

vakantie onderzoek plus

Waarom Nederlanders kiezen
voor vakantie in eigen land

Flevoland



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 Nederland, significant

● lager ● hoger

Leefstijlen van verblijfsbezoekers



26%
Stijlzoekers



11%
Verbindingszoekers



18%
Rustzoekers



9%
Plezierzoekers



15%
Harmoniezoekers



7%
Inzichtzoekers



14%
Avontuurzoekers

71%

Op vakantie ben ik graag
in de natuur



38%

Culturele ervaringen vind ik
belangrijk tijdens het reizen



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

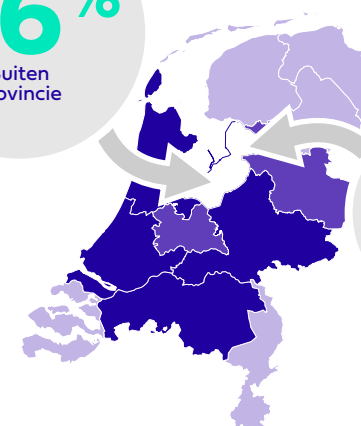


Herkomst van verblijfsbezoek

Herkomst buiten
provincie

● Hoog
● Gemiddeld
● Laag

96%
Buiten
provincie



4%
Binnen
provincie

2

Hoe wordt de provincie gewaardeerd?

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

Vergeleken met gemiddelde Nederland, significant
● lager ● hoger



Kerncijfers van de bestemming



94%

vakantie
voldeed aan
verwachtingen



78%

(zeer) tevreden
met prijs-kwaliteit-
verhouding



7,3

Net Promoter Score
(NPS)



81%

(zeer) tevreden
met drukte / rust op
vakantielocatie



47%

komt waarschijnlijk
of zeker terug



71%

zeer tevreden met
horeca-aanbod

Aanleidingen* voor een vakantie

Accommodatie
Beschikbaarheid
Afstand Omgeving **Rust**
Evenementen
Gezin **Locatie** **Vrienden**
Prijs **Activiteiten**

*Spontane associaties

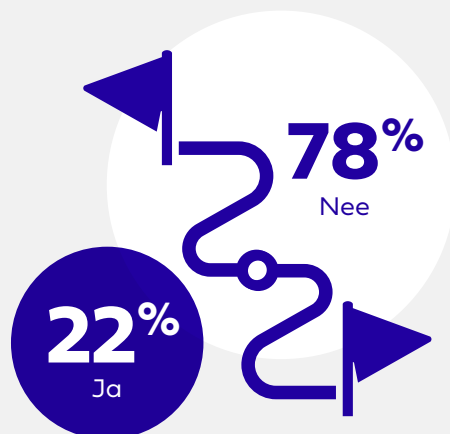
3

Op welke motivaties kun je inspelen?

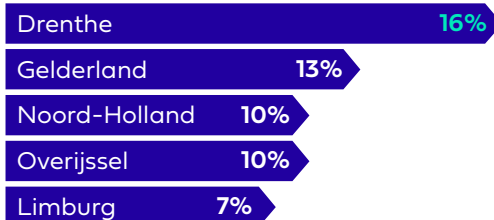
Ontdek wat je bestemming onderscheidt en vertaal dit naar duidelijke voordelen. Sluit aan op wat bezoekers belangrijk vinden en neem drempels weg.

Vergeleken met gemiddelde Nederland, significant
 ● lager ● hoger

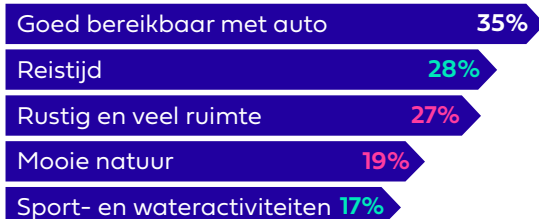
Overweging andere
vakantiebestemmingen



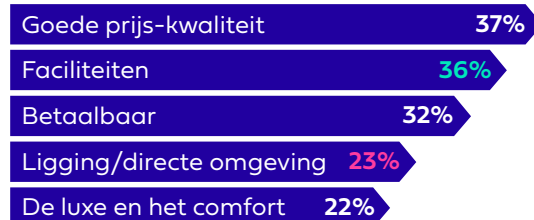
Overwogen bestemmingen



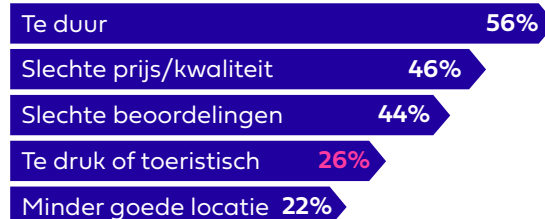
Motivaties voor Flevoland als bestemming



Motivaties voor accommodatiekeuze



Belangrijkste drempels accommodatiekeuze



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 Nederland, significant
 ● lager ● hoger

Belangrijkste keuzefactoren vakantiebestemming

- 34%** Reisafstand/bereikbaarheid
- 32%** Type accommodatie
- 31%** Activiteiten op de vakantiebestemming
- 31%** Faciliteiten op de vakantiebestemming
- 28%** Kosten reis en verblijf

Belangrijkste keuzefactoren reisperiode

- 31%** Beschikbaarheid reisgezelschap
- 20%** Beschikbaarheid accommodatie
- 20%** Lager prijsniveau of speciale aanbieding
- 17%** Buiten het hoogseizoen
- 14%** Een speciale dag

Belangrijkste informatiebronnen vóór de reis

 **27%** Website van accommodatieverschafter

 **26%** Uit ervaring / reeds bekend

 **17%** Zoekmachine

 **16%** Vrienden, familie, kennissen, collega's


 **9%** Online boekingsplatform


Belangrijkste informatiebronnen tijdens verblijf

 **27%** Zoekmachine

 **16%** Website van accommodatieverschafter

 **16%** Uit ervaring / reeds bekend

 **11%** Vrienden, familie, kennissen, collega's

 **8%** Informatiewebsite van de streek/regio

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 Nederland, significant

● lager ● hoger

Populaire activiteiten tijdens verblijf

- 41%** Uit eten (ontbijt, lunch, diner)
- 38%** Zwemmen
- 29%** Wandelen in de natuur
- 26%** Op terras zitten
- 25%** Shoppen/winkelen
- 21%** Bezoek aan stad en/of dorp
- 16%** Recreatief fietsen
- 13%** Bezoek natuurgebied/bos/hei
- 9%** Stadswandeling
- 8%** Bezoek museum/tentoonstelling

Waardering fietsen en wandelen

93%

(zeer) tevreden
met wandelen in
de natuur

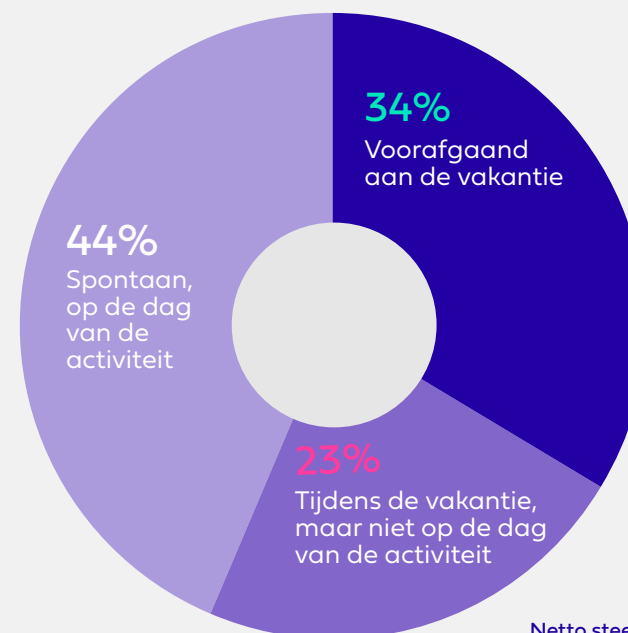


89%

(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

Ellen van den Doel

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).