

vakantie onderzoek plus

Waarom Nederlanders kiezen
voor vakantie in eigen land

Gelderland



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 Nederland, significant

● lager ● hoger



Leefstijlen van verblijfsbezoekers



22%

Rustzoekers



11%

Harmoniezoekers



18%

Stijlzoekers



11%

Plezierzoekers



14%

Verbindingszoekers



9%

Avontuurzoekers



14%

Inzichtzoekers

72%



Op vakantie ben ik graag in de natuur

45%



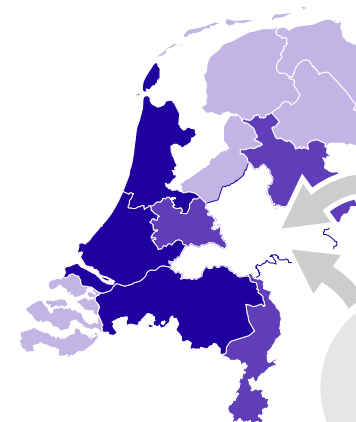
Culturele ervaringen vind ik belangrijk tijdens het reizen

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

Herkomst van verblijfsbezoek

Herkomst buiten provincie

● Hoog
● Gemiddeld
● Laag



88%

Buiten provincie

12%

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



95%

vakantie
voldeed aan
verwachtingen



87%

(zeer) tevreden
met prijs-kwaliteit-
verhouding



7,8

Net Promoter Score
(NPS)



89%

(zeer) tevreden
met drukte / rust op
vakantielocatie



52%

komt waarschijnlijk
of zeker terug



76%

zeer tevreden met
horeca-aanbod

Aanleidingen* voor een vakantie

Bereikbaarheid Locatie
Natuur. Prijs
Omgeving. Beschikbaarheid
Rust Activiteiten
Accommodatie
Evenementen

*Spontane associaties

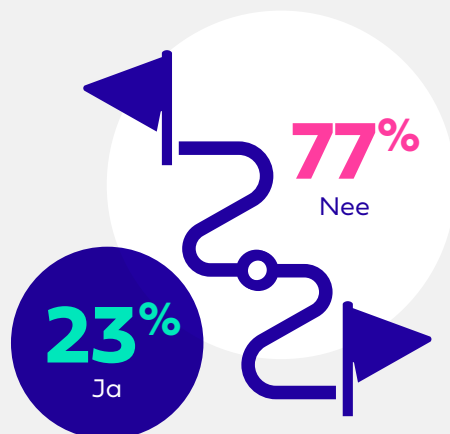
3

Op welke motivaties kun je inspelen?

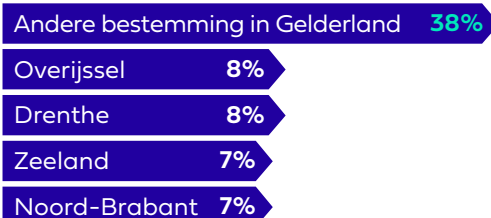
Ontdek wat je bestemming onderscheidt en vertaal dit naar duidelijke voordelen. Sluit aan op wat bezoekers belangrijk vinden en neem drempels weg.

Vergeleken met gemiddelde Nederland, significant
 ● lager ● hoger

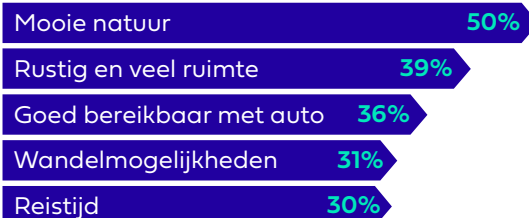
Overweging andere vakantiebestemmingen



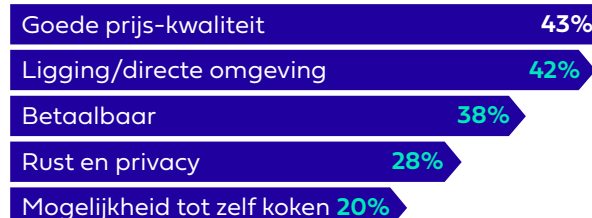
Overwogen bestemmingen



Motivaties voor Gelderland 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

- 38%** Regio en plaats
- 36%** Reisafstand/bereikbaarheid
- 33%** Type accommodatie
- 29%** Prijs/kwaliteit van aanbieder
- 28%** Kosten reis en verblijf

Belangrijkste keuzefactoren reisperiode

- 29%** Beschikbaarheid accommodatie
- 28%** Beschikbaarheid reisgezelschap
- 23%** Buiten het hoogseizoen
- 17%** Geschikt seizoen/temperatuur
- 14%** Minder drukte

Belangrijkste informatiebronnen vóór de reis

- 27%** Uit ervaring / reeds bekend
- 26%** Website van accommodatieverschaffer
- 23%** Zoekmachine
- 16%** Vrienden, familie, kennissen, collega's
- 13%** Online boekingsplatform

Belangrijkste informatiebronnen tijdens verblijf

- 36%** Zoekmachine
- 25%** Uit ervaring / reeds bekend
- 16%** Informatiewebsite van de streek/regio
- 14%** Website van accommodatieverschaffer
- 11%** Vrienden, familie, kennissen, collega's

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

- 47%** Wandelen in de natuur
- 46%** Uit eten (ontbijt, lunch, diner)
- 35%** Bezoek aan stad en/of dorp
- 34%** Bezoek natuurgebied/bos/heide
- 24%** Op terras zitten
- 23%** Shoppen/winkelen
- 20%** Recreatief fietsen
- 14%** Bezoek museum/tentoonstelling
- 14%** Zwemmen
- 13%** Bezoek bezienswaardige/historische gebouwen/locaties

Waardering fietsen en wandelen

97%

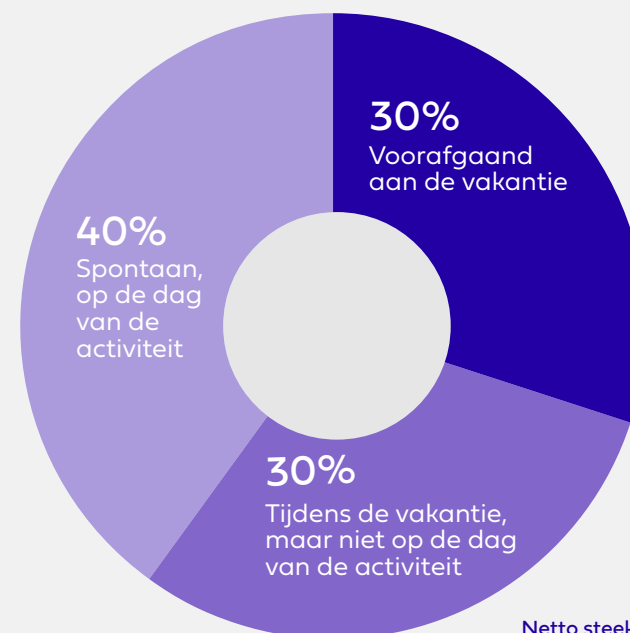
(zeer) tevreden met wandelen in de natuur



96%

(Ze)er 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

Iris van den Broek

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).