NBTC
Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen

De NL doelgroep

Leisure

2022

DE NL DOELGROEP

BETROKKEN WERELDBURGERS DIE OPEN STAAN VOOR VERSCHILLENDE CULTUREN, INVLOEDEN EN DENKBEELDEN. ZE HECHTEN BELANG AAN VRIJHEID & ONAFHANKELIJKHEID EN ZOEKEN ERVARINGEN BOVEN STATUS.

NIEUWE DINGEN

VERANDERING

ECO BEWUST

SAMEN OPTREKKEN

ZOEKEN VAN OPLOSSINGEN

ONAFHANKELIJK



X OPEN STAAN VOOR VERANDERING/ INNOVATIE
Y WAARDE AAN VRIJHEID/ ONAFHANKELIJKHEID





EEN WAARDEVOLLE DOELGROEP HEEFT DE JUISTE IMPACT ÉN MATCHT MET DNA

NL

OPEN
INVENTIEF
INCLUSIEF



CREATIVES 41%
SOCIALIZERS 21%
CHALLENGERS 18%
ACHIEVERS 12%
CONSERVATIVES 8%


VRIENDELIJK, OPEN GASTVRIJ, SOCIAAL EN TOLERANT
TYPE VAKANTIE IN NEDERLAND
HET TYPE VAKANTIE WAARVOOR NEDERLAND DOOR DE NL DOELGROEP WORDT OVERWOGEN.
16% 121
STRAND
43% 124
CITY LIFE
29% 136
CULTUREEL
27% 131
NATUUR
29% 122
ICONEN
20% 140
ACTIEF
80%
REISLUSTIG
DE NL AUDIENCE IS REISLUSTIG, 80% HEEFT IN DE AFGELOPEN 3 JAAR GEREISD.

REISMOTIEVEN VOOR NEDERLAND

MOTIEVEN ALS BELANGRIJKSTE REDEN VOOR EEN BEZOEK AAN NEDERLAND



49% 106
RELAXATION



39% 96
GETTING AWAY



18% 155
PHYSICAL & MENTAL HEALTH



24% 115
SHOPPING

30% 121
DISCONNECT





54% 119
EXPERIENCE CULTURES



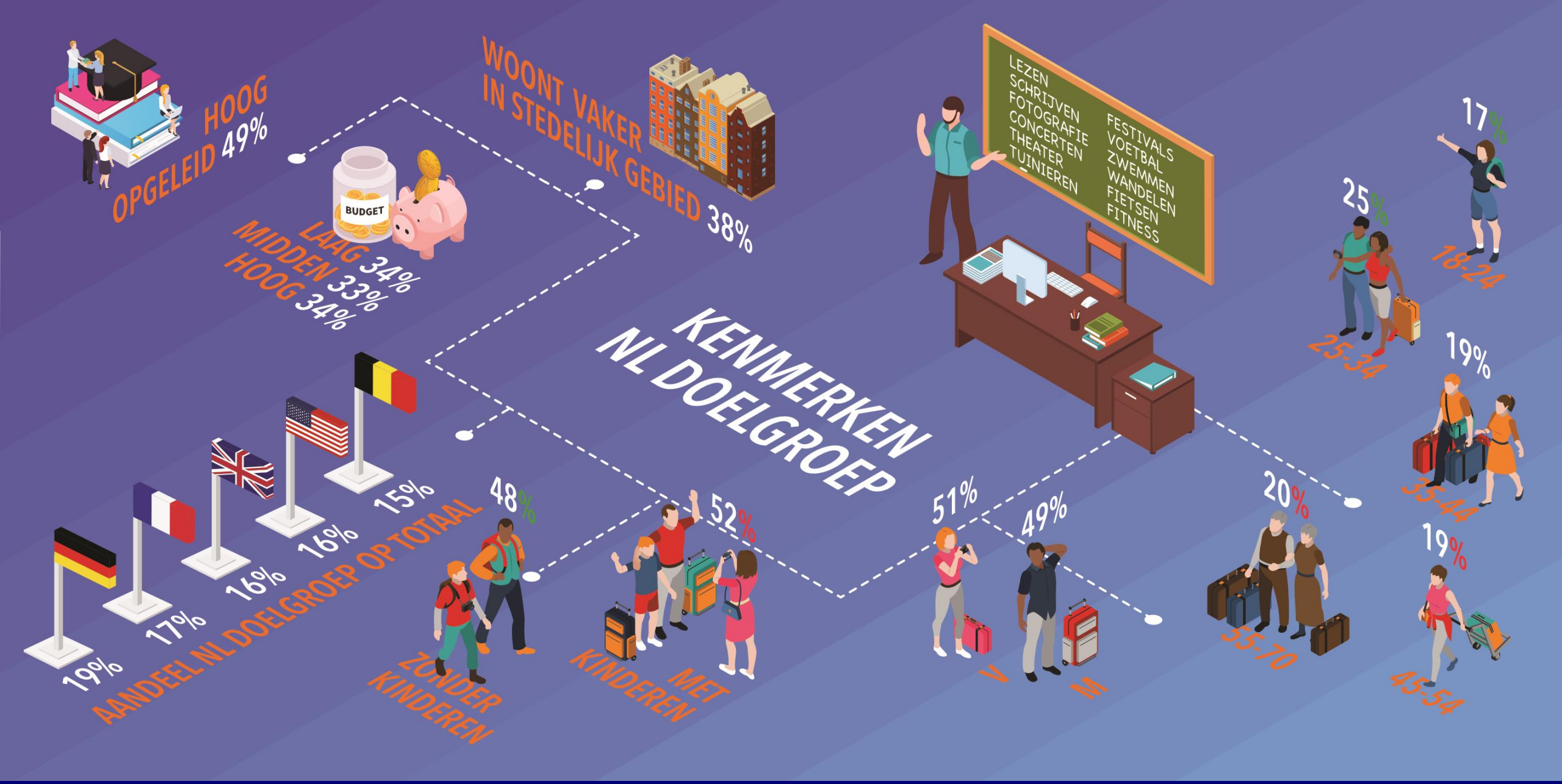


28% 162
MEETING NEW PEOPLE



30% 141
LEARNING


INTERESSES IN NEDERLAND
INTERESSES ALS BELANGRIJKSTE REDEN VOOR EEN BEZOEK AAN NEDERLAND
30% 122
ERFGOED
27% 121
GASTRONOMIE
40% 121
NATUUR
38% 113
ICONEN
35% 124
CITY LIFE
24% 107
SHOPPING
20% 142
WELLNESS
24% 152
ARCHITECTUUR
14% 129
FIETSEN
18% 144
ART & DESIGN
17% 99
KUST
7% 97
BLOEMEN
14% 141
MUZIEK
6%
GEEN
SLECHTS 6% (INDEX 49) HEEFT GEEN INTERESSE IN NEDERLAND.



NL Doelgroep



NBTC

Nederlands Bureau
voor Toerisme &
Congressen