

vakantie onderzoek plus

Waarom Nederlanders kiezen
voor vakantie in eigen land

Texel



landelijke
data
alliantie



1

Wat is je doelgroep en wat drijft hen?

Kies gericht voor de doelgroep die bij je bestemming past. Begrijp hun herkomst, kenmerken en motivatie, zodat je aanbod beter aansluit en zij jouw bestemming overwegen en kiezen.



Vergeleken met gemiddelde Noord-Holland, significant
● lager ● hoger

Leefstijlen van verblijfsbezoekers



25%
Rustzoekers



11%
Plezierzoekers



18%
Inzichtzoekers



10%
Verbindingszoekers



17%
Stijlzoekers



8%
Avontuurzoekers



11%
Harmoniezoekers

71%



Op vakantie ben ik graag
in de natuur

37%



Culturele ervaringen vind ik
belangrijk tijdens het reizen

*Past (heel) goed bij mij (top 2 %)

Herkomst van verblijfsbezoek

Herkomst buiten
provincie

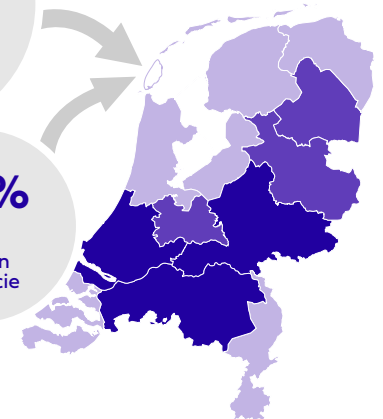
- Hoog
- Gemiddeld
- Laag

94%

Buiten
provincie

6%

Binnen
provincie



2

Hoe wordt Texel gewaardeerd?

Tevreden bezoekers zijn je beste ambassadeurs. Gebruik hun ervaringen en waardering in je communicatie om nieuwe doelgroepen te overtuigen.



Vergeleken met gemiddelde Noord-Holland, significant
● lager ● hoger

Kerncijfers van de bestemming



94%
vakantie voldeed aan verwachtingen



86%
(zeer) tevreden met prijs-kwaliteit-verhouding



8,4
Net Promoter Score (NPS)



91%
(zeer) tevreden met drukte / rust op vakantie locatie



77%
komt waarschijnlijk of zeker terug



88%
zeer tevreden met horeca-aanbod

Aanleidingen* voor een vakantie

Rust Strand
Familie **Eiland**
Ervaring Activiteit
Accommodatie **Natuur**
Nieuwsgierigheid Vrienden
Aanbieding Dichtbij

*Spontane associaties

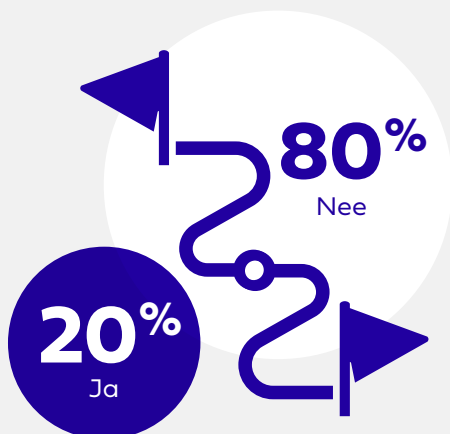
3

Op welke motivaties kun je inspelen?

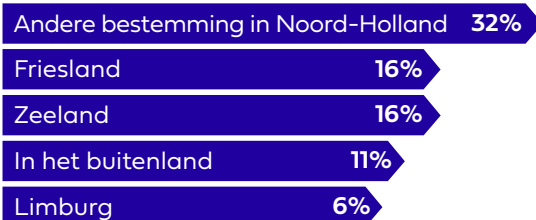
Ontdek wat je bestemming onderscheidt en vertaal dit naar duidelijke voordelen. Sluit aan op wat bezoekers belangrijk vinden en neem drempels weg.

Vergeleken met gemiddelde Noord-Holland, significant
 ● lager ● hoger

Overweging andere vakantiebestemmingen



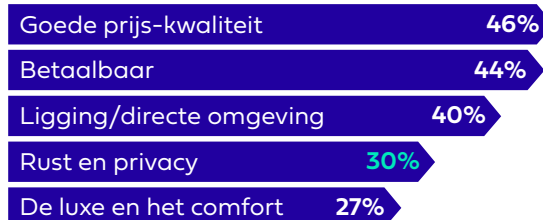
Overwogen bestemmingen



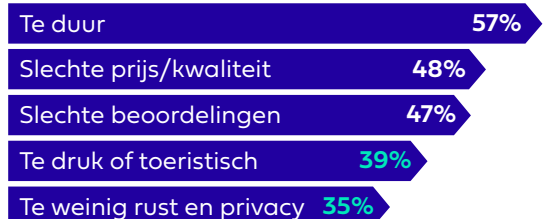
Motivaties voor Texel als bestemming



Motivaties voor accommodatiekeuze



Belangrijkste drempels accommodatiekeuze



4

Waarop kun je sturen in de bezoekersreis?

Begrijp welke factoren en informatiebronnen bepalend zijn in de bezoekersreis. Speel in op de juiste momenten en wees zichtbaar met relevante informatie.



Vergeleken met gemiddelde Noord-Holland, significant
 ● lager ● hoger

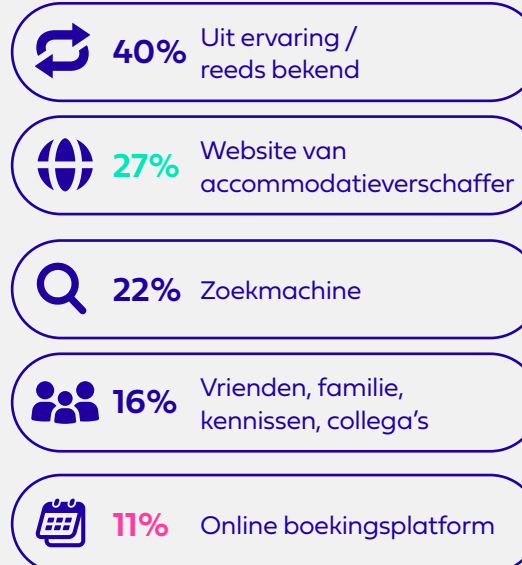
Belangrijkste keuzefactoren vakantiebestemming

- 54% Regio en plaats
- 34% Type accommodatie
- 28% Reisafstand/bereikbaarheid
- 25% Prijs/kwaliteit van aanbieder
- 24% Drukke/rust op vakantielocatie

Belangrijkste keuzefactoren reisperiode

- 33% Buiten het hoogseizoen
- 32% Beschikbaarheid accommodatie
- 28% Beschikbaarheid reisgezelschap
- 24% Minder drukte
- 16% Geschikt seizoen/temperatuur

Belangrijkste informatiebronnen vóór de reis



Belangrijkste informatiebronnen tijdens verblijf



5

Welke activiteiten onderneemt jouw bezoeker en hoe heb je grip op de planning?

Bezoekers verplaatsen zich niet vanzelf. Begrijp waarom ze dat wel of niet doen en speel daarop in. Gebruik populaire activiteiten en informatiebronnen actief in je communicatie om bezoekers ter plekke te overtuigen.

Vergeleken met gemiddelde Noord-Holland, significant
● lager ● hoger



Populaire activiteiten tijdens verblijf

- 61%** Bezoek strand/duinen
- 52%** Uit eten (ontbijt, lunch, diner)
- 45%** Wandelen in de natuur
- 44%** Bezoek aan stad en/of dorp
- 38%** Op terras zitten
- 38%** Bezoek natuurgebied/bos/hei
- 34%** Shoppen/winkelen
- 29%** Recreatief fietsen
- 18%** Bezoek museum/tentoonstelling
- 12%** Zwemmen

Waardering fietsen en wandelen

95%
(zeer) tevreden met wandelen in de natuur



97%
(Zeer) tevreden met recreatief fietsen

Planning activiteiten



Colofon en contact

Onderzoekspopulatie

Nederlanders (15+)

Veldwerk

2025, vier kwartaalmetingen

Definitie vakantie

Een verblijf van minimaal één nacht in Nederland, exclusief zakelijk bezoek en familiebezoek (indien geen sprake is van vakantie)

Onderzoekspartner

Verian

Versie

Mei 2026

De volledige rapportage is te vinden op www.landelijkedataalliantie.nl.

Vormgeving en realisatie

unit-twintig

Fotografie cover

Julia Taubitz

Meer informatie

Zie nbtc.nl of onze pagina op [LinkedIn](#).

Uitgever

Nederlands Bureau voor
Toerisme & Congressen (NBTC)
Prinses Catharina-Amaliastraat 5
2496 XD Den Haag
Postbus 63470
2502 JL Den Haag

Contactpersoon voor deze publicatie

Eelco Snip
esnip@holland.com

Disclaimer

Deze publicatie is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld. Desondanks kan het voorkomen dat bepaalde informatie onjuist of verouderd is. Bronnen zijn vermeld voor zover bekend.

Alle teksten en beeldmateriaal in deze uitgave mogen worden verveelvoudigd of openbaar gemaakt, mits met bronvermelding van het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC).