

Voor het eerst inclusief een update van de Nederlandse zomervakantieplannen!

Trends & ontwikkelingen op de Nederlandse vakantiemarkt 2014

Waar de periode tot en met 2008 groei liet zien op de Nederlandse vakantiemarkt, zorgden de economische omstandigheden ervoor dat het aantal vakanties vanaf 2009 stabiliseerde. De Nederlander ging korter, minder ver en gaf minder geld uit. Door het aanhouden van de crisis werd vanaf 2013 een nieuwe fase aangebroken; de Nederlandse vakantiemarkt kromp. Zet deze krimp door in 2014? In het rapport 'Trends & ontwikkelingen op de Nederlandse vakantiemarkt 2014' zetten we de belangrijkste ontwikkelingen op een rij. Dit rapport is aan te vullen met de zogeheten deelmarktmodules, waarin voor 12 deelmarkten het vakantiegedrag van A tot Z wordt beschreven.



In het rapport 'Trends & ontwikkelingen op de Nederlandse vakantiemarkt 2014' beschrijft NBTC-NIPO Research de Nederlandse vakantiemarkt in 2014. Daarbij wordt tevens een vergelijking gemaakt met de resultaten van voorafgaande jaren, zodat trends en ontwikkelingen zichtbaar worden.

Vakanties in Nederland en in het buitenland

Naast een algemeen beeld geeft het rapport een verdieping op de vakanties in Nederland en de vakanties in het buitenland. U leest in het rapport informatie over de volgende onderwerpen:

- vakantieparticipatie en -frequentie
- vakantiebestemmingen
- vertrekperiode en vakantieduur
- boekingswijze en organisatiegraad
- vakantietype en accommodatie
- vervoermiddel, luchthaven van vertrek
- ondernomen vakantieactiviteiten
- profiel vakantieganger
- vakantiebestedingen; totale vakantie-uitgaven, alsmede specifieke uitgaven aan accommodatie, vervoer, excursies, horecagelegenheden en winkels.

U krijgt tevens inzicht in de vakantieplannen voor de zomer van 2015

Aanvullend op de rapportage 'Trends & ontwikkelingen op de Nederlandse vakantiemarkt 2014' geven we u inzicht in de vakantieplannen van de Nederlandse bevolking voor de zomer van 2015. In januari en in april 2015 meten we het aantal vakantieplannen onder de Nederlandse bevolking onder circa 7.000 panelleden. Het onderzoek richt zich op vakanties van een week of langer in de zomerperiode mei tot en met september. De onderzoeksresultaten geven allereerst een algemeen beeld van de vakantieplannen voor de komende zomer (barometer). Maar ze geven ook een antwoord op vragen als: hoeveel Nederlanders willen komende zomer een vakantie doorbrengen in een bungalowpark in eigen land of een vliegvakantie ondernemen naar de Middellandse Zee (nader verdeeld naar bestemming). Doordat tevens gevraagd wordt of de geplande vakantie al geboekt/geregeld is, ontstaat inzicht in het potentieel aan vakanties. Tot slot worden resultaten afgezet tegen resultaten van eerdere jaren, zodat trends en ontwikkelingen zichtbaar worden. De rapportages met betrekking tot de zomervakantieplannen 2015 volgen begin februari en begin mei 2015.

Rapportage

Het volledige rapport verschijnt in de eerste helft van januari 2015 in PowerPoint format. In de rapportage worden de belangrijkste uitkomsten weergegeven in de vorm van grafieken en tabellen.

Samenvatting resultaten al in november 2014

Als afnemer van het rapport ontvangt u eind november 2014 al een eerste PowerPointrapport met de belangrijkste resultaten over het vakantiejaar 2014.

Analyse op maat

Indien u het rapport 'Trends & ontwikkelingen op de Nederlandse vakantiemarkt 2014' afneemt, bestaat aanvullend de mogelijkheid om tegen geringe kosten een maatwerkanalyse te laten verzorgen of extra vragen toe te voegen aan het onderzoek. De kosten hiervoor zijn op aanvraag. De resultaten van de analyse wordt exclusief aan u gerapporteerd. Voor de formulering van extra vragen denken wij graag met u mee.

Kosten

De kosten voor het rapport 'Trends & ontwikkelingen op de Nederlandse vakantiemarkt 2014' (inclusief de rapportages m.b.t. de zomervakantieplannen) bedragen € 2.750,- (exclusief btw). De eerste helft van deze kosten wordt gefactureerd na bestelling. De tweede helft wordt gefactureerd na oplevering van het uitgebreide rapport in januari 2015. Het rapport kunt u uitbreiden met modules van de voor u relevante deelmarkten.

Deelmarktmodules

Inzicht in het vakantiegedrag van specifieke deelmarkten, los van elkaar te bestellen!

Het zoek-, boek- en vakantiegedrag kan sterk verschillen per type vakantie. Om deze reden brengt NBTC-NIPO Research net als vorig jaar een reeks rapportages uit die specifiek ingaan op belangrijke deelmarkten.

De belangrijkste aspecten van het vakantiegedrag worden daarom voor u op een rij gezet voor twaalf belangrijke deelmarkten in de zogeheten deelmarktmodules. Deze modules kunt u los van elkaar bestellen:

1. stedentrips
2. zon/vliegvakanties naar de Middellandse Zee
3. zon/vliegvakanties intercontinentaal
4. rondreizen buiten Europa
5. bungalowvakanties
6. kampeervakanties
7. korte hotelvakanties buiten de stad
8. online vliegticketboekingen
9. online hotelboekingen
10. reisbureauboekingen (aan balie)
11. buitenlandse touringcarreizen
12. wintersportvakanties

De deelmarkt rapporten geven u inzicht in het totale vakantieproces, dat de vijf onderstaande fasen bestaat. In de bijlage vindt u een overzicht van de onderwerpen die worden behandeld per deelmarkt.



Fase 1: De inspiratiefase

Hoe doet de vakantieganger inspiratie op voor een vakantie? Welke informatiebronnen spelen de grootste rol? Is dat de familie, vrienden en/of kennissen, de traditionele media of wellicht social media?

Fase 2: De informatiefase

Na de inspiratiefase zal de potentiële vakantieganger zich gaan verdiepen in een specifieke vakantie. Welke informatiebronnen gebruikt men?

Fase 3: De boekingsfase

Wanneer de bestemming is bepaald, kan de vakantieganger op veel verschillende manieren de vakantie regelen; zelf de reis samenstellen, een pakketreis boeken, alleen een vliegticket boeken of helemaal niets van te voren te regelen. De verschillende boekingsvormen worden in het deelmarktenrapport uitgelicht, waarbij ook aandacht wordt besteed aan vakantiegangers die voor één vakantie meerdere boekingen maken bij verschillende instanties.

Fase 4: De vakantie

De daadwerkelijke vakantie is aangebroken. Waar is de Nederlander geweest, wat heeft men gedaan en hoeveel heeft men uitgegeven?

Fase 5: Evaluatie

Hoe heeft de Nederlander zijn of haar vakantie ervaren en worden deze ervaringen gedeeld via middels social media?

De resultaten ontvangt u in een PowerPoint rapportage met grafieken en tabellen, inclusief een tekstuele toelichting. De rapportage van de door u gewenste deelmarkt(en) zijn in februari 2015 beschikbaar. Om u een overzicht te geven van de informatie die aan bod komt in de rapportage, is bijgevoegd een onderwerpenlijst opgenomen.

Kosten

De kosten voor het deelmarktenrapport zijn afhankelijk van het aantal deelmarkten dat u afneemt en kan alleen in combinatie met het rapport 'Trends & ontwikkelingen op de Nederlandse vakantiemarkt 2014' worden afgenomen. Het eerste deelmarktrapport naar keuze bedraagt € 2.250,- excl. btw. Indien u een tweede deelmarktrapport bestelt, kost dit tweede rapport € 1.250,-, het derde rapport € 750,- en alle aanvullende rapporten kosten € 500,- per stuk.

Deelmarkt naar keuze	kosten (excl. btw)
1 ^e deelmarktrapport	€ 2.250,-
2 ^e deelmarktrapport	€ 1.250,-
3 ^e deelmarktrapport	€ 750,-
4 ^e t/m 12 ^e deelmarktrapport	€ 500,- per stuk

Bestellen of meer informatie?

Bestellen?

Als u een of meer rapporten wilt bestellen, stuur dan een e-mail aan een van onderstaande contactpersonen.

Meer informatie?

Ad Schalekamp

T 020 522 57 89

E ad.schalekamp@tns-nipo.com



Kees van der Most

T 070 370 52 94

E kvandermost@holland.com



Bijlage 'Onderwerpen in deelmarktenrapporten'

Inspiratie en informatie

- *vakantie specifiek mediagedrag*
- *geraadpleegde informatiebronnen*
- *tijd tussen oriëntatie en boeking*

Boeking

- *organisatiegraad vakantie/vervoer/verblijf*
- *boekingswijze*
- *boekingskanaal*
- *periode tussen boeken en vertrek*

Vakantie

- *aantal vakanties*
- *bestemmingsprovincie in Nederland*
- *bestemmingsland in het buitenland*
- *vakantieduur*
- *vertrekmaand*
- *accommodatietype*
- *vervoermiddel*
- *type vakantie*
- *vakantieactiviteiten; bezoek bezienswaardigheden, ondernomen (sportieve) activiteiten*
- *bestedingen*
- *profiel vakantieganger; leeftijd, sociale klasse, regio, gezinscyclus*

Evaluatie

- *waardering bestemmingslanden*
- *geplaatste beoordelingen online*