



De waarde van vakantie

Meeste plezier van uitstapjes, spijt van souvenirs

Inhoud

De waarde van vakantie

De zomervakantie loopt ten einde en een groot deel van Nederland is alweer aan het werk of naar school. Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat mensen niet of maar kort gelukkiger zijn na een vakantie dan ervoor. Wel zijn mensen die op vakantie gaan gelukkiger dan niet-vakantiegangers, mogelijk vanwege de voorpret. Er is nog weinig onderzoek gedaan van welke activiteiten mensen op vakantie gelukkig worden. Daarom vroegen wij ons af hoe vakantiegangers terugkijken op hun vakantie. Waar beleven ze nou echt plezier aan? Waar hebben ze spijt van? En hoe verhoudt zich dat tot hun financiën?

Om op deze en andere vragen rondom vakantie, geld en welzijn antwoord te krijgen hield Kantar TNS in opdracht van het ING Economisch Bureau in juli 2018 een enquête met 30 (meerkeuze en open) vragen onder 1.008 respondenten. Alle respondenten waren in de afgelopen 12 maanden minimaal één week op vakantie geweest (zie ook [slide 10](#)).

Inhoudsopgave

Conclusie	3
1. Hoe de ideale vakantie eruit ziet	4
Meerderheid wil rust, comfort en lekker weer	
2. Wat het leukste was op vakantie	5
Uitstapjes zorgen voor het meeste plezier	
3. Waar vakantiegangers minder blij van werden	6
Slecht weer grootste spelbreker	
4. Waar voor je geld: prijs-kwaliteit op vakantie	7
Vaakst spijt van uitgaven aan souvenirs	
5. De financiën na de vakantie	8
Budget voorkomt kostenoverschrijdingen niet	
6. Ondanks budget duurder uit. Hoe kan dat?	9
Mentaal boekhouden op vakantie	
De onderzoeksmethode en -groep	10
Bronnen	11
Colofon	12

Ondanks vakantiebudget is een derde van vakantiegangers duurder uit

Conclusie: meeste plezier van uitstapjes, spijt van souvenirs

De ideale vakantie

Als belangrijke voorwaarden voor de vakantie noemen vakantiegangers rust, comfort en lekker weer. Dat betekent overigens niet dat vakanties met enkel nietsdoen worden doorgebracht. Zo staan in de top-3 van dingen waar men plezier aan beleefde juist veel activiteiten zoals fietsen, wandelen en het maken van uitstapjes. Dat strookt met onderzoek waaruit blijkt dat mensen gelukkig worden van het opdoen van ervaringen.

Dompers

Er kunnen natuurlijk altijd dingen zijn die de vakantie negatief beïnvloeden. De top-3 vakantiedompers zijn slecht weer, problemen onderweg en een tegenvallende locatie. Ruim 40% van de vakantiegangers heeft wel eens spijt gehad van vakantie-uitgaven, vooral aan souvenirs en eten. Bijna een derde zegt stress tijdens de vakantie te hebben ondervonden, met name door het reizen zelf.

Gelukkiger door vakantie?

Toch kijken over het algemeen de vakantiegangers tevreden terug op hun vakantie: 84% gaf zijn laatste vakantie een 8 of hoger. Ook zou bijna niemand het geld anders hebben uitgegeven mochten ze het opnieuw doen. Dat kan te maken hebben met de 'rosy view bias': voor en achteraf kijken we vaak positiever naar de vakantie dan op het moment zelf. Vakanties met stress krijgen wel een significant lager cijfer dan

zonder. Wetenschappelijk onderzoek wijst er overigens op dat we niet (of maar heel kort) gelukkiger zijn na een vakantie dan ervoor. Wel zijn vakantiegangers gelukkiger dan niet vakantiegangers, mogelijk vanwege de voorpret.

De financiën na de vakantie

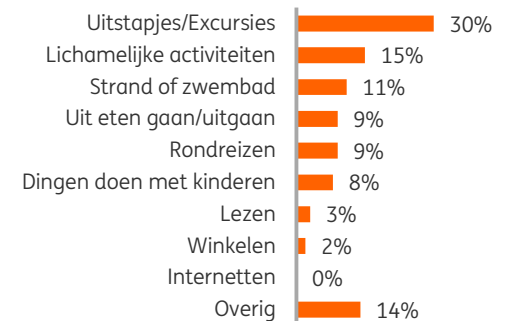
Gemiddeld 1 op de 3 vakantiegangers had na de vakantie wel eens te maken met financiële tegenvallers zoals rood staan door uitgaven op vakantie. Voor een kwart van de ondervraagde vakantiegangers viel de vakantie duurder uit dan van te voren verwacht of begroot. Het maken van een vakantiebudget kan niet altijd voorkomen dat de vakantie duurder uitvalt: bijna een derde overschrijdt het budget alsnog.

Budgetteren is lastig

Bijna de helft van de ondervraagden zegt op vakantie makkelijker geld uit te geven dan thuis. Zij hebben vaker te maken gehad met financiële tegenvallers na de vakantie. Zij hebben ook vaker spijt van uitgaven op vakantie én ze hebben vaker hun budget overschreden. Budgetteren is ook lastig: over het algemeen onderschatten mensen van te voren niet-alledaagse uitgaven en budgetteren te krap. Ook onderschatten ze wat ze al hebben uitgegeven. Als je uitgaven niet goed bijhoudt (zoals 40% van de budgetteerders), verlies je snel het overzicht. Bijhouden kost (mentale) inspanning en op vakantie willen veel mensen liever niet steeds met geld bezig zijn.

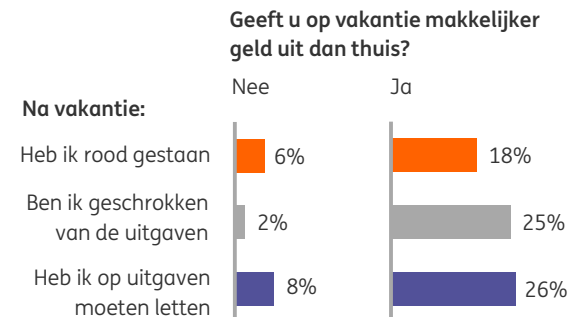
Excursies meest waardevol

Waarvan beleefde u het **meeste** plezier?
(1 antwoord mogelijk)



Hoe makkelijker met geld tijdens vakantie, hoe slechter de financiën na de vakantie

% respondenten



1. Hoe de ideale vakantie eruit ziet

Rust, comfort en lekker weer

Tot rust komen in een comfortabele omgeving met lekker weer; dat lijkt voor veel mensen de ideale vakantie. De meerderheid van de ondervraagde vakantiegangers noemt dit als belangrijke voorwaarden voor de vakantie. Rust is vooral belangrijk voor vakantiegangers tussen de 25 en 65 jaar. Bijna driekwart van hen noemt dit en het staat daarmee bovenaan hun vakantie wensenlijstje. Dat is anders voor 65-plussers en jongeren onder de 25: minder dan de helft van hen noemt rust.

De veertiger is vooral toe aan rust

Iets minder dan de helft van de vakantiegangers beschouwt het opdoen van nieuwe ervaringen als voorwaarde voor de vakantie. Jongeren onder de 25 en 65-plussers noemen dit relatief het vaakst. Van de veertigers noemt maar een derde het opdoen van nieuwe ervaringen. Zij geven relatief vaker aan dat er genoeg te doen moet zijn voor de kinderen. Niet zo gek, want bijna 60% van deze groep heeft kinderen onder de 18 jaar. De veertigers lijken ook wat vermoeid door het spreekwoordelijke spitsuur van het leven: van hen wil bijna 80% uitrusten.

Oud en vertrouwd

Ondanks hun ondernemingszin vindt een op de vijf 65-plussers het teruggaan naar een voor hen bekende plek een voorwaarde voor vakantie. Dat is het meest van alle leeftijdsgroepen. Van de jongeren onder de 25 jaar noemt nog geen 5% dit. Er is ook een verband met opleiding: lager opgeleiden willen relatief vaker naar een bekende plek dan hoger opgeleiden. Hoger opgeleiden noemen juist het opdoen van nieuwe ervaringen vaker. Ongeveer de helft van de respondenten vindt het daarnaast ook belangrijk dat de vakantie binnen het budget past. Dit geldt vooral voor de lagere inkomens.

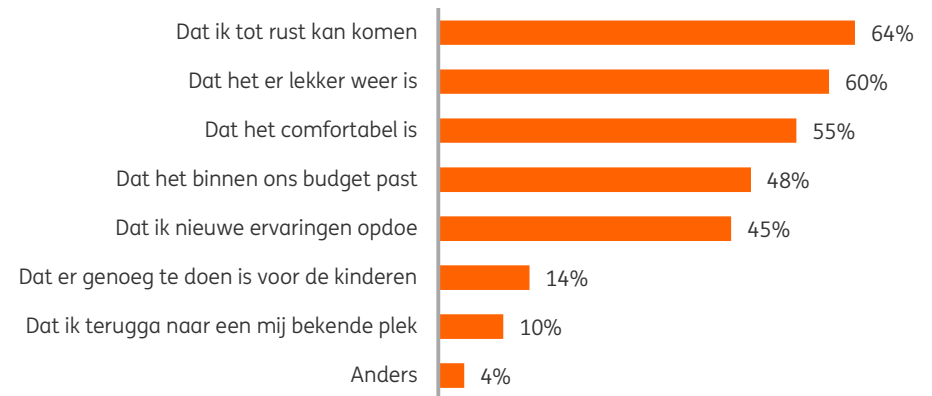
De reisladder

Naar analogie van de beroemde behoeftepiramide van [Maslow](#) is de Travel Career Ladder voor reizen [bedacht](#). Dit gaat over wat mensen zoeken op reis. Dit is overigens geen echte ladder: er hoeft niet aan de ene behoefte voldaan te zijn voor de volgende. Uit ander [onderzoek](#) blijkt dat ertussenuit gaan, ontspanning, (aanhalen/verbeteren van) sociale relaties en zelfontwikkeling voor de meeste mensen de belangrijkste motieven zijn om op reis te gaan.



De ideale vakantie: rust, lekker weer en comfort

Waar moet een vakantie aan voldoen? (meerdere antwoorden mogelijk)



2. Wat het leukste was op vakantie

Ontspannen door rust én activiteiten

Tot rust komen staat voor velen weliswaar hoog op het vakantiewensenlijstje, dat betekent niet dat vakanties met nietsdoen worden doorgebracht. Zo staan in de top-3 van dingen waar men plezier aan beleefde veel activiteiten. Niet alleen het doen van excursies/uitstapjes, maar ook lichamelijke activiteiten zoals sporten en wandelen scoren hoog. De lichamelijke activiteiten moeten de derde plek overigens wel delen met een wat minder inspannende bezigheid zoals aan het strand of zwembad liggen.

Excursies het meest gewaardeerd

Als mensen gevraagd wordt uit dit lijstje één ding te kiezen waar ze nou het meeste plezier aan beleefden, blijft het maken van uitstapjes en excursies de absolute nummer 1. Dat sluit aan bij [onderzoek](#) naar welzijn waaruit blijkt dat het opdoen van ervaringen mensen gelukkig maakt.

Uit eten gaan/uitgaan wordt in het favorietenlijstje van de tweede plek verdrongen door lichamelijke activiteiten. Alleen onder jongeren tot 25 jaar scoort uit (eten) gaan nog een plek in de top-3.

Op nummer 3 van meest plezierige bezigheden staat aan het strand of zwembad liggen. Dit is het minst populair onder 55-plussers: bij hen staat rondreizen op de derde plek.

Respondenten konden ook zelf een activiteit noemen. Naast fietsen en wandelen werd samenzijn met familie of vrienden regelmatig genoemd.

Maakt vakantie gelukkig?

Dit lijkt een vraag met een voor de hand liggend antwoord. Toch is het [niet zo eenvoudig](#). Een aantal bevindingen uit wetenschappelijk onderzoek:

- Na een vakantie [voelen](#) mensen zich niet of maar een beetje gelukkiger dan ervoor. Het ontspannen vakantiegevoel is maar [tijdelijk](#).
- Een heel ontspannende vakantie maakt wel wat gelukkiger dan een stressvolle.
- Mensen die op vakantie gaan, [zijn](#) ook gelukkiger dan mensen die niet op vakantie gaan, mogelijk vanwege voorpret.
- Van te voren én achteraf [denken](#) mensen positiever denken over hun vakanties dan tijdens de vakantie zelf ('rosy view bias').
- Veel mensen voelen zich fysiek en mentaal beter tijdens vakantie en ervaren minder stress.
- De lengte van de vakantie lijkt niet zo van belang: sommige onderzoekers [suggereren](#) daarom dat een aantal korte vakanties beter is dan een heel lange.

Vakantierapport

De ondervraagde vakantiegangers keken over het algemeen tevreden terug op hun vakantie:

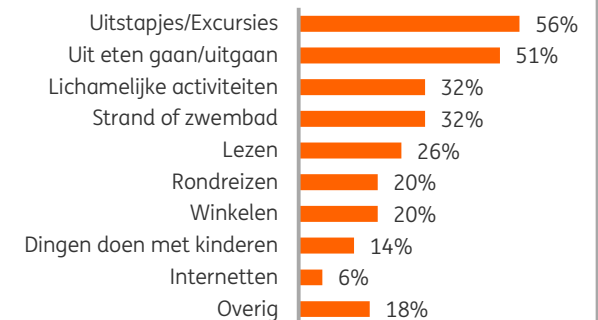
- Hun laatste vakantie kreeg gemiddeld een 8,2
- Slechts 1% gaf een onvoldoende
- 84% gaf zijn vakantie een 8 of hoger. Bijna 40% zelfs een 9 of hoger.

Op stap gaan geeft velen plezier

Waarom beleefde u plezier?

% respondenten

(meerdere antwoorden mogelijk)



Excursies meest waardevol

Waarom beleefde u het meeste plezier?

% respondenten

(1 antwoord mogelijk)



3. Waar vakantiegangers minder blij van werden

Prevakantiestress

Alleen al het vooruitzicht op vakantie te gaan doet mensen [goed](#). Tegelijkertijd geeft in ons onderzoek zo'n 30% van de respondenten aan stress voor de vakantie te hebben gehad. Dat kwam grotendeels doordat er nog dingen voor de vakantie geregeld moesten worden. Ook ervoer een deel stress vanwege het op tijd afkrijgen van werk. In de leeftijd tussen de 25 en 55 jaar wordt dit vaker genoemd dan andere leeftijdscategorieën. Bijna 30% van de jonge dertigers noemt het op tijd afkrijgen van werk als stressgevend voor de vakantie. Daarmee zijn ze de leeftijdsgroep die dit het vaakst noemde.

Problemen op vakantie

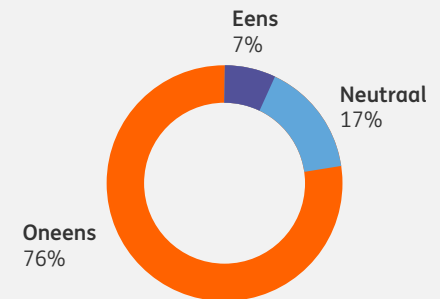
Ook tijdens de vakantie zeggen 3 op de 10 respondenten stress te ervaren. Grootste stressor is het reizen zelf. Van de mensen die stress ervaren op vakantie, geeft namelijk de helft aan dat dit met de reis te maken had. Drukte op de weg, maar ook drukte op Schiphol of problemen met vliegen worden vaak genoemd. Problemen op de plaats van bestemming geven mensen ook stress. En hoewel het samenzijn met familie de vakantievreugde kan verhogen, kunnen ruzies de vakantie ook negatief beïnvloeden. Een klein deel noemt dit expliciet als stressor. Als dompers op de vakantie worden genoemd: slecht weer, problemen met vervoer en een tegenvallende locatie. En hoewel maar weinig vakantiegangers internetten noemden als plezierige bezigheid, kan slecht internet wél wat vakantiepret bederven.

Invloed van tegenvallers op vakantiebeleving

Vakanties zonder stress krijgen gemiddeld een 8,5. Met stress is het rapportcijfer een 8, significant lager. Uit wetenschappelijk [onderzoek](#) blijkt dat vakantiegangers na een stressvolle vakantie minder gelukkig zijn dan na een heel relaxte vakantie. Hoewel er soms spijt is van uitgaven op vakantie ([slide 9](#)), hebben weinig van de ondervraagde vakantiegangers spijt van het totaal aan de vakantie bestede geld. Slechts 7% zegt dat, wanneer ze het opnieuw mochten doen, het geld aan de laatste vakantie anders zou zijn uitgegeven. Zij geven hun vakantie ook een significant lager cijfer: een 7,2.

Als ik het opnieuw mocht doen zou ik het geld dat ik aan mijn laatste vakantie heb besteed, anders hebben uitgegeven

% respondenten



Top-5 vakantiedompers

1. Tegenvallend weer
2. Problemen met vervoer onderweg (pech, vertraging, file)
3. Tegenvallende locatie
4. Problemen met accommodatie of verblijf / Geen of slecht internet
5. Overlast van insecten of ander ongedierte

Vaakst spijt van uitgaven aan souvenirs

4. Waar voor je geld: prijs-kwaliteit op vakantie

Weinig geld, veel plezier

Niet alles op vakantie hoeft duur te zijn. Zo geeft 80% van de respondenten aan veel plezier te hebben beleefd aan activiteiten die weinig geld kosten. Fietsen wordt daarbij samen met wandelen het vaakst genoemd. Ook zwemmen en aan het zwembad of strand liggen scoren hoog. En natuurlijk in de categorie 'onbetaalbaar': tijd doorbrengen met vrienden en familie. Het sociale aspect kan overigens ook een rol hebben gespeeld bij het plezier aan de andere activiteiten: deze doe je immers ook vaak samen. Uit welzijnsstudies [blijkt](#) dat het hebben van (goede) sociale relaties een belangrijk aspect van geluk is.

Veel geld, weinig plezier

Een klein deel van de ondervraagden (15%) geeft aan juist veel geld te hebben uitgegeven aan iets wat weinig plezier opleverde. Tegenvallende uitstapjes en slecht of duur eten werden het vaakst genoemd. Dit zijn dus activiteiten die enerzijds veel plezier geven, maar ook flink kunnen tegenvallen. Wellicht ook doordat de verwachtingen hooggespannen zijn aangezien het doorgaans juist veel plezier oplevert. In de top-3 'duur en weinig plezier' staan tot slot ook hoge reiskosten door bijvoorbeeld dure tolwegen of pech.

Spijt van souvenirs

Iets meer dan 40% heeft wel eens spijt gehad van vakantie-uitgaven. Het lijstje van uitgaven waar men spijt van had komt grotendeels overeen met het lijstje tegenvallers. Nieuwe hoogste binnenkomer in de spijtlijst zijn uitgaven aan souvenirs. Kenmerkend aan de tegenvallers- en spijtlijstjes is dat het dingen zijn waarvoor je afhankelijk bent van anderen (gids, bediening). Dat heb je minder bij de 'waar voor je geld'-activiteiten zoals wandelen en zwemmen.

Top of flop: prijs-kwaliteit op vakantie

Waar voor je geld

Lage kosten en veel plezier,
% respondenten (n=816)



Tegenvallers

Duur en weinig plezier,
% respondenten (n=150)

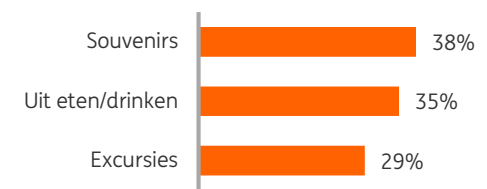


40% had spijt van vakantie-uitgaven

Spijt van...

(meerdere antwoorden mogelijk)

% van de respondenten met spijt (n=424)



5. De financiën na de vakantie

Financiën na de vakantie

Na een fijne vakantie en leuke uitstapjes komt de – voor sommigen onaangename – rekening. 1 op de 3 vakantiegangers had na de vakantie wel eens te maken met een financiële tegenvaller zoals rood staan (zie kader rechts). Voor een kwart van de ondervraagde vakantiegangers viel de vakantie duurder uit dan van te voren verwacht of begroot.

Meerderheid maakt budget

Het opstellen van een vakantiebudget lijkt dé manier om financiële tegenvallers te voorkomen. Ruim 60% van de ondervraagde vakantiegangers deed dat dan ook. Van de mensen die thuis uitgaven budgetteren, bepaalde de overgrote meerderheid ook voor de vakantie een budget. Van degenen die thuis niet budgetteren, stelde de helft wél een budget voor de vakantie vast.

Budgetteren voorkomt kostenoverschrijdingen niet

Het lijkt er alleen op dat een budget niet altijd helpt bij het beteugelen van de uitgaven. Van de respondenten met een vakantiebudget geeft 31% toch aan dat het budget op vakantie (enigszins) is overschreden. Van de vakantiegangers zonder budget zegt maar 19% dat de vakantie duurder uitviel dan verwacht.

Het kan zijn dat deze laatste groep last heeft van 'terugkijkbias' (hindsight bias): ze weten wellicht niet meer precies weet wat ze van te voren verwachtten,

waardoor ze achteraf ook minder snel zullen zeggen dat de vakantie duurder is geworden. Toch is het opvallend dat bijna een derde ondanks een budget een duurdere vakantie heeft. Er is hiervoor een aantal mogelijke verklaringen (voor toelichting zie volgende slide):

1. Makkelijker geld uitgeven op vakantie
2. Onderschatten van uitgaven
3. Te krap budgetteren
4. Budget is moeilijk vol te houden
5. Self-selection bias

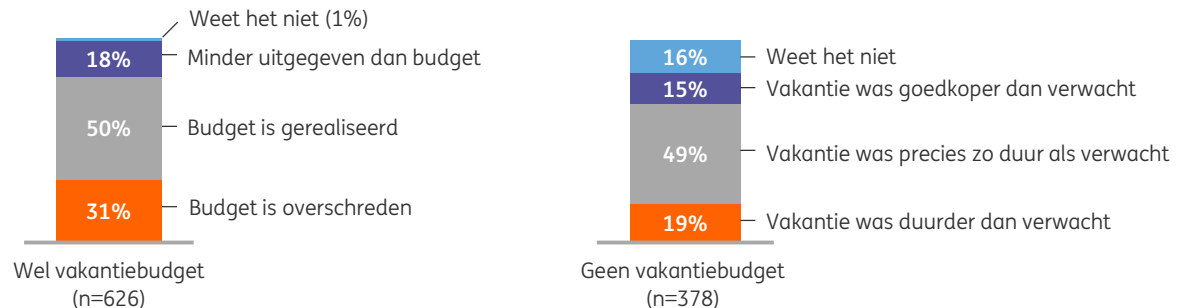
De rekening na de vakantie

% respondenten dat antwoordt met ja (meerdere antwoorden mogelijk)



Voor een kwart van de vakantiegangers viel vakantie duurder uit dan verwacht of begroot

Was de vakantie duurder dan verwacht/begroot?



6. Ondanks budget duurder uit. Hoe kan dat?

Voor bijna een derde van de vakantiegangers valt de vakantie ondanks een budget duurder uit dan verwacht. Er is hiervoor een aantal mogelijke verklaringen.

1. Makkelijker uitgeven op vakantie

Bijna de helft van de ondervraagden zegt op vakantie makkelijker geld uit te geven dan thuis. Dat kan komen door 'mentaal boekhouden': het maken van verschillende potjes in ons hoofd. Rationeel gezien zou 1 euro altijd dezelfde waarde moeten hebben: of die nou op vakantie wordt uitgegeven of thuis. In de praktijk zijn we vaak makkelijker op vakantie en leggen we zonder blikken of blozen 10 euro neer voor een biertje op een Frans terras. We zijn immers op vakantie, hebben er hard voor gewerkt en willen daar ook van genieten. Dat is natuurlijk zo, maar mensen die zeggen makkelijker geld uit te geven op vakantie hebben vaker wel eens te maken (gehad) met financiële tegenvallers na de vakantie. Zij hebben ook vaker spijt van uitgaven op vakantie én ze hebben vaker hun budget overschreden.

2. Onderschatten van uitgaven

Vier op de tien vakantiegangers met een budget zei de uitgaven op vakantie minder goed bij te houden dan thuis. Dat kan voor verrassingen zorgen: zonder directe feedback onderschatten mensen hun uitgaven doorgaans. Op vakantie kan dat versterkt worden door vreemde valuta. Ook kan het (door elkaar) gebruiken van verschillende betaalmiddelen zoals contant geld, pinpas of creditcard het overzicht bemoeilijken. De

respondenten betaalden op vakantie vooral vaker cash of met creditcard dan thuis.

3. Te krap budgetteren

Van de ondervraagde vakantiegangers stelde slechts een klein deel heel precies een budget op. De rest deed dit in grote lijnen. En daar kan het misgaan. Uit [onderzoek](#) blijkt dat mensen in het algemeen de hoogte van niet-alledaagse uitgaven onderschatten. Ook zijn mensen [geneigd](#) (maand)budgetten te laag op te stellen.

4. Moeilijk vol te houden

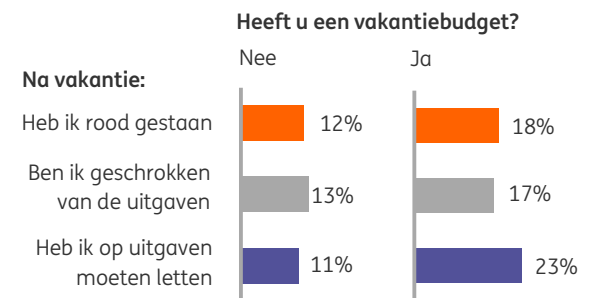
Een budget opstellen is nog niet hetzelfde als je eraan houden. Dat kost moeite en vraagt om discipline. Het kan hetzelfde werken als een dieet: de voortdurende focus op wat niet mag, maakt geld uitgeven juist aantrekkelijk. Er is zelfs [onderzoek](#) dat erop wijst dat budgetteren te veel uitgeven kan uitlokken.

5. Self-selection bias

Het kan ook dat mensen die het moeilijk vinden om met geld om te gaan uit zelfbescherming eerder een budget opstellen. (Ook al lukt het ze uiteindelijk niet altijd zich eraan te houden). Respondenten die zeiden op vakantie makkelijker geld uit te geven, hadden ook significant vaker een budget. Vakantiegangers met een budget zeiden vaker wel eens te maken gehad met financiële tegenvallers na de vakantie. Al kan het ook zo zijn dat juist degenen die (ooit) zijn geschrokken na de vakantie nu een budget maken.

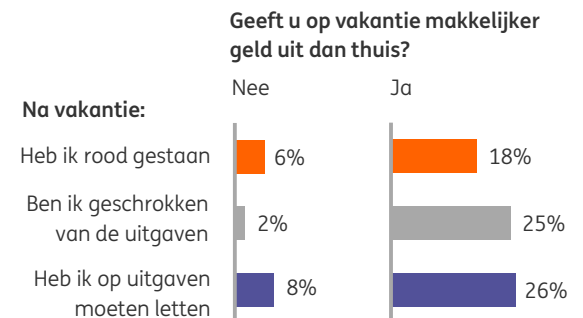
Budgetteren en financiën na de vakantie

% respondenten



Hoe makkelijker met geld tijdens vakantie, hoe slechter de financiën na de vakantie

% respondenten



De onderzochte groep vakantiegangers

Onderzoek

In juli 2018 werd door Kantar TNS een enquête met 30 (meerkeuze en open) vragen afgenomen onder 1.008 respondenten. Alle respondenten waren in de afgelopen 12 maanden minimaal één week op vakantie geweest.

Representativiteit

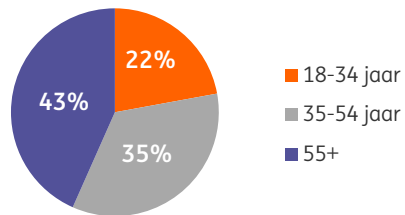
Voor het onderzoek is een landelijke representatieve steekproef benaderd en daarbinnen de doelgroep ondervraagd die het afgelopen jaar minimaal een week met vakantie is geweest.

Vakantie

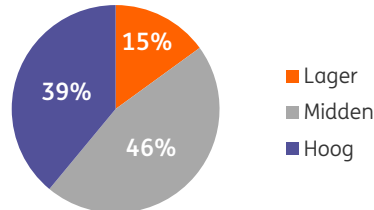
Gevraagd werd om bij het beantwoorden van de vragen de laatste vakantie van minimaal een week in gedachten te nemen.

Kenmerken van de respondenten

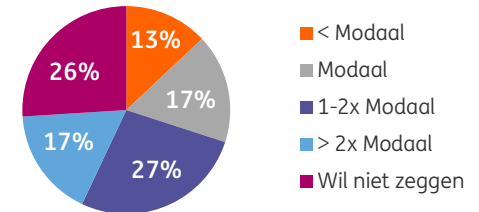
Leeftijd



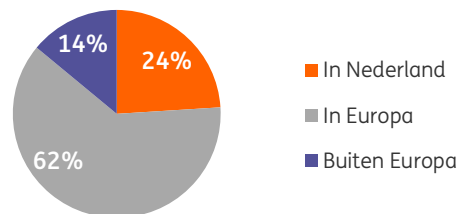
Opleiding



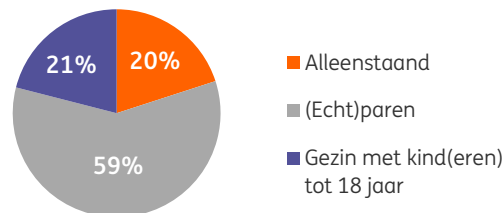
Inkomen



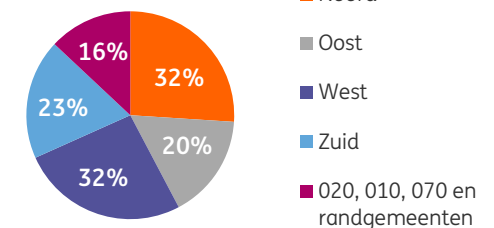
Laatste vakantie was in...



Samenstelling huishouden



Woonplaats



Bronnen

Geraadpleegde literatuur

- De Bloom, Kompier, Geurts, De Weerth, Taris & Sonnentag (2008): [Do we recover from vacation? Meta-analysis of vacation effects on health and well-being](#)
- Galperti (2016): [A Theory of Personal Budgeting](#)
- Larson & Hamilton (2012): [When Budgeting Backfires: How Self-Imposed Price Restraints Can Increase Spending](#)
- Maslow (1943): [A Theory of Human Motivation](#)
- Mitchell, Thompson, Peterson & Cronk (1997): [Temporal Adjustments in the Evaluation of Events: The "Rosy View"](#)
- Nawijn, Marchand, Veenhoven & Vingerhoets (2009): [Vacationers Happier, but Most not Happier](#)
- Nawijn & Veenhoven (2011): [The Effect of Leisure Activities on Life Satisfaction: The Importance of Holiday Trips](#)
- Nibud (2018): [Vakantiegeldenquête 2018](#)
- Pchelin & Howell (2012): [The hidden cost of value-seeking: People do not accurately forecast the economic benefits of experiential purchases](#)
- Pearce & Lee (2005): [Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation](#)
- Ryan (1999): [The Travel Career Ladder. An appraisal](#)
- Ryff (2013): [Psychological Well-Being Revisited: Advances in Science and Practice](#)
- Sussman & Alter (2012): [The Exception Is the Rule: Underestimating and Overspending on Exceptional Expenses](#)
- Thaler (1999): [Mental Accounting Matters](#)
- Ülkümen, Thomas & Morwitz (2008): [Will I Spend More in 12 Months or a Year? The Effect of Ease of Estimation and Confidence on Budget Estimates](#)

Dit kan u ook interesseren

Thema Pensioen

Nederlanders sparen meer dan nodig voor hun pensioen ([pdf](#))



Financieel Fit Special

Ouderen geven miljarden per jaar weg ([pdf](#))



Over het ING Economisch Bureau

Het ING Economisch Bureau maakt economie begrijpelijk en relevant, van wereldhandel tot aan de keukentafel. We onderzoeken de economie in binnen- en buitenland, en zoomen daarbij in op verschillende sectoren en regio's. Belangrijke thema's zijn technologie, circulaire economie & duurzaamheid, de energietransitie en consumenteneconomie.

Kijk op ing.nl/kennis en volg ons op [Twitter](#)

Meer weten?

Auteur

Anna Dijkman
anna.dijkman@ing.com
ING Economisch Bureau

Met medewerking van

Marten van Garderen
Thijs Geijer
Lex Hoekstra
ING Economisch Bureau
ING Economisch Bureau
ING Economisch Bureau

Met dank aan

Reg van Steen
Eline Kersten
Andrea de Graaf
Kantar TNS
Kantar TNS
ING

Kijk op ing.nl/kennis en volg ons op [Twitter](#)

Verantwoording en disclaimer

Deze publicatie is mede gebaseerd op marktonderzoek onder 1.008 Nederlandse vakantiegangers uitgevoerd door Kantar TNS (voorheen TNS Nipo). Tenzij anders gemeld vormt dit onderzoek de bron voor de data in de grafieken.

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op de door ING vergaarde informatie en door ING betrouwbaar geachte bronnen. Deze gegevens zijn op zorgvuldige wijze in onze analyses verwerkt. Noch de ING, noch medewerkers van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor de in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden.

Aan de verstrekte informatie kunnen geen rechten worden ontleend. ING aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor de inhoud van de publicaties of voor informatie die op of via de sites wordt verstrekt. Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Niets in deze publicatie mag worden gereproduceerd, verspreid of gepubliceerd zonder de uitdrukkelijke vermelding van de ING als bron van deze informatie. De afnemer van deze informatie is verplicht aanwijzingen van de ING betreffende het gebruik van de informatie op te volgen. Nederlands recht is van toepassing.

ING is een wereldwijd actieve financiële instelling met een sterke Europese basis die bancaire diensten aanbiedt via haar werkmaatschappij ING Bank. De doelstelling van ING Bank is om mensen in staat te stellen steeds een stap voorop te blijven lopen, zowel privé als zakelijk. De meer dan 51.000 werknemers van ING Bank bieden diensten op het gebied van particulier en zakelijk bankieren aan klanten in meer dan 40 landen.

De aandelen ING Groep staan genoteerd aan de beurs van Amsterdam (INGA NA, INGA.AS), de beurs van Brussel en aan de New York Stock Exchange (ADR's: ING US, ING.N).

Duurzaamheid maakt integraal deel uit van de bedrijfsstrategie van ING. Dit blijkt uit de opname van de aandelen ING in de FTSE4Good-index alsmede in de Dow Jones Sustainability Index (Europe en World), waarin ING tot de meest toonaangevende bedrijven in de bancaire sector behoort.