

OVERIJSSSEL

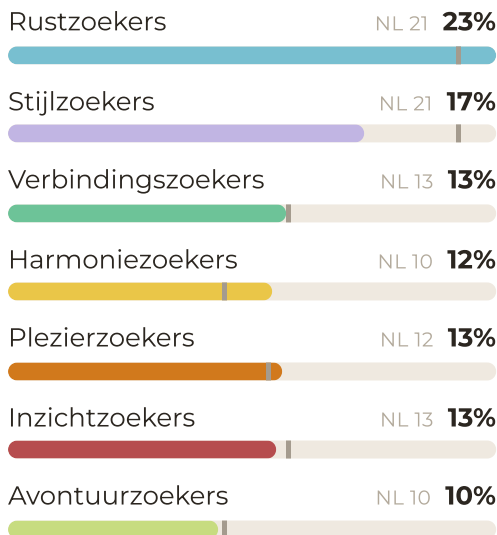
Alle 25 gemeenten · acht toeristische regio's

Vakantieonderzoek Plus 2025 · n = 945 · hele provincie · doorlopend onderzoek Landelijke Data Alliantie (NBTC)/Verian

WAT KENMERKT OVERIJSSSEL

Overijssel is een natuur- en rustbestemming voor de Nederlandse binnenlandse markt, met de Randstad en Noord-Brabant als belangrijkste herkomstgebieden; 11% van de vakanties wordt geboekt door Overijsselaars zelf. Mooie natuur (41% tegen 38% landelijk) en rust en ruimte (40% tegen 34%) zijn de belangrijkste redenen om voor de provincie te kiezen, met wandelen (28%) en fietsen (24%) daarachter. De waardering is hoog en licht boven het landelijke beeld: 97% zegt dat de vakantie aan de verwachtingen voldeed (NL 95%), 90% is tevreden over prijs en kwaliteit (NL 85%) en 94% over drukte en rust (NL 87%). Rustzoekers en stijlzoekers vormen samen bijna 40% van de gasten. Slechts 20% keek ook naar een andere bestemming; waar dat gebeurde ging het vooral om een andere Overijsselse regio, Drenthe of Gelderland.

LEEFSTIJLEN — VERDELING



Graag in de natuur op vakantie: **71%**

NL 67

Cultuur belangrijk tijdens het reizen:

43% NL 46

Grijze streep en grijs cijfer = landelijk gemiddelde

WAARDERING

97%

Voldeed aan verwachtingen

NL 95%

Tevreden prijs-kwaliteit **90%**
NL 85%

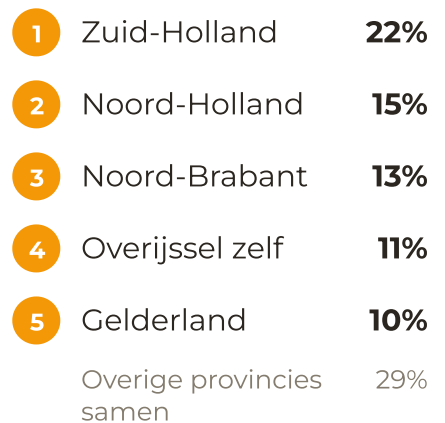
NPS (0-10) **8,0**
NL 7,9

Van plan terug te komen **56%**
NL 56%

Tevreden horeca-aanbod **78%**
NL 80%

Tevreden drukte/rust **94%**
NL 87%

HERKOMST BEZOEKERS



TWIJFELDE OVER DE BESTEMMING

20%

NL 20

van de bezoekers keek ook naar een andere bestemming

Hun eerste alternatief: Elders in Overijssel (22% van die twijfelaars). Pagina 2 geeft de volledige lijst.

WAT BETEKENT DIT — EN WAT KUN JE ERMEE

Natuur en rust zijn de propositie

Die twee redenen staan bovenaan en liggen boven het landelijke gemiddelde. Bouw de provinciale campagne daarop en laat de regio's het eigen accent leveren.

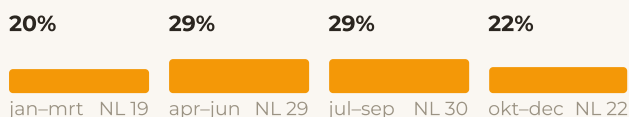
Prijs-kwaliteit is een sterk punt

90% tevreden tegen 85% landelijk, terwijl 'te duur' (54%) de belangrijkste afwijsreden voor accommodaties is. Maak de waarde expliciet in plaats van de prijs te verlagen.

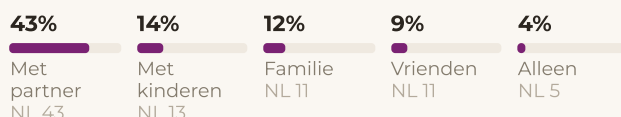
Zoek de winst in oriëntatie

Zoekmachine, eigen ervaring en de website van de accommodatie zijn de drie hoofdbronnen; 16% raadpleegt vooraf niets. Zichtbaarheid in zoek en bij de ondernemer bepaalt het bezoek.

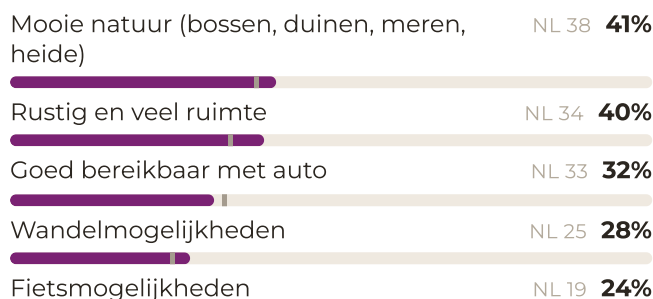
WANNEER KOMT MEN · aandeel vakanties per kwartaal



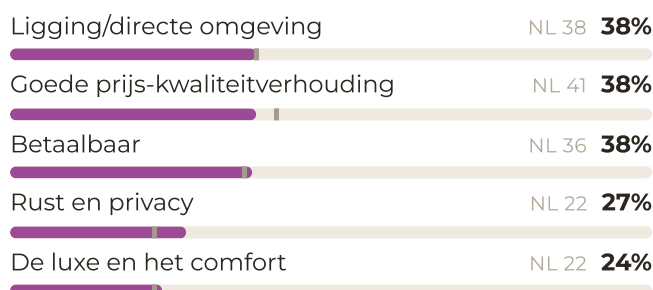
MET WIE · reisgezelschap



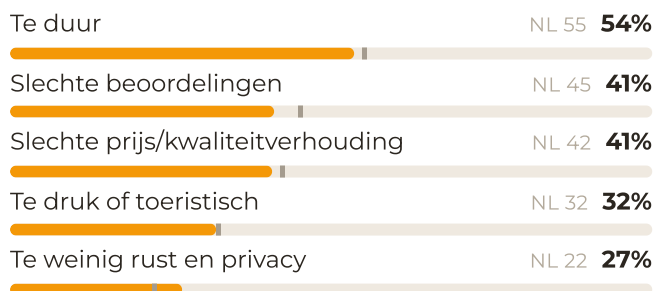
WAAROM DEZE REGIO



WAAROM DEZE ACCOMMODATIE



WAT EEN ACCOMMODATIE AFWIJST

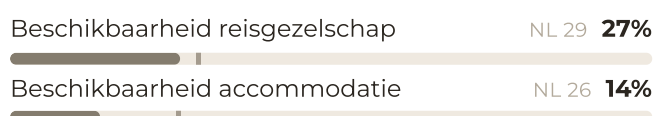


WAT DE KEUZE BEPAALT

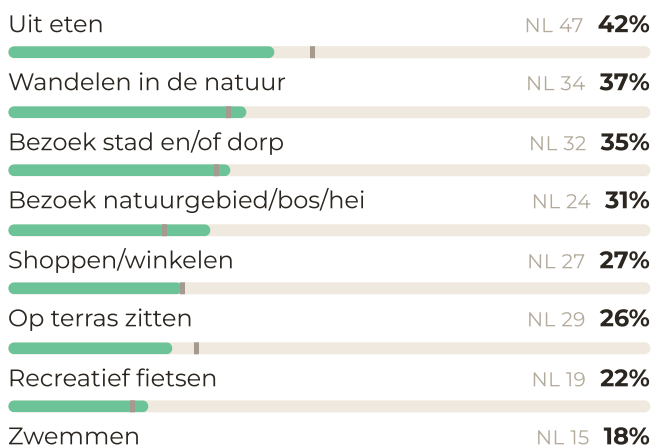
BELANGRIJKSTE KEUZE BIJ HET BOEKEN



BEPALEND VOOR DE REISPERIODE



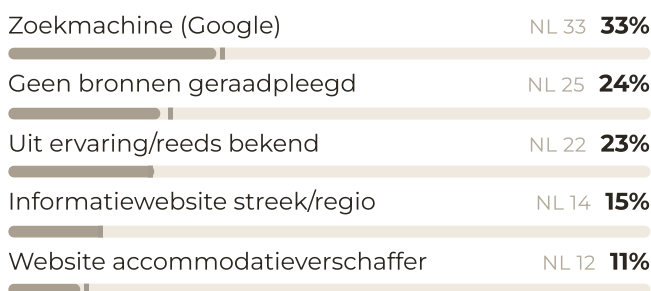
POPULAIRE ACTIVITEITEN (TOP 8)



INFORMATIEBRONNEN VOOR DE REIS



INFORMATIEBRONNEN TIJDENS HET VERBLIJF



OVERWOGEN ALTERNATIEVEN

20% (NL 20) van de bezoekers overwoog ook een andere bestemming. Dit is waar die groep naar keek.

