

vakantie onderzoek plus

Waarom Nederlanders kiezen
voor vakantie in eigen land

Zeeland



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



21%

Stijlzoekers



9%

Inzichtzoekers



15%

Verbindingszoekers



9%

Avontuurzoekers



13%

Plezierzoekers

64%

Op vakantie ben ik graag in de natuur



41%

Culturele ervaringen vind ik belangrijk tijdens het reizen



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

Herkomst van verblijfsbezoek

Herkomst buiten provincie

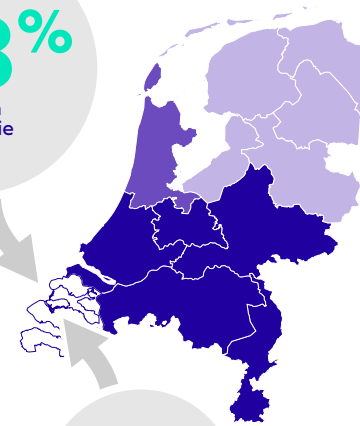
● Hoog
● Gemiddeld
● Laag

98%

Buiten provincie

2%

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



86%

(zeer) tevreden
met prijs-kwaliteit-
verhouding



8,1

Net Promoter Score
(NPS)



91%

(zeer) tevreden
met drukte / rust op
vakantielocatie



64%

komt waarschijnlijk
of zeker terug



83%

zeer tevreden met
horeca-aanbod

Aanleidingen* voor een vakantie

Prijs Omgeving
Natuur **Zee** Stad
Rust Ontspanning
Ervaring
Accommodatie Locatie
Beschikbaarheid

*Spontane associaties

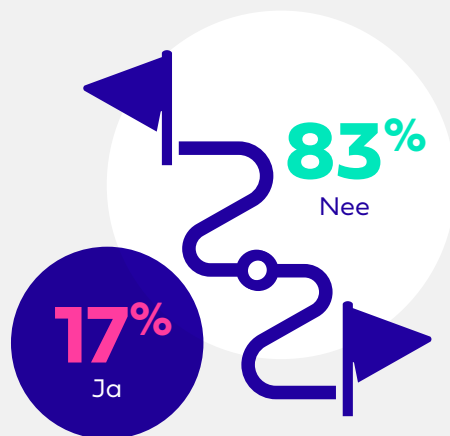
3

Op welke motivaties kun je inspelen?

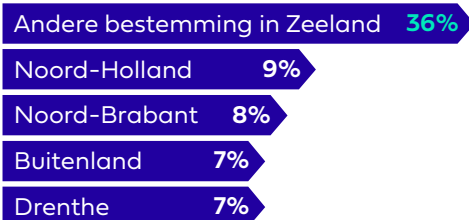
Ontdek wat je bestemming onderscheidt en vertaal dit naar duidelijke voordelen. Sluit aan op wat bezoekers belangrijk vinden en neem drempels weg.

Vergeleken met gemiddelde Nederland, significant
 ● lager ● hoger

Overweging andere vakantiebestemmingen



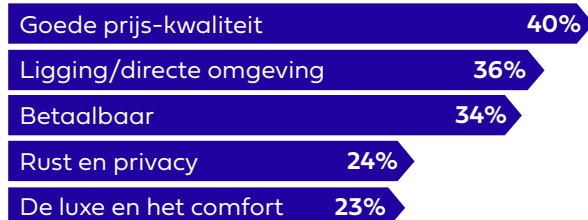
Overwogen bestemmingen



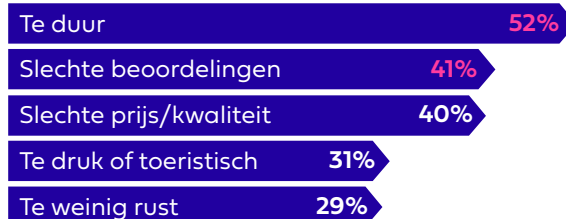
Motivaties voor Zeeland als bestemming



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

- 46%** Regio en plaats
- 27%** Type accommodatie
- 27%** Prijs/kwaliteit van aanbieder
- 26%** Kosten reis en verblijf
- 26%** Reisafstand/bereikbaarheid

Belangrijkste keuzefactoren reisperiode

- 30%** Beschikbaarheid accommodatie
- 27%** Buiten het hoogseizoen
- 27%** Beschikbaarheid reisgezelschap
- 21%** Minder drukte
- 18%** Geschikt seizoen/temperatuur

Belangrijkste informatiebronnen vóór de reis

29% Uit ervaring / reeds bekend

22% Website van accommodatieverschaffer

18% Zoekmachine

17% Vrienden, familie, kennissen, collega's

10% Online boekingsplatform

Belangrijkste informatiebronnen tijdens verblijf

31% Zoekmachine

23% Uit ervaring / reeds bekend

14% Vrienden, familie, kennissen, collega's

13% Informatiewebsite van de streek/regio

12% Website van accommodatieverschaffer

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

- 52%** Bezoek strand/duinen
- 47%** Uit eten (ontbijt, lunch, diner)
- 40%** Bezoek aan stad en/of dorp
- 36%** Wandelen in de natuur
- 35%** Op terras zitten
- 28%** Shoppen/winkelen
- 20%** Recreatief fietsen
- 19%** Bezoek natuurgebied/bos/hei
- 19%** Stadswandeling
- 16%** Zwemmen

Waardering fietsen en wandelen

98%

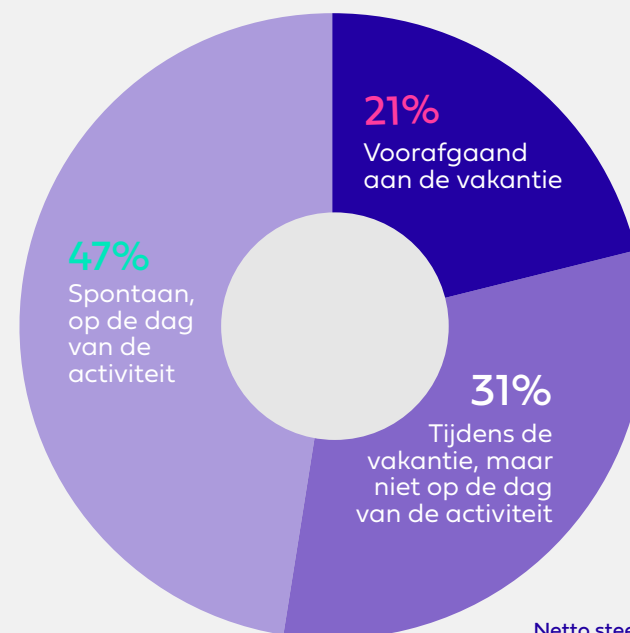
(zeer) tevreden met wandelen in de natuur



95%

(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).