advies)Bureau	2%
Branche- of ondernemersvereniging	2%
Congres- en evenementlocatie	2%
Media	2%
Vervoer/Transport	1%
Reisbureau/OTA	1%
Onderwijs-/Kennisinstelling	1%
Retail	1%
Overig	3%



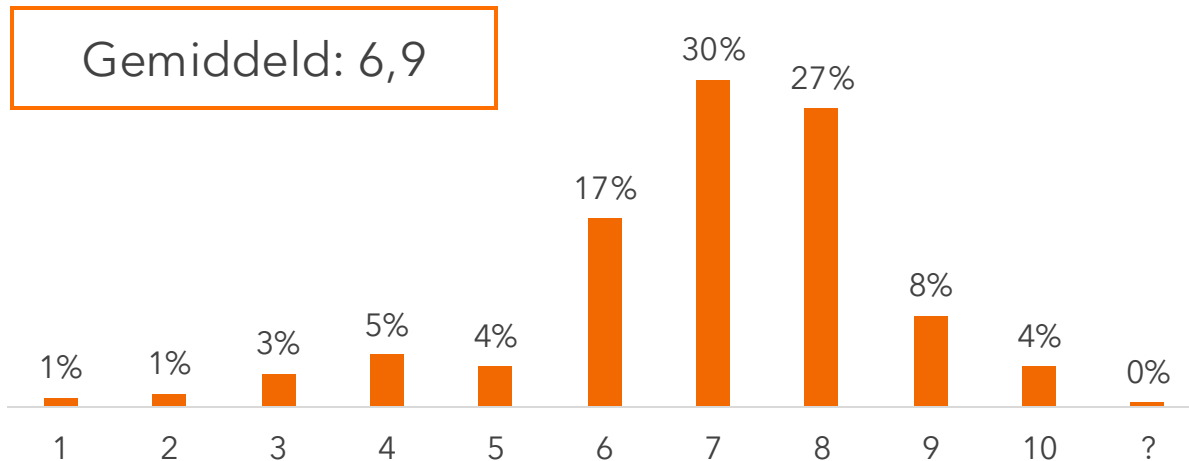
# 3. Mate van digitalisering en mogelijke drempels



## Mate van digitalisering

Welk cijfer zou je jouw organisatie nu geven als het gaat om de mate van digitalisering? (n=493)

*Geef een cijfer op een schaal van 1-10, waarbij 1= Zeer lage mate en 10= Zeer hoge mate van digitalisering.*



### Onder digitalisering verstaan we:

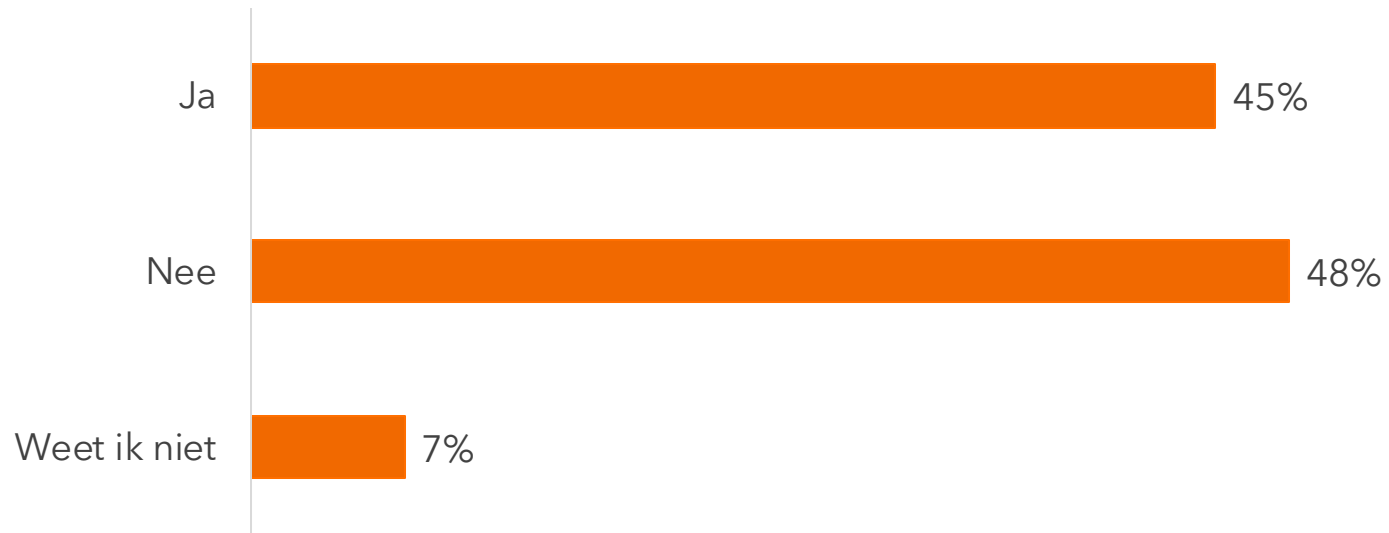
Het digitaliseren van objecten/documenten, het verbeteren van werkprocessen en/of het ontwikkelen van nieuwe producten/diensten op basis van digitale technologie.



## Strategie

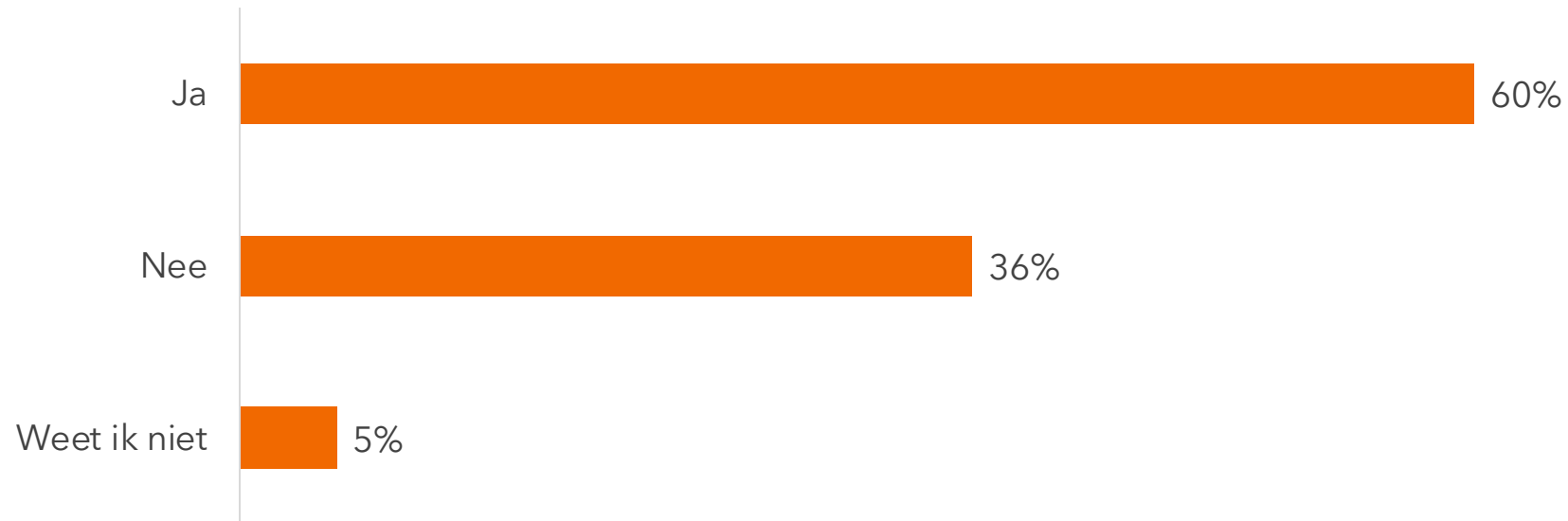
Heeft jouw organisatie een strategie op het gebied van digitalisering? (n=476)

*Hiermee wordt bedoeld dat digitalisering onderdeel is van organisatieplannen (bijv. in marketing of IT).*



## (Door)ontwikkeling o.b.v. digitale technologie

Heeft jouw organisatie in de afgelopen twee jaar nieuwe producten en/of diensten (door)ontwikkeld op basis van digitale technologie? (n=470)



## Doelstellingen

In hoeverre zijn onderstaande doelstellingen een reden voor jouw organisatie om te digitaliseren?  
(n=433)

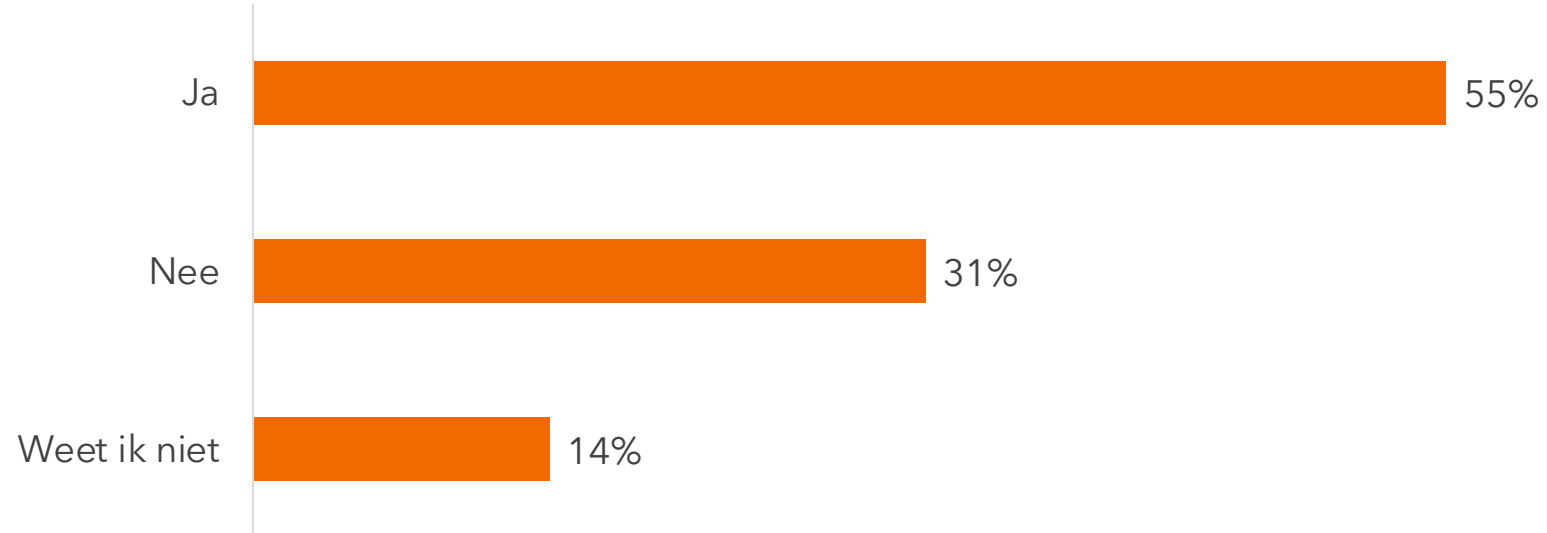
*Geef een cijfer op een schaal van 1-10, waarbij 1= Geheel onbelangrijke reden en 10= Zeer belangrijke reden. Klik op het vraagteken als je het antwoord niet weet of als dit niet van toepassing is op jouw organisatie.*

Doelstelling	Gemiddelde
Efficiënter werken en/of automatiseren	8,3
Bereik vergroten	8,2
De gebruikerservaring verbeteren	8,0
Conversie of verkoop verhogen	7,8
Duurzamere bedrijfsvoering	7,2



## Drempels

Ervaart jouw organisatie drempels om (verder) te digitaliseren? (n=431)



## Welke drempels

Wat zijn de belangrijkste drempels die jouw organisatie ervaart om (verder) te digitaliseren?  
(n=235) *Er zijn maximaal 3 antwoorden mogelijk.*



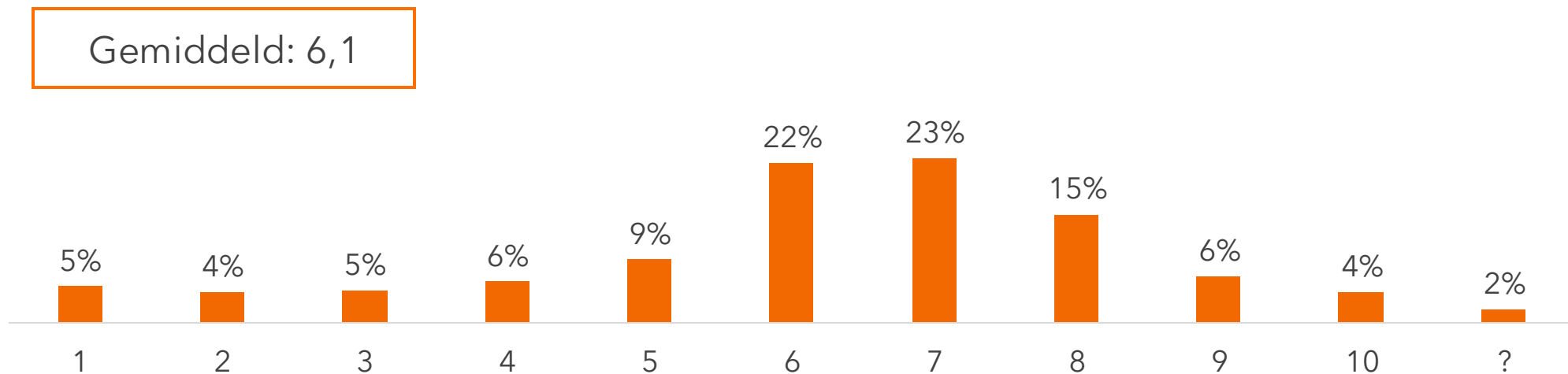
# 4. Data & monitoring



## Datagedreven

Hoe datagedreven is jouw organisatie? (n=424)

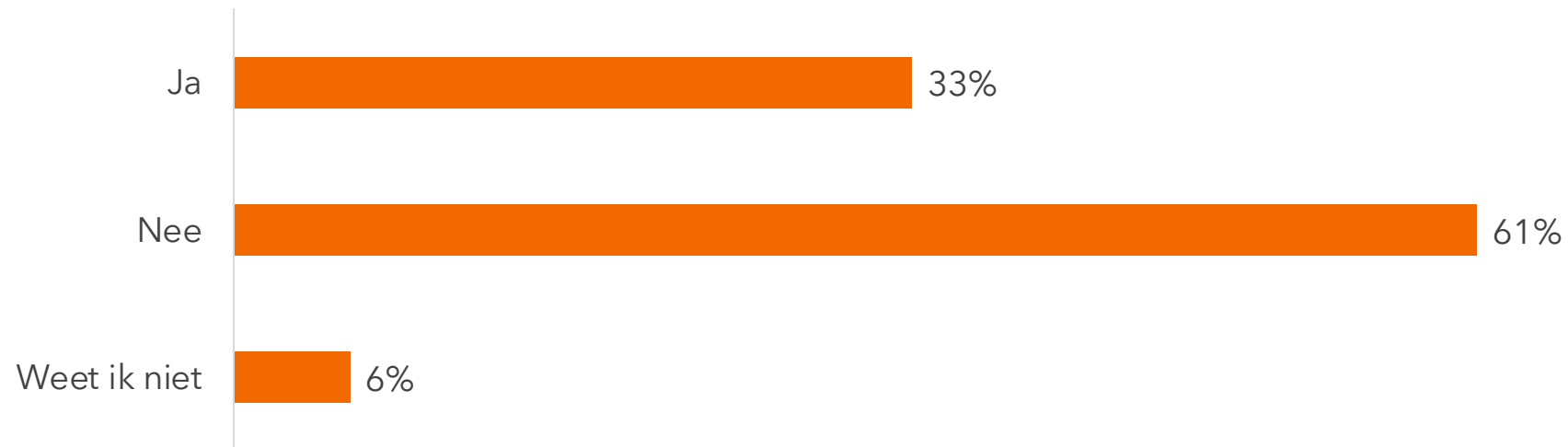
*Hiermee bedoelen we de mate waarin er keuzes en beslissingen worden gemaakt op basis van inzichten uit data. 1= Totaal niet datagedreven, 10= Zeer datagedreven. Het vraagteken betekent 'weet ik niet'.*



## Structurele data-uitwisseling

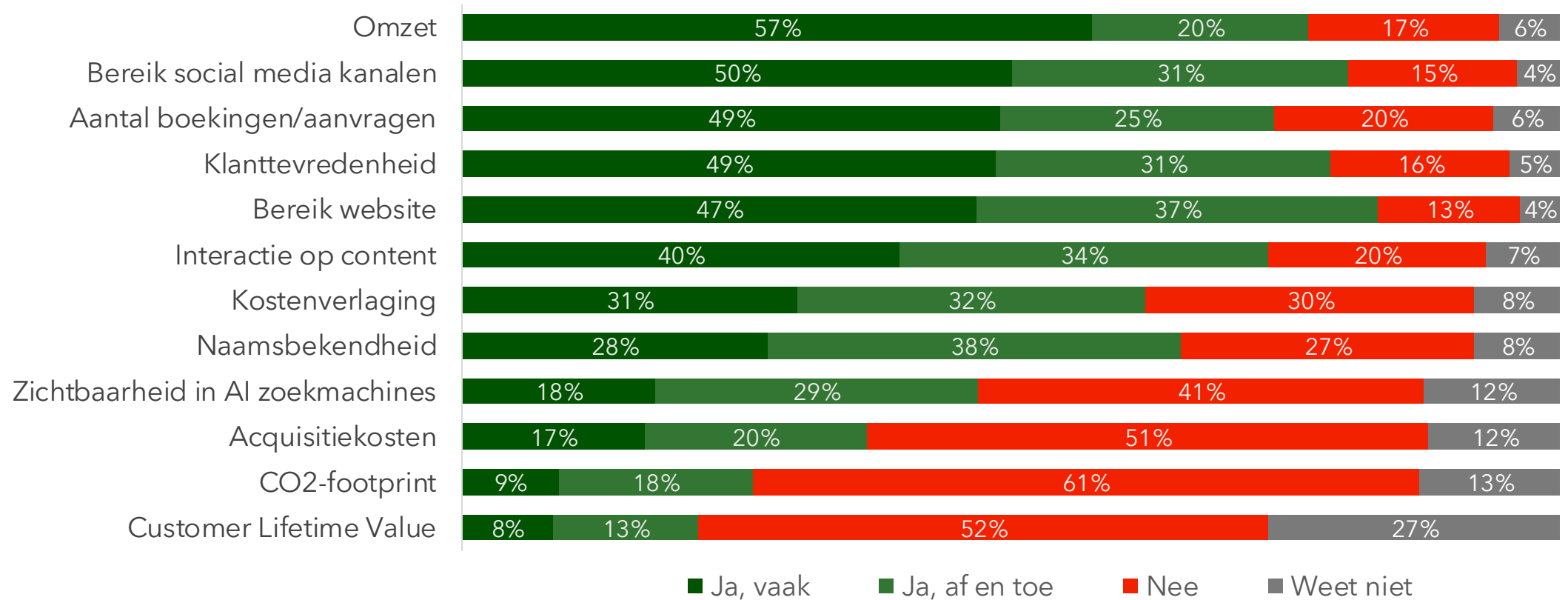
Wisselt jouw organisatie structureel data uit met andere organisaties? (n=423)

*Denk hierbij aan bezoekcijfers, bezettingsgraad, conversiepercentages, interesseprofielen, aanbodata, etc. Met 'structureel' wordt bedoeld dat het geen eenmalige uitwisseling van data was, maar dat dit met regelmaat wordt gedeeld.*



## Gebruik marketingstatistieken

Gebruikt jouw organisatie onderstaande statistieken om resultaten te monitoren? (n=410)

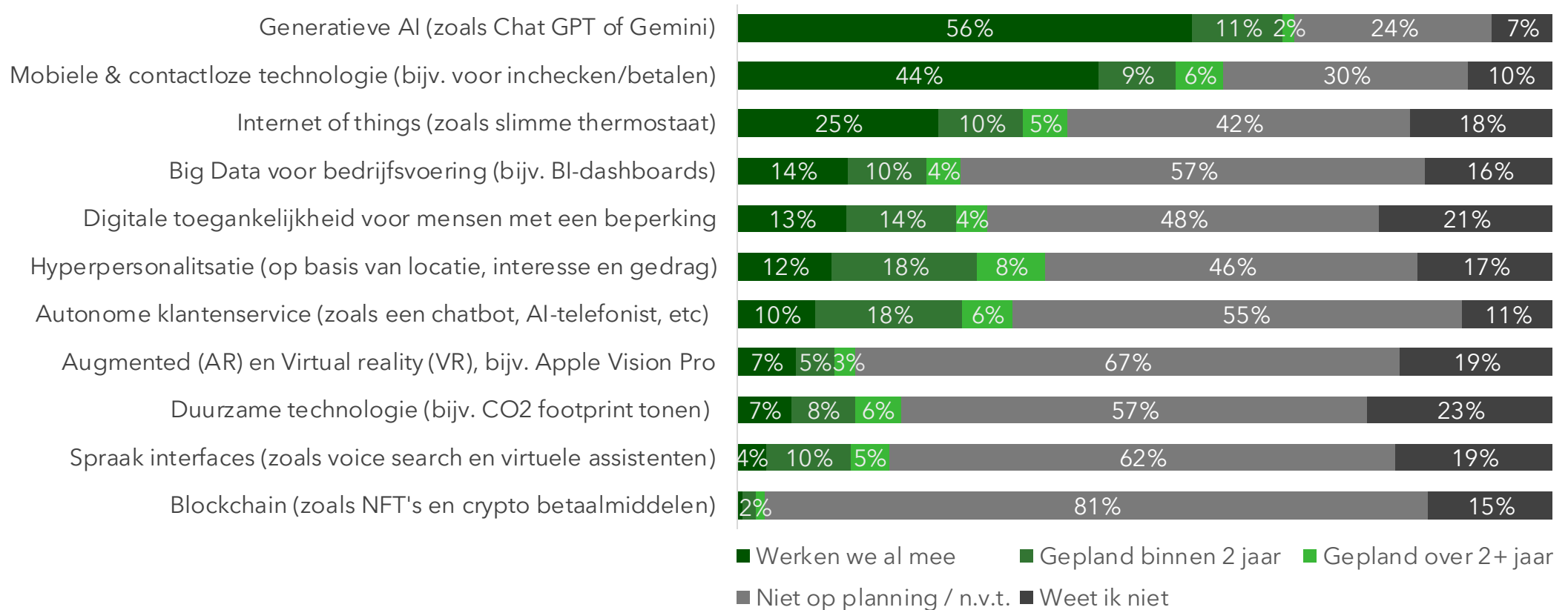


# 5. Potentie & trends



# Werken met digitale technologieën

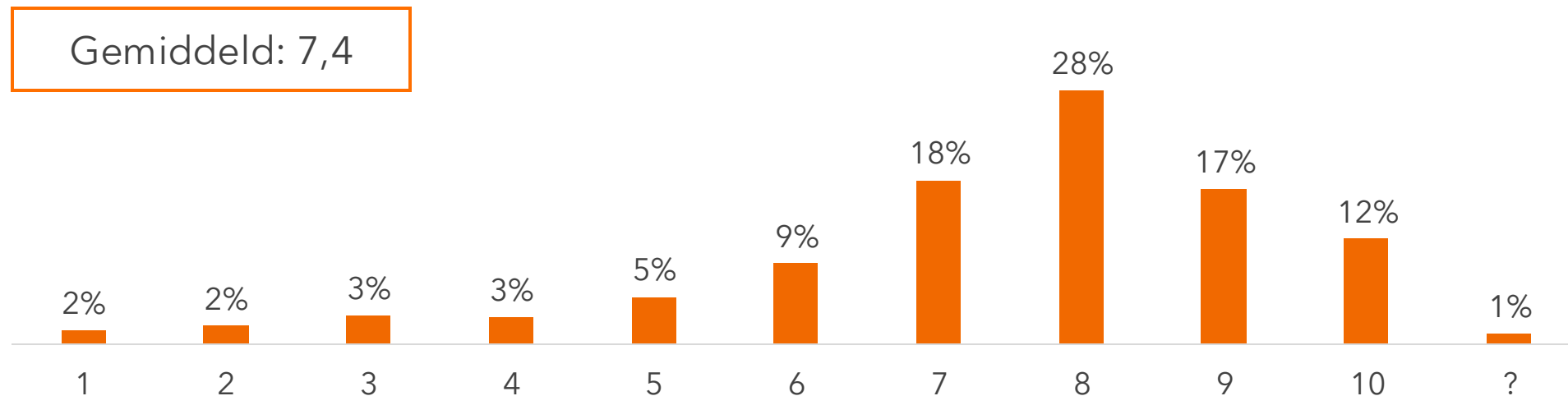
In hoeverre werkt jouw organisatie met de onderstaande digitale technologieën? (n=405)



## Potentie van digitale technologie

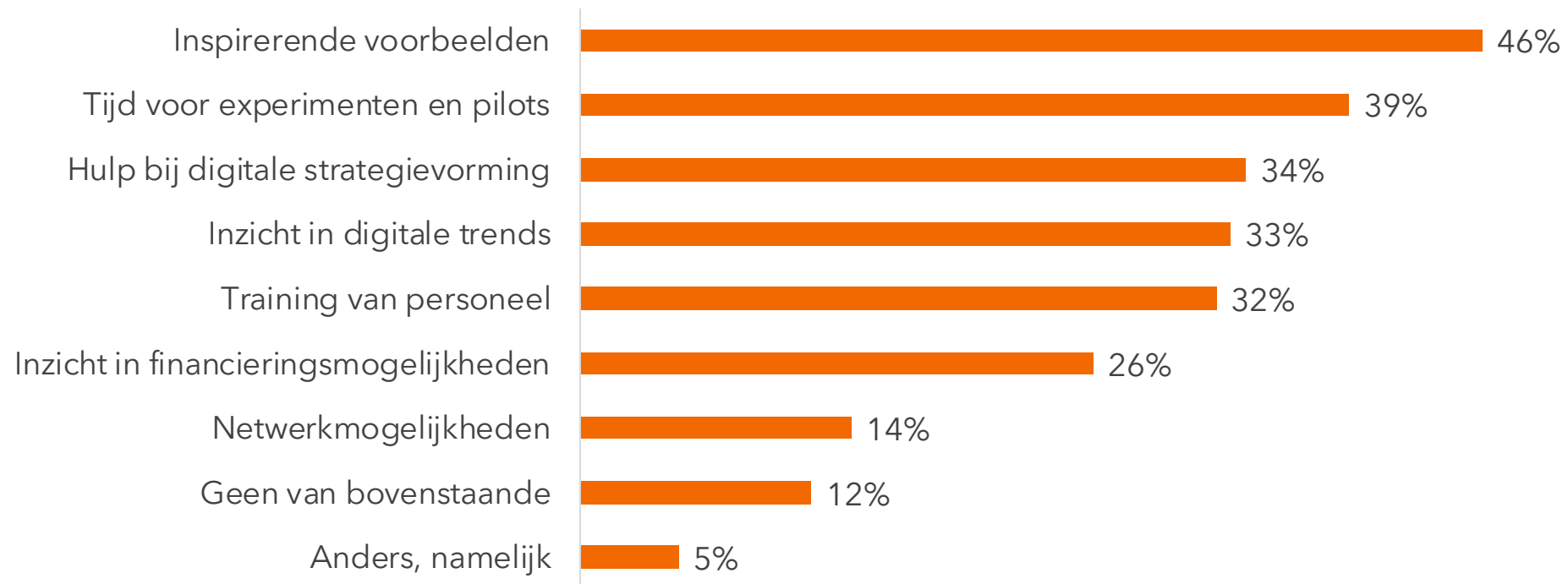
Wat is volgens jou de potentie van digitale technologie voor jouw organisatie? (n=404)

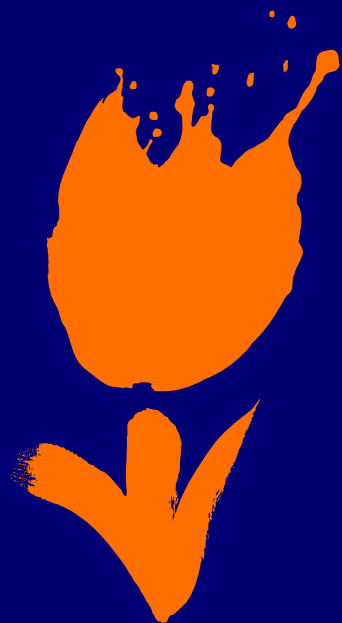
*Geef een cijfer op een schaal van 1-10, waarbij 1= helemaal geen potentie en 10= heel veel potentie. Het vraagteken betekent 'weet ik niet'.*



## Benodigdheden

Wat heeft jouw organisatie nodig om (meer) te profiteren van de kansen die digitalisering biedt?  
(n=402) *Maximaal 3 antwoorden mogelijk.*





# NBTC

Nederlands Bureau  
voor Toerisme &  
Congressen