

Vakantie Sentiment Monitor

Juli 2025



Take outs

1. **Vakantie intentie van Nederlanders, Duitsers en Britten stabiel. Onder Amerikanen een flinke daling.**
Gemiddeld 84% van de ondervraagden heeft de intentie om in de komende 12 maanden op vakantie te gaan. Een jaar geleden was dit gemiddeld 87%. Onder Amerikanen is de vakantie intentie (ten opzichte van een jaar geleden) gedaald van 84% naar 75%. De vakantie intentie is momenteel het hoogst onder de Nederlanders en Britten (beiden 88%). Onder Belgen en Duitsers is dit 84%.
2. **49% heeft al een vakantie geboekt, waarvan veel mensen vertrekken in juni, juli en augustus.**
Het aandeel dat reeds een vakantie geboekt heeft, is vergelijkbaar met een jaar geleden (toen gem. 50%). De Nederlanders en Britten hebben momenteel het hoogste aandeel 'reeds geboekt' (53% en 51%). Bij Amerikanen is dit het laagst (42%). Van de mensen die al geboekt hebben, geeft driekwart aan dat de eerstvolgende vakantie in juni, juli of augustus zal plaatsvinden. Onder Nederlanders springt de maand juli er het meest uit (30%).
3. **Marktpotentie: 35% van de ondervraagden heeft vakantie intentie maar moet nog boeken. Nederlanders boeken nog relatief veel op korte termijn.**
35% van de ondervraagden geeft aan dat ze nog moeten boeken, maar wel een vakantie intentie te hebben voor de komende 12 maanden. Van die groep is 63% al aan het oriënteren. Zij richten zich hierbij veelal op de maanden augustus (gem. 26%) en september (gem. 24%). Onder Nederlanders is juli echter de maand waar het meest naar wordt gekeken (25%). Van alle mensen die aan het oriënteren zijn op een vakantie, is de grootste groep van plan om binnen 3 tot 4 weken te boeken (gem. 32%). Onder Nederlanders is de groep die binnen 1-2 weken wil boeken ook relatief groot (30%).
4. **Nederlanders gaan meer voor vakantie in eigen land of een intercontinentale reis. Minder vakantieplannen (elders) in Europa.**
Nederlanders zijn hun eerstvolgende vakantie minder van plan om (elders) in Europa door te brengen dan een jaar geleden. Er zijn dus meer plannen voor het eigen land en voor intercontinentale reizen. Het aandeel Nederlanders dat 15 nachten of langer vakantie viert in eigen land is verdubbeld ten opzichte van een jaar geleden (van 4% naar 8%). Verder zijn Duitsers (ook) meer van plan om vakantie in eigen land te vieren. Onder Britten en Amerikanen is het beeld juist omgekeerd; daar zijn de vakantieplannen in eigen land lager dan een jaar geleden.
5. **Noord-Holland en Limburg meest gekozen provincies voor binnenlandse vakantie.**
Nederlanders die hun eerstvolgende vakantie of weekend weg in Nederland willen doorbrengen, geven aan dit het meest in Noord-Holland te willen doen (19%). Daarna volgt Limburg (15%) en ondanks dat Gelderland gedaald is ten opzichte van vorig jaar, staat het nog op de derde plek (10%). Vergeleken met een jaar geleden is Noord-Brabant ook gedaald. Verder kiezen Nederlanders van 18-44 jaar vaker voor provincies zoals Noord-Holland en Utrecht, en 45-plussers vaker voor Drenthe en Limburg.

Take outs

6. **Spanje is de favoriete Europese bestemming onder Nederlanders, Duitsers en Britten.**
Spanje is het populairste Europese vakantieland. Onder Nederlanders, Duitsers en Britten staat Spanje met een ruime score bovenaan de top 5. Onder Belgen is Frankrijk het favoriete vakantieland, gevolgd door Spanje. Nederland sluit de top 5 bij de Belgen, op een gedeelde plek met Duitsland en Portugal. Bij de Duitsers staat Nederland op de zesde plek, net buiten de top 5.
7. **Nederlanders gaan minder vliegen en juist vaker met trein of camper naar Europese bestemming.**
Nederlanders die (elders) in Europa op vakantie gaan, pakken in mindere mate het vliegtuig ten opzichte van een jaar geleden. De auto blijft hierbij op gelijk niveau. Ze gaan vooral meer met de trein en camper. Ook bij de Britten is het aandeel vliegtuig gedaald. Ook zijn er verschillen per leeftijdsgroep. Nederlanders van 18-24 jaar gaan meer met de auto naar hun Europese bestemming dan een jaar geleden. De groep die het meest per vliegtuig naar hun Europese bestemming gaat, is 25-34 jaar. Vooral onder 35-44 en 65+ is het aandeel trein dit jaar hoger dan een jaar geleden. Bij 55-64 jaar ligt het aandeel camper relatief hoog, en bij 65+ geldt dit voor de touringcar.
8. **Relaxen, samen zijn met vrienden/familie en ontsnappen aan de eigen omgeving zijn de belangrijkste vakantiemotivaties.**
Dit geldt voor alle vijf de ondervraagde landen. Verder blijkt onder Nederlandse soloreizigers dat 'tijd voor mezelf / zelfreflectie' en 'unieke ervaringen beleven' ook belangrijke drijfveren zijn. Qua informatiebronnen voor het kiezen van de volgende vakantie zijn er ook verschillen zichtbaar. Oudere Nederlanders kiezen hun volgende vakantiebestemming vaker op basis van eerdere ervaring dan dat jongere Nederlanders dat doen. Bij de jongere groepen valt op dat zij vaker AI / ChatGPT gebruiken als informatiebron, maar bijvoorbeeld ook social media of social travel websites zoals Airbnb.
9. **Drukke en prijzen spelen belangrijkste rol in keuze van vakantiebestemming.**
De helft van de ondervraagden (51%) vermijdt bepaalde vakantiebestemmingen vanwege (negatieve berichten over) overtoerisme. Ook geeft twee derde van de vakantiegangers aan dat ze 'verblijf op een rustige plek' belangrijk vinden. Daarnaast geeft gemiddeld 50% aan dat ze vanwege stijgende prijzen andere keuzes moeten maken. Dit gebeurt dan vooral door minder vaak op vakantie te gaan en/of te kiezen voor een goedkopere accommodatie/verblijf. Verder zijn duurzaamheidsafwegingen en kans op extreem weer ook factoren die bij meer dan 40% van de ondervraagden een rol spelen. Tot slot geeft 55% van de Amerikanen aan dat ze zich zorgen maken dat politieke spanningen invloed kunnen hebben op hoe Amerikanen in het buitenland worden gezien als ze internationaal reizen.

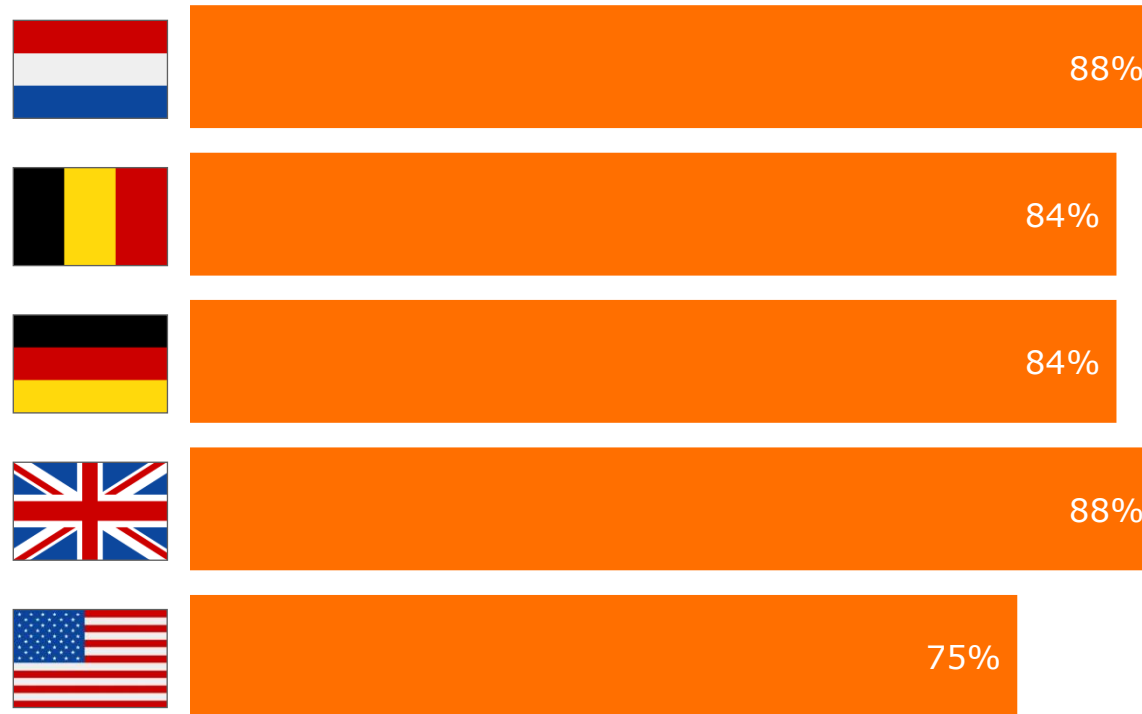
1. Resultaten vakantieplannen	5
2. Invloed stijgende prijzen op vakantieplannen	44
3. Bijlage	50





1. Resultaten vakantieplannen

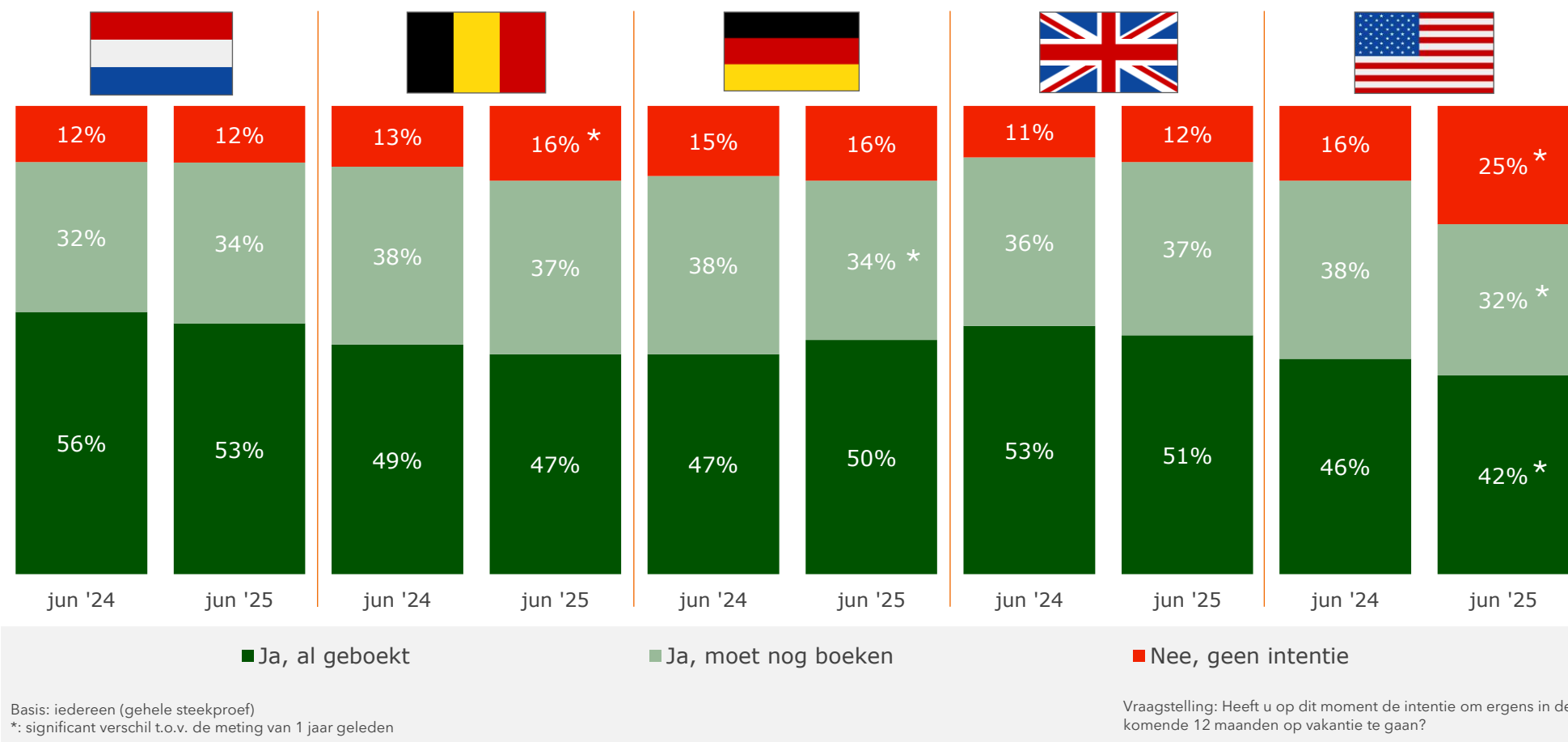
De vakantie intentie voor de komende 12 maanden is het hoogst onder Nederlanders en Britten (beiden 88%) en het laagst onder Amerikanen (75%). Van de mensen met een vakantie intentie heeft een deel al geboekt en een deel moet nog boeken. Het kan hierbij om een korte of lange vakantie gaan in binnen- of buitenland.



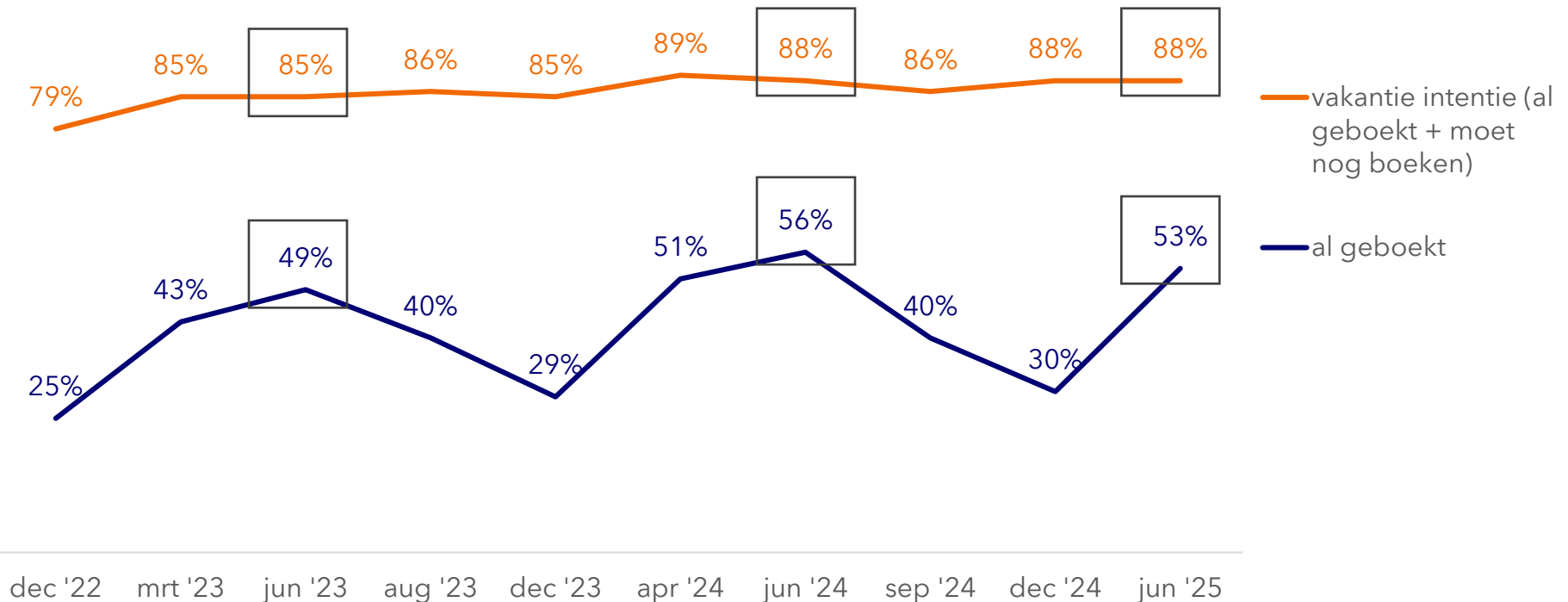
Vakantie intentie voor komende 12 maanden (% top 2):

- Ja, ik heb al geboekt
- Ja, maar ik moet nog boeken

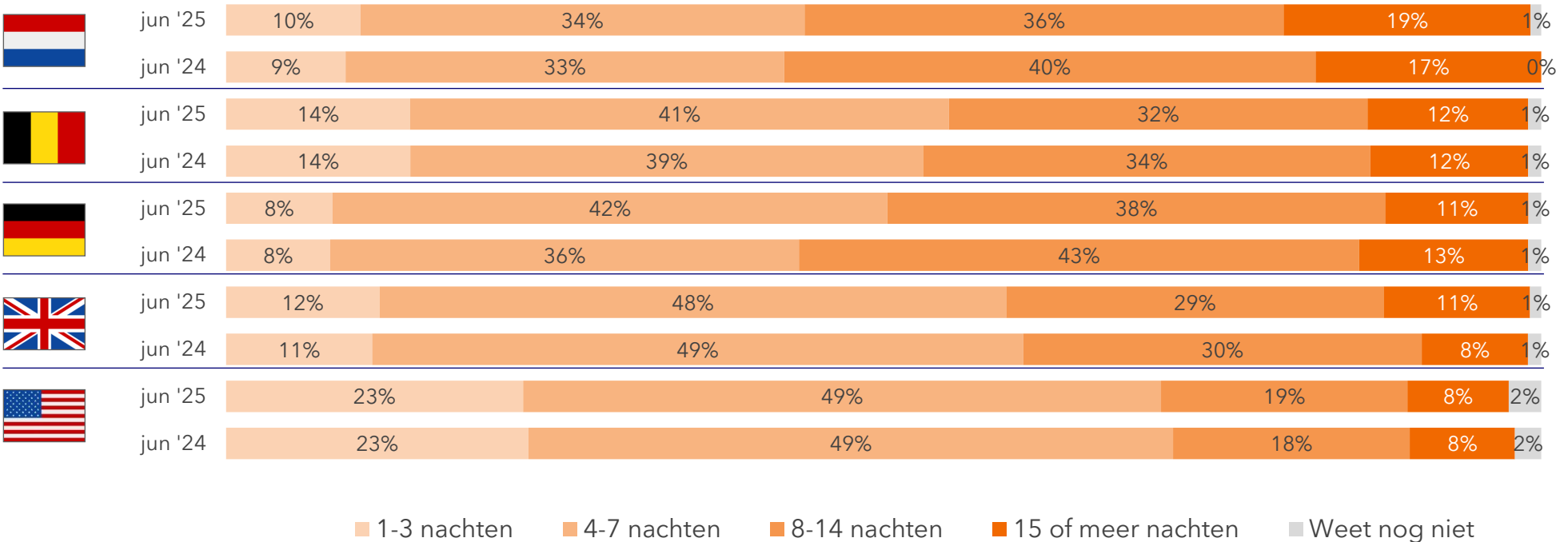
Gemiddeld gezien heeft 49% al een vakantie geboekt voor de komende 12 maanden. Een jaar geleden was dit 50%. De Nederlanders en Britten hebben momenteel het hoogste aandeel 'reeds geboekt' (53% en 51%). Onder de Amerikanen is de vakantie intentie gedaald ten opzichte van een jaar geleden. Bij de Belgen is deze intentie ook iets teruggelopen. Onder Nederlanders is het beeld gelijk gebleven.



De vakantie intentie (al geboekt + moet nog boeken) is onder Nederlanders al langere periode stabiel. Een jaar geleden was het ook precies 88%. Het aandeel Nederlanders dat al geboekt heeft is nu 53%, waar dit een jaar geleden 56% was. Het jaarlijkse patroon is dat het aandeel 'al geboekt' lager ligt in de wintermaanden en stijgt in het voorjaar/richting de zomer. Het gaat hierbij telkens om een vakantie intentie in de komende 12 maanden (en in de december meting over het komende kalenderjaar).



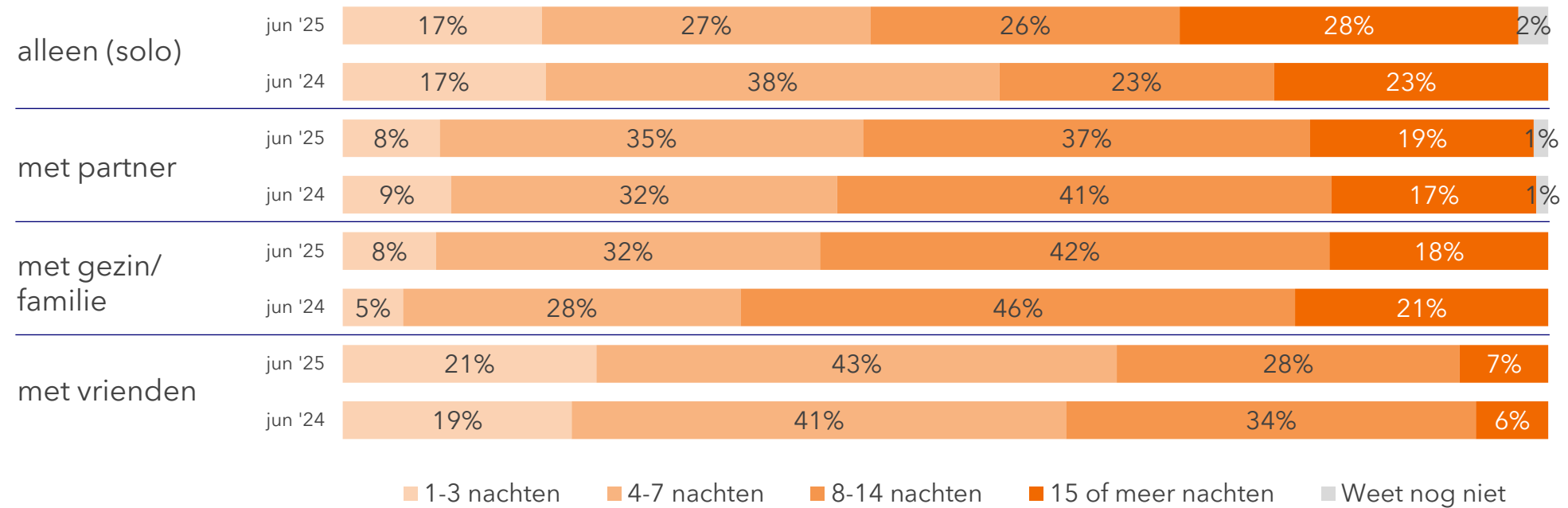
Gemiddeld gezien gaat het grootste deel van de ondervraagden met een vakantie intentie 4-7 nachten weg voor hun eerstvolgende vakantie (gem. 42%). Daarna is de categorie 8-14 nachten het meest gekozen (gem. 31%). Een jaar geleden was dit een vergelijkbaar patroon. Onder de Amerikanen is het aandeel korte vakanties het grootst t.o.v. de andere landen; 23% gaat 1-3 nachten weg.



Basis: Mensen met vakantieplannen voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken)

Vraagstelling: Hoe lang bent u van plan weg te gaan tijdens uw eerstvolgende vakantie?

Onder Nederlandse soloreizigers is, ten opzichte van een jaar geleden, een toename zichtbaar van langere vakanties. Bij een gezinsvakantie of vakantie met vrienden is het aandeel kortere vakanties juist toegenomen.

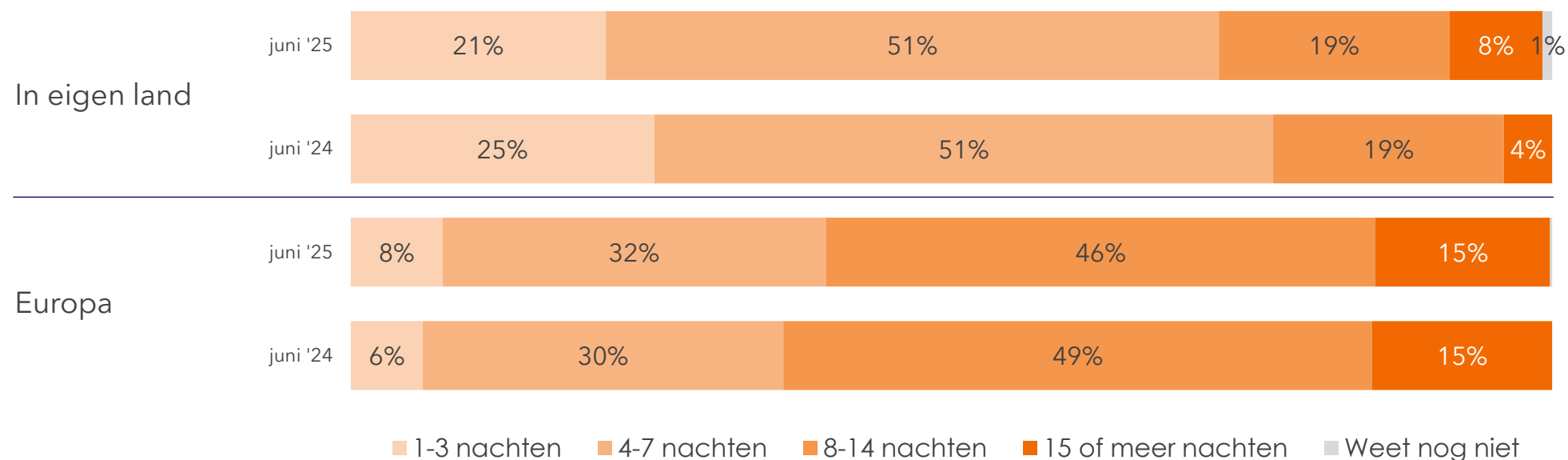


Basis: Mensen met vakantieplannen voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken)
Opmerking: de meest voorkomende typen reisgezelschap worden hier getoond

Vraagstelling: Hoe lang bent u van plan weg te gaan tijdens uw eerstvolgende vakantie?



Van de Nederlanders die hun eerstvolgende de vakantie in eigen land doorbrengen, gaat 21% voor een korte vakantie (1-3 nachten). Een jaar geleden was dit 25%. Het aandeel '15 of meer nachten' is nu juist hoger (8% in plaats van 4%). Als het een vakantiebestemming (elders) in Europa betreft dan is 8-14 nachten de meest gekozen verblijfsduur door Nederlanders (46%), hoewel er iets vaker voor een kortere Europese vakantie wordt gekozen (tot 7 nachten) dan een jaar geleden.



Basis: Mensen met vakantieplannen voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken)

Vraagstelling: Hoe lang bent u van plan weg te gaan tijdens uw eerstvolgende vakantie?



Men heeft het meest direct bij de aanbieder geboekt (gem. 50%). Een jaar geleden was het gemiddelde van deze vijf landen 49%. Amerikanen die reeds een vakantie geboekt hebben, geven aan dit in hoogste mate direct bij de aanbieder gedaan te hebben (61%). Door Duitsers wordt ook relatief veel via een reisorganisatie/boekingswebsite geboekt (42%).

					
Direct bij de aanbieder (bijv. direct bij het hotel/accommodatie/ vervoermaatschappij)	51% (46%)	46% (43%)	44% (41%)	47% (48%)	61% (66%)
Via een reisorganisatie/ -bureau of boekingswebsite	37% (41%)	38% (44%)	42% (44%)	34% (40%)	16% (15%)
Een combinatie van bovenstaande twee opties	8% (10%)	8% (9%)	9% (12%)	16% (9%)	17% (14%)
Anders, namelijk	2% (3%)	6% (3%)	3% (2%)	3% (2%)	4% (4%)
Weet ik niet	1% (1%)	1% (0%)	1% (2%)	0% (0%)	2% (2%)

Bij 'anders, namelijk' wordt o.a. een eigen vakantiewoning genoemd of (vakantie)woning van vrienden/familie.

Basis: Mensen die al een vakantie geboekt hebben voor de komende 12 maanden.
Markering: het hoogste percentage per land.
Tussen haakjes de score van de meting een jaar geleden.

Vraagstelling: Hoe is uw eerstvolgende vakantie geboekt?



Van de mensen die reeds een vakantie geboekt hebben, is de eerstvolgende vakantie veelal in juli (gem. 28%) en juni (gem. 24%). Duitsers hebben juni meer gekozen als vertrekmaand dan een jaar geleden. Juli en augustus zijn door hen minder geboekt. Onder Belgen en Britten is er juist minder geboekt voor de maand juni. Het percentage Britten dat geboekt heeft voor september ligt nu echter hoger.

					
2026					
Januari	1% (0%)	0% (0%)	1% (1%)	1% (1%)	1% (2%)
Februari	2% (1%)	0% (1%)	1% (1%)	1% (0%)	2% (1%)
Maart	1% (1%)	2% (1%)	1% (1%)	1% (1%)	3% (1%)
April	1% (1%)	1% (0%)	2% (1%)	1% (1%)	1% (1%)
Mei	2% (2%)	3% (1%)	3% (2%)	2% (2%)	1% (3%)
Juni	21% (21%)	19% (23%)	25% (19%)	23% (28%)	32% (31%)
Juli	30% (34%)	37% (36%)	23% (27%)	25% (24%)	23% (25%)
Augustus	22% (23%)	20% (21%)	20% (24%)	18% (20%)	17% (18%)
2025					
September	12% (12%)	12% (13%)	16% (16%)	17% (13%)	10% (8%)
Oktober	5% (5%)	4% (4%)	5% (5%)	6% (6%)	5% (6%)
November	2% (1%)	2% (1%)	1% (2%)	3% (3%)	4% (2%)
December	2% (1%)	1% (0%)	2% (1%)	2% (1%)	1% (2%)
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Basis: Mensen die al een vakantie geboekt hebben.
Markering: het hoogste percentage per land.
Tussen haakjes de scores van een jaar geleden.

Vraagstelling: In welke maand vertrekt u voor uw eerstvolgende vakantie ?



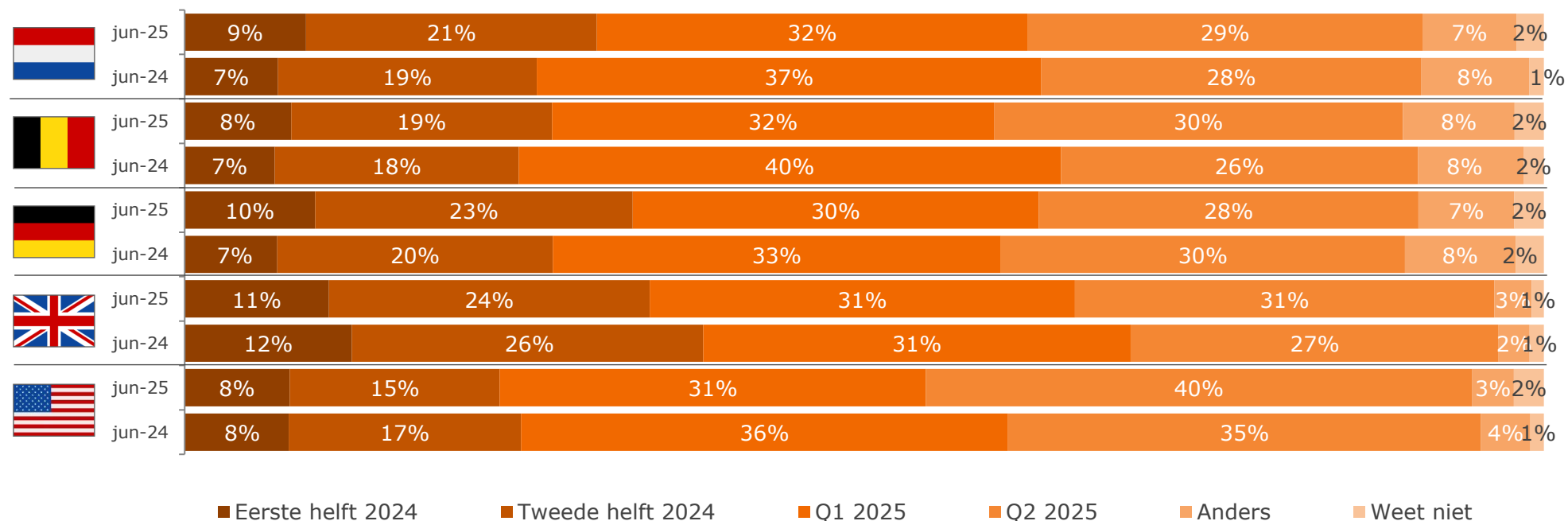
Van de Nederlanders die reeds een gezinsvakantie hebben geboekt, gaat driekwart in de maand juli of augustus. Ter vergelijk, van Nederlanders die met hun partner op vakantie gaan, gaat 'slechts' 34% in juli of augustus. Bij hen is juni de populairste maand. Door vriendengroepen zijn juni en juli het meest geboekt. Bij soloreizigers valt op dat er al relatief veel geboekt is voor januari.

		Alleen (solo)*	Met partner	Met gezin/familie	Met vrienden*
2026	Januari	7%	1%	0%	0%
	Februari	3%	2%	1%	0%
	Maart	0%	2%	1%	0%
	April	3%	2%	0%	0%
	Mei	5%	2%	1%	0%
2025	Juni	13%	31%	11%	26%
	Juli	25%	18%	45%	26%
	Augustus	18%	16%	29%	24%
	September	16%	17%	7%	12%
	Oktober	5%	6%	3%	8%
	November	3%	2%	0%	2%
	December	2%	2%	1%	2%
	Totaal	100%	100%	100%	100%

Basis: Mensen die al een vakantie geboekt hebben
Markering: het hoogste percentage per categorie
Opmerking: de meest voorkomende typen reisgezelschap worden hier getoond

Vraagstelling: In welke maand vertrekt u voor uw eerstvolgende vakantie?
*Note: bij de categorieën 'Alleen' en 'Met vrienden' ligt de n rond de 50 a 60.

Door Nederlanders en Duitsers is langer van te voren geboekt dan een jaar geleden. Een groter aandeel heeft hun aankomende vakantie al in het vorige kalenderjaar geboekt. Belgen, Britten en Amerikanen hebben juist meer recent geboekt; de boeking voor hun aankomende vakantie is meer uitgevoerd in Q2 (apr/mei/jun) dan dat dat een jaar terug het geval was.



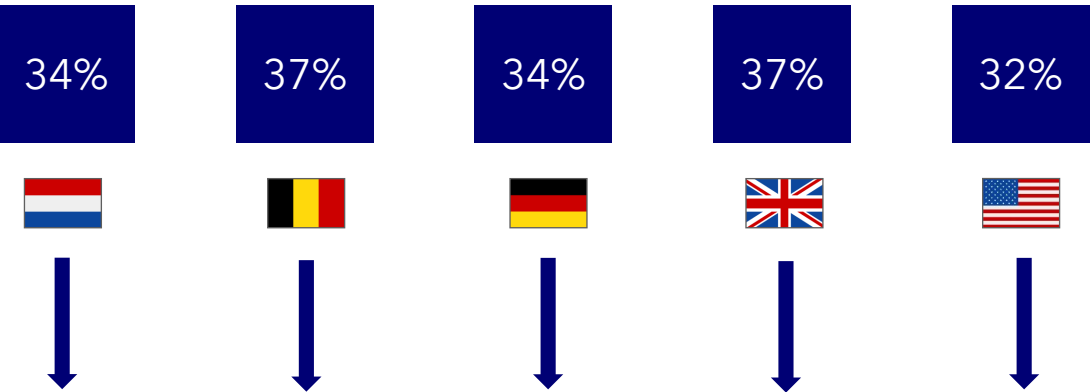
Basis: Mensen die al een vakantie geboekt hebben voor de komende 12 maanden
In de meting van juni 2024 ging het om eerste en tweede helft 2023 en Q1 en Q2 van 2024.

Vraagstelling: Wanneer heeft u uw eerstvolgende vakantie geboekt?

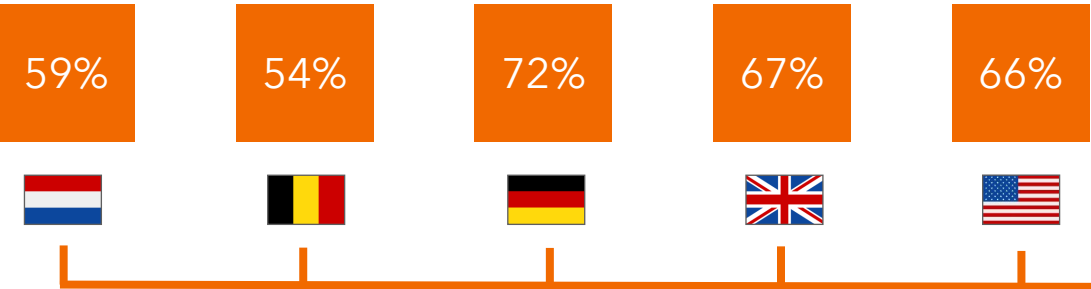


Gemiddeld 35% heeft een vakantie intentie voor de komende 12 maanden maar moet nog boeken. Van deze groep die nog moet boeken, is gemiddeld 63% zich aan het oriënteren op een vakantie. Daarbij wordt momenteel het meest gekeken naar de maanden augustus (gem. 26%) en september (gem. 24%). Onder Nederlanders is juli echter de maand waar het meest naar wordt gekeken.

Vakantie-intentie maar moet nog boeken

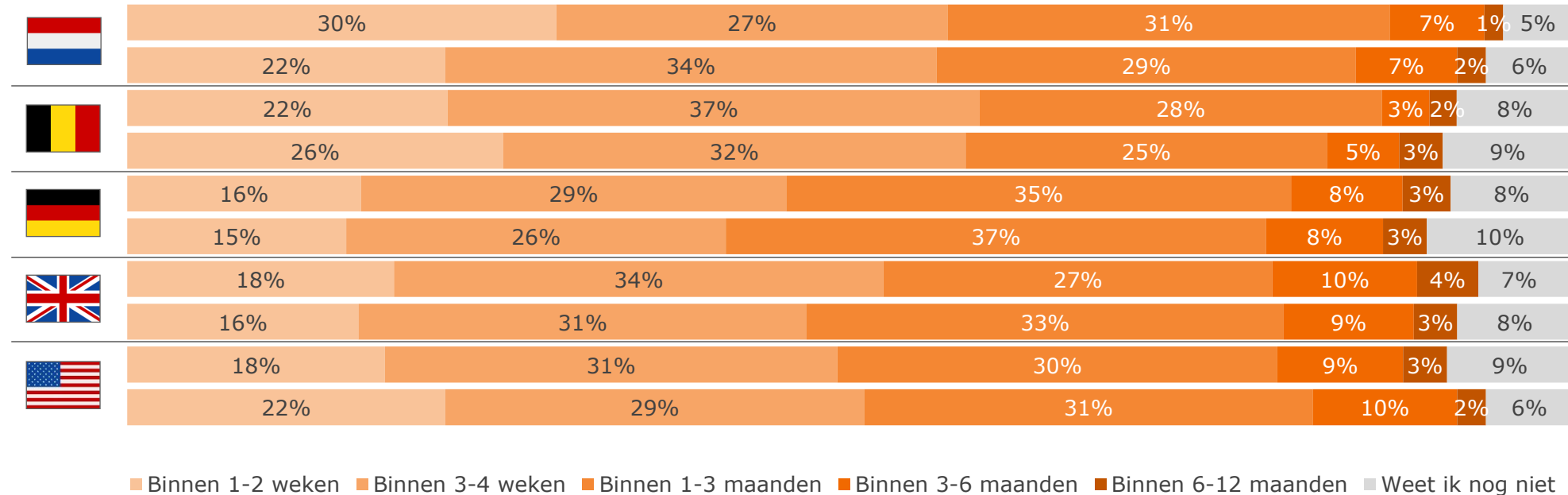


Aan het oriënteren op vakantie



2026					
Januari	1%	0%	0%	1%	3%
Februari	1%	1%	1%	1%	1%
Maart	0%	1%	1%	1%	1%
April	3%	0%	0%	1%	0%
Mei	1%	2%	0%	3%	1%
Juni	7%	7%	7%	4%	7%
Juli	25%	23%	15%	19%	23%
Augustus	22%	25%	32%	25%	25%
September	23%	31%	29%	23%	15%
Oktober	9%	5%	7%	9%	11%
November	3%	2%	6%	5%	6%
December	3%	2%	2%	8%	7%
Aantal	N=229	N=212	N=272	N=260	N=230

Van de mensen die aan het oriënteren zijn op een vakantie, is de grootste groep van plan om deze vakantie binnen 3 tot 4 weken te boeken (gemiddeld 32%). Daarnaast geeft gemiddeld 30% aan binnen 1 tot 3 maanden te willen gaan boeken. De groep die binnen 1-2 weken wil boeken is relatief groot onder Nederlanders; dit is nu 30%, waar dit een jaar geleden 22% was.



Basis: Mensen die vakantie nog moeten boeken, maar wel al aan het oriënteren zijn

Vraagstelling: Wanneer bent u van plan om de vakantie te gaan boeken waarop u zich oriënteert?



Gemiddeld 63% van de mensen die nog niet geboekt hebben, maar wel de intentie hebben om in de komende 12 maanden op vakantie te gaan, is zich al aan het oriënteren op de aankomende vakantie. Indien men wel een vakantie intentie heeft, maar nog niet aan het oriënteren is, dan komt dat met name omdat ze hier nog niet aan toe gekomen zijn (gem. 22%) of dat hun financiële situatie het niet toelaat (gem. 9%). Deze laatstgenoemde reden is het hoogst onder Amerikanen (11%).

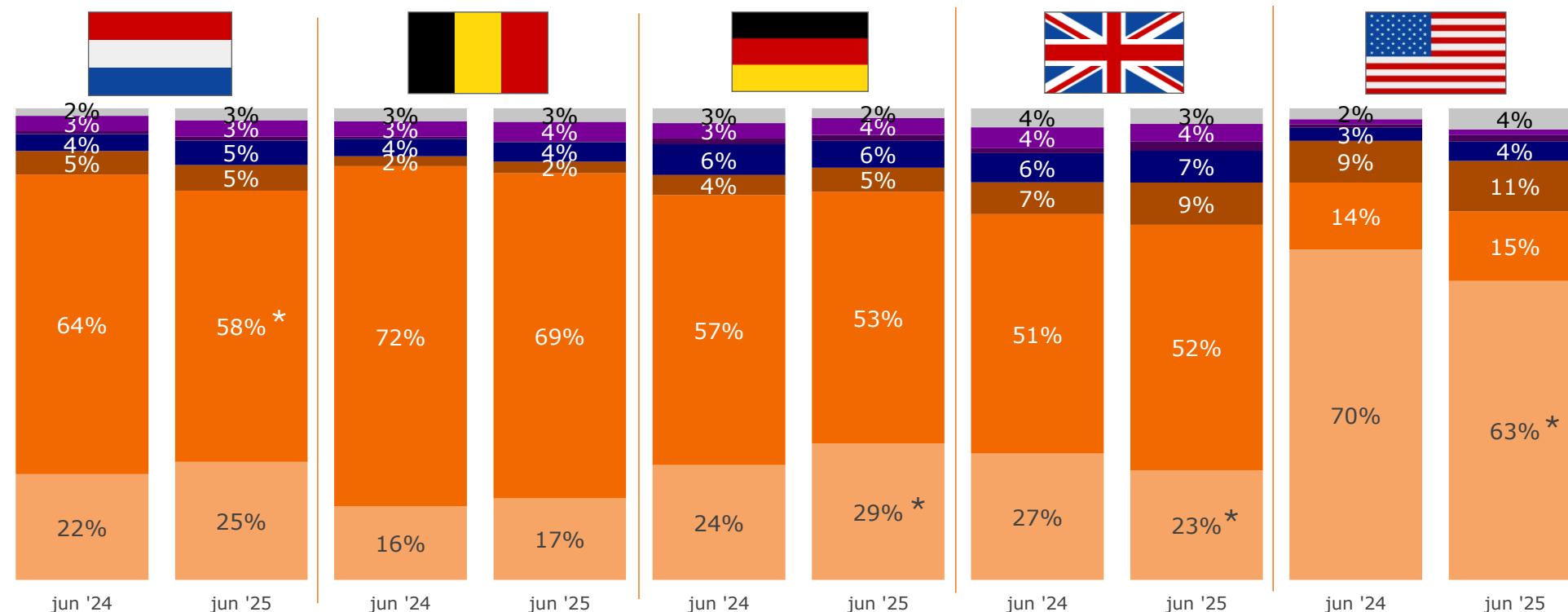
					
Ja (al aan het oriënteren)	59% (67%)	54% (53%)	72% (71%)	67% (61%)	66% (65%)
Nee, ik ben er nog niet aan toegekomen om te oriënteren	26% (22%)	31% (32%)	13% (13%)	23% (22%)	20% (21%)
Nee, mijn financiële situatie laat dat niet toe (bijv. door de inflatie en stijgende prijzen)	9% (6%)	9% (10%)	7% (9%)	7% (11%)	11% (11%)
Nee, vanwege onzekerheden omtrent huidige oorlogen	3% (2%)	5% (4%)	6% (6%)	1% (2%)	3% (1%)
Nee, om een andere reden	3% (3%)	2% (1%)	2% (1%)	3% (4%)	1% (2%)

Basis: Mensen die nog niet geboekt hebben (maar wel vakantie intentie hebben voor de komende 12 maanden)
Tussen haakjes de scores van een jaar geleden.

Vraagstelling: Bent u zich al aan het oriënteren op uw aankomende vakantie?



Nederlanders zijn hun eerstvolgende vakantie minder van plan om (elders) in Europa door te brengen dan een jaar geleden. Er zijn dus meer plannen voor het eigen land en voor intercontinentale reizen. Verder zijn Duitsers (ook) meer van plan om vakantie in eigen land te vieren. Onder Britten en Amerikanen is het beeld juist omgekeerd; daar zijn de vakantieplannen in eigen land lager dan een jaar geleden.



■ Eigen land
 ■ Europa
 ■ Noord-/Zuid-Amerika
 ■ Azië
 ■ Australie/Oceanie
 ■ Afrika
 ■ Weet nog niet

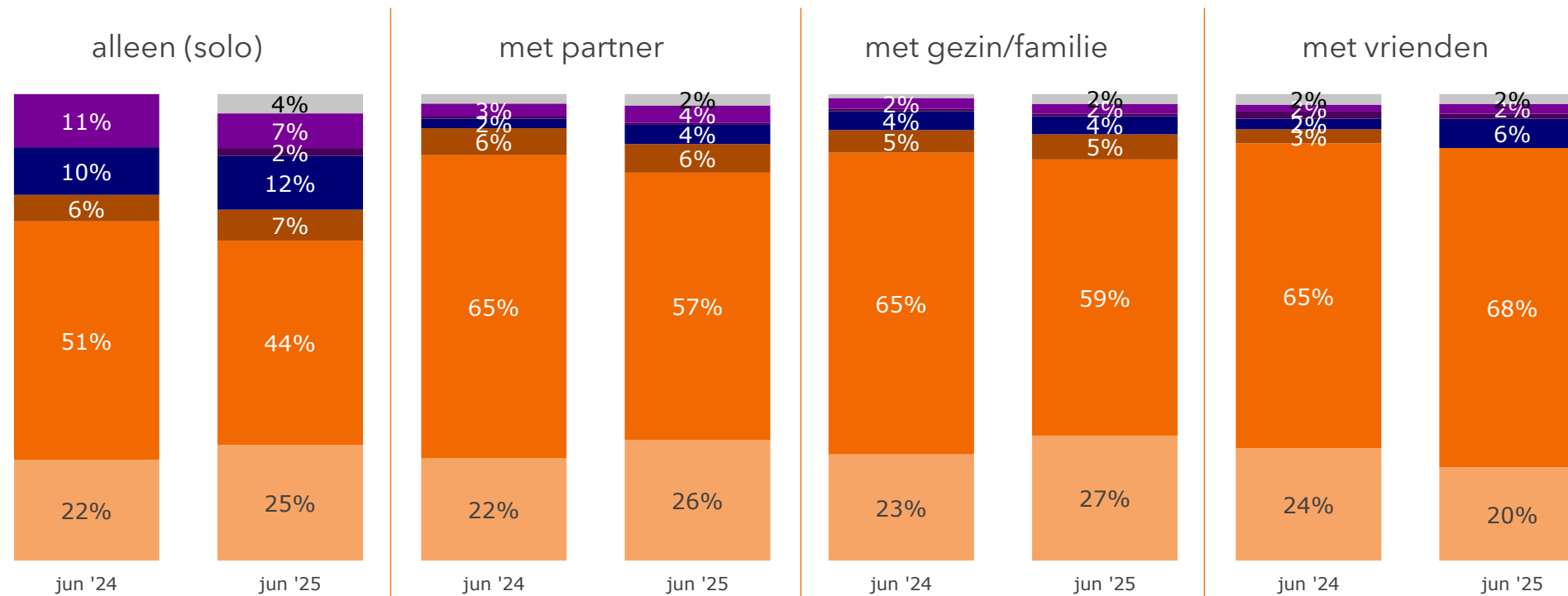
Basis: Mensen met vakantieplannen in de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken).
 *: significant verschil t.o.v. de meting van 1 jaar geleden

Vraagstelling: In welke bestemming bent u van plan om uw eerstvolgende vakantie hoofdzakelijk door te brengen?





Onder drie van vier groepen is de tendens om de eerstvolgende vakantie meer in eigen land (Nederland) te spenderen dan een jaar geleden. Enkel onder vriendengroepen is dit niet het geval. Wanneer er vaker wordt gekozen voor het eigen land, gaat dat in onderstaande gevallen 'ten koste' van vakanties elders in Europa.



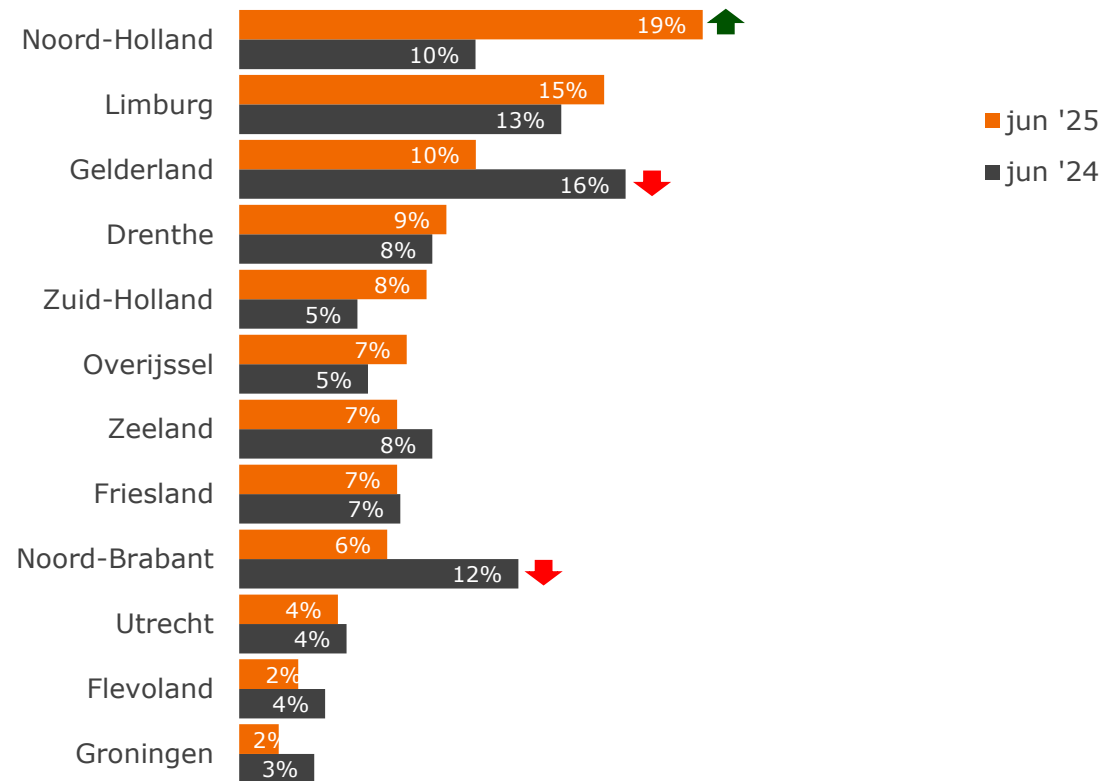
■ Eigen land ■ Europa ■ Noord-/Zuid-Amerika ■ Azie ■ Australie/Oceanie ■ Afrika ■ Weet nog niet

Basis: Nederlanders met vakantieplannen in de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken)
Opmerking: de meest voorkomende typen reisgezelschap worden hier getoond

Vraagstelling: In welke bestemming bent u van plan om uw eerstvolgende vakantie hoofdzakelijk door te brengen?



Nederlanders die hun eerstvolgende vakantie of weekend weg in Nederland willen doorbrengen, geven aan dit het meest in Noord-Holland te willen doen (19%). Daarna volgt Limburg (15%) en ondanks dat Gelderland gedaald is ten opzichte van vorig jaar, staat het nog op de derde plek (10%).

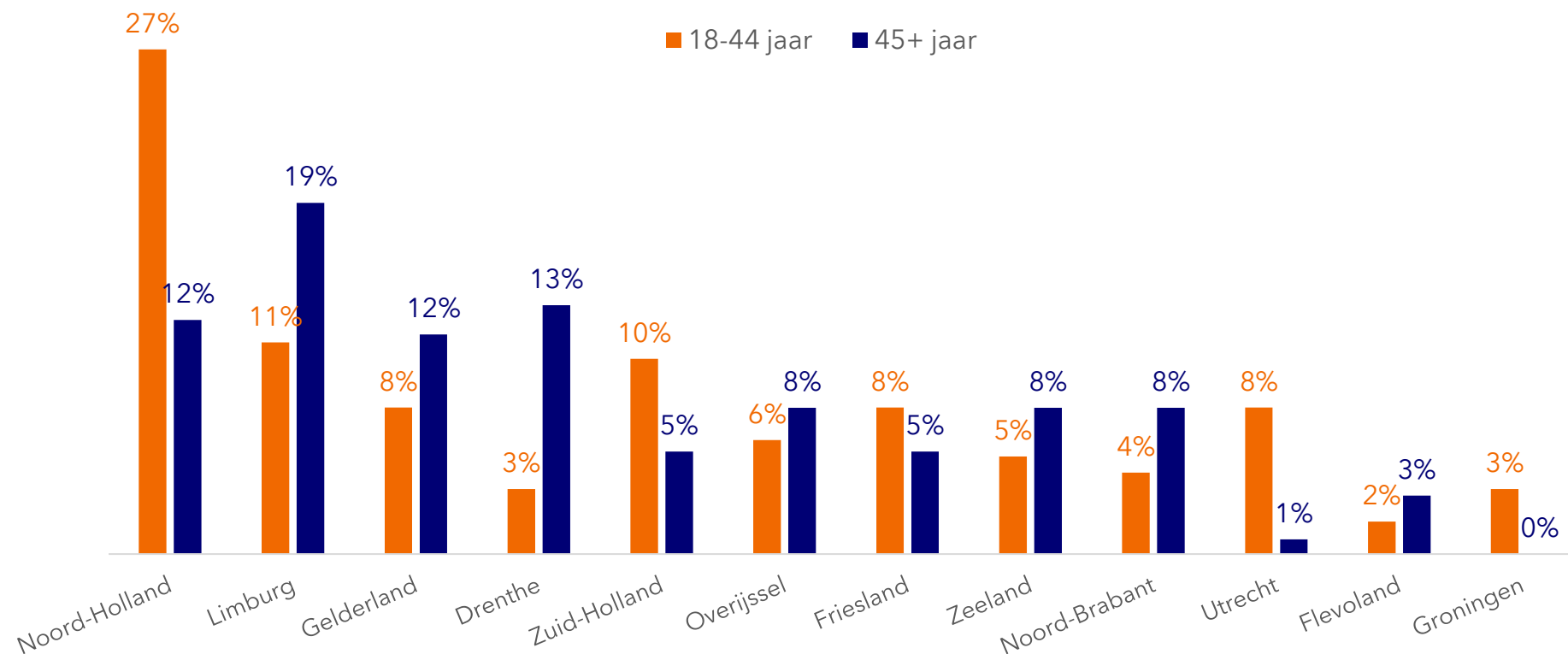


Basis: Nederlanders met vakantieplannen in Nederland (geboekt of moet nog boeken)
Pijl: significant verschil t.o.v. een jaar geleden

Vraagstelling: In welke provincie bent u van plan uw eerstvolgende vakantie (in Nederland) hoofdzakelijk door te brengen?



Bij Nederlanders die hun eerstvolgende vakantie in eigen land gaan spenderen, is een verschil te zien in leeftijdscategorieën. Zo gaan 18-44 jarigen bijvoorbeeld meer naar de provincies Noord-Holland en Utrecht en 45-plussers kiezen o.a. meer voor Drenthe en Limburg.

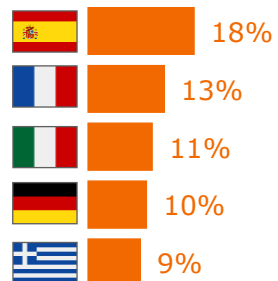


Basis: Nederlanders met vakantieplannen in Nederland (geboekt of moet nog boeken)

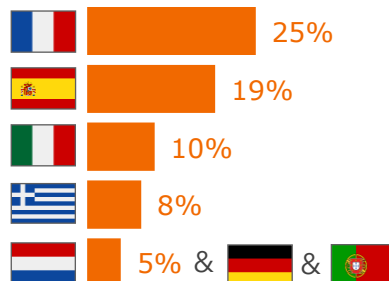
Vraagstelling: In welke provincie bent u van plan uw eerstvolgende vakantie (in Nederland) hoofdzakelijk door te brengen?



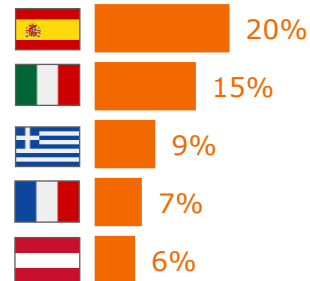
NL



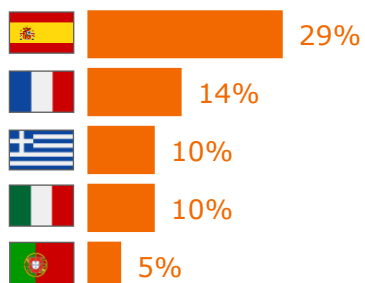
BE



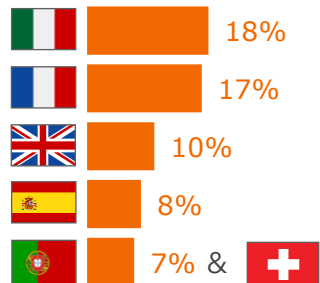
DE



VK



VS



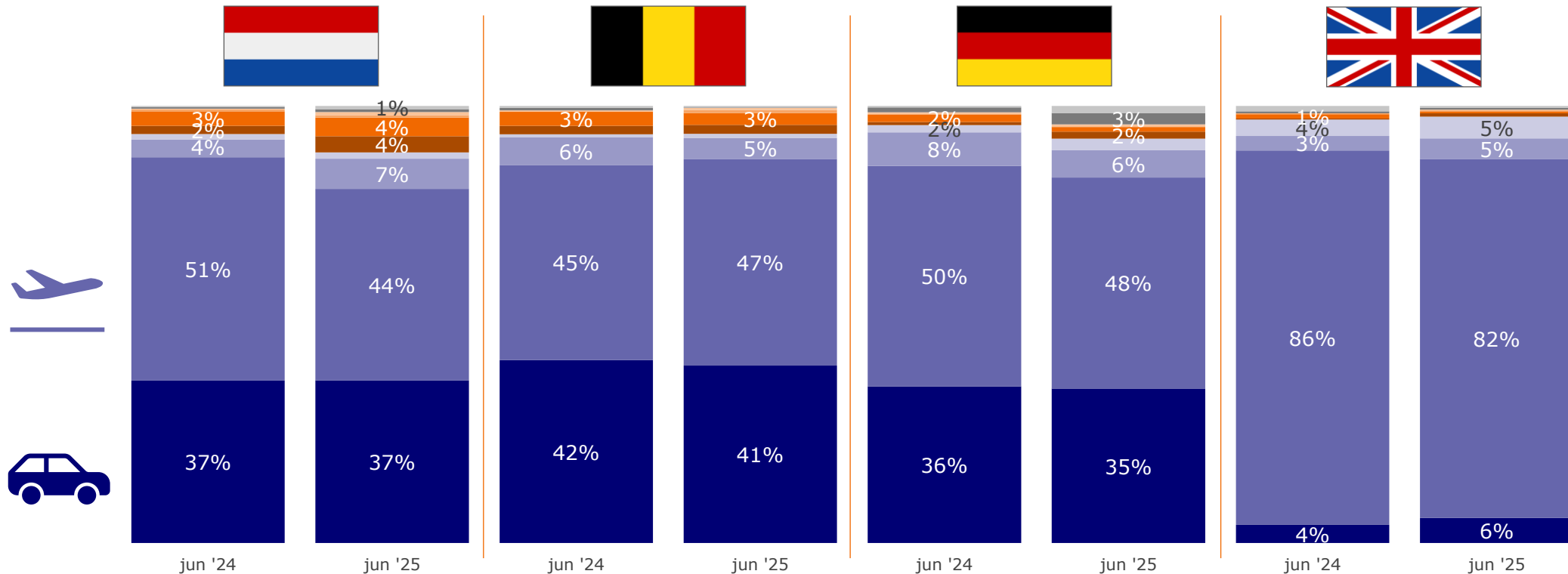
- Spanje is het populairste Europese vakantie-land. Onder Nederlanders, Duitsers en Britten staat Spanje met een ruime score bovenaan de top 5.
- Onder Belgen is Frankrijk het favoriete vakantie-land, gevolgd door Spanje. Nederland sluit de top 5 bij de Belgen, op een gedeelde plek met Duitsland en Portugal.
- Bij de Duitsers staat Nederland op de zesde plek, net buiten de top 5.
- Naast Spanje zijn Italië en Frankrijk ook populaire vakantie-bestemmingen in Europa.
- Tot slot is ook Griekenland geliefd. Dit land komt in vrijwel elke top 5 terug, behalve bij de Amerikanen.
- Deze top 5 van Europese bestemmingen is telkens exclusief het eigen land als vakantie-bestemming.

Basis: Mensen met vakantieplannen in Europa (geboekt of moet nog boeken)

Vraagstelling: Waar in Europa bent u van plan uw eerstvolgende vakantie hoofdzakelijk door te brengen?



Waar bij de overige drie landen het beeld aardig vergelijkbaar is met een jaar geleden, is er bij Nederlanders een opvallend verschil zichtbaar. Nederlanders die (elders) in Europa op vakantie gaan, pakken in mindere mate het vliegtuig. De auto blijft hierbij op gelijk niveau. Ze gaan vooral meer met de trein en camper. Ook bij de Britten is het aandeel vliegtuig gedaald.

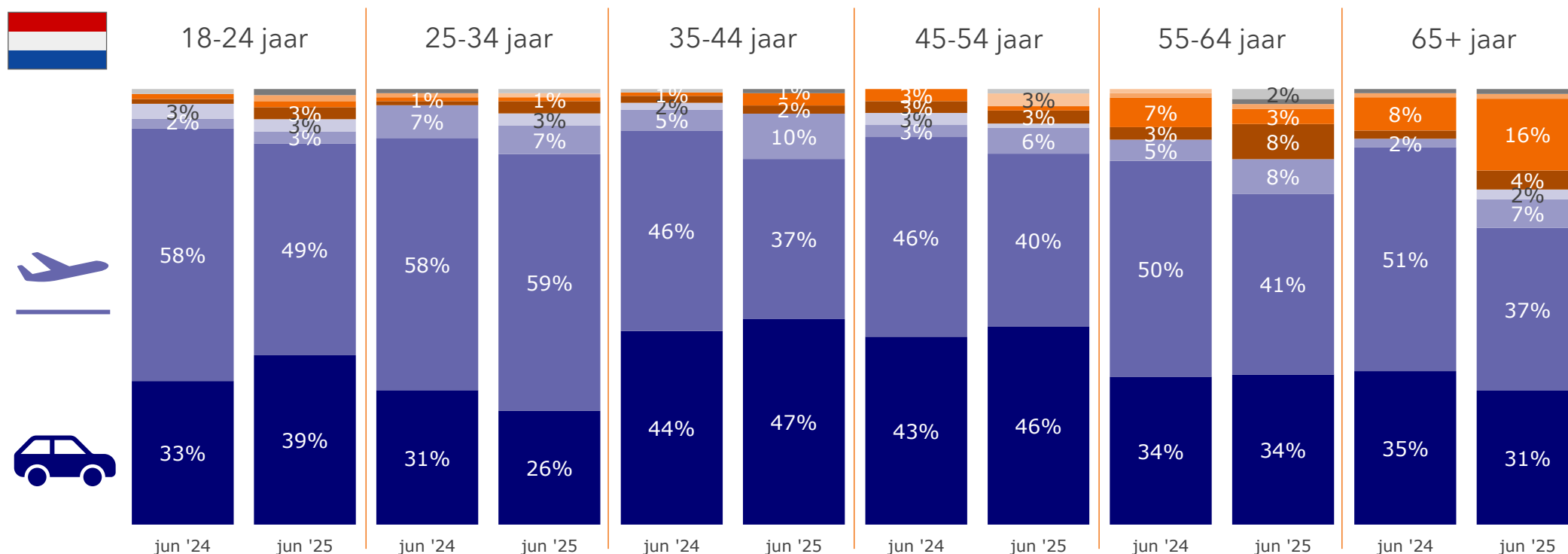


■ Auto ■ Vliegtuig ■ Trein ■ Boot ■ Camper ■ Touringcar ■ Fiets/Brommer/Scooter ■ Motor ■ Anders ■ Weet nog niet

Basis: Mensen met vakantieplannen in een Europees land (geboekt of moet nog boeken)

Vraagstelling: Met welk vervoermiddel overweegt u naar uw eerstvolgende vakantiebestemming in Europa te gaan?

Nederlanders van 18-24 jaar gaan meer met de auto naar hun Europese bestemming dan een jaar geleden. De groep die het meest per vliegtuig naar hun Europese bestemming gaat, is 25-34 jaar. Vooral onder 35-44 en 65+ is het aandeel trein dit jaar hoger dan een jaar geleden. Bij 55-64 jaar ligt het aandeel camper relatief hoog, en bij 65+ geldt dit voor de touringcar.



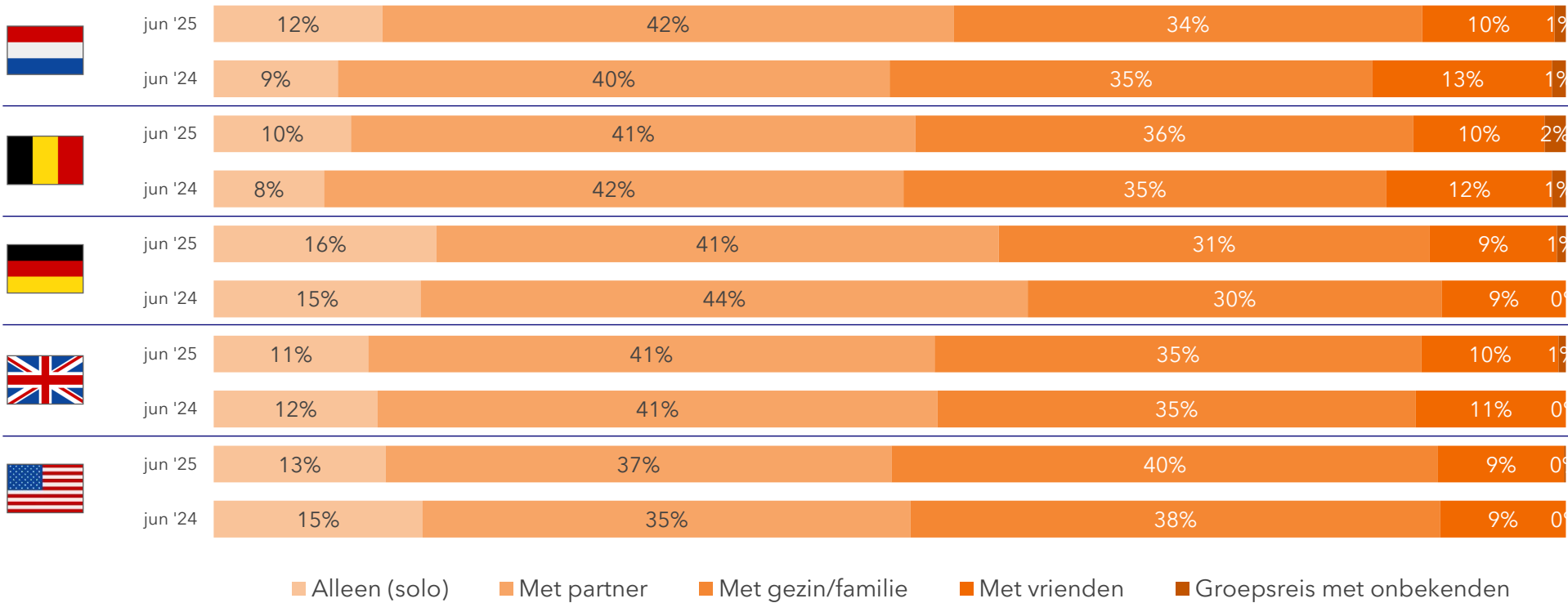
■ Auto ■ Vliegtuig ■ Trein ■ Boot ■ Camper ■ Touringcar ■ Fiets/Brommer/Scooter ■ Motor ■ Anders ■ Weet nog niet

Basis: Mensen met vakantieplannen in een Europees land (geboekt of moet nog boeken)
Per leeftijdsgroep ligt de n rond de 100.

Vraagstelling: Met welk vervoermiddel overweegt u naar uw eerstvolgende vakantiebestemming in Europa te gaan?



Gemiddeld gezien gaat de grootste groep op vakantie met hun partner (gem. 41%), gevolgd door een vakantie met het gezin en/of andere familieleden (gem. 35%). Alleen bij Amerikanen is de groep die met familie vakantie viert groter dan enkel met partner. Onder Duitsers is het aantal soloreizigers het hoogst (16%).



Basis: Mensen met vakantieplannen voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken)

Vraagstelling: Met welk reisgezelschap bent u van plan uw eerstvolgende vakantie te ondernemen?

Een hotel/pension is het populairste type accommodatie (gem. 49%). Daarna volgt een appartement (gem. 13%) en een accommodatie huren bij een particulier (gem. 8%). Een bungalow(park) is vooral geliefd onder Nederlanders. Amerikanen verblijven relatief veel in een woning van familie/vrienden.

					
Hotel/pension	39% (40%)	46% (48%)	47% (52%) ↓	52% (51%)	61% (58%)
Bed & breakfast	5% (4%)	8% (6%)	4% (2%) ↑	5% (7%) ↓	2% (3%)
Appartement	14% (15%)	12% (13%)	23% (21%)	10% (9%)	2% (2%)
Bungalow(park)	13% (12%)	6% (5%)	4% (3%)	2% (1%)	0% (0%)
Camping	11% (11%)	6% (6%)	5% (4%)	2% (3%)	3% (4%)
Groepsaccommodatie	1% (1%)	1% (1%)	0% (1%)	1% (0%)	1% (1%)
Bij een particulier (vb. Airbnb)	7% (7%)	8% (7%)	5% (4%)	13% (11%)	9% (13%) ↓
Boot	1% (1%)	0% (1%)	2% (2%)	3% (4%)	4% (3%)
Tweede woning / vaste standplaats	1% (1%)	2% (2%)	0% (0%)	1% (2%)	1% (0%)
Woning familie/vrienden/bekenden	4% (4%)	7% (7%)	6% (7%)	6% (7%)	10% (11%)
Anders	2% (1%)	1% (1%)	2% (2%)	2% (2%)	2% (2%)

Basis: Mensen met vakantieplannen voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken).
 Markering: 3 hoogste scores per land. Tussen haakjes de scores van een jaar geleden.
 Pijl: significant verschil t.o.v. de meting van een jaar geleden.

Vraagstelling: In wat voor type accommodatie bent u van plan te verblijven tijdens uw eerstvolgende vakantie ?



Voor de eerstvolgende vakantie in eigen land kiezen Nederlanders het meest voor een bungalow(park), gevolgd door een hotel en een camping. Bij vakanties elders in Europa wordt de top 3 gevormd door hotel, appartement en camping. Er zijn geen significante verschillen t.o.v. een jaar geleden.

	In eigen land	Elders in Europa
Hotel/pension	24% (24%)	42% (44%)
Bed & breakfast	7% (7%)	5% (3%)
Appartement	10% (7%)	17% (19%)
Bungalow(park)	34% (35%)	6% (6%)
Camping	15% (17%)	11% (11%)
Groepsaccommodatie	2% (1%)	1% (1%)
Bij een particulier (vb. Airbnb)	4% (4%)	9% (8%)
Boot	1% (0%)	1% (1%)
Tweede woning / vaste standplaats	0% (1%)	1% (1%)
Woning familie/vrienden/bekenden	1% (2%)	3% (4%)
Anders	0% (1%)	2% (1%)

Basis: Mensen met vakantieplannen voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken).
 Markering: 3 hoogste scores per land.
 Tussen haakjes de scores van een jaar geleden.

Vraagstelling: In wat voor type accommodatie bent u van plan te verblijven tijdens uw eerstvolgende vakantie?



De strandvakantie staat het meest op de planning (gem. 26%). Daarna volgen de vakantie met vrienden/familie (gem. 12%) en natuurvakantie (gem. 11%). Bij Nederlanders scoort een rondreis relatief hoog.

					
Wintersportvakantie	1%	0%	1%	1%	1%
Strandvakantie	23%	27%	34%	27%	17%
Watersportvakantie	1%	0%	1%	1%	1%
Wandelvakantie	5%	6%	4%	2%	2%
Fietsvakantie	2%	2%	2%	0%	0%
Ander type actieve vakantie	2%	2%	3%	2%	2%
Rondreis	8%	5%	5%	5%	4%
Cruise	2%	1%	3%	5%	5%
Bezoek aan evenement	3%	2%	2%	3%	5%
Stedentrip	10%	9%	8%	11%	7%
Cultuurvakantie	6%	8%	4%	4%	6%
Bezoek aan vrienden/familie/etc	4%	5%	7%	7%	14%
Natuurvakantie	12%	13%	14%	6%	9%
Wellness vakantie	3%	2%	4%	4%	3%
Vakantie met vrienden/familie/etc	11%	13%	3%	17%	17%
Culinaire vakantie	2%	2%	2%	1%	1%
Winkelvakantie (shoppen)	2%	1%	1%	1%	1%
Vrijwilligerswerk	1%	1%	0%	0%	1%
Anders	4%	2%	2%	3%	3%

Basis: Mensen met vakantieplannen voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken)
Markering: 5 hoogste scores per land

Vraagstelling: Hoe zou u uw eerstvolgende vakantie willen typeren?

Relaxen, samen zijn met vrienden/familie en ontsnappen aan de eigen omgeving zijn de belangrijkste vakantiemotivaties.

					
Andere culturen ervaren / leren kennen	17%	16%	17%	18%	17%
Relaxen / uitrusten / onthaasten	49%	48%	47%	56%	44%
Unieke ervaringen beleven	19%	15%	18%	19%	23%
Ontsnappen aan de eigen omgeving	29%	26%	35%	28%	30%
Iets nieuws leren	6%	7%	10%	7%	9%
Nieuwe mensen ontmoeten	5%	5%	7%	8%	6%
Winkelen / shoppen	9%	9%	6%	8%	8%
Samen zijn / quality time met vrienden/familie	36%	36%	32%	41%	43%
Tijd voor mezelf / zelfreflectie	16%	19%	15%	16%	16%
Fysieke en mentale vitaliteit/gezondheid verbeteren	9%	12%	12%	13%	11%
Specifieke streek / omgeving ontdekken	18%	23%	22%	17%	15%
Tijd in de natuur doorbrengen / meer buiten zijn	24%	23%	25%	15%	14%
Avontuur beleven	11%	10%	11%	11%	13%
Sport / actieve inspanning	6%	6%	6%	3%	4%
Anders, namelijk	1%	1%	1%	1%	1%
Geen van bovenstaande	3%	2%	2%	2%	4%

Basis: iedereen (gehele steekproef)
Markering: 3 hoogste scores per land.

Vraagstelling: Wat zijn, over het algemeen, voor u de belangrijkste redenen om op vakantie te gaan? U kunt maximaal 3 redenen kiezen.



Onder Nederlandse soloreizigers zijn de vakantiemotivaties net wat anders dan bij de overige drie groepen. Voor soloreizigers is 'tijd voor mezelf / zelfreflectie' belangrijker, net als het beleven van unieke ervaringen.

	Alleen (solo)	Met partner	Met gezin/familie	Met vrienden
Andere culturen ervaren / leren kennen	21%	15%	17%	25%
Relaxen / uitrusten / onthaasten	43%	53%	50%	48%
Unieke ervaringen beleven	24%	20%	18%	16%
Ontsnappen aan de eigen omgeving	24%	30%	32%	31%
Iets nieuws leren	11%	4%	7%	5%
Nieuwe mensen ontmoeten	12%	6%	3%	3%
Winkelen / shoppen	9%	10%	8%	5%
Samen zijn / quality time met vrienden/familie	11%	33%	54%	37%
Tijd voor mezelf / zelfreflectie	31%	16%	13%	18%
Fysieke en mentale vitaliteit/gezondheid verbeteren	10%	10%	8%	6%
Specifieke streek / omgeving ontdekken	19%	19%	15%	24%
Tijd in de natuur doorbrengen / meer buiten zijn	20%	29%	24%	16%
Avontuur beleven	13%	11%	13%	11%
Sport / actieve inspanning	7%	7%	6%	6%
Anders, namelijk	0%	0%	1%	1%
Geen van bovenstaande	0%	0%	1%	0%

Basis: iedereen (gehele steekproef)
Markering: 3 hoogste scores per land.

Vraagstelling: Wat zijn, over het algemeen, voor u de belangrijkste redenen om op vakantie te gaan? U kunt maximaal 3 redenen kiezen.



Aan alle respondenten is gevraagd welke activiteiten ze over het algemeen graag ondernemen tijdens hun vakantie. Hieronder per herkomstland de top 5. Bij Nederlanders, Britten en Amerikanen staat 'uit eten' op nummer 1. Bij Belgen is dit het bezoeken van bezienswaardigheden en bij Duitsers staat naar het strand gaan op de eerste plaats. Op het terras zitten komt alleen bij Nederlanders voor in de top 5.

				
1. Uit eten (ontbijt, lunch, diner) (38%)	1. Bezienswaardigheden bezoeken (35%)	1. Naar het strand (41%)	1. Uit eten (ontbijt, lunch, diner) (39%)	1. Uit eten (ontbijt, lunch, diner) (41%)
2. Bezienswaardigheden bezoeken (33%)	2. Uit eten (ontbijt, lunch, diner) (34%)	2. Bezienswaardigheden bezoeken (35%)	2. Naar het strand (33%)	2. Naar het strand (30%)
3. Wandelen / hiken in de natuur (28%)	3. Lokale markt bezoeken (30%)	3. Uit eten (ontbijt, lunch, diner) (30%)	3. Bezienswaardigheden bezoeken (32%)	3. Bezienswaardigheden bezoeken (29%)
4. Naar het strand (27%)	4. Wandelen / hiken in de natuur (30%)	4. Wandelen / hiken in de natuur (29%)	4. Lokale cultuur en tradities ervaren (26%)	4. Lokale cultuur en tradities ervaren (25%)
5. Op het terras zitten (26%)	5. Naar het strand (27%)	5. Zwemmen (24%)	5. Bij het zwembad liggen (24%)	5. Shoppen / winkelen (22%)

Basis: iedereen (gehele steekproef).
Markering: vaak genoemde categorieën.

Welke van de volgende activiteiten onderneemt u, over het algemeen, graag tijdens uw vakantie? U kunt maximaal 5 activiteiten kiezen.



De meest gebruikte informatiebronnen bij het kiezen van de volgende vakantiebestemming zijn websites van reisaanbieders/online reisbureaus/touroperators (gem. 51%), een zoekmachine (gem. 35%) en vrienden/familie/collega's (gem. 32%). Door Britten worden websites met beoordelingen van andere reizigers ook relatief veel gebruikt.

					
AI / ChatGPT	5%	6%	9%	8%	9%
Websites met beoordelingen van andere reizigers	20%	16%	20%	32%	24%
Social Media (o.a. Facebook, Instagram)	14%	12%	16%	19%	25%
Zoekmachine (Google, Bing)	36%	29%	35%	38%	37%
Websites van reisaanbieders / online reisbureaus / touroperators	53%	51%	56%	57%	37%
Reistips- en artikelen in tijdschriften of kranten	9%	8%	10%	13%	13%
Vrienden, familie of collega's	26%	28%	32%	32%	40%
Reisblogs- en websites	8%	8%	6%	13%	12%
Reisboeken- en gidsen	13%	12%	9%	16%	13%
Reisprogramma's op tv	8%	6%	13%	14%	10%
Korting/veiling website	8%	7%	8%	5%	6%
Fysiek(e) reisbureau of touroperator	8%	15%	14%	13%	8%
Social travel website (vb. airbnb.nl)	12%	8%	14%	14%	15%
Ik raadpleeg geen bronnen	5%	7%	5%	6%	9%
Uit ervaring / reeds bekend	11%	10%	14%	10%	13%
Anders, namelijk	2%	1%	1%	1%	1%

Basis: iedereen (gehele steekproef)
Markering: 3 hoogste scores per land.

Vraagstelling: Welke informatiebronnen gebruikt u normaliter bij het kiezen van uw volgende vakantiebestemming? Meerdere antwoorden mogelijk.

Oudere Nederlanders kiezen hun volgende vakantiebestemming vaker op basis van eerdere ervaring dan dat jongere Nederlanders dat doen. Bij de jongere groepen valt op dat zij vaker AI / ChatGPT gebruiken als informatiebron, maar bijvoorbeeld ook social media of social travel websites zoals Airbnb.

	18-24 jaar	25-34 jaar	35-44 jaar	45-54 jaar	55-64 jaar	65+ jaar
AI / ChatGPT	13%	11%	6%	3%	3%	0%
Websites met beoordelingen van andere reizigers	24%	29%	24%	21%	15%	11%
Social Media (o.a. Facebook, Instagram)	25%	24%	19%	9%	10%	1%
Zoekmachine (Google, Bing)	31%	39%	46%	38%	41%	19%
Websites van reisaanbieders / online reisbureaus / touroperators	36%	60%	56%	58%	58%	45%
Reistips- en artikelen in tijdschriften of kranten	11%	10%	7%	11%	10%	8%
Vrienden, familie of collega's	31%	37%	32%	23%	22%	16%
Reisblogs- en websites	12%	10%	11%	10%	6%	2%
Reisboeken- en gidsen	11%	14%	13%	14%	14%	11%
Reisprogramma's op tv	9%	6%	11%	8%	8%	5%
Korting/veiling website	14%	13%	12%	4%	5%	5%
Fysiek(e) reisbureau of touroperator	12%	10%	5%	7%	7%	11%
Social travel website (vb. airbnb.nl)	25%	23%	16%	9%	5%	1%
Ik raadpleeg geen bronnen	2%	2%	2%	4%	9%	9%
Uit ervaring / reeds bekend	1%	5%	7%	15%	11%	20%
Anders, namelijk	0%	0%	0%	3%	3%	3%

Basis: iedereen (gehele steekproef)
Markering: 3 hoogste scores per groep.

Vraagstelling: Welke informatiebronnen gebruikt u normaliter bij het kiezen van uw volgende vakantiebestemming? Meerdere antwoorden mogelijk.

Gemiddeld gezien zijn flexibele annuleringsvoorwaarden het meest van belang bij de keuze van een vakantiebestemming (gem. 72% vindt dit (zeer) belangrijk). Daarna volgt het aspect 'verblijf op rustige plek' (gem. 66%) en met ruime afstand op een derde plek 'bestemming dichtbij huis' (gem. 32%). Echter wordt een bestemming dichtbij huis belangrijker gevonden dan een jaar geleden.

					
Flexibele annuleringsvoorwaarden	64% (66%)	75% (72%)	77% (77%)	68% (67%)	75% (74%)
Bestemming dichtbij huis	29% (24%) ↑	34% (32%)	40% (39%)	26% (22%) ↑	32% (27%) ↑
Verblijf op rustige plek	69% (68%)	77% (77%)	71% (69%)	54% (53%)	55% (64%) ↓

Basis: Mensen met vakantieplannen voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken).
 Percentage: top 2 (zeer belangrijk + belangrijk).
 Tussen haakjes staan de scores van een jaar geleden. Pijl: significant verschil.

Vraagstelling: Hoe belangrijk zijn deze aspecten voor u in uw vakantiebestemming keuze?



Men verwacht de langste vakantie van 2025 vooral door te brengen in augustus (gem. 22%), september (gem. 21%) en juli (gem. 20%).

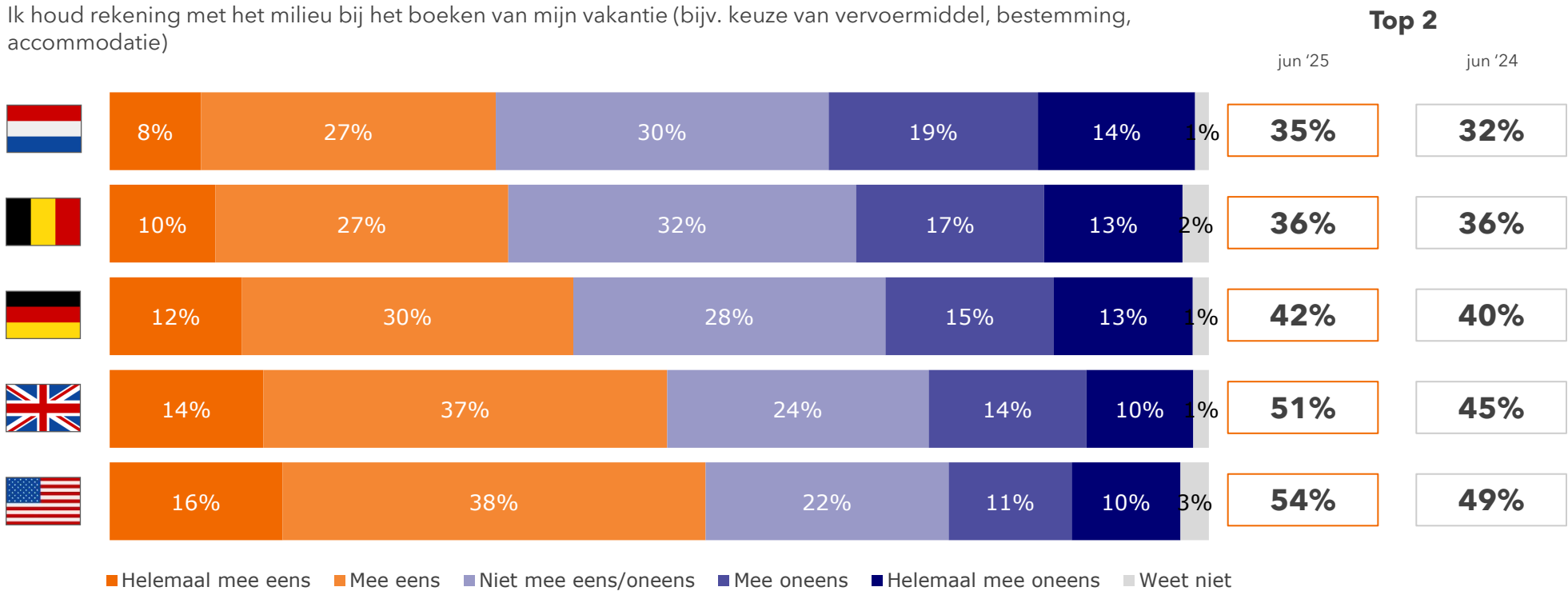
					
Januari	1% (1%)	0% (1%)	0% (1%)	1% (1%)	2% (2%)
Februari	1% (1%)	1% (1%)	1% (1%)	2% (1%)	2% (1%)
Maart	1% (1%)	1% (1%)	2% (1%)	1% (1%)	2% (3%)
April	2% (1%)	1% (2%)	2% (1%)	2% (2%)	2% (2%)
Mei	2% (2%)	4% (1%)	3% (3%)	3% (3%)	2% (3%)
Juni	8% (10%)	7% (9%)	9% (7%)	7% (12%)	12% (11%)
Juli	22% (23%)	27% (28%)	16% (19%)	16% (16%)	18% (21%)
Augustus	24% (26%)	21% (22%)	25% (25%)	22% (20%)	20% (19%)
September	21% (20%)	22% (23%)	24% (24%)	22% (21%)	14% (12%)
Oktober	7% (7%)	6% (6%)	6% (7%)	7% (9%)	9% (10%)
November	4% (2%)	3% (2%)	4% (3%)	5% (4%)	6% (5%)
December	3% (3%)	3% (2%)	4% (3%)	7% (5%)	6% (7%)
Ik weet het nog niet	4% (3%)	4% (3%)	4% (4%)	6% (4%)	6% (4%)
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Basis: Mensen met een vakantie intentie voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken)
 Markering: het hoogste percentage per land
 Tussen haakjes: score van een jaar geleden.

Vraagstelling: In welke maand verwacht u uw langste vakantie van het jaar door te brengen?
 Als de vakantie in meer dan één maand valt, selecteer dan de maand van vertrek.

Van alle ondervraagden is gemiddeld 44% het (helemaal) eens met de stelling 'ik houd rekening met het milieu bij het boeken van mijn vakantie'. Een jaar geleden was dit gemiddeld 40%. Van onderstaande landen zijn Nederlanders en Belgen het in de minste mate eens met de stelling.

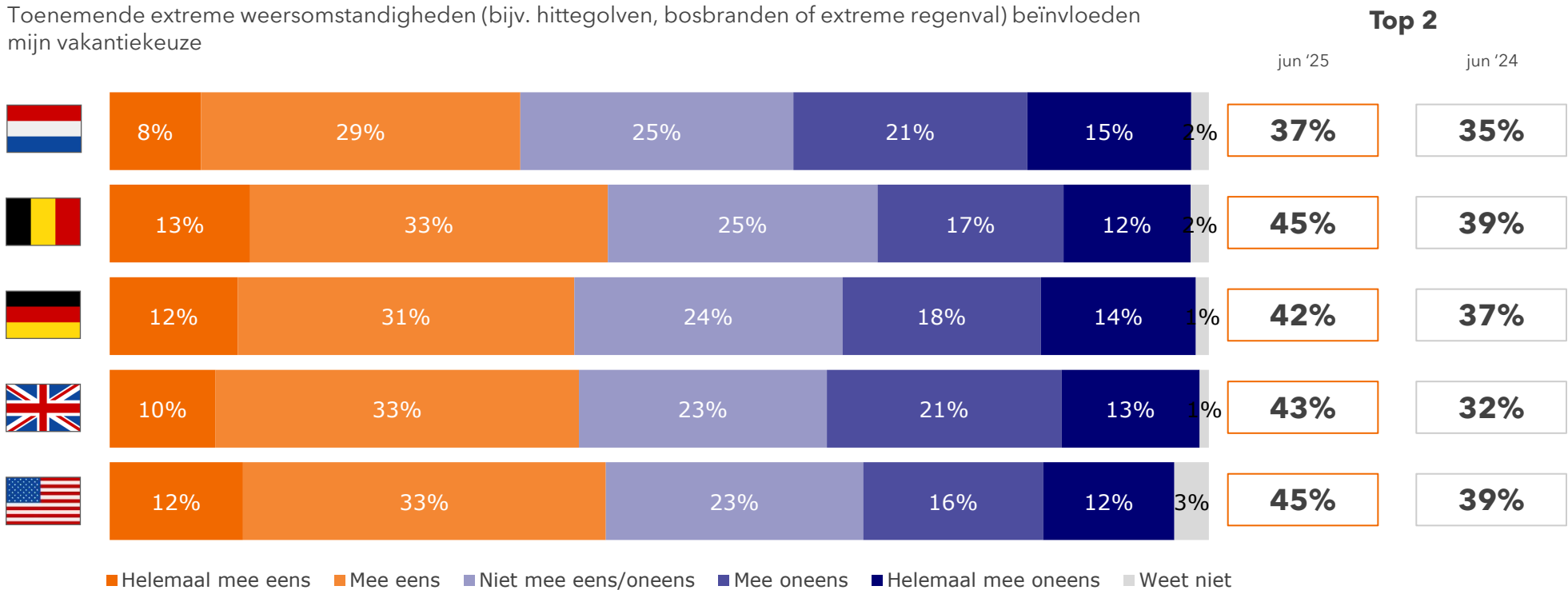
Ik houd rekening met het milieu bij het boeken van mijn vakantie (bijv. keuze van vervoermiddel, bestemming, accommodatie)



Basis: iedereen (gehele steekproef)
Afrondingsverschillen kunnen optreden bij het top 2 %.

Gemiddeld 43% van de ondervraagden is het (helemaal) eens met de stelling dat toenemende extreme weersomstandigheden de vakantiekeuze beïnvloeden. Een jaar geleden was dit 37%. Kans op extreem weer speelt momenteel dus een grotere rol bij de vakantiekeuze. Nederlanders zijn het het minst eens met de stelling (37%) en Belgen en Amerikanen het meest (beiden 45%).

Toenemende extreme weersomstandigheden (bijv. hittegolven, bosbranden of extreme regenval) beïnvloeden mijn vakantiekeuze



Basis: iedereen (gehele steekproef)
Afrondingsverschillen kunnen optreden bij het top 2 %.

Van de mensen die aangeven dat (kans op) extreem weer hun vakantiekeuze beïnvloedt, passen de meesten hun vakantieperiode aan (gem. 49%). Daarna volgt het aanpassen van de bestemming (gem. 42%). Door Nederlanders wordt het aanpassen van de vakantieperiode nu het meest genoemd, waar dit een jaar terug nog de bestemming was. Britten en Amerikanen letten relatief veel op voorwaarden en verzekeringen.

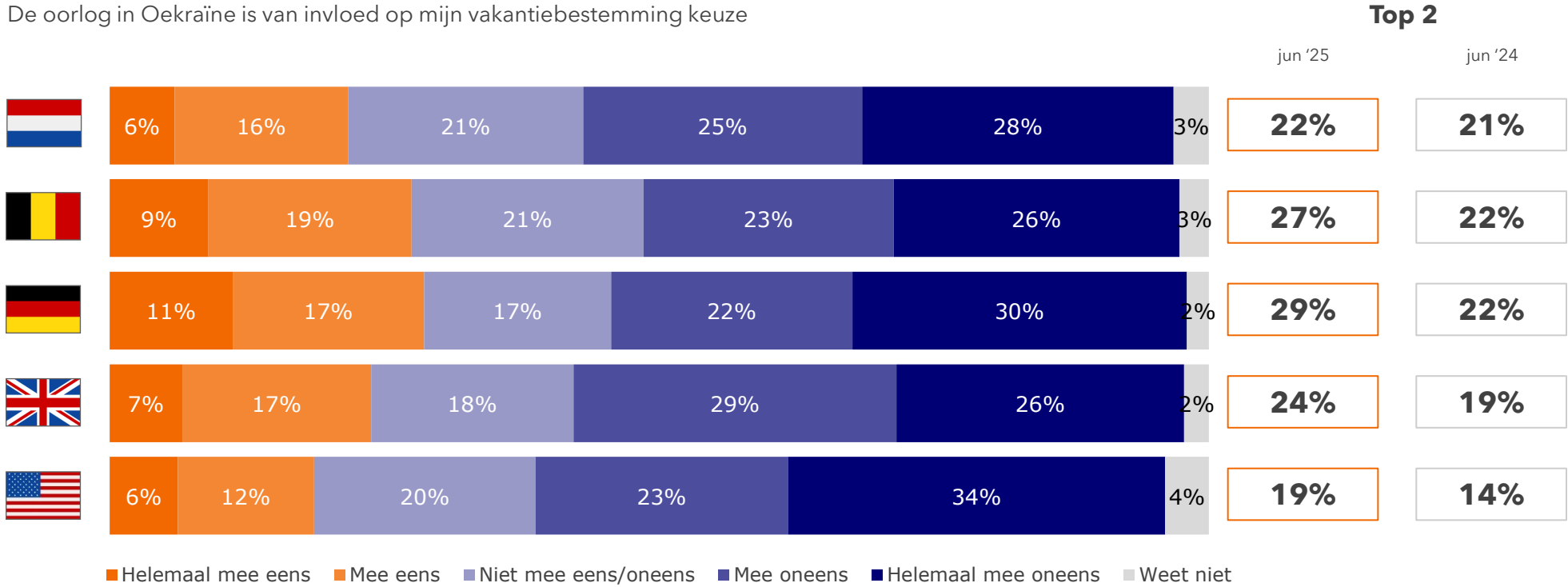
					
Ik pas mijn bestemming aan	46% (47%)	40% (35%)	56% (50%)	34% (24%)	38% (27%)
Ik pas mijn vakantieperiode aan	51% (46%)	53% (50%)	53% (47%)	47% (42%)	42% (43%)
Ik boek meer last-minute	21% (17%)	21% (20%)	23% (21%)	19% (23%)	22% (22%)
Ik let extra op voorwaarden en verzekeringen	16% (21%)	20% (21%)	23% (24%)	34% (36%)	34% (41%)
Anders, namelijk	2% (3%)	2% (3%)	1% (1%)	1% (2%)	3% (2%)

Basis: mensen die het eens zijn met de stelling dat toenemende extreme weersomstandigheden de vakantiekeuze beïnvloeden.
 Markering: hoogste score per land.
 Scores tussen haakjes zijn van een jaar geleden.

Vraagstelling: Hoe beïnvloeden toenemende extreme weersomstandigheden uw vakantiekeuze?
 Meerdere antwoorden mogelijk.

Ongeveer een kwart (24%) van de ondervraagden geeft aan dat de oorlog in Oekraïne van invloed is op de vakantiebestemming keuze. Een jaar geleden was dit gemiddeld 20%. Onder Amerikanen is deze score momenteel het laagst (19%) en onder Duitsers het hoogst (29%).

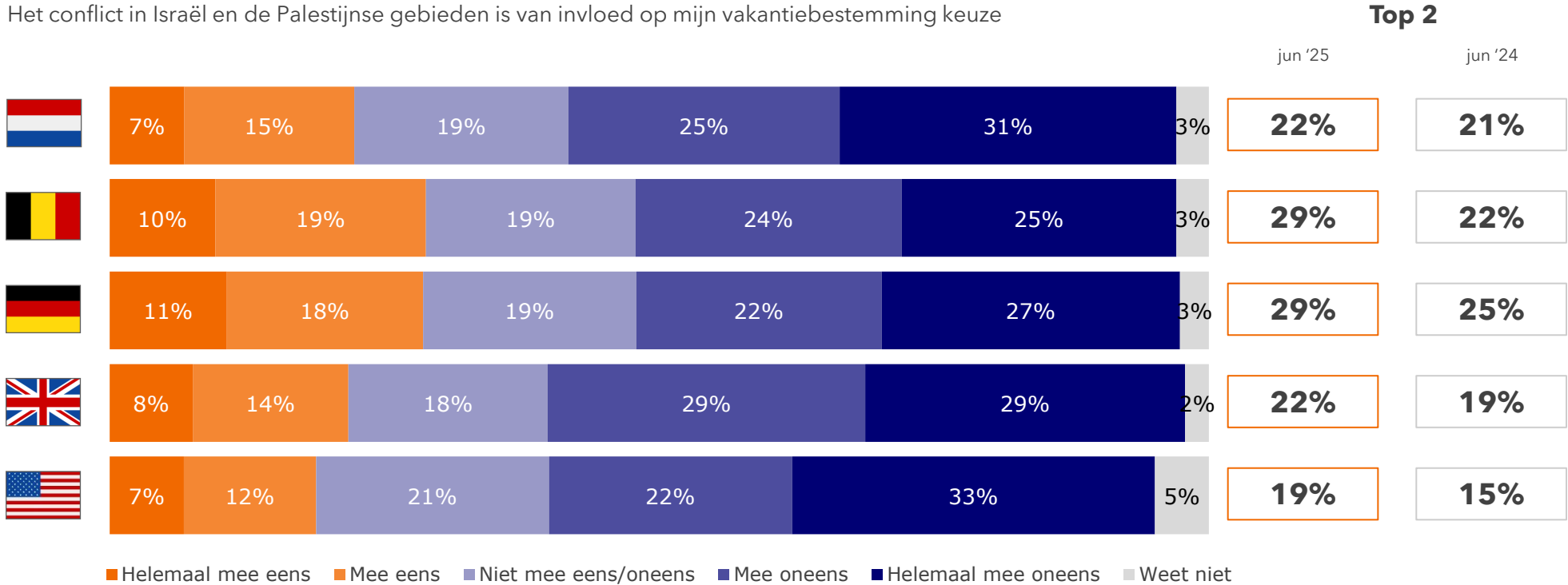
De oorlog in Oekraïne is van invloed op mijn vakantiebestemming keuze



Basis: iedereen (gehele steekproef)
Afrondingsverschillen kunnen optreden bij het top 2 %.

Ook geeft ongeveer een kwart (24%) van de ondervraagden aan dat het conflict in Israël en de Palestijnse gebieden van invloed is op de vakantiebestemming keuze. Een jaar geleden was dit 20%. De top2 scores variëren momenteel van 19% onder Amerikanen tot 29% onder Duitsers en Belgen.

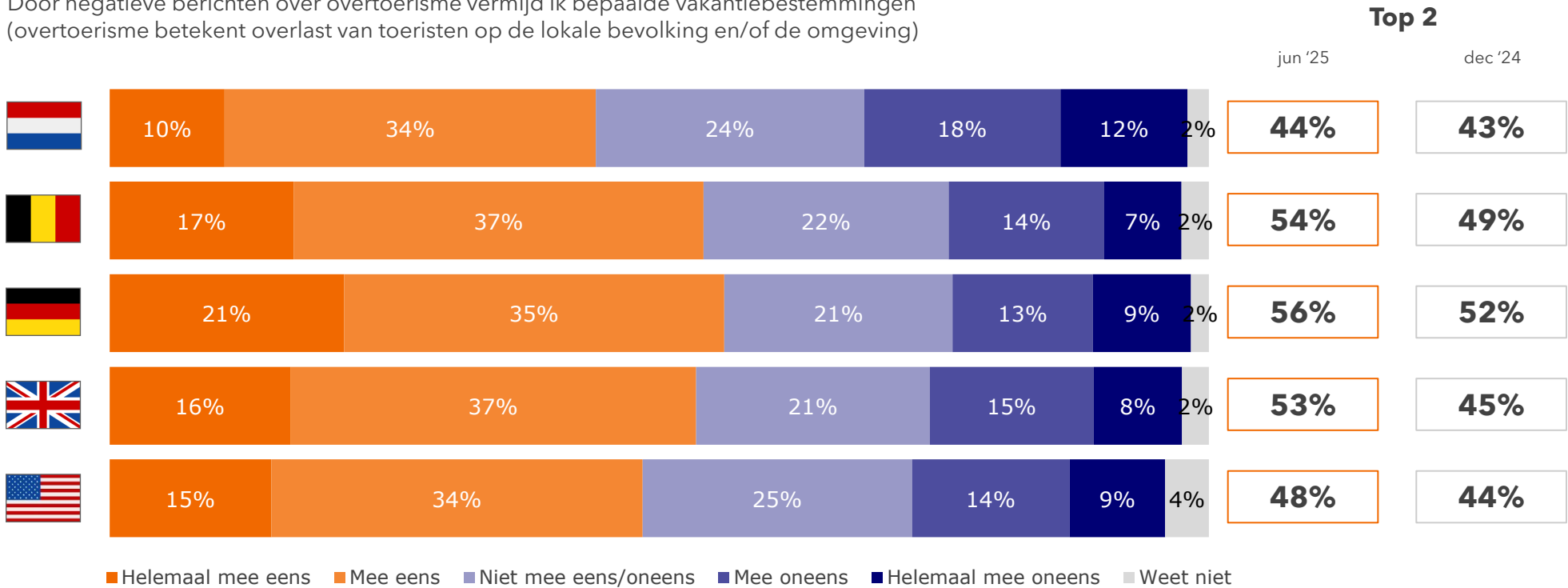
Het conflict in Israël en de Palestijnse gebieden is van invloed op mijn vakantiebestemming keuze



Basis: iedereen (gehele steekproef)
Afrondingsverschillen kunnen optreden bij het top 2 %.

Gemiddeld 51% zegt bepaalde vakantiebestemmingen te vermijden door negatieve berichten over overtoerisme. Deze score is het laagst onder Nederlanders (44%) en het hoogst onder Duitsers (56%). Een halfjaar geleden lag het gemiddelde van deze vijf landen op 46%.

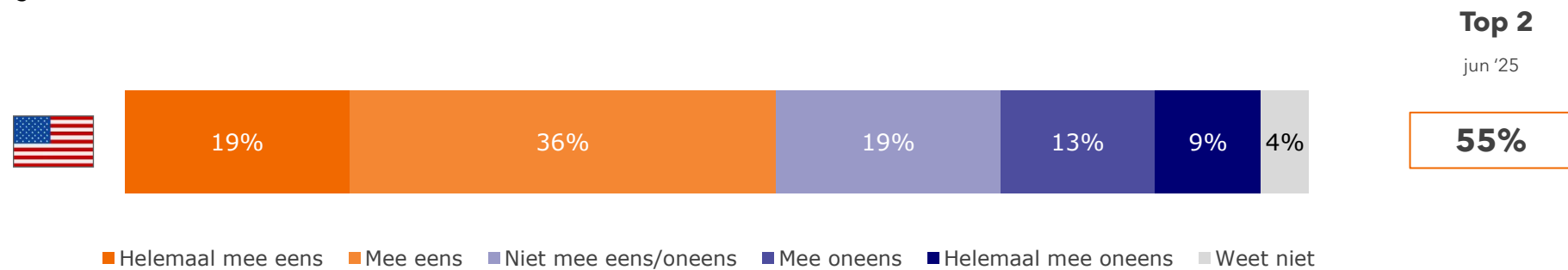
Door negatieve berichten over overtoerisme vermijd ik bepaalde vakantiebestemmingen
(overtoerisme betekent overlast van toeristen op de lokale bevolking en/of de omgeving)



Basis: iedereen (gehele steekproef)
Afrondingsverschillen kunnen optreden bij het top 2 %.

Meer dan de helft van de Amerikanen (gem. 55%) maakt zich zorgen dat de politieke spanningen invloed kunnen hebben op hoe zij in het buitenland worden gezien als ze internationaal reizen.

Ik maak me zorgen dat politieke spanningen invloed kunnen hebben op hoe Amerikanen in het buitenland worden gezien als ze internationaal reizen.



Basis: iedereen (gehele steekproef)
Afrondingsverschillen kunnen optreden bij het top 2 %.

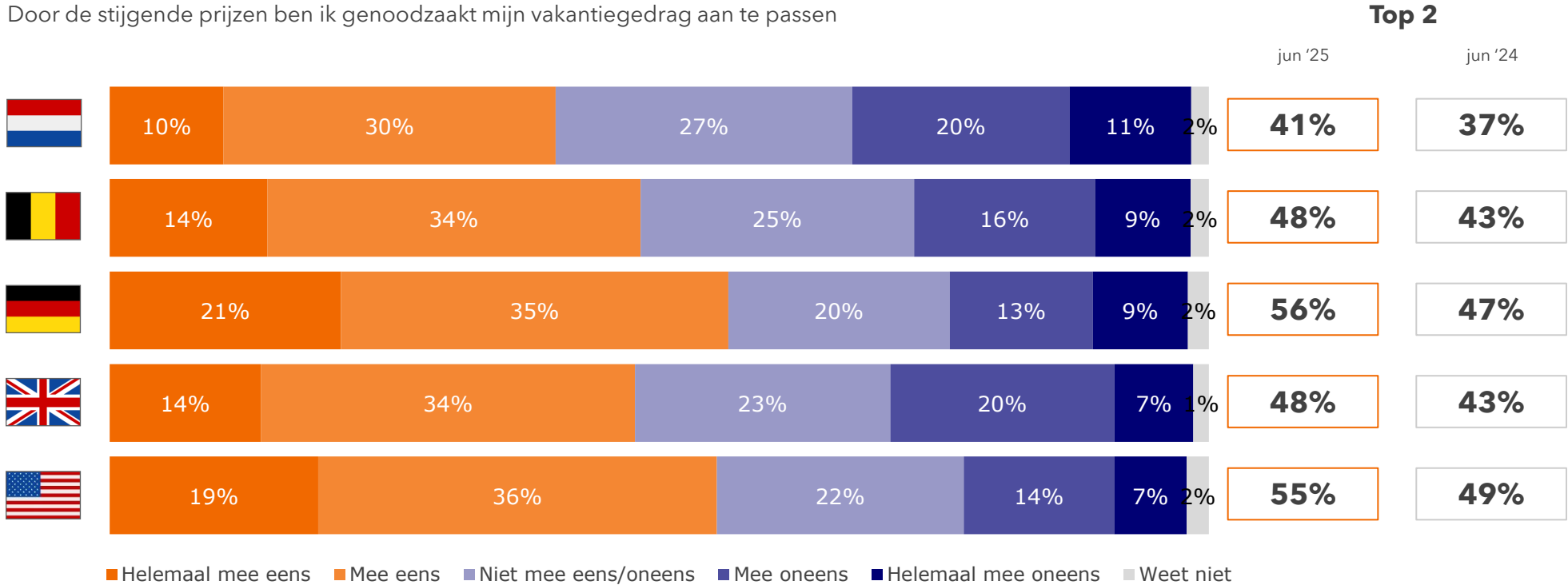




2. Invloed stijgende prijzen op vakantieplannen

De helft van de ondervraagden (gem. 50%) geeft aan genoodzaakt te zijn het vakantiegedrag aan te passen als gevolg van de stijgende prijzen. Een jaar geleden was dit gemiddeld 44%. Destijds stond er wel nog als voorbeeld 'brandstof, gas/energie, boodschappen etc' bij vermeld, waar dat nu is weggelaten. Scores variëren van 41% (Nederlanders) tot 55% (Amerikanen) en 56% (Duitsers).

Door de stijgende prijzen ben ik genoodzaakt mijn vakantiegedrag aan te passen



Basis: iedereen (gehele steekproef)
Afrondingsverschillen kunnen optreden bij het top 2 %.

Als mensen hun vakantiegedrag aanpassen (vanwege de hogere prijzen), doen ze dit vooral door minder vaak op vakantie te gaan (gem. 48%) en/of te kiezen voor een goedkopere accommodatie/verblijf (gem. 44%). Daarna volgt het verkorten van de vakantie (gem. 32%). Nederlanders en Belgen kiezen het vermijden van het hoogseizoen nu minder vaak als bespaarmaatregel dan een jaar geleden.

					
Korter op vakantie	28% (27%)	29% (31%)	34% (31%)	27% (35%) ↓	40% (37%)
Minder vaak op vakantie	41% (44%)	48% (42%) ↑	51% (53%)	50% (51%)	50% (51%)
Goedkopere accommodatie/verblijf	43% (43%)	39% (40%)	47% (41%) ↑	47% (42%)	44% (41%)
Goedkoper vervoer	17% (19%)	14% (14%)	16% (11%) ↑	17% (19%)	22% (24%)
Besparen op bestemming zelf	30% (35%)	22% (23%)	26% (30%)	32% (30%)	28% (32%)
Het hoogseizoen vermijden	18% (23%) ↓	21% (27%) ↓	20% (24%)	27% (30%)	25% (23%)
Anders, namelijk	3% (3%)	2% (3%)	2% (2%)	1% (1%)	2% (2%)

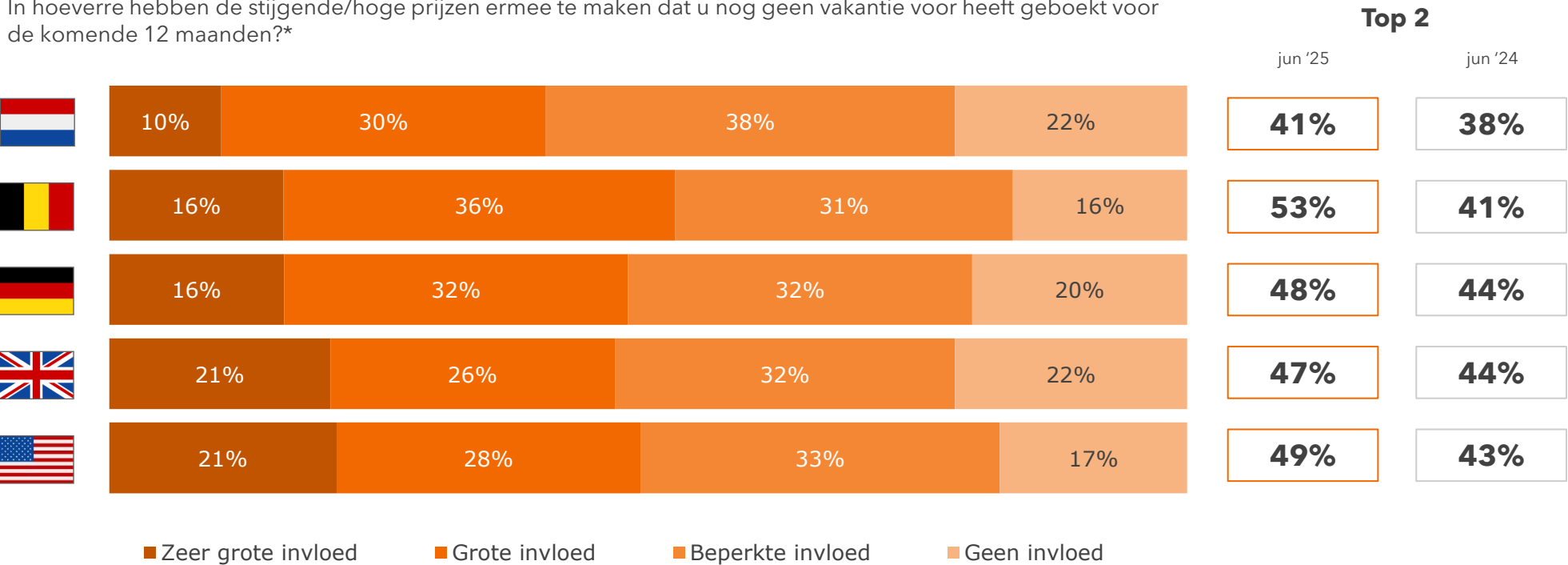
Basis: Mensen die het (helemaal) eens zijn met de stelling 'Door de stijgende prijzen ben ik genoodzaakt mijn vakantiegedrag aan te passen'
 Markering: de hoogste score van elk land.
 Tussen haakjes de scores van een jaar geleden. Pijl: significant hoger/lager.

Vraagstelling: Op welke manier past u vooral uw vakantiegedrag aan als gevolg van de stijgende/hoge prijzen? Meerdere antwoorden mogelijk (max. 3).



Van de mensen die wel een vakantie intentie hebben, maar nog niet geboekt hebben, geeft gemiddeld 47% aan dat de stijgende/hoge prijzen hier een (zeer) grote invloed op hebben. De top2 scores lopen momenteel uiteen van 41% onder Nederlanders tot 53% onder de Belgen.

In hoeverre hebben de stijgende/hoge prijzen ermee te maken dat u nog geen vakantie voor heeft geboekt voor de komende 12 maanden?*



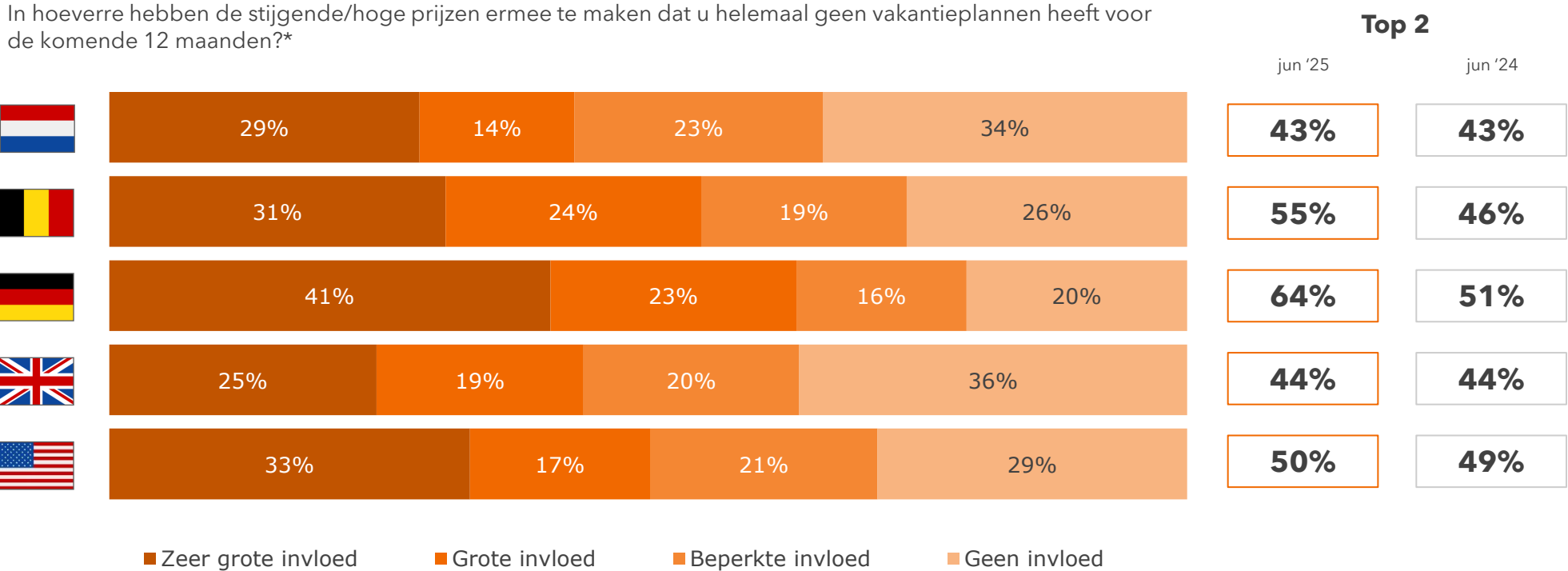
*Note: In juni '24 werden bij deze vraag voorbeelden genoemd (van hogere prijzen) zoals brandstof, gas/energie, boodschappen, dat is in juni '25 weggelaten.

Basis: Mensen die nog niet geboekt hebben, maar wel een vakantie intentie hebben voor de komende 12 maanden.
Afrondingsverschillen kunnen optreden bij het top 2 %.

Vraagstelling: In hoeverre hebben de stijgende/hoge prijzen ermee te maken dat u nog geen vakantie voor heeft geboekt voor de komende 12 maanden?

Gemiddeld geeft 52% van de mensen zonder vakantieplannen aan dat de stijgende/hoge prijzen hier een (zeer) grote invloed op hebben. Onder Nederlanders is deze score het laagst (43%) en onder Duitsers het hoogst (64%). Een jaar geleden was het gemiddelde van deze vijf landen 47%*.

In hoeverre hebben de stijgende/hoge prijzen ermee te maken dat u helemaal geen vakantieplannen heeft voor de komende 12 maanden?*



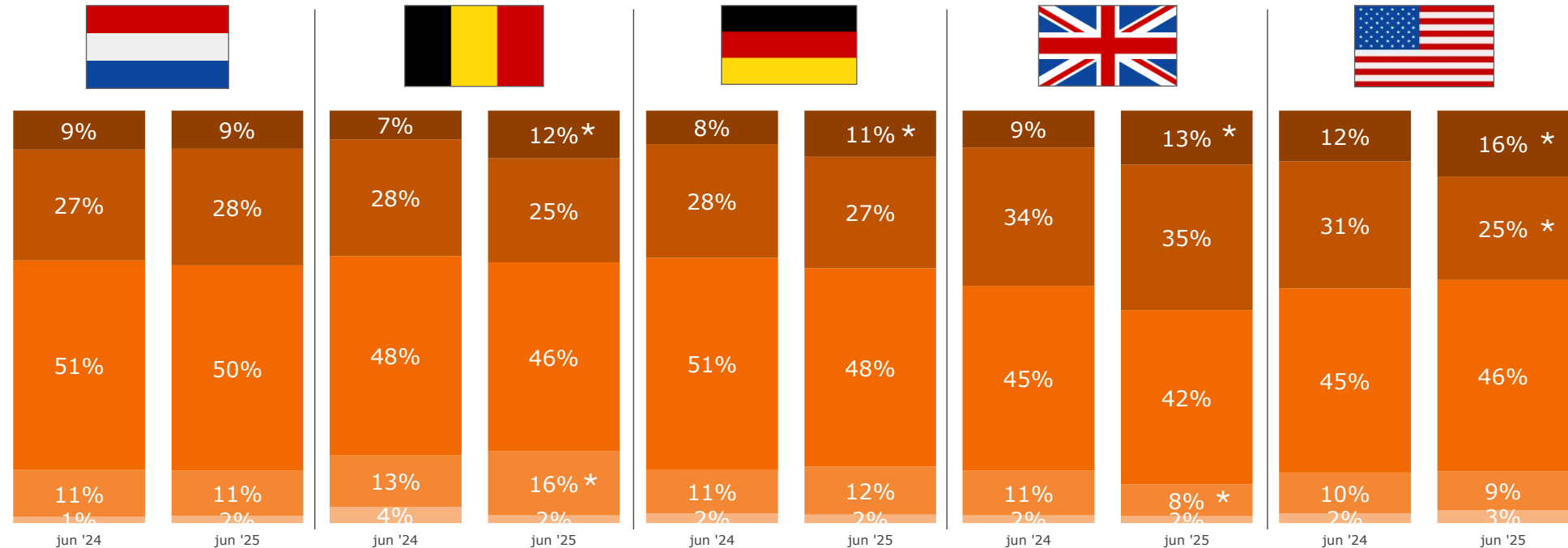
*Note: In juni '24 werden bij deze vraag voorbeelden genoemd (van hogere prijzen) zoals brandstof, gas/energie, boodschappen, dat is in juni '25 weggelaten.

Basis: Mensen die momenteel geen vakantie intentie hebben voor de komende 12 maanden.
Afrondingsverschillen kunnen optreden bij het top 2 %.

Vraagstelling: In hoeverre hebben de stijgende/hoge prijzen ermee te maken dat u helemaal geen vakantieplannen heeft voor de komende 12 maanden?

Van de mensen met een vakantie intentie voor de komende 12 maanden, geeft gemiddeld 46% aan voor de eerstvolgende vakantie een vergelijkbaar vakantiebudget te hebben als in eerdere jaren. Gemiddeld 28% heeft een iets hoger budget dan in eerdere jaren. Vooral in de UK heeft men nu een (iets of veel) hoger budget dan wat men een jaar geleden aangaf.

Het vakantiebudget voor mijn eerstvolgende vakantie is....



■ Veel lager
 ■ Lager
 ■ Vergelijkbaar
 ■ Iets hoger
 ■ Veel hoger

Basis: Mensen met vakantieplannen voor de komende 12 maanden (geboekt of moet nog boeken)
 * Betekent significant verschil ten opzichte van de meting een jaar geleden.

Vraagstelling: Welke situatie is het meest op u van toepassing?





Over de Vakantie Sentiment Monitor

De Vakantie Sentiment Monitor (VSM) van het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) biedt twee keer per jaar inzicht in de vakantie-intenties van Nederlanders en inwoners van de internationale kernmarkten België, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten.

Deze monitor onderzoekt hoe actualiteiten zoals economische omstandigheden, klimaataspecten en geopolitieke ontwikkelingen het vakantiegedrag beïnvloeden. De VSM ondersteunt beleidsmakers en de toeristische sector bij het inspelen op veranderende voorkeuren en marktontwikkelingen.

Element	Beschrijving	
Methode:	Online	
Doelgroep:	0 + 1-meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA/CHINA 2-meting: NL/BE/DE/UK 3-meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA/CHINA 4-meting: NL/BE/DE/UK 5-meting t/m 11 meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA/CHINA 12-meting t/m 15-meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA	16-meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA (+CHINA APART) 17-meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA 18-meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA 19-meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA/CHINA* 20 meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA 21-meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA 22-meting: NL/BE/DE/FR/UK/USA/ES 23-meting: NL/BE/DE/UK/USA
Steekproefbron:	Consumenten panel van Dynata (behalve de 16-meting in China, die verliep via WeChat)	
Steekproefgrootte:	Netto n=1.000 per land, 18+ nationaal representatief op leeftijd, geslacht en regio. *Voor China is in de 19-meting gefocust op de grote steden in Tier 1 en 2.	
Veldwerkperiode:	<u>0-meting t/m 4-meting: in 2020</u> 5-meting: 7 jan t/m 13 jan 2021 6-meting: 18 mrt t/m 23 mrt 2021 7-meting: 19 mei t/m 25 mei 2021 8-meting: 1 jul t/m 6 jul 2021 9-meting: 1 sep t/m 7 sep 2021 <u>10-meting: 15 nov t/m 21 nov 2021</u> <u>11-meting: 31 mrt t/m 6 apr 2022</u> 12-meting: 13 jun t/m 21 jun 2022 13-meting: 2 sep t/m 8 sep 2022 <u>14-meting: 5 dec t/m 9 dec 2022</u>	15-meting: 9 mrt t/m 14 mrt 2023 16-meting: 1 jun t/m 7 jun 2023 17-meting: 25 aug t/m 31 aug 2023 <u>18-meting: 1 dec t/m 8 dec 2023</u> 19-meting: 2 apr t/m 8 apr 2024 20-meting: 30 mei t/m 5 jun 2024 21-meting: 30 aug t/m 6 sep 2024 <u>22-meting: 29 nov t/m 5 dec 2024</u> <u>23-meting: 2 juni t/m 6 juni 2025</u>



Colofon & contact

Juli 2025

Foto omslag en pagina 50 en 51

© Marvin Kuhr

Deze publicatie is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld, maar het is altijd mogelijk dat bepaalde informatie niet (meer) klopt. Alle teksten en grafieken in deze uitgave mogen vermenigvuldigd of openbaar gemaakt worden, mits met bronvermelding van NBTC. Voor beeldmateriaal moet ook de naam van de fotograaf worden vermeld, op deze wijze: © Naam Fotograaf.

Contactpersoon voor deze publicatie

Marlotte Jansen: mjansen@holland.com

Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen
Prinses Catharina-Amaliastraat 5
2496 XD Den Haag
Postbus 63470
2502 JL Den Haag

Deze publicatie is een uitgave van NBTC.

Meer informatie? Zie nbt.nl of onze pagina op [LinkedIn](#).





NBTC

Nederlands Bureau
voor Toerisme &
Congressen