

vakantie onderzoek plus

Waarom Nederlanders kiezen
voor vakantie in eigen land

Zuid-Holland



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



59%



Op vakantie ben ik graag in de natuur

54%



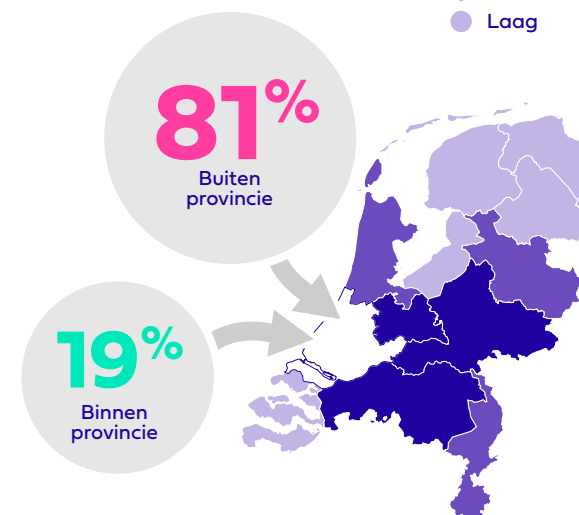
Culturele ervaringen vind ik belangrijk tijdens het reizen

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

Herkomst van verblijfsbezoek

Herkomst buiten provincie

● Hoog
● Gemiddeld
● Laag



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



85%

(zeer) tevreden
met prijs-kwaliteit-
verhouding



7,9

Net Promoter Score
(NPS)



83%

(zeer) tevreden
met drukte / rust op
vakantielocatie



54%

komt waarschijnlijk
of zeker terug



84%

zeer tevreden met
horeca-aanbod

Aanleidingen* voor een vakantie

Cultuur
Evenement Dichtbij
Strand Musea
Omgeving Locatie
Prijs Stad Rust
Accommodatie

*Spontane associaties

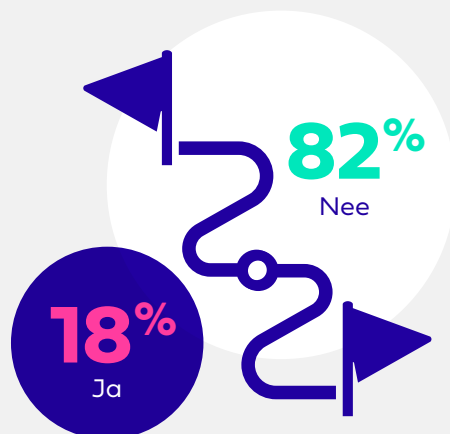
3

Op welke motivaties kun je inspelen?

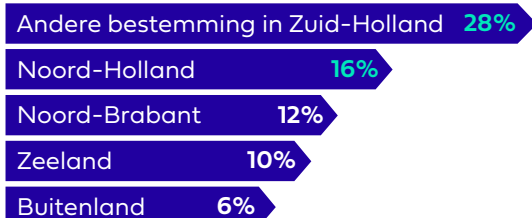
Ontdek wat je bestemming onderscheidt en vertaal dit naar duidelijke voordelen. Sluit aan op wat bezoekers belangrijk vinden en neem drempels weg.

Vergeleken met gemiddelde Nederland, significant
● lager ● hoger

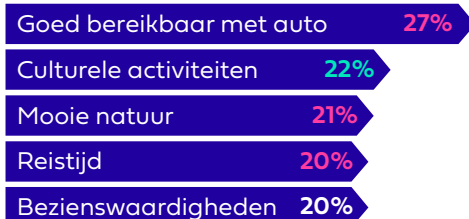
Overweging andere vakantiebestemmingen



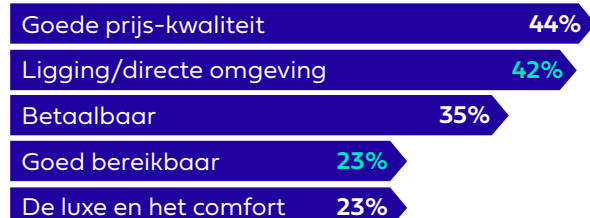
Overwogen bestemmingen



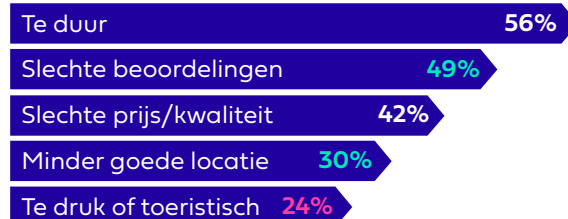
Motivaties voor Zuid-Holland als bestemming



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%** Regio en plaats
- 33%** Activiteiten op de vakantiebestemming
- 27%** Reisafstand/bereikbaarheid
- 26%** Type accommodatie
- 23%** Kosten reis en verblijf

Belangrijkste keuzefactoren reisperiode

- 29%** Beschikbaarheid reisgezelschap
- 21%** Beschikbaarheid accommodatie
- 18%** Buiten het hoogseizoen
- 17%** Een speciale dag
- 13%** Lager prijsniveau of speciale aanbieding

Belangrijkste informatiebronnen vóór de reis

26% Uit ervaring / reeds bekend

24% Website van accommodatieverschafter

24% Zoekmachine

18% Online boekingsplatform

16% Vrienden, familie, kennissen, collega's

Belangrijkste informatiebronnen tijdens verblijf

33% Zoekmachine

24% Uit ervaring / reeds bekend

12% Informatiewebsite van de streek/regio

12% Vrienden, familie, kennissen, collega's

9% Website van accommodatieverschafter

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

- 51%** Uit eten (ontbijt, lunch, diner)
- 32%** Shoppen/winkelen
- 27%** Op terras zitten
- 26%** Bezoek strand/duinen
- 25%** Bezoek aan stad en/of dorp
- 22%** Wandelen in de natuur
- 20%** Bezoek museum/tentoonstelling
- 19%** Stadswandeling
- 13%** Bezoek bezienswaardige/historische gebouwen/locaties
- 11%** Recreatief fietsen

Waardering fietsen en wandelen

91%

(zeer) tevreden met wandelen in de natuur

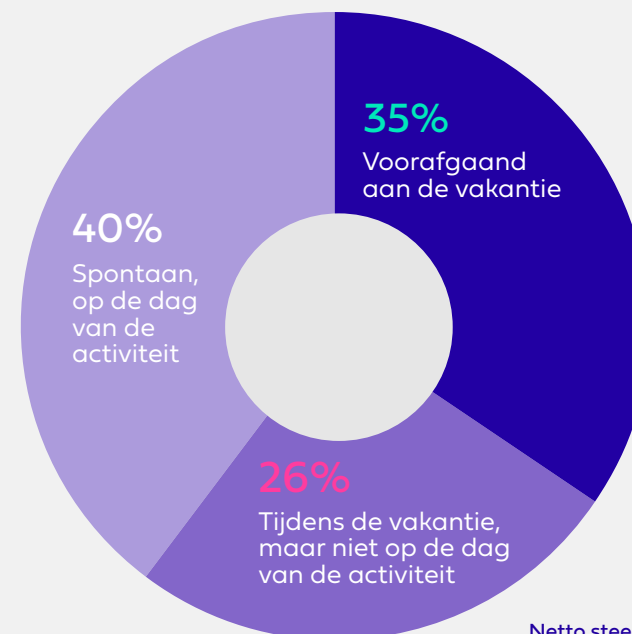


97%

(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

Ossip van Duivenbode

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).