



Onderzoek Nederlandse bevolking

Onderzoek Nederlandse bevolking

Naast het faciliteren en analyseren van de ANWB-verkiezing 'Leukste uitje', heeft Q&A in opdracht van Het Land van ANWB gelijktijdig een onderzoek uitgevoerd. Het doel is een beter beeld te krijgen van de motivatie en het gedrag van de Nederlandse bevolking met betrekking tot de vrijetijdsbesteding en het bezoek aan uitjes in 2018 en de verwachting voor 2019.

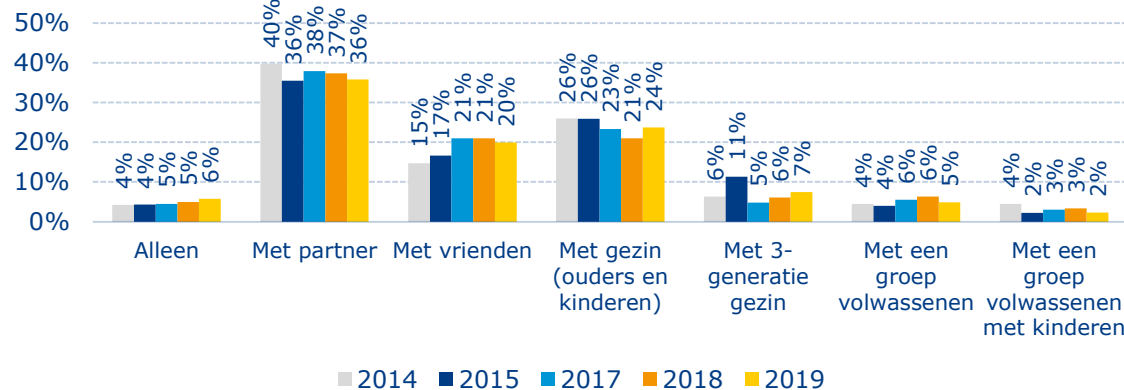
Dit onderzoek is uitgevoerd gedurende week 36 en 37 van 2018. Voor dit onderzoek zijn consumenten uit het Q&A panel ondervraagd.

Het Q&A panel, bestaande uit ruim 110.000 Nederlandse consumenten, is onderdeel van onderzoeks- en adviesbureau Q&A. Q&A is een onderzoeks- en adviesbureau gespecialiseerd in klantgerelateerd onderzoek. Op basis van betrouwbaar onderzoek kan snel inzichtelijk worden gemaakt wat het gedrag van consumenten is, wat de oorzaak van een bepaald probleem is en hoe consumenten tegen bepaalde onderwerpen aankijken. Door kwalitatief en kwantitatief onderzoek te combineren met specifieke kennis, is Q&A in staat de onderzoeksresultaten te vertalen naar adviezen die direct in de praktijk gebracht kunnen worden.

De resultaten van dit onderzoek geven dan ook een representatief beeld van de Nederlandse bevolking en hun gedrag met betrekking tot uitjes.

Bezoekerssamenstelling en besteding entree

Met wie onderneem je de meeste uitjes?



Ruim één op de drie respondenten onderneemt uitje met partner

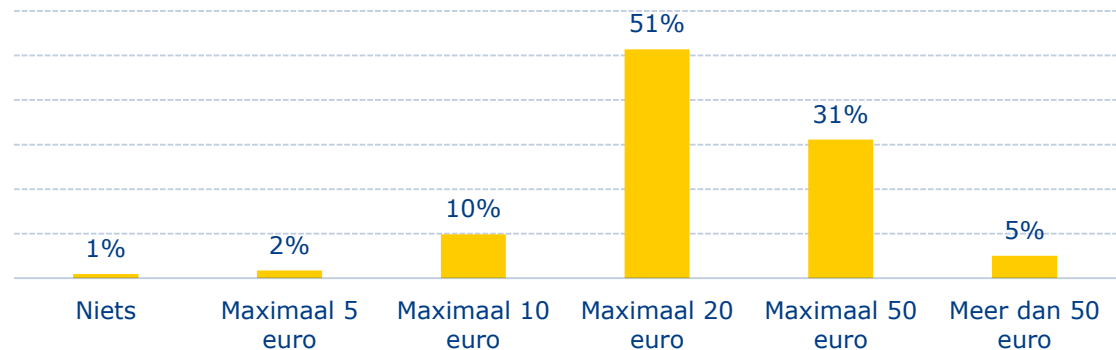
De respondenten bezoeken een uitje het meest met partner. Daarnaast zijn samenstellingen 'met gezin' en 'met vrienden' het meest genoemd.

Ten opzichte van 2018 is er een toename te zien van respondenten die een uitje bezoeken met het gezin (ouders en kinderen).

Helft respondenten wil maximaal 20 euro besteden aan de entree

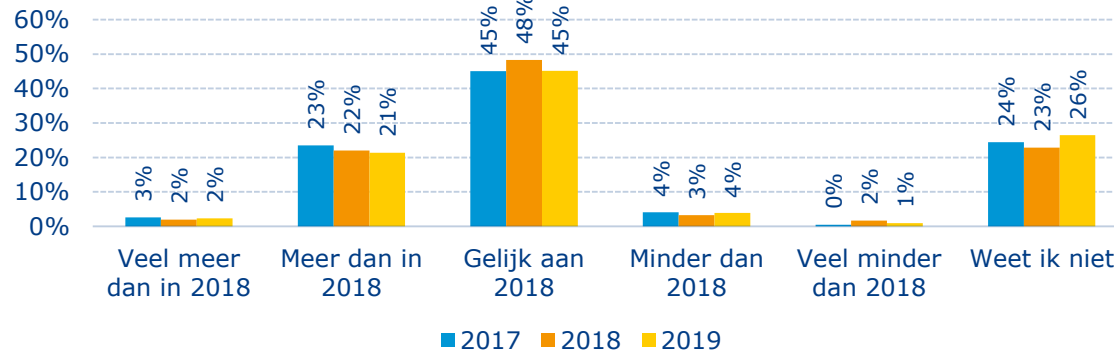
51% van de respondenten geeft aan dat zij maximaal twintig euro per persoon willen besteden aan de entree van een uitje. 31% geeft aan dat zij maximaal 50 euro per persoon willen besteden aan de entree. 5% vindt het geen probleem als er meer dan 50 euro per persoon aan de entree van een uitje besteed wordt.

Hoeveel euro wil je maximaal besteden aan de entree van een uitje per persoon?



Bezoekfrequentie

Hoeveel betaalde uitjes in Nederland wil je ondernemen in 2019?



Men verwacht in 2019 meer betaalde uitjes te ondernemen dan in 2018

De respondenten is gevraagd hoeveel betaalde uitjes zij in 2019 in Nederland willen gaan ondernemen.

45% van de respondenten is van plan om in 2019 hetzelfde aantal betaalde uitjes te ondernemen als in 2018. 24% is van plan om in 2019 (veel) meer uitjes te ondernemen dan in 2018.

Dit betekent dat men in 2019 een toename in de hoeveelheid betaalde uitjes kan verwachten.

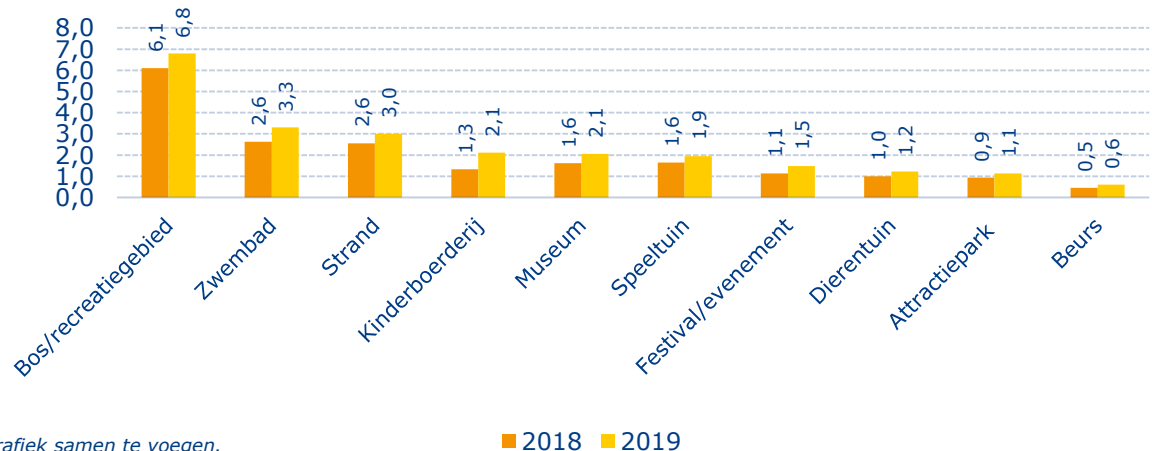
Ook in 2019 blijft het bos/recreatiegebied het populairste uitje

In 2018 hebben de respondenten gemiddeld 19* van de hiernaast weergegeven uitjes bezocht.

De respondenten is gevraagd hoe vaak zij de hiernaast genoemde uitjes verwachten te bezoeken in 2019.

De respondenten zullen in 2019 het vaakst het bos/recreatiegebied bezoeken, gevolgd door het zwembad en het strand. De respondenten verwachten dit jaar gemiddeld meer uitjes te bezoeken als in 2018, namelijk 24 uitjes*.

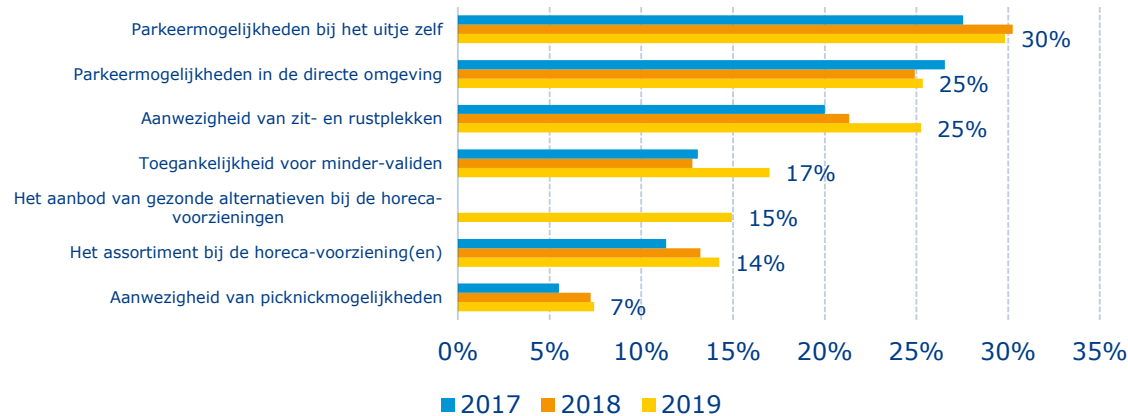
Hoe vaak heb je onderstaande uitjes in 2018 bezocht en hoe vaak ben je van plan een dergelijk uitje in 2019 te bezoeken?



*Het totale aantal uitjes komt tot stand door de aantallen uit de grafiek samen te voegen.

Belang bij keuze uitje + reviews

In hoeverre vind je onderstaande aspecten belangrijk bij de keuze om een bepaald uitje te bezoeken?



Parkeermogelijkheden bij uitje belangrijk bij het maken van een keuze voor een uitje

De respondenten is gevraagd welke aspecten zij belangrijk vinden bij de keuze voor een bepaald uitje.

Voor 30% van de respondenten is de parkeermogelijkheid bij het uitje zelf belangrijk bij de keuze voor een uitje. 25% vindt de parkeermogelijkheden in de omgeving belangrijk.

Naast parkeren vindt een kwart van de respondenten de aanwezigheid van zit- en rustplekken belangrijk. Hoe ouder de respondent is, hoe belangrijker men dit vindt.

15% vindt het aanbod van gezonde alternatieven bij de horecavoorzieningen belangrijk.

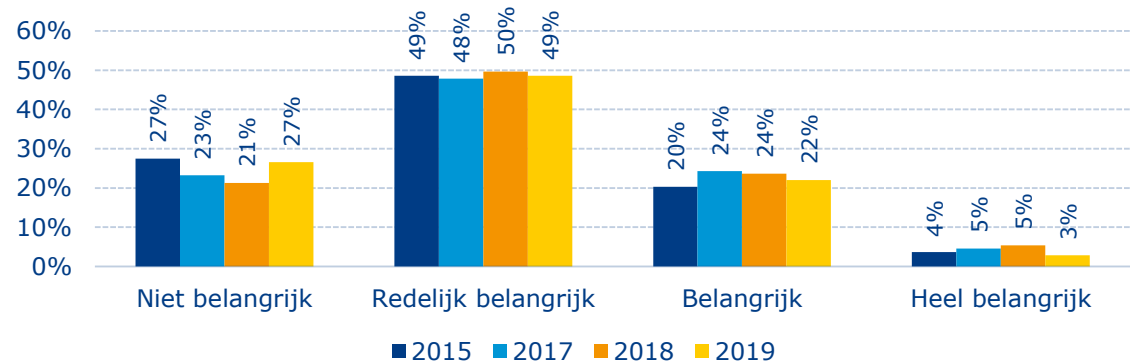
Kwart vindt mening van andere bezoekers (heel) belangrijk

De respondenten is gevraagd hoe belangrijk zij de mening van andere bezoekers vinden over een uitje.

25% van de respondenten geeft aan de mening van andere bezoekers (heel) belangrijk te vinden. 27% van de respondenten vindt de mening van andere bezoekers daarentegen niet van belang.

Vooraf 18 tot 45 jarigen vinden de mening van andere bezoekers over een uitje belangrijk. Indien dit je doelgroep is, is het belangrijk om reviews te delen.

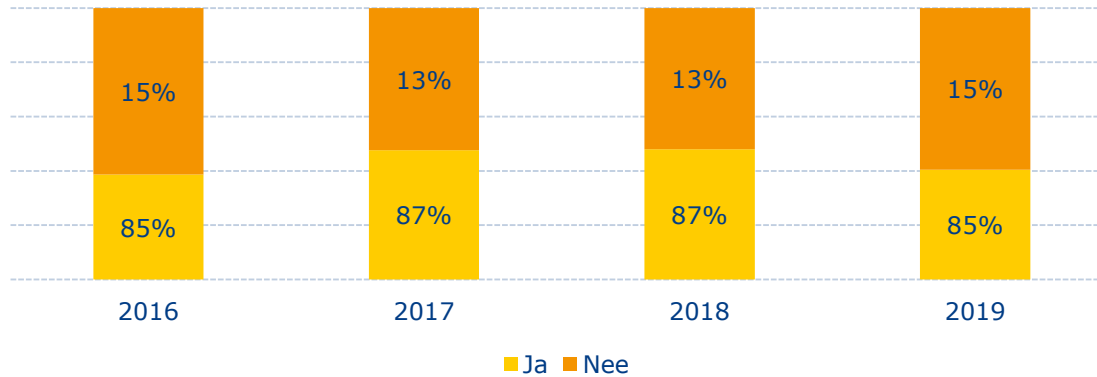
Hoe belangrijk vind je de mening van andere bezoekers over een uitje?



Deze vraag is in 2016 niet gesteld.

Tickets

Koop je weleens vooraf je ticket voor een uitje?



85% koopt weleens vooraf een ticket

De respondenten is gevraagd of zij weleens vooraf een ticket voor een uitje kopen.

85% van de respondenten koopt weleens vooraf een ticket voor een uitje. Onder 18-29-jarigen en 30-44-jarigen is dit aandeel nog hoger, namelijk 93% en 92%.

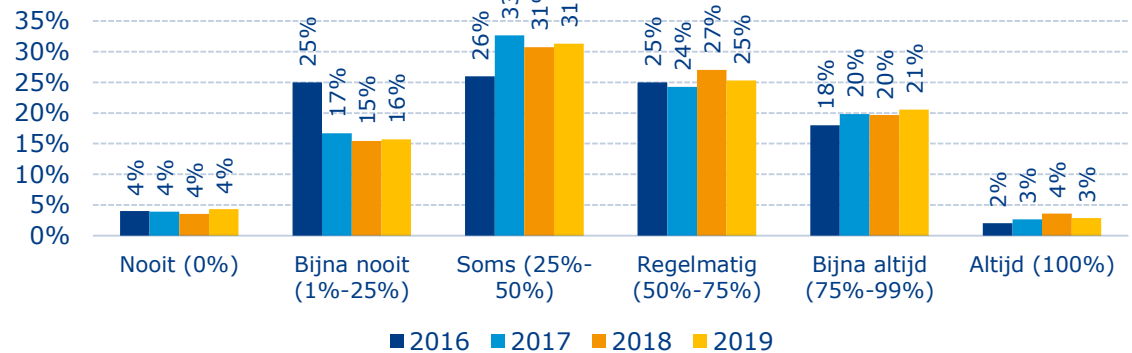
Gemiddeld genomen gaan de personen die vooraf een kaartje kopen 18 dagen van tevoren op zoek naar een ticket (in 2018 was dit 19 dagen van tevoren).

Bijna de helft van de respondenten maakt regelmatig tot bijna altijd gebruik van acties en aanbiedingen

De respondenten is gevraagd hoe vaak zij gebruikmaken van acties en aanbiedingen als zij een ticket kopen voor een uitje.

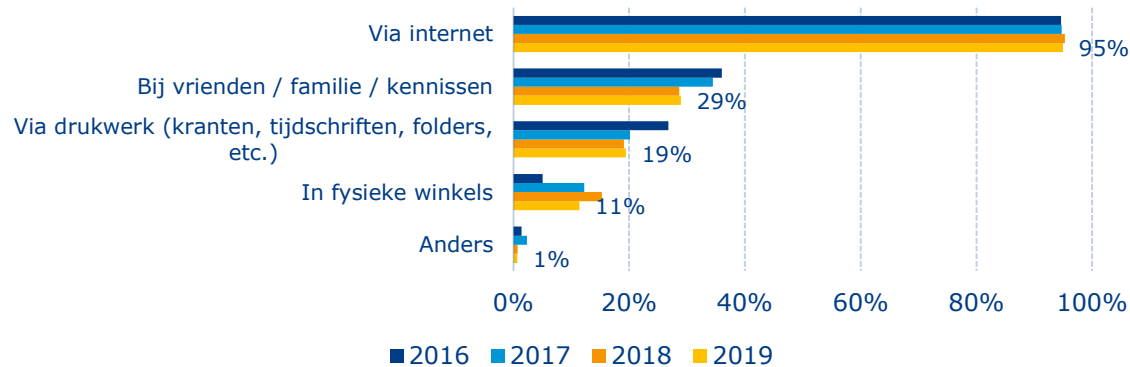
49% van de respondenten maakt bij meer dan de helft van de uitjes gebruik van acties en aanbiedingen. 4% van de respondenten maakt nooit gebruik van acties en aanbiedingen.

Kun je aangeven hoe vaak je gebruikmaakt van acties en aanbiedingen als je tickets koopt voor een uitje?



Tickets

Op welke manier oriënteer jij je als je vooraf tickets koopt voor een uitje?



Internet belangrijkste oriëntatiekanaal

95% van de respondenten, die vooraf een ticket kopen voor een uitje, oriënteert zich hiervoor via het internet.

29% vraagt vrienden, familie en/of kennissen om informatie tijdens het oriëntatieproces. Vooral respondenten in de leeftijd van 18 tot 30 jaar vragen anderen om informatie.

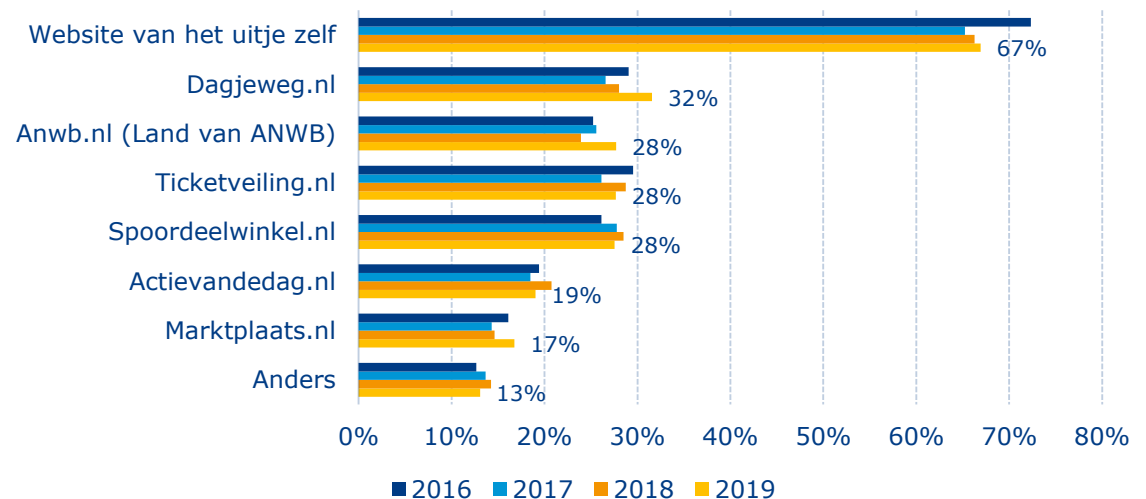
19% van de respondenten oriënteert zich via drukwerk als kranten, tijdschriften en folders. 45-plussers maken meer gebruik van drukwerk als oriëntatiemiddel dan respondenten onder de 45 jaar.

Website van het uitje zelf is de meest bezochte site wanneer men vooraf tickets voor een uitje wil kopen

De website van het uitje zelf is de populairste website tijdens het oriëntatieproces voor het vooraf kopen van een ticket voor een uitje. 67% van de respondenten, die zich oriënteren via het internet, bezoekt deze website.

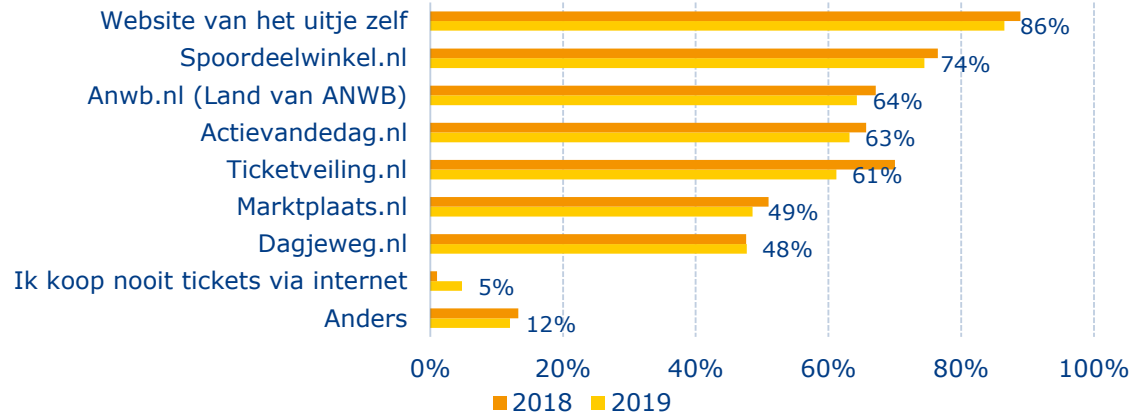
Na de website van het uitje zijn de websites dagjeweg.nl, anwb.nl, ticketveiling.nl en spoordeelwinkel.nl de meest populaire websites tijdens het oriëntatieproces.

Welke van onderstaande websites bezoek je weleens als je vooraf tickets voor een uitje wilt kopen?



Tickets

Via welke van onderstaande websites koop je weleens tickets voor een uitje?



Website van het uitje zelf is de populairste website voor kopen van tickets

Respondenten is ook gevraagd via welke websites zij weleens tickets voor een uitje kopen.

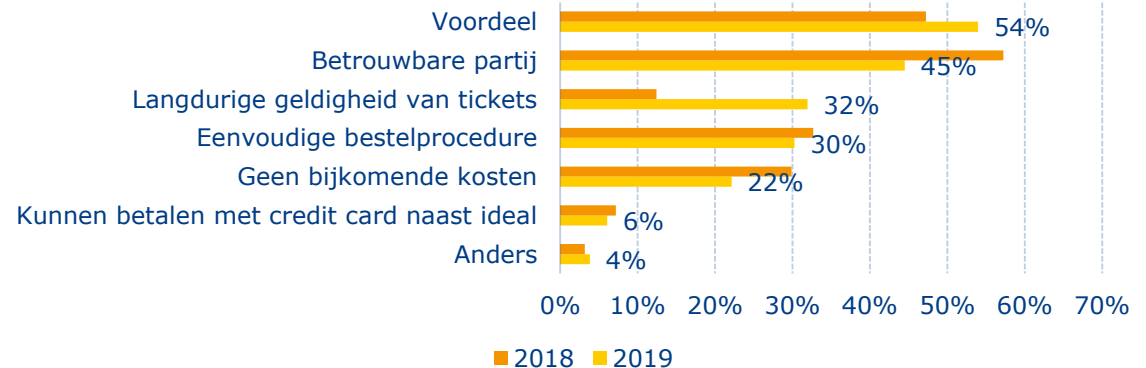
86% koopt weleens een ticket via de website van het uitje zelf. Na de website van het uitje zelf koopt men met name tickets via spoordeelwinkel.nl, anwb.nl, actievandedag.nl en ticketveiling.nl.

Voordeel is het belangrijkste als men online koopt

54% van de respondenten vindt het belangrijk dat er voordeel is als zij via het internet tickets kopen. Dit is beduidend belangrijker dan in 2018. Daarnaast vindt nog steeds 45% het ook belangrijk dat het een betrouwbare partij is.

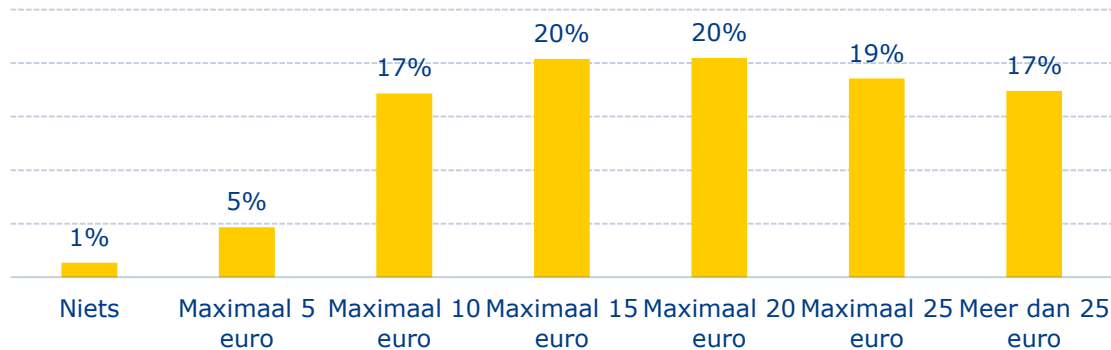
Ten opzichte van 2018 vindt men het vooral belangrijker dat de tickets langer geldig zijn.

Wat vind je belangrijk als je via internet tickets koopt?



Eten en drinken

Hoeveel ben je bereid uit te geven aan eten/drinken gedurende een dagje uit per persoon?



Twee op de vijf is bereid per persoon 15 tot 20 euro uit te geven aan eten/drinken

De respondenten is gevraagd hoeveel zij bereid zijn uit te geven aan eten/drinken per persoon tijdens een dagje uit.

Twee op de vijf respondenten is bereid maximaal 15 tot 20 euro uit te geven aan eten/drinken per persoon. 17% vindt het geen probleem om meer dan 25 euro per persoon aan eten/drinken uit te geven. 5% is niet bereid meer dan 5 euro uit te geven.

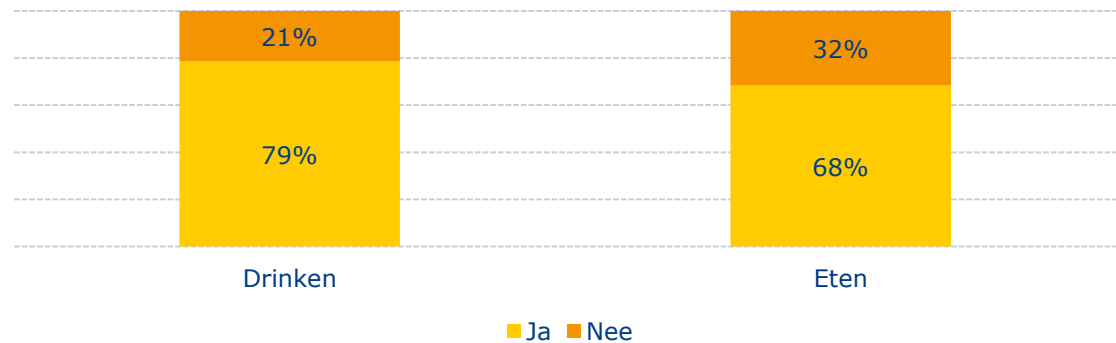
Meebrengen van eigen drinken belangrijker dan eigen eten

Er is gevraagd of de respondenten het belangrijk vinden dat zij hun eigen meegebrachte eten/drinken mogen nuttigen bij een uitje.

79% van de respondenten vindt het belangrijk dat zij hun eigen drinken mogen nuttigen. Het mogen nuttigen van je eigen meegebrachte eten vindt men iets minder belangrijk, namelijk 68%.

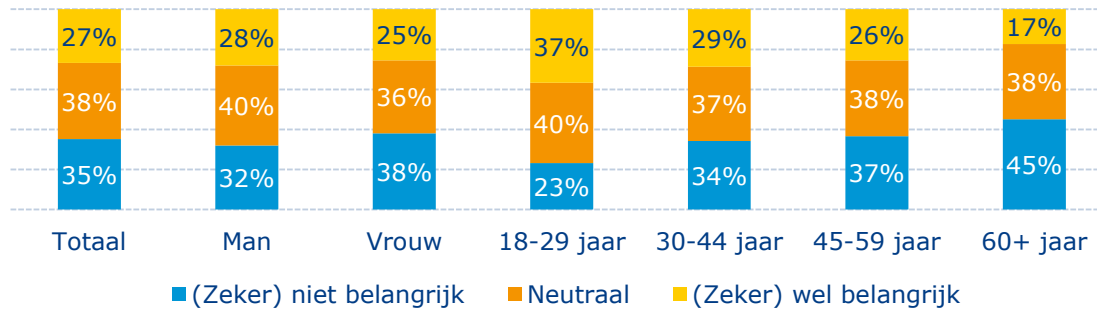
Vooraf vrouwen en respondenten in de leeftijd van 18 tot 30 jaar vinden het belangrijk dat zij hun eigen eten en drinken mogen meenemen.

Vind je het belangrijk dat je eigen meegebracht eten/drinken mag nuttigen?



Horecavoorziening in themastijl

In hoeverre vind je het belangrijk dat de horecavoorziening in themastijl van het park is ingericht?



Jongeren vinden het belangrijk dat de horecavoorziening in themastijl is

De respondenten is gevraagd in hoeverre zij het belangrijk vinden dat de horecavoorziening in themastijl van het park is ingericht.

27% van de respondenten vindt het (zeker) belangrijk dat de horecavoorziening in themastijl is ingericht. Vooral jongeren (18-29 jaar) vinden dit belangrijk.

35% vindt het daarentegen niet (heel) belangrijk dat het thema van de horecavoorziening aansluit bij het thema van het park. Vooral 60-plussers vinden dit niet belangrijk.