



Onderzoek naar de **vakantieplannen** van Nederlanders in 2023

Maart 2023

Iedereen houdt van vakantie!

Vakantie is een onderwerp dat vrijwel iedere Nederlander aanspreekt. **90% van ons wil ook absoluut gaan dit jaar**. Samen met onderzoeksbureau Dynata doken we daarom dieper in dit onderwerp waarbij we een antwoord zochten op de volgende vragen:

- **Waar** willen we naartoe op vakantie?
- **Waarom** willen we op vakantie?
- Wat zijn de **inspiratiebronnen** als het om vakantie gaat?
- **Wie** in het gezin **plant** de vakanties en hoeveel geven we uit?
- Hebben de **inflatie** en het **klimaat invloed** op onze reisplannen?
- Welke **vakantiereclame** spreekt het meeste aan?

Het onderzoek is eind februari 2023 uitgevoerd onder 525 respondenten, representatief voor gemiddeld Nederland (18-65 jr.).

In dit slidedeck delen we de resultaten van dit onderzoek. Wil je meer weten of een uitsplitsing op bepaalde doelgroepen? We gaan met jullie graag dieper in op de resultaten.

Mail ons in dat geval via: Marketing.Research.B2B@adalliance.nl





Vakantieplannen 2023

- 90% van de Nederlanders wil minimaal één keer op vakantie in 2023
- 40% is zelfs van plan om meerdere keren op vakantie te gaan
- Nederlanders willen het liefst binnen Europa op vakantie (75%), gevolgd door binnen Nederland (41%) en buiten Europa (26%)
- Het meest populair zijn – top 5:
 - **Zon-/strandvakantie** (57%) – met name onder jongeren (18-34 jaar: 68%) en gezinnen met kinderen tot 12 jaar (73%)
 - **Stedentrip** (40%) – met name onder mensen zonder kinderen (44%)
 - **Verre reis** (21%) – met name onder jongeren (18-34 jaar: 27%)
 - **Actieve/sportieve vakantie** (16%) – met name onder jongeren (18-34 jaar: 18%)
 - **Kampeervakantie** (15%) – met name onder gezinnen met kinderen (21%)

Redenen om op vakantie te gaan

83%

tot **rust** komen
(mensen met kinderen 5-13 jaar: 73%)

67%

quality time met mijn gezin
(mensen met kinderen: 85%)

65%

mijn **leven meer waarderen**/invulling geven
(mensen met kinderen 5-13 jaar: 73%)

62%

iets leren over andere culturen/landen
(mensen met kinderen 5-13 jaar: 65%)

59%

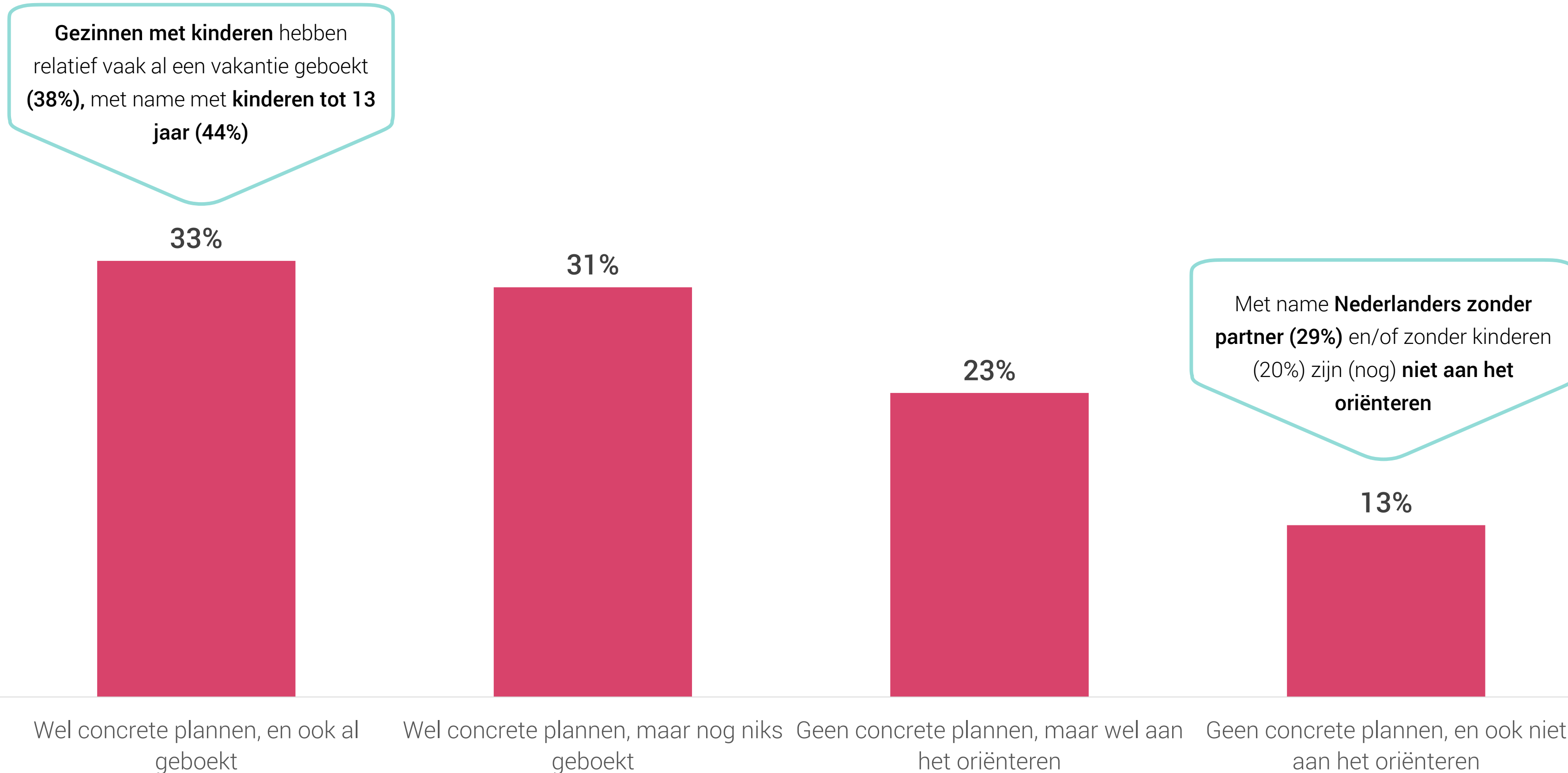
op **avontuur** gaan
(18-34 jaar: 69%)

42%

in **contact komen** met **mezelf**
(18-34 jaar: 51%)

67% van de Nederlanders heeft **nog geen vakantie geboekt**

Heeft u al concrete vakantieplannen voor 2023?





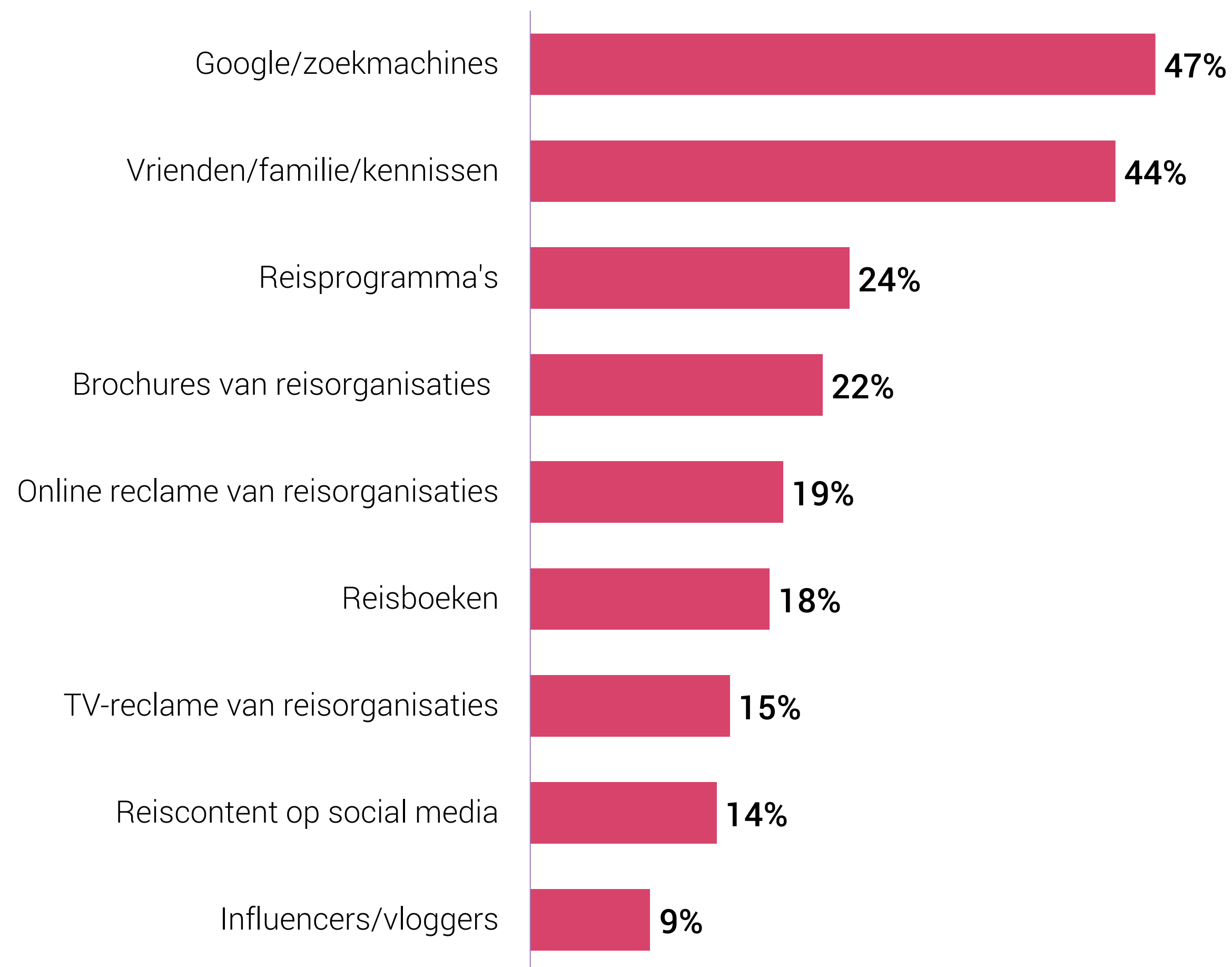
FOLLOW THAT DREAM



Vakantie- inspiratie



Inspiratiebronnen voor vakantie



Vraag: We zijn benieuwd waar u uw inspiratie voor vakanties vandaan haalt. Kunt u aangeven welke van de onderstaande bronnen u weten te inspireren?

Bron: Onderzoek vakantieplannen 2023, Ad Alliance/Dynata, februari 2023, n=525, 18-65 jaar



Jongeren (18-34 jaar) kijken af van het gemiddelde als het gaat om **inspiratiebronnen voor vakanties**

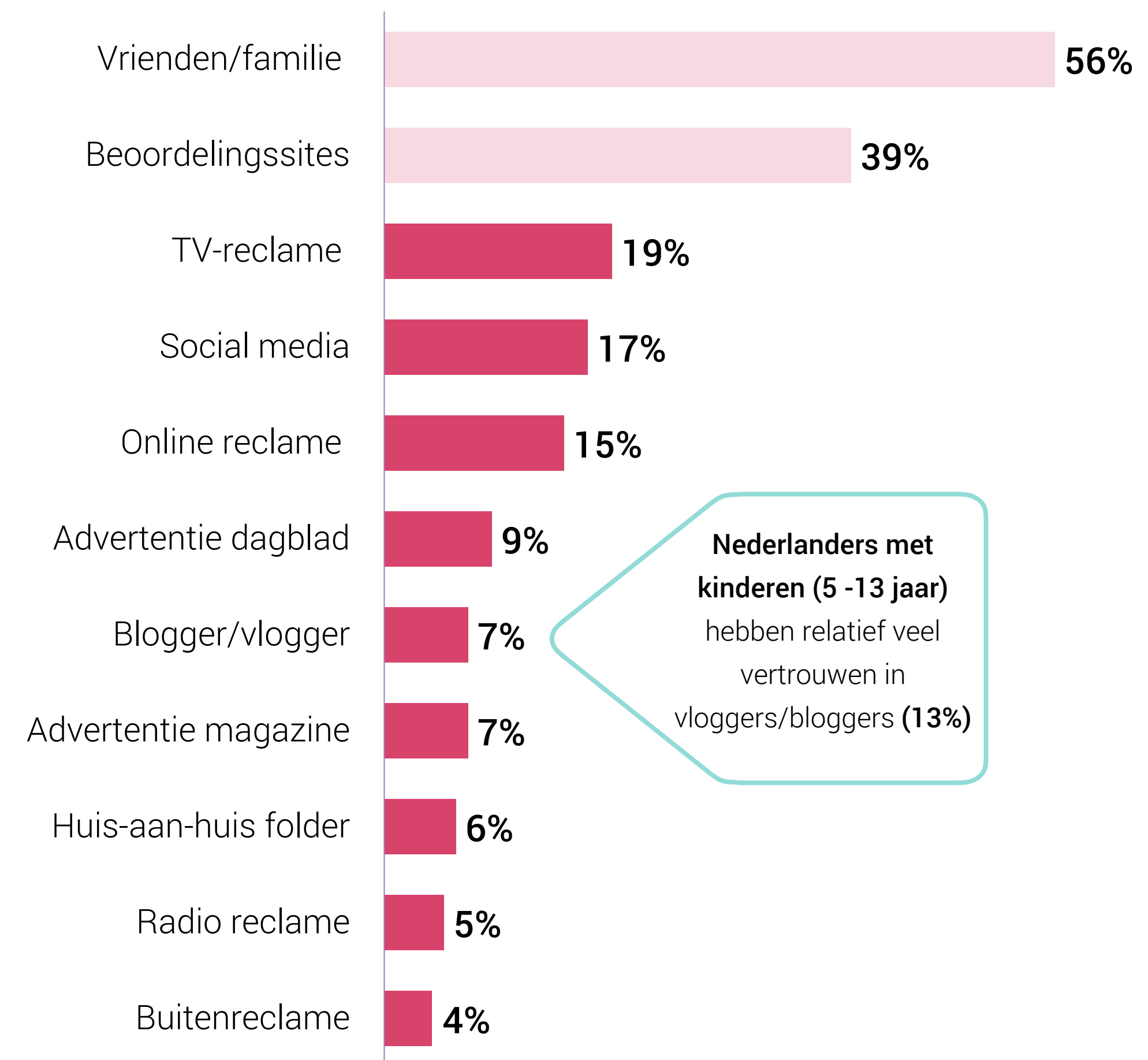
Zij worden significant vaker geïnspireerd door:

- Vrienden/familie/kennissen 54% (vs. 44% gemiddeld)
- Online reclame van reisorganisaties 28% (vs. 19% gemiddeld)
- TV-reclame van reisorganisaties 20% (vs. 15% gemiddeld)
- Reisbestemmingen van influencers/vloggers 14% (vs. 9% gemiddeld)

En juist significant minder vaak door zoekmachines/Google 41% (vs. 47% gemiddeld)

TV-reclame genereert het **meeste vertrouwen** als het gaat om reclame voor vakantie-aanbieders

Vraag: Ik heb het meeste vertrouwen in boekingsites en reisorganisaties die ik ken via...



Vakantiereclame is **effectief**

41%

Ik kan **vakantiereclame** over het algemeen **waarderen**

(18-34 jaar: 43% en gezin met kind (0-13): 45%)

43%

Ik heb weleens **aanvullende informatie opgezocht** na het zien van een vakantiereclame

(18-34 jaar: 49% en gezin met kind (0-13): 56%)

33%

Ik **praat weleens** met vrienden **over vakantiereclame**

(18-34 jaar: 43% en gezin met kind (0-13): 44%)

26%

Ik heb weleens een **vakantie geboekt** na het zien van een vakantiereclame

(18-34 jaar: 34% en gezin met kind (0-13): 38%)



vakantiegevoel
vrijheid
roept herinneringen op
vrolijk
leuke muziek
zon, zee, strand
mooie bestemming
even helemaal niets
ontspannen
goede prijs *voordelig*
goede sfeer grappig
humor

Waarom spreekt
vakantiereclame aan?

Wat vindt Nederland een **aansprekende vakantiereclame?**

Spontaan genoemd – top 5:

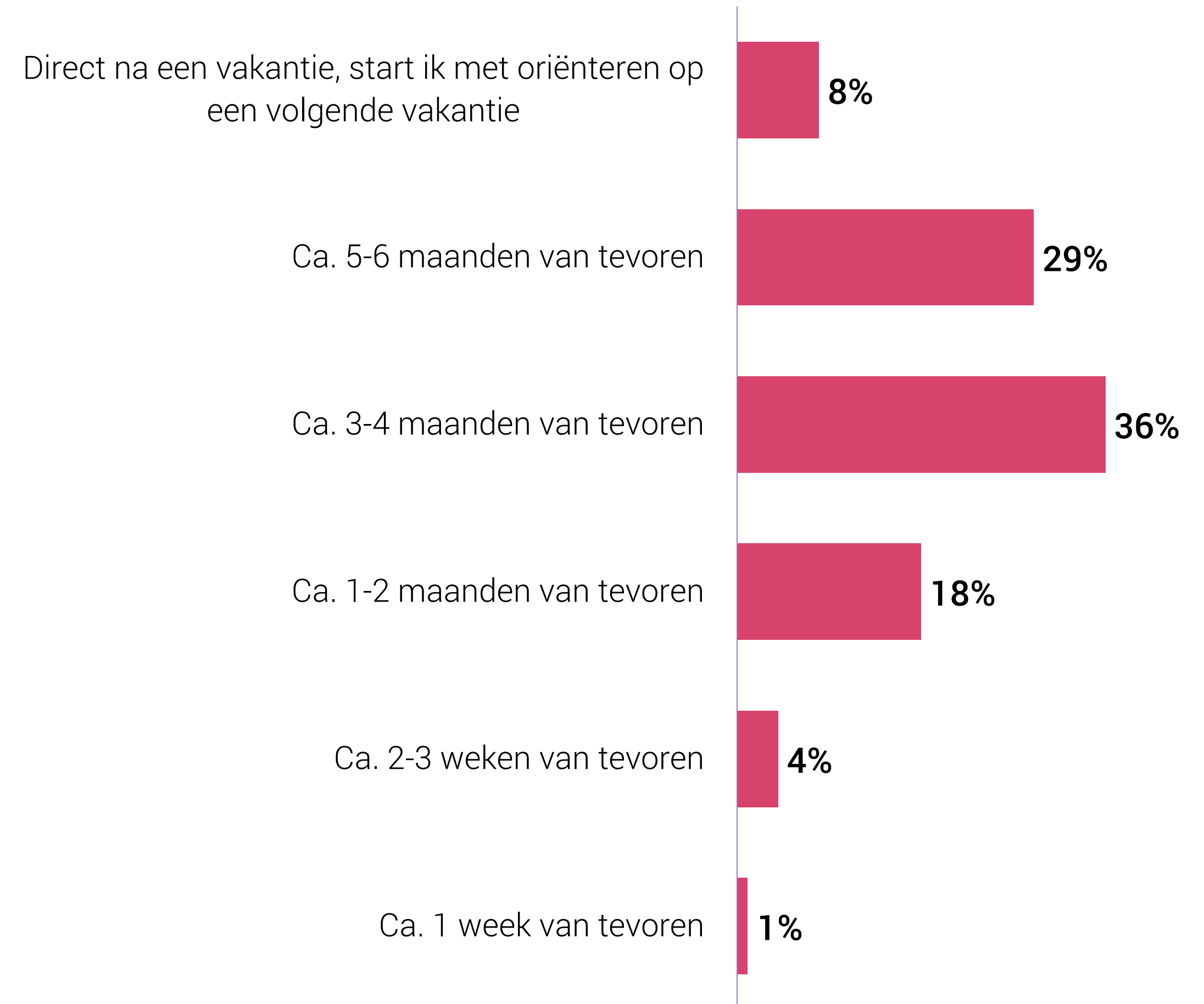
- **TUI** (31%) - Frank Lammers, aantrekkelijk, vakantiegevoel
- **Sunweb** (16%) - Vakantiegevoel, rustige stem
- **Corendon** (12%) - Grappig, pakkend
- **Prijsvrij** (7%) - Leo Alkemade, uitnodigend, voordelig
- **Vakantiediscounter** (6%) - Grappig



Oriëntatie- en boekingsproces

2/3 van de
Nederlanders **start
oriëntatie** vakantie
**3-6 maanden van
tevorens**

Vraag: Wanneer begint u doorgaans met oriënteren voor een vakantie?





Over het algemeen geldt dat **Nederlanders met kinderen relatief vroeg** beginnen met **oriënteren (3-6 maanden vooraf)** en **Nederlanders zonder kinderen** juist relatief **laat**.

Jongeren (18-34 jaar) zitten hier **precies tussenin** (3-4 maanden).

Inflatie heeft invloed op boekingsproces vakantie

De impact van de inflatie is duidelijk voelbaar voor de Nederlandse consument.

Dit heeft ook invloed op de beoogde vakantieplannen en de wijze waarop vakanties worden gepland. Men neemt meer tijd voor het plannen zodat de aanbiedingen beter kunnen worden doorgenomen, men let meer op de prijs en aanbiedingen en 1/3 gaat ook minder ver weg op vakantie.

47%

Door de inflatie **begin ik eerder met plannen** zodat ik beter de aanbiedingen van reisorganisaties kan vergelijken

69%

Door de inflatie kijk ik **kritischer naar de prijs** voor vakanties, vluchten en accommodaties

45%

Door de inflatie sta ik meer **open voor reclames met aanbiedingen** van reisorganisaties en vakantieaanbieders

40%

Door de inflatie bespaar ik **op de invulling van de vakantie**

40% van de Nederlandse stellen **plant samen** de vakanties.

Zowel vrouwen als mannen lijken hun eigen rol bij het plannen van de vakantie te overschatten

Vraag: Wie in uw huishouden regelt meestal het plannen van de vakantie?

40% van de stellen geeft aan dat zij meestal samen de vakantie plannen

51% van de vrouwen geeft aan dat zij de vakantie plant en haar partner in 8% van de gevallen

43% van de mannen geeft aan dat hij de vakantie plant en zijn partner in 15% van de gevallen

Kinderen hebben grote invloed op vakantie

81%

gaat op vakantie (o.a.) omdat de kinderen dat leuk vinden

76%

geeft aan dat de wensen van de kinderen een grote rol spelen bij de keuze van de vakantiebestemming

75%

geeft aan dat de wensen van de kinderen een grote rol spelen bij de keuze van de vakantieaccommodatie

70%

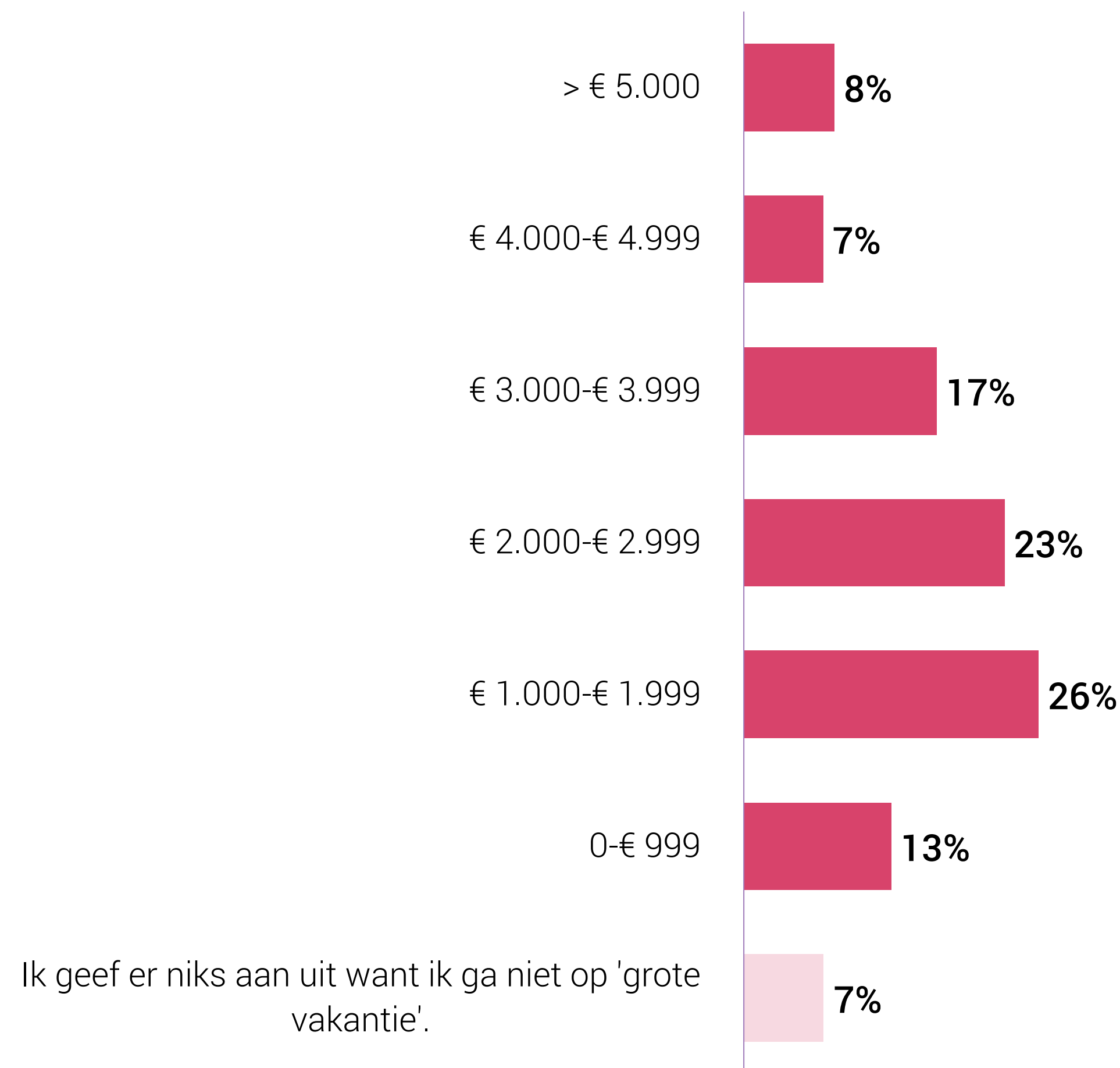
van de ouders betreft de kinderen bij de keuze van de vakantiebestemming

Gemiddeld geven
Nederlanders ca. € 2.600
uit aan de 'grote vakantie'

Mensen met kinderen
geven er het meeste aan
uit: **ca. € 3.000**

Vraag: Hoeveel geld besteedt u in totaal gemiddeld aan de 'grote vakantie'?

Het gaat om het totale bedrag, incl. vervoer, accommodatie, eten en drinken, uitgaven aan activiteiten





Invloed klimaat op vakantiegedrag



30%

van de Nederlanders heeft last van vliegschaamte

8% van de Nederlanders heeft veel last en 22% heeft enigszins last van vliegschaamte. Maar meer dan de helft (54%) geeft juist aan er geen last van te hebben en 16% zegt zelfs 'Vliegschaamte, wat is dat?'

Jongeren hebben het meeste last van vliegschaamte (37%), gevolgd door vrouwen (35%).

Duurzaamheid is een belangrijke factor bij vakanties

27% geeft aan dat de klimaatcrisis invloed heeft op zijn/haar vakantie

27% vliegt bewust minder dan een paar jaar geleden

Vooraf gezinnen met kinderen 12-18 jaar (36%) & vrouwen met partner (35%)

21% compenseert zoveel mogelijk zijn/haar vluchten

Met name jongeren 18-34 jaar (25%)

17% kiest eerder voor een duurzame reisorganisatie, ook al kost dat meer geld

52% van de Nederlanders kiest daar niet voor



Duurzaamheid is een **belangrijke factor** bij **vakanties**

Het klimaat heeft steeds meer invloed op de manier waarop we leven, zo ook op onze vakanties. Toch geeft **40%** van de Nederlanders aan: **‘Klimaatcrisis of niet, ik reis en vier vakantie zoals ik dat wil’**.

Inflatie speelt hierbij ook een rol. Maar liefst 44% van Nederlanders geeft namelijk aan dat ze het zich door de hoge inflatie niet kunnen veroorloven om duurzaamheid voorop te zetten. Dit zijn met name de gezinnen met kleine kinderen (0-5 jaar: 49%) en mensen zonder partner (48%).

Key take-outs

onderzoek vakantieplannen 2023

Wil je meer weten of een uitsplitsing op bepaalde doelgroepen?
We gaan met jullie graag dieper in op de resultaten.

Mail ons in dat geval via: Marketing.Research.B2B@adalliance.nl

- ✓ **Er zijn nog volop kansen voor reisadverteerders**
90% van de Nederlanders wil minimaal 1 keer op vakantie in 2023, 40% zelfs meerdere keren. Toch heeft 2/3 van de Nederlanders eind februari 2023 nog geen vakantie geboekt. Dit biedt kansen voor reisadverteerders. Speel je in op die kansen? Richt je dan zowel op de man als op de vrouw, beiden geven aan een grote vinger in de pap te hebben bij het plannen van de vakanties. En vergeet ook de invloed van de kinderen niet!
- ✓ **Inflatie heeft invloed op onze vakantieplannen**
Door de inflatie kijken Nederlanders kritischer naar de prijs van vakanties. Ze nemen meer de tijd voor het plannen van vakanties zodat ze beter alle aanbiedingen kunnen vergelijken. Ook bespaart 40% op de invulling van de vakantie. Consumenten zijn dus meer prijsgevoelig. Een aanbieding kan een goede manier zijn om consumenten te overtuigen om een nieuwe vakantieaanbieder of reisorganisatie te proberen. Merken kunnen daarin voorzien via reclame, vooral omdat Nederlanders door de inflatie meer openstaan voor reclame met aanbiedingen van reisorganisaties en vakantieaanbieders. En vakantie-reclame wordt positief beoordeeld!
- ✓ **Verduurzaming speelt ook bij vakanties een rol**
Bij ruim 25% van de Nederlanders speelt duurzaamheid een rol als het gaat om vakanties. Er wordt bijvoorbeeld bewust minder gevlogen, men compenseert de vluchten of men kiest bewust voor een duurzame reisorganisatie. Toch heeft ook hier de inflatie invloed op. 44% van de Nederlanders zegt dat ze zich door de inflatie niet kunnen veroorloven om duurzaamheid voorop te zetten. En een groot deel van de Nederlanders geeft ook aan dat ze vakantie vieren zoals zij dat willen – klimaatcrisis of niet. Toch wordt verwacht dat het klimaat een steeds grotere rol zal gaan spelen bij vakanties.



Meer weten?

Mail naar marketing.research.b2b@adalliance.nl