

Kosten belangrijkste bij bestemmingskeuze



Impact op het milieu staat voor de consument onderaan de lijst van afwegingen bij het bepalen van een vakantiekeuze. Prijs, aantrekkelijkheid van de locatie en de kwaliteit van de accommodatie zijn belangrijker. Dat blijkt uit onderzoek naar duurzaamheid en vakanties, van bureau Trends & Tourism.

Tekst: Jaap van Sandijk

Foto: Shutterstock

De consument vindt duurzaamheid 'best wel' belangrijk, maar op vakantie wil hij vooral ontzorgd worden en niet te veel aan duurzaamheid denken. Wat overigens niet wil zeggen dat het de gast niks interesseert, licht onderzoeker Kees van der Most toe. "Die vertrouwt erop dat de recreatieondernemer het allemaal goed heeft geregeld. De ondernemer moet het voortouw nemen, vindt de consument." Voor het onderzoek deed Van der Most een steekproef onder tweeduizend Nederlanders die representatief zijn voor de bevolking.

Uit het onderzoek blijkt dat het belangrijkste aspect bij de vakantiekeuze van de Nederlander de prijs (van de boeking) en de kosten gedurende de vakantie zijn. Direct daarna komt de aantrekkelijkheid van de vakantiebestemming. Tijdens de vakantie vinden ruim vier op de tien Nederlanders het (zeer) belangrijk dat er aandacht is voor duurzaamheid. Aspecten van duurzaamheid die door alle ondervraagden het belangrijkste worden gevonden, zijn respect voor de cultuur en waarden van een bestemming (80 procent). Natuurbescherming vindt 74 procent (zeer) belangrijk. Behoud van erfgoed vindt 68 procent (zeer) belangrijk. Van der Most heeft de ondervraagden uitgesplitst in leeftijds-groepen, geslacht en opleidingsniveaus. "Vooral jongeren en hoger opgeleiden vinden duurzaamheid relatief belangrijk. Ook al zijn voor deze groepen de duurzaamheidsfactoren nog steeds

De gast vertrouwt erop dat de recreatieondernemer duurzaamheid goed heeft geregeld

niet de belangrijkste keuzecriteria. Ik schat dat zo'n 15 procent van de Nederlanders duurzaamheid echt laat meewegen in de vakantiebesluitvorming."

Succesfactoren

Toch blijft het voor recreatieondernemers belangrijk om duurzaam te ondernemen. Niet alleen vanwege die voortrekkersrol in de beleving van de gast, maar ook om toekomstbestendig te zijn. Van der Most noemt drie succesfactoren voor ondernemers. "Zorg er ten eerste voor dat je duurzame alternatief niet duurder is. Soms zijn we bereid om iets meer te betalen, maar dat mag niet teveel zijn. Ten tweede moet je duurzame oplossing niet te ingewikkeld zijn. Dat zie je soms bij de gescheiden afvalinzameling. Hou dat eenvoudig. En ten derde: je alternatief mag niet ten koste gaan van de beleving. De Eurostar naar Parijs vind ik in dat verband een mooi voorbeeld. Niet duurder dan het vliegtuig, je komt hartje stad aan en je hebt een authentieke reisbeleving."

Het rapport is te koop:

www.trends-tourism.nl