

STELLING:

“HOGERE PRIJZEN VOOR RECREATIEVE VERPLAATSINGEN SCHADEN DE REIZIGER NAUWELIJKS”



BERT VAN WEE – HOOGLERAAR
TRANSPORTBELEID TU DELFT

“Recreatief gedrag is relatief weinig onderzocht, afgezien van een inmiddels bijna afgerond programma in het kader van Duurzame Bereikbaarheid Randstad (DBR). De luchtvaart groeit wereldwijd sterk. Vliegen is relatief goedkoop wegens het ontbreken van heffingen op kerosine en BTW op tickets, maar wel energie-intensief, zeker per uur verplaatsen. Prijsbeleid ligt voor de hand, als is het moeilijk in te voeren vanwege de internationale aspecten. Maar is het ook ‘schadelijk’ voor de vakantiegangers? Dit lijkt mee te vallen. Van Cranenburgh (TUDelft) toont aan dat mensen makkelijk overstappen op andere bestemmingen, goedkopere reizen en accommodaties en vakanties in het laagseizoen. Of ze gaan minder vaak. Worden vliegtickets bijvoorbeeld 50 procent duurder, dan is dit ten gunste van de auto, trein

“Prijnsbeleid invoeren: voor de hand liggend, maar lastig”

of bus, en gaat men vaker in het binnenland op vakantie. Uit onderzoek van Grigolon (TU/e) onder jongeren op Europese stedentrip, blijkt dat ze de bestemming niet zo belangrijk vinden. Van bestemming switchen doen ze liever dan de vakantie duur aanpassen. Dagrecreatie vanuit de woning is soms een alternatief. Tom Gosens (VU) toont aan dat dit sterk afhangt van de bereikbaarheid. Uit eerder onderzoek is al gebleken dat mensen vaker een vliegvakantie nemen als de recreatiemogelijkheden in hun omgeving beperkt zijn.”



BERT POST – BEDRIJFSGROEPMANAGER RECRON
EN HOOFDREDACTEUR VAKBLAD RECREATIE

“Sinds 1980 zijn in Nederland de binnenlandse vakanties toegenomen met 59 procent en de buitenlandse met 238 procent. Verre reizen buiten Europa groeiden tot 2012 zelfs met 540 procent, aldus het NBTC. Niet de vakantieprijs bepaalt het reizigersgedrag, maar de hogere plaats van vakantie op de ranglijst van eerste levensbehoeften. In dat perspectief zal de vakantievierder dus bereid zijn meer te betalen. Voor wat betreft de bestemming en de aanpassing daarvan op

“Status, beleving, ervaring en kwaliteit beïnvloeden keuze vakantieganger meer dan prijs”

het te besteden budget zie ik een andere trend: Nederland wordt meer en meer gekozen voor de kortere vakantie en het buitenland voor het verblijf van twee tot drie weken. In 2013 zien we voor het eerst een daling in de vakantiebestedingen, terwijl de periode daarvoor - van 2008-2012 - een stabiel beeld laat zien, ondanks de veronderstelde mindere bestedingsruimte in die periode. De consument gaat dus voor value for money en is uiterst kieskeurig. Vakantie is een luxegoed: bij inkomensstijging neemt de vakantiebesteding relatief toe. Aan vakantie moet je iets overhouden en rijker terugkomen. Dat is de keuze die mensen steeds bewuster maakt. En zo kiest men bijvoorbeeld ook heel bewust voor een milieuvriendelijker en natuurgerichte vakantie in Nederland.”



www.nwo.nl
www.verdus.nl



Moeten we prijsbeleid invoeren voor recreatieve verplaatsingen?
www.verkeerbeeld.nl/linkedin