

PERSBERICHT

Den Haag, 22 april 2024

Ondanks stijgende prijzen en extreem weer heeft 90% van de Nederlanders vakantieplannen

Vooraf maand mei in trek als vakantie maand onder Nederlanders

Momenteel heeft 9 op de 10 ondervraagden de intentie om in de komende 12 maanden op vakantie te gaan. Dit is meer dan vorig jaar, toen 8 op de 10 aangaf het komende jaar op vakantie te gaan. Opvallend is dat duurzaamheid, stijgende prijzen en extreme weersomstandigheden een belangrijke rol spelen bij vakantiekeuzes. Onder Nederlanders heeft 51% al een vakantie geboekt en heeft nog eens 39% de intentie dit te gaan doen. Vooral de maand mei blijkt een populaire vakantie maand te zijn onder Nederlanders; 1 op de 5 heeft vakantieplannen voor de maand mei.

Dit blijkt uit de negentiende editie van de Vakantie Sentiment Monitor die het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) vandaag uitbrengt. Dit onderzoek in zeven verschillende landen (Nederland, Duitsland, België, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, de Verenigde Staten en China) geeft inzichten in vakantieplannen en de invloed van de actualiteit hierop.

1 op de 10 Nederlanders vermijdt hoogseizoen vanwege stijgende prijzen

Van alle ondervraagden geeft gemiddeld 50% aan genoodzaakt te zijn aanpassingen te maken in het vakantiegedrag door stijgende prijzen. Voor Chinezen en Fransen geldt dit het meest (60% en 57%), voor Nederlanders het minst (38%). Vooral het verminderen van het aantal vakanties en het kiezen voor goedkopere accommodaties zijn gehanteerde aanpassingen. Interessant is dat 10% van de Nederlanders het hoogseizoen vermijdt vanwege stijgende prijzen, een stijging ten opzichte van vorig jaar. Tegelijkertijd geeft gemiddeld 44% van alle ondervraagden aan voor de eerstvolgende vakantie een vergelijkbaar budget te hebben als in voorgaande jaren. Zelfs 31% geeft aan meer budget beschikbaar te hebben.

Extreem weer leidt tot vakantieaanpassingen

Extreme weersomstandigheden beïnvloeden voor gemiddeld 46% van alle ondervraagden hun vakantiekeuze. Als gevolg van extreem weer passen vakantiegangers vooral de periode waarin ze op vakantie gaan aan. Echter kiest 1 op de 5 Nederlanders juist voor een andere bestemming door toenemende extreme weersomstandigheden. Ondertussen letten Britten en Amerikanen meer op de voorwaarden en verzekeringen bij het boeken van een vakantie.

Duurzaamheid grote invloed op vakantiekeuzes

Bij het boeken van vakanties vindt gemiddeld 51% van alle ondervraagden het belangrijk om rekening te houden met duurzaamheid. Duurzaamheid heeft meer invloed op vakantiekeuzes dan mogelijke drukte op vliegvelden en conflicten in de wereld. Opvallend is dat Nederlanders het minst rekening houden met duurzaamheid. Chinezen geven het meest aan rekening te houden met duurzaamheid, door hun keuze in bijvoorbeeld accommodatie, vervoermiddel of bestemming.

Meer behoefte aan spreiding vakanties

Uit de resultaten blijkt dat de maand mei onder Nederlanders een geliefde vakantiemaand is. Ook zien we dat aspecten als betaalbaarheid en weersomstandigheden voor een grote groep Nederlanders meespeelt in vakantiekeuzes. Volgens algemeen directeur Jos Vranken een interessante ontwikkeling: "Er lijkt steeds meer behoefte aan vakantiespreiding te zijn. Dit kan zorgen voor meer keuzemogelijkheden en lagere prijzen voor consumenten. Ook voor ondernemers is spreiding interessant; het kan zorgen voor meer bezoek buiten het hoogseizoen. Zo leveren bezoekers ook een waardevolle bijdrage buiten de piekmomenten om. Momenten waarop het vaak al erg druk is en accommodaties bijvoorbeeld al vol zitten. Ook kan spreiding de druk op steden en regio's verlichten. Het is duidelijk dat we meer inzicht moeten krijgen in de effecten ervan en de maatregelen die daarbij passen, zoals flexibilisering van vakanties. Daarover moeten we als sector het gesprek met elkaar en ook het onderwijs aangaan."

---NOOT VOOR DE REDACTIE---

Voor vragen en meer informatie kun je contact opnemen met:

Dorine de Gast

Woordvoerder

+31(0)6 11 38 83 74

ddegast@holland.com

NBTC is de nationale destiniatiemanagement-organisatie van en voor Nederland. We werken voor en met partijen uit verschillende sectoren aan de positionering, ontwikkeling en marketing van ons land. Samen werken we aan een leefbare, geliefde en waardevolle bestemming Nederland; voor bewoners, bezoekers en bedrijven.