

Vad händer i Nederländerna 2026?

Inledning

Nederländerna är en av Sveriges mest lojala och återkommande utlandsmarknader. Nederländarnas resor går oftast till Frankrike, Tyskland och Spanien, men intresset för nordiska och naturnära destinationer växer snabbt. Trots politisk oro och höga levnadskostnader fortsätter nederländarna att prioritera resor – gärna ofta, längre och med fokus på natur, frihet och kultur. För svenska aktörer finns en stark potential att möta en resenär som söker trygghet, tystnad och autentiska upplevelser – särskilt utanför högsäsong.

Vill du få fördjupad kunskap om Nederländerna, de nederländska resenärerna och de digitala sökningar de gör om Sverige? [Läs mer i vår Kunskapsbank!](#)

Nuläge & potential

- Befolkning: 17,9 miljoner (2024) | BNP per invånare: USD 68 003 (prognos 2025)
- Potential: 6,5 miljoner intresserade av en Sverigesemester (2025)
- Antal gästnätter i Sverige 2024: 900 000 (+12,8 % jämfört med 2019)
- Sveriges position som europeisk semesterdestination: #12 (2024)
- Nederländernas ekonomi är stabil och hushållens köpkraft förblir hög – vilket gynnar resandet till nordiska och naturnära destinationer.
- Nederländare semestrar ofta (i snitt 3,1 resor per år) med tyngdpunkt på juli och augusti, men ledighet även i april, maj och oktober.
- Flera nya vintercharters till Skandinavien stärker intresset för Sverige.
- Sveriges natur och tystnad tilltalar invånare i tätbefolkade Nederländerna – ren luft, *off-grid*-upplevelser, plats och trygghet är återkommande drivkrafter.

Utmaningar & drivkrafter

- Höga transportpriser och kapacitetsproblem vid flygplatsen Schiphol påverkar tillgängligheten.
- Nederländare bilar gärna, vilket kan leda till otillräcklig boendekapacitet i södra/mellersta Sverige under högsommaren.
- Samtidigt driver klimatförändringar på intresse för att ta tåget i stället. Här finns dock utmaningar kring bristande internationellt samarbete och pålitlighet.

Marknadsbild & perception

- Sverige och Nederländerna delar språklig och kulturell närhet – något som underlättar kommunikation, PR och samarbeten.
- Nederländska medier intresserar sig för svensk livsstil, natur och samhälle – särskilt hållbarhet/innovation.
- Trots viss rapportering om gängkriminalitet dominerar bilden av Sverige som ett modernt, pålitligt och naturnära land.
- Outdoor-, livsstils- och resemagasin inspirerar till resor bortom storstäderna.

Digitalt resebeteende & kanaler

- Nästan alla nederländare använder internet dagligen (91 %) och sociala medier i snitt 1,5 timmar per dag.
- 93 % är mobila internetanvändare.
- Google, Instagram och Facebook dominerar reseplanering och inspiration, medan TikTok och AI-baserade verktyg växer snabbt bland Gen Z.

Travel Trade & trender

- Efter flera år av återhämtning finns nu ett starkt utbud av Skandinavien-specialister i både Nederländerna och Belgien och växande intresse för Skandinavien bland generalister.
- Nya nischade researrangörer erbjuder resor inom natur, äventyr och hållbarhet.
- Gen Z anlitar i större utsträckning reseagenter för skraddarsydda upplevelser.

TRE TIPS FÖR ATT FÅNGA NEDERLÄNDARNAS UPPMÄRKSAMHET!

Lyft fram frihet, tystnad och natur

Nederländare söker kontrast till täta miljöer – välj budskap som förmedlar lugnet, rummet och årstidernas skiftningar.

Bygg synlighet i relevanta medier

Samarbeta med nederländska outdoor- och livsstilsmagasin samt influencers. Optimera innehåll för Google, Instagram och TikTok.

Visa hållbarhet och värme

Visa hur resor i Sverige kombinerar klimatmedvetenhet med personligt värdskap och kvalitet – snarare än lyx.