

# Vakantie Sentiment Monitor

Resultaten 15<sup>e</sup> meting

## Opzet onderzoek

Het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) is in mei 2020 een Vakantie Sentiment Monitor gestart om de vakantie intentie en invloed van de Corona uitbraak op het reisgedrag te meten. In dit jaar (2023) zullen we dit onderzoek elk kwartaal uitvoeren. Dit document is een samenvatting van de vijftiende meting. In deze meting is er ook aandacht besteed aan actuele onderwerpen zoals de stijgende prijzen (inflatie) in relatie tot de vakantie intentie.

### Specificaties onderzoek:

Markten: Nederland, België, Duitsland, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk en Verenigde Staten  
Doelgroep: 18+, nationaal representatief  
Steekproef: n=1.000 respondenten per land  
Veldwerk: 9 maart 2023 t/m 14 maart 2023

Meer weten over dit onderzoek? Neem contact op met Marlotte Jansen – [mjansen@holland.com](mailto:mjansen@holland.com)

## Vakantie intentie

### Ruim acht op de tien heeft vakantie intentie

Gemiddeld 84% van de ondervraagden heeft de intentie om in de komende 12 maanden op vakantie te gaan. De vakantie intentie verschilt niet veel tussen de zes landen. De score varieert van 81% onder de Amerikanen tot 86% onder de Fransen en Britten.

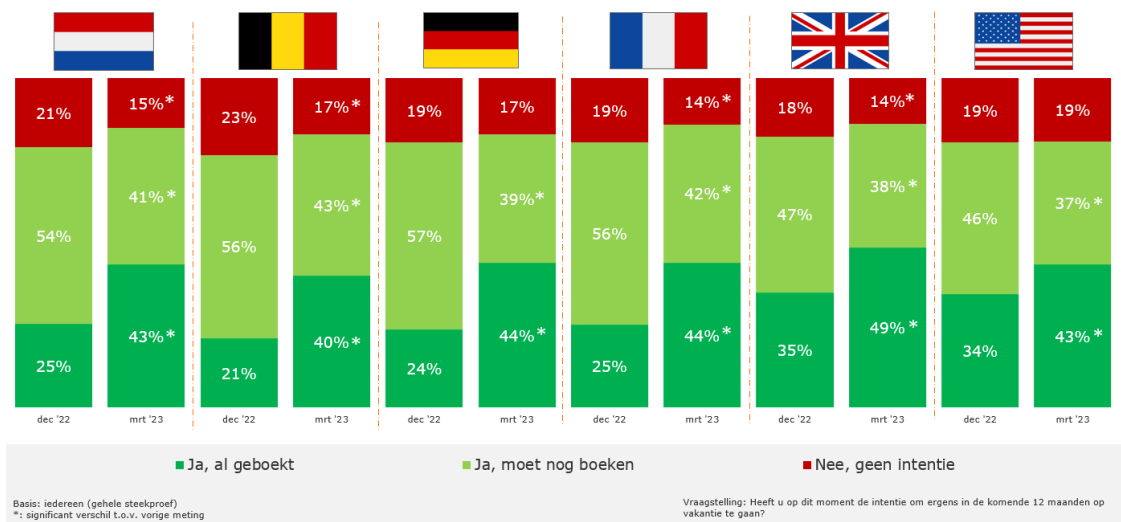


Vakantie intentie voor komende 12 maanden (% top 2):

- Ja, ik heb al geboekt
- Ja, maar ik moet nog boeken

## Ruim 40% heeft al een vakantie geboekt; veelal voor april, mei en juli

Het aandeel dat reeds een vakantie geboekt heeft, is significant gestegen ten opzichte van de meting in december 2022. In het Verenigd Koninkrijk is het aandeel dat reeds geboekt heeft het hoogst (49%) en in België het laagst (40%). Van de mensen die reeds hebben geboekt, geeft gemiddeld 18% aan om in april te vertrekken en zowel voor mei als juli is dat 17%. Qua type huishouden/woonsituatie hebben Nederlanders die alleen wonen in relatief lage mate een vakantie geboekt. 30% van de alleenwonenden geeft zelfs aan geen vakantie intentie te hebben. Koppels en gezinnen hebben in hoogste mate al geboekt; bijna 50%.



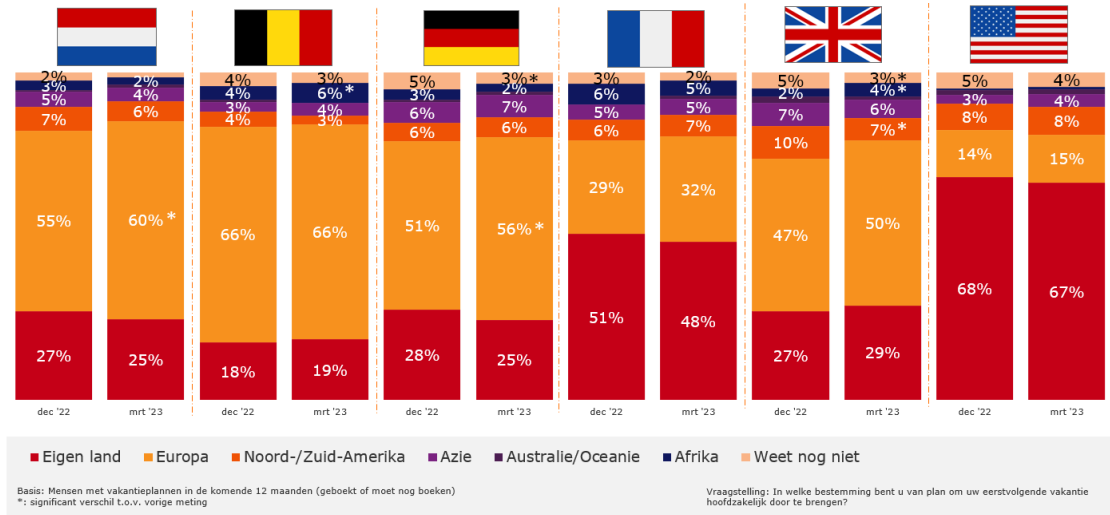
## Gemiddeld 40% van de ondervraagden moet nog boeken

4 op de 10 geven aan dat ze een vakantie intentie hebben voor de komende 12 maanden, maar dat ze nog moeten boeken. Van die groep is ruim 60% al aan het oriënteren. Zij richten zich hierbij veelal op de maand juli (gem. 22%) en op plek 2 en 3 staan juni en augustus (resp. 18% en 17%). Van de groep die al aan het oriënteren is op een vakantie, is de grootste groep van plan om binnen 1 tot 3 maanden te boeken (gem. 38%). Daarnaast geeft gemiddeld 26% aan binnen 3 tot 4 weken te willen gaan boeken. Indien men wel een vakantie intentie heeft, maar nog niet aan het oriënteren is, dan komt dat met name omdat ze hier nog geen tijd voor hebben gehad (gem. 22%) of dat hun financiële situatie het niet toelaat (gem. 9%).

## Voorplan plannen voor vakantie elders in Europa

Nederlanders, Belgen, Duitsers en Britten zijn in hoge mate van plan om hun eerstvolgende vakantie elders in Europa door te brengen. Onder de Fransen en Amerikanen worden er in hoge mate plannen gemaakt om de eerstvolgende vakantie in eigen land te ondernemen. Van Nederlanders met een vakantie intentie heeft gemiddeld 13% plannen voor een intercontinentale reis. Kijkend naar het reisgezelschap, dan gaan Nederlanders die solo reizen in relatief hoge mate voor een intercontinentale trip. Nederlandse gezinnen kiezen relatief gezien meer voor eigen land (28%), terwijl vriendengroepen hier juist relatief weinig voor kiezen (16%). Nederlandse vriendengroepen kiezen in hoogste mate voor een bestemming elders in Europa.

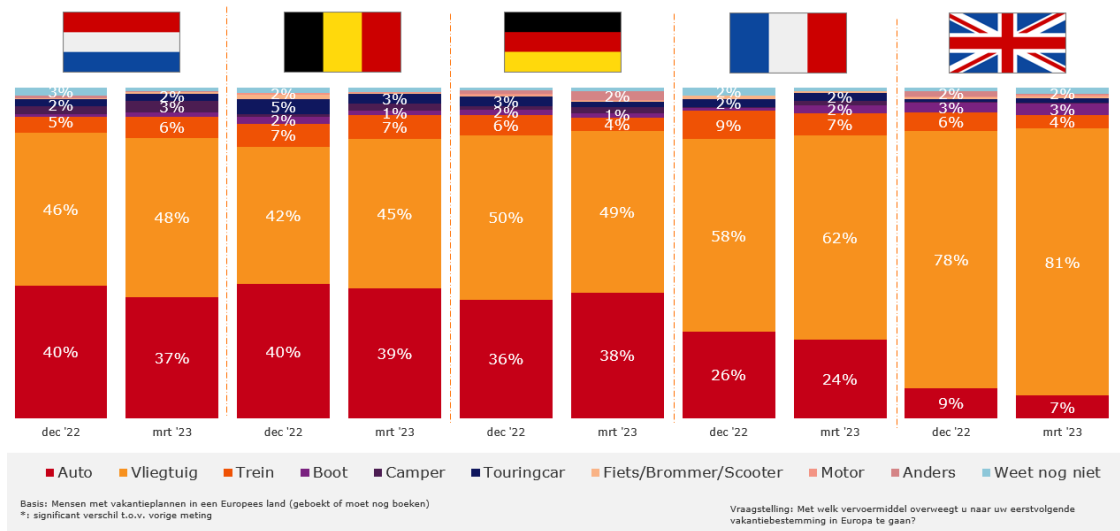
## Vakantiebestemming



## Vervoermiddel

### Vliegtuig meest gekozen bij Europese vakantie

In de onderstaande vijf landen is het vliegtuig het meest gekozen vervoermiddel voor de eerstvolgende vakantie in Europa (gem. 56%). Onder Nederlanders, Belgen en Duitsers scoort de auto ook relatief hoog.



## Type accommodatie

### Hotel is meest gekozen accommodatie type

Een hotel/pension is het populairste type accommodatie; gemiddeld 45% van de ondervraagden met een vakantie intentie kiest hiervoor. Daarna volgt een appartement (gem. 12%) en op een gedeelte derde plek een accommodatie huren bij een particulier (8%) of een huis van familie/vrienden/kennissen (ook 8%). Huren bij particulier is vooral in trek bij de Fransen. Een bungalow(park) en camping scoren relatief hoog onder de Nederlanders.

## Bepalende factoren

### Flexibele voorwaarden, rustige plek en stijgende prijzen meest bepalend

Ruim 70% van de mensen met een vakantie intentie vinden flexibele annuleringsvoorwaarden (zeer) belangrijk bij de keuze van een vakantiebestemming. Daarnaast hecht men veel waarde aan een verblijf op een rustige plek. Op plek drie staan de stijgende prijzen. De inflatie en toegenomen prijzen van bijvoorbeeld gas/energie en boodschappen spelen momenteel een grotere rol bij de vakantiekeuze dan Corona, de situatie in Oekraïne, duurzaamheid en mogelijke drukte op vliegvelden.







## Impact inflatie

### Helft van de ondervraagden past vakantiegedrag aan vanwege inflatie

De helft van de personen (gem. 49%) geeft aan genoodzaakt te zijn het vakantiegedrag aan te passen als gevolg van de stijgende prijzen. De Fransen zijn het in de hoogste mate eens met deze stelling (56%) en Nederlanders het minst (38%). Ook per type huishouden/woonsituatie zijn er verschillen zichtbaar. Nederlanders die alleen wonen, geven in hoogste mate aan hun vakantiegedrag aan te passen vanwege de inflatie (gem. 43%). Bij koppels en personen die bij hun ouders wonen speelt dit in mindere mate een rol (beide 32%).

### Minder vaak op vakantie en goedkopere accommodatie/verblijf

Mensen passen hun vakantiegedrag (vanwege de stijgende prijzen) vooral aan door minder vaak op vakantie te gaan (gem. 45%) en door een goedkopere accommodatie/verblijf te kiezen (gem. 40%). De minst gekozen optie is besparen op het vervoer (gem. 20%). Inzoomend op het type huishouden/woonsituatie, is te zien dat Nederlanders die alleen wonen in relatief hoge mate kiezen om het hoogseizoen te vermijden. Gezinnen kiezen er in relatief hoge mate voor om op de bestemming zelf te besparen (bijv. minder vaak uiteten).

						
Korter op vakantie	26%	<b>28%</b>	24%	28%	<b>30%</b>	<b>34%</b>
Minder vaak op vakantie	<b>42%</b>	<b>43%</b>	<b>48%</b>	<b>40%</b>	<b>51%</b>	<b>44%</b>
Goedkopere accommodatie/verblijf	<b>39%</b>	<b>40%</b>	<b>41%</b>	<b>39%</b>	<b>40%</b>	<b>38%</b>
Goedkoper vervoer	16%	18%	13%	25%	19%	25%
Besparen op bestemming zelf	<b>29%</b>	<b>28%</b>	<b>29%</b>	<b>35%</b>	28%	29%
Het hoogseizoen vermijden	19%	27%	25%	21%	26%	23%
Anders, namelijk	5%	4%	2%	2%	3%	3%

Basis: Mensen die het (helemaal) eens zijn met de stelling 'Door de stijgende prijzen (brandstof, gas/energie, boodschappen, etc.) ben ik genoodzaakt mijn vakantiegedrag aan te passen'  
 Markering: de drie hoogste scores van elk land zijn dikgedrukt

Vraagstelling: Op welke manier past u vooral uw vakantiegedrag aan als gevolg van de stijgende prijzen? Meerdere antwoorden mogelijk (max. 3).