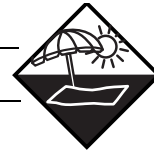


Vakantiedrag



Waar gaat deze kaart over?

Deze kaart gaat over vakantiedrag van mensen. Het maakt je duidelijk waarom mensen met vakantie gaan en hoe de keuze voor een vakantie tot stand komt.

Wat wordt er van jou verwacht?

Na het bestuderen van deze kaart kun je:

- uitleggen wat er wordt bedoeld met het begrip vakantiedrag
- uitleggen wat het begrip vakantie inhoudt
- de belangrijkste verschijnselen omschrijven die bepalen of mensen met vakantie gaan
- de belangrijkste factoren omschrijven die van invloed zijn op het vakantiedrag
- voorbeelden van trends in vakantiedrag noemen

Wat is vakantiedrag?

Vakantiedrag is het beste te omschrijven als het gedrag dat mensen tonen ten opzichte van vakantie. Het gaat dan om het gedrag van een grotere groep mensen, bijvoorbeeld alle Nederlanders. Om misverstanden te voorkomen is het belangrijk om een juiste definitie van het begrip vakantie te geven. Een vakantie is het reizen en verblijven buiten je eigen woonomgeving met tenminste vier achtereenvolgende overnachtingen.

Een weekend zeilen in Friesland is dus geen vakantie, maar wordt gerekend tot het zogenaamde kort verblijf. Een kort verblijf is reizen en verblijf buiten de eigen woonomgeving met maximaal drie achtereenvolgende overnachtingen.

Een dagje naar de Efteling is dus ook geen vakantie, maar hoort bij het zogenaamde dagtoerisme. Dagtoerisme is recreatief gedrag met een maximale duur van 24 uur.

Een week naar een bungalowpark met het gezin is wel een vorm van vakantie.

Het vakantiedrag van Nederlanders heeft een aantal kenmerken. Deze kenmerken laten zien hoe vaak Nederlanders met vakantie gaan, waarheen zij gaan, wat zij willen uitgeven aan een vakantie en met welk vervoermiddel zij willen reizen.



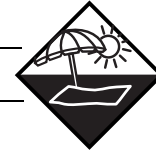
Vakantiedrag

Factoren die van invloed zijn op vakantiedrag

Het vakantiedrag van mensen wordt door heel veel factoren beïnvloed. De factoren die een grote invloed hebben op het vakantiedrag zijn in drie categorieën onder te verdelen:

1. Omgevingsfactoren
Omgevingsfactoren bepalen indirect het vakantiedrag. Het inkomen, de gezinssamenstelling, het opleidingsniveau, leeftijd, woonomgeving en gezondheid zijn voorbeelden van omgevingsfactoren. Sommige van deze factoren kunnen zelfs een belemmering vormen om met vakantie te gaan.
2. Het aanbod aan reismogelijkheden
Mensen maken keuzes bij het bepalen van hun vakantie. Zij doen dit meestal op basis van het aanbod van de reisorganisaties. Reisorganisaties hebben een aanbod aan reizen waarin het ver-

Vakantiedrag



voer, het verblijf, de bestemming, de activiteiten, de periode, de tijdsduur, het eventuele reisgezelschap en de organisatiegraad het vakantiedrag kunnen bepalen.



3. Motivatie van de vakantieganger

Mensen gaan op vakantie met een bepaalde reden om vakantie te houden. Deze motivatie kan zeer verschillend zijn, maar heeft duidelijk een effect op het vakantiedrag.

Er zijn mensen die op vakantie gaan vanwege de status (=aanzien) die de vakantie oplevert. Meestal zijn dit niet de goedkoopste bestemmingen, maar verre en exotische reizen. Veel mensen gaan naar de bekende toeristische badplaatsen in Spanje, omdat zij graag naar het strand willen, maar ook verzekerd willen zijn van zon. Een zeer belangrijke doelgroep voor de reisorganisaties.

Enkele voorbeelden van andere motivaties zijn rust, actief, avontuur, leerzaam, cultureel en studie.

Welke kenmerken zijn van belang bij het bepalen van het vakantiedrag?

Zoals gezegd is het begrip vakantiedrag eigenlijk een samenvatting van verschillende aspecten, die aangeven welk gedrag mensen hebben ten opzichte van vakantie.

Twee belangrijke kenmerken zijn met een definitie weer te geven.

– Vakantieparticipatie

Met vakantieparticipatie wordt het aandeel van de bevolking genoemd dat minimaal één keer per jaar op vakantie gaat.

De vakantieparticipatie van de Nederlandse bevolking bedraagt ongeveer 75%.

Dat betekent dus dat 75% van de Nederlandse bevolking minimaal één keer per jaar op vakantie gaat.

– Vakantie-intensiteit (ook wel vakantie-frequentie genoemd)

De vakantie-intensiteit is het gemiddeld aantal vakanties per vakantieganger per jaar.

Sommige mensen gaan twee of meer keer per jaar met vakantie.

Je kunt de vakantie-intensiteit voor bijvoorbeeld Nederland als volgt berekenen:

Vakantie-intensiteit =

$$\frac{\text{Totaal aantal vakanties van Nederlanders}}{\text{Vakantieparticipatie} \times \text{bevolking Nederland}}$$

Andere belangrijke aspecten zijn gemiddelde vakantieduur, gemiddelde uitgaven per persoon, belangrijkste bestemmingen (in binnen- en buitenland) en belangrijkste vervoermiddelen.

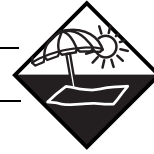
Waarom is het belangrijk om veel over het vakantiedrag te weten?

Het vakantiedrag van de Nederlanders heeft een groot effect op tal van terreinen.

Denk maar eens aan de Nederlandse schatkist.

Heel veel Nederlanders kiezen ervoor om naar het buitenland op vakantie te gaan. Al het geld dat zij in het buitenland besteden verdwijnt uit de Nederlandse economie. Gelukkig komen er ook veel buitenlandse toeristen naar ons land en geven hier geld uit. Het is echter wel zo dat er in de reiswereld

Vakantiedrag



meer geld naar het buitenland gaat dan dat er in Nederland binnenkomt.

Ook Nederlandse bedrijven hebben te maken met het effect van het vakantiedrag. In de zomermaanden is de bedrijvigheid laag, omdat veel werknemers met vakantie zijn.



Tot slot is het vakantiedrag ook erg belangrijk voor de reisorganisaties. Zij zijn geïnteresseerd in wat de mensen voor hun vakantie willen. Wanneer de reisorganisaties goed bekend zijn met het vakantiedrag kunnen zij hun toeristische aanbod daarop afstemmen.

Reisorganisaties maken dan ook gebruik van allerlei onderzoeken om mensen in te delen in verschillende typen reizigers.

Het Amerikaanse bedrijf American Express hanteerde de volgende indeling:

- De avonturiers; ondernemende reizigers die graag andere culturen willen zien. Een groep hoog opgeleide, jonge mensen (tussen de 18 en 34 jaar) met een goed inkomen. Voor reisorganisaties is dit een grote doelgroep.
- De genieters; een groep, die veel geld uitgeeft. Echte wereldreizigers, die het harde werken beloofd willen zien met interessante reizen.

- De cententellers; een groep van oudere vakantiegangers, die weinig reizen. Avontuurlijke reizen zijn niet aan hun besteed.
- De tobbers; deze groep vindt reizen niet belangrijk. Ze ervaren het meestal als een probleem om op vakantie te gaan. Ontspanning is er pas als ze op de plaats van bestemming zijn.
- De dromers; deze groep vakantiegangers heeft niet zo'n hoge opleiding en een normaal inkomen. Ze reizen graag en veel. Iedere reis wordt goed voorbereid door het lezen van reisboeken.

Deze indeling is slechts een voorbeeld. Er worden ook hele andere indelingen gehanteerd. Het doel bij alle indelingen is echter wel om mensen met hetzelfde vakantiedrag bij elkaar te plaatsen. Op deze manier kan een reisorganisatie zich volledig richten op één of meerdere typen reiziger.

Trends in vakantiedrag

Er is in Nederland een aantal organisaties die onderzoek doen naar het vakantiedrag van de Nederlandse bevolking.

De belangrijkste onderzoeksbureaus zijn:

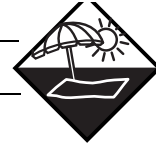
- NIPO: Nederlands Instituut voor Publieke opinie en marktonderzoek
- CBS: Centraal Bureau voor de Statistiek
- NRIT: Nederlands Research Instituut voor Toerisme en Recreatie
- CVO: Continue Vakantie Onderzoek

Zij onderzoeken het vakantiedrag en de eventuele veranderingen hierin.

Een vakantiebestemming kan zijn populariteit bij vakantiegangers verliezen. Hier zijn vaak verschillende redenen voor te benoemen, zoals vervuiling, te hoge prijzen of politieke onrust. Enkele voorbeelden:

De Spaanse costa's werden zeer populair bij de opkomst van het massatoerisme (= veel vakantie-

Vakantiegedrag



gangers die naar dezelfde vakantiebestemming reizen).

Door het groeiend aantal vakantiegangers gingen de lokale ondernemers (hotels, appartementen, restaurants) steeds hogere prijzen vragen.

Spanje verloor daardoor veel van haar populariteit. De vakantiegangers vonden Spanje te duur worden. Veel vakantiegangers bleven weg. Pas na een intensieve promotie is Spanje inmiddels weer een van de belangrijkste vakantiebestemmingen.

Turkije is een aantrekkelijk land voor strandvakanties, maar ook zeer geliefd als culturele bestemming. Het toerisme naar Turkije ontwikkelde zich zeer snel. Echter, ten gevolge van politieke onrust en aarbevingen verloor het land deze aantrekkingskracht op toeristen. Inmiddels groeit het toerisme naar Turkije weer.

Deze twee voorbeelden maken duidelijk dat het vakantiegedrag van mensen kan veranderen. Dit heeft alles te maken met de trends in de vakantiemarkt.

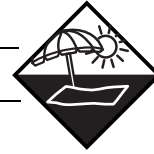
Een trend is een ontwikkeling, die laat zien dat mensen een bepaald type vakantie wil vieren. Vakanties naar verre/exotische bestemmingen is zo'n trend. Mensen hebben steeds meer geld en vrije tijd tot hun beschikking. Vakantieplannen worden hierop afgestemd.

Twee weken vakantie op een camping in Frankrijk was heel gewoon. Tegenwoordig wil men onder invloed van televisie, kranten en andere media naar verre onbekende landen. De vakantieganger wil avontuurlijke reizen, wil actief zijn. Zelfs reizen naar Antarctica (Zuidpool) behoren tot de mogelijkheden.



Actieve vakantie

Vakantiegedrag



Vragen

1. Omschrijf het begrip vakantiegedrag.
2. Omgevingsfactoren hebben een belangrijke invloed op vakantiegedrag.
Welke twee andere factoren spelen ook een belangrijke rol?
3. Onderstaande situaties hebben invloed op het vakantiegedrag. Geef bij iedere situatie een voorbeeld:
 - gezinssamenstelling
 - opleidingsniveau
 - woonomgeving
 - gezondheid
4. Wat is het verschil tussen vakantieparticipatie en vakantie-intensiteit?
5. * Waarom is een reisorganisatie geïnteresseerd in het vakantiegedrag van Nederlanders?
6. Tot welke type vakantieganger behoort jij?
7. * Waarom willen reisorganisatie de vakantieganger graag indelen in bepaalde categorieën?
8. Noem de vier onderzoeksbureaus die onderzoek doen naar het vakantiegedrag van Nederlanders.
9. Wat wordt er verstaan onder het begrip massatoerisme?
10. * Bedenk zelf een trend binnen de huidige vakantiemarkt.

Opdracht

Iedere leerling ondervraagt 5 mensen uit zijn/haar familie aan de hand van onderstaand enquête formulier.

De uitkomsten worden klassikaal besproken. Op het bord worden de uitkomsten van vraag 1, 3, 6 en 9 geturfd en de antwoorden van vraag 2 en 7 geïnventariseerd.

Enquete vakantie onderzoek

1. Ben je afgelopen zomer op vakantie geweest?
 - Ja (Ga door naar vraag 3)
 - Nee (ga door naar vraag 2)
2. Wat was de reden voor het thuisblijven (ga daarna naar vraag 6)
3. Naar welk land ben je op vakantie geweest? (Bij Nederland ook provincie noemen)
4. Met welke vervoermiddel ben je naar de vakantiebestemming gegaan?
5. In welke accommodatievorm heb je overnacht (bijvoorbeeld hotel)
6. Denk je dat je dit jaar nog een keer met vakantie gaat?
 - Ja (ga door naar vraag 7)
 - Nee (ga door naar vraag 8)
7. Wat is de bestemming van je vakantie?
8. Welke van de onderstaande kenmerken vindt jij belangrijk wanneer jij de vakantie bestemming zou mogen uitkiezen? (meerdere antwoorden zijn mogelijk)
 - Contact bevolking
 - Prijspeil
 - Uitgaansmogelijkheden
 - Andere omgeving / cultuur
 - Sportmogelijkheden
 - Eten / drinken
 - Iets van de wereld zien