

Persbericht:

Camping- & Glampingonderzoek: Nederland op vakantie zeer pro-Europees

MEER DAN DRIEKWART NEDERLANDERS HEEFT GRAAG BUITENLANDSE BUREN OP CAMPING

- Liefst Duitsers als buren
- Engelsen meest luidruchtig
- Nederlanders meteen in vakantiestemming
- Meer dan tachtig procent vermindert communicatie met thuisfront in Nederland drastisch

Alkmaar, 22 juni 2016

Als Nederlanders op vakantie zijn, wordt Nederland even heel onbelangrijk. Dit blijkt uit het Nationale Camping- & Glampingonderzoek van Vacanceselect. De meeste Nederlanders, hoe luxe ze ook kamperen, zijn dan aanzienlijk minder of helemaal niet bereikbaar voor het thuisfont (82%). Slechts vijftien procent van de Nederlanders wil per sé een landgenoot naast zich op de camping. De overgrote meerderheid heeft echter absoluut geen bezwaar tegen buren uit een ander land.

Aan het onderzoek van Vacanceselect werkten 2100 respondenten mee. Van alle nationaliteiten in Europa vinden Nederlanders de Engelsen op de camping het meest luidruchtig (19%), gevolgd door de Russen (10%). Maar Nederlanders vinden Nederlanders zelf ook heel storend tijdens het kamperen. Zij plaatsen hen op de derde plaats (10%) als het gaat om meest luidruchtige buren. Andere ergernissen die kamperende Nederlanders ervaren zijn stank (49%) en te hard rijdende auto's op het campingterrein (37%). Meest favoriete buren van de Nederlanders zijn de Duitsers (19%).

Nederlander meteen in vakantiestemming

Tijdens de vakantievoorberedingen zijn het vooral vrouwen die de koffers en tassen van inhoud voorzien (54%), maar domineren mannen bij het inladen van de auto (45% mannen zelfstandig, 40% gezamenlijk met vrouw en 15% vrouwen zelf). Onderweg wordt er nauwelijks ruzie gemaakt (in 37% van de gevallen). Als er dan toch onenigheid ontstaat, zijn kinderen en files de belangrijkste oorzaak (54%).

Die ruzietjes zijn echter snel vergeten, zodra de Nederlander op zijn bestemming is gearriveerd. Zo'n 94% verkeert meteen al in vakantiestemming, zes procent heeft een paar dagen nodig om te acclimatiseren. Nederland, met al zijn dagelijkse beslommingen, ligt gevoelsmatig meteen heel ver weg. De behoefte aan communicatie met het thuisfront is dan ook vaak minimaal. Slechts achttien procent is op de camping net zo goed bereikbaar als thuis, hoewel bijna iedereen de smartphone (94%) heeft meegenomen. Ook de tablet (56%) behoort voor het overgrote deel tot de vakantiebagage.

Vacanceselect is een handelsnaam van Vacanceselect International AG.



Vacanceselect Nederland BV
Comeniusstraat 16 1817 MS Alkmaar
Tel: +31 (0)72 51 83 183 Fax: +31 (0)72 51 15 152
WWW.VACANCESELECT.COM/NL
IBAN: NL58ABNA0637868994 BIC: ABNANL2A
BTW: NL-851426037B01 K.V.K.: 54749522

Nederlanders blijken nog steeds niet scheutig met het delen van vakantie-ervaringen. Vrouwen zijn nog het meest communicatief. Zo'n dertig procent post hun belevenissen op social media. Bij mannen ligt dit zo'n tien procent lager. Logisch dan ook, dat maar zo'n één derde van de vakantiegangers behoefte heeft aan wifi op de camping.

Nauwelijks meer seks

Veel leefgewoonten van thuis worden op de camping voortgezet. Meer dan de helft (55%) zegt dezelfde hoeveelheid alcohol tot zich te nemen. Ook wordt er niet noemenswaardig meer gegeten dan normaal. Eenmaal thuis blijkt bijna zestig procent (59%) hetzelfde te wegen als voor vertrek. Maar 36% is daadwerkelijk in gewicht aangekomen. Of je nu kampeert of glampeert, maar iets meer dan een kwart (26%) stelt meer seks te hebben op vakantie dan thuis.

Het zijn nog steeds de vrouwen die op de camping verantwoordelijk zijn voor de huishoudelijke karweitjes. Mannen steken maar bij zes procent van al deze taken de handen uit de mouwen. Tenminste, dat zeggen vrouwen over hun man. Volgens de waarnemingen van de mannen zelf is dit echter drie keer zoveel meer en komen zij uit op een totaal 19% van alle huishoudelijke taken. Ook in de zorg over de kinderen op de camping verschillen beide sexes van mening. Volgens de mannen is het bij zo'n veertig procent van de gezinnen de moeder die hoofdzakelijk voor de kinderen zorgt. Worden vrouwen hiernaar gevraagd, dan stelt zo'n tweederde (66%) dat het vooral 'mama' is die zich over het jonge kroost ontfermt.

Noot voor de pers:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met: Debby Bos-Smits, Promotion & Event Manager. pers@vacanceselect.nl, 072-5183183. Zie ook <https://www.vacanceselect.com/nl/over-ons/nieuws-pers>

Over Vacanceselect & Glamping:

Vacanceselect is de glampeerspecialist van Nederland. Glamping staat voor 'glamorous camping' en is een trend waar Vacanceselect zich als een van de eerste in Europa mee bezighield. Vacanceselect is ook een van de eerste die glampingvakanties, in het begin in Nederland en daarna in de rest van Europa, voor de consument bereikbaar maakte. Vacanceselect heeft het grootste aanbod aan glampingaccommodaties in heel Europa en is daarmee marktleider. Vacanceselect heeft in de loop der tijd zelf een flink aantal glampingaccommodaties ontwikkeld: zoals de romantische 'Lodgesuite', maar bijvoorbeeld ook de 'Airlodge', waar je vanuit je bed eindeloos naar de sterrenhemel kunt staren.

Eigenaar, directeur Loek van de Loo wordt door veel campingeigenaren gezien als dé inspirator en innovator van de branche. Van de Loo wordt dan ook vaak geconsulteerd voor de opzet en inrichting van zogenaamde glamping villages op campings.

Vacanceselect is een handelsnaam van Vacanceselect International AG.



Vacanceselect Nederland BV
Comeniusstraat 16 1817 MS Alkmaar
Tel: +31 (0)72 51 83 183 Fax: +31 (0)72 51 15 152
WWW.VACANCESELECT.COM/NL
IBAN: NL58ABNA0637868994 BIC: ABNANL2A
BTW: NL-851426037B01 K.V.K.: 54749522