

Get our Newsletters! Become a Member! It's **FREE!**

**JOIN NOW**

[Home](#)
[Community](#)
[Selection](#)
[News](#)
[In-Depth](#)
[About Us](#)
[Consulting](#)
[Search](#)
[Jobs](#)

## 5 ONTLUIKENDE TRENDS IN HET TOERISME

[TRAVEL INDUSTRY](#)
[SHARETHIS](#)


Tijdens de laatste twee (recesie-) jaren leedede reissector een nieuwe term: Staycation. Journalisten en zelfverklaarde trendwatchers namen de term gretig over, en verklaarden Staycations zelfs als de nieuwe trend in vakantie nemen. Kort samengevat: Staycation zou staan voor een bewuste keuze voor een vakantie in eigen huis, maar met de nodige verwennerij: vaak uit eten gaan, luxe feestjes met vrienden, uitstapjes in eigen streek gewapend met kaarten en reisgidsen. Wij denken dat dit een overroepen marketing term is. **Lees verder welke ontluikende trends wel toekomst hebben, en hoe een reisagent en een tour operator hier op kunnen inspelen.**

### 1. Multi-generatie vakantiegroepen

Mensen leven langer, grootouders zijn fitter dan pakweg twintig jaar geleden en familiebanden worden opnieuw belangrijker dan vroeger. Dit vertaalt zich ook in reisplanning. Grootouders, hun kinderen en hun kleinkinderen willen in mini-groepen reizen, en hebben een hele set speciale wensen: kamers vlakbij elkaar, vooraf geplande excursies specifiek voor hun groep(je), minstens één speciaal verzorgd diner... maatwerk voor deze nieuwe multi-generatie vakantiegroepen heeft toekomst. Vandaag zijn er weinig programma's op de markt, gericht op deze doelgroep.

### 2. Single vakanties

De hele reisindustrie, op een aantal uitzonderingen na, is nog steeds gericht op "minstens twee personen die samen reizen". Alleen reizen betekent nog te vaak: méér betalen, slechte plaatsen in restaurants, de keuze tussen middelmatige karafjes wijn of een fles in je eentje, en obers die verbaasd elke keer opnieuw de vraag stellen "Oh, bent u alleen?"

Nochtans is er sinds drie jaar een significante toename in "single travel", met als verrassend topsegment :vrouwelijke reizigers boven de vijftig die (vaak vrij dikwijls) op reis gaan. We spreken over groei cijfers van méér dan dertig procent. De reisagent of tour operator die aan solo reizigers kan garanderen dat zij dezelfde kwaliteit vakantie kunnen krijgen aan dezelfde prijs als de klassieke "twee personen of meer" vakanties, boort een mooie en groeiende markt aan.

### 3. Rondreizen voor jonge gezinnen

Gezinnen met jonge kinderen willen dat hun kinderen tijdens de vakantie veel indrukken opdoen: geschiedenis, cultuur, zelfs gastronomie. Er is echter nog een belangrijk punt op het verlanglijstje van deze jonge ouders: hun kinderen moeten zoveel mogelijk contact hebben met andere kinderen. Vandaar het groeiend succes van rondreizen, specifiek voor gezinnen met kinderen tussen de vijf en de tien jaar oud. Een goede mix van ontdekken, ontspanning en mogelijkheden voor de kinderen om samen te spelen zijn de basisingrediënten voor een succesvol programma voor deze doelgroep.

### 4. Familie-gerichte cruises

Het cruise-publiek wordt breder en breder. Het imago van "upmarket and old people" is aan het wegebben, en geleidelijk winnen de cruisemaatschappijen zeltjes uit alle segmenten, alle doelgroepen en alle lagen van de bevolking. Eén van de sterkst groeiende markten is de familie-cruise. Helaas blijft het aanbod aan familie-kajuiten, familie gerichte activiteitenprogramma's en 100% kindgerichte faciliteiten aan boord vaak nog beperkt. Werk aan de winkel, ook in design en inrichting van de schepen.

### 5. A la carte verwennerij, met een redelijk kostenplaatje.

De hedendaagse consument houdt van persoonlijke verwennerij, en wil maar al te graag kiezen uit verschillende mogelijkheden om zijn vakantie een unieke touch te geven. Een butler -service is vandaag het privilege van de klanten van de tophotels. Waarom in de drie- en viersterrencategorie geen butler-service voor één dag aanbieden, aan een redelijke prijs? Voor heel wat mensen zou dit een leuke ervaring kunnen betekenen. Ontbijtbuffetten zijn meestal elke ochtend hetzelfde. Waarom niet elke dag een vijftal tafels (niet méér, het moet exclusief blijven lijken) heel duidelijk als VIP ontbijt tafels ter beschikking stellen, met bediening aan tafel? Uiteraard aan een –redelijke- meerprijs.

Er zit een rode lijn in onze vijf trends: nieuwe doelgroepen ontstaan elke dag. Het gaat telkens om kleinere groepen van vakantiegangers, die net iets andere wensen hebben dan andere vakantiegangers. De reisindustrie is gelukkig snel aan het weg-evolueren van de "one product fits all" mentaliteit. We zijn bezig de bocht te maken naar diversiteit, een moduleerbaar aanbod en een erkenning van de noden van de diverse doelgroepen. Dat is goed nieuws, de grote uitdaging blijft: minstens even snel evolueren als de markt.


[EMAIL THIS](#)
[BOOKMARK](#)
[SET AS FAVORITE](#)

## COMMENTS (0)

[SUBSCRIBE TO THIS COMMENT'S FEED](#)

## WRITE COMMENT

Name

Email

## Comment

[smaller](#) | [bigger](#)

Type the two words:

[Add Comment](#) [Preview](#)**RELATED ARTICLES:**[Het toerisme in 2023: Wie geld of privileges heeft, kan ver reizen. De anderen ...niet.](#) (2010-09-05)[Generation Y : hoe zien onze jongere collega's de toekomst van hun reisindustrie?](#) (2010-09-05)[UK tour operators stoppen Ryanair uitbreiding naar Cyprus.](#) (2010-09-04)[Reisagenten zonder reisbureau: een succesverhaal, wanneer de doorbraak in België?](#) (2010-08-29)[Nederlandse reisagenten doen Lufthansa een proces aan. De Belgische markt is een argument.](#) (2010-08-29)[Het reisbureau van de toekomst: de grote \(r\)evolutie?](#) (2010-08-29)[Het toerisme in 2023: we groeien tot we ontploffen.](#) (2010-08-29)[Thomas Cook wil het grootste online reisbureau in Europa uitbouwen: de plannen zijn concreet, er wordt snel gewerkt.](#) (2010-08-22)[De trend van de eeuw: a la carte reizen. Dat weet blijkbaar iedereen.](#) (2010-08-22)[2010: het domino-faillissement van een business model van vorige eeuw.](#) (2010-08-18)[Sitemap](#) [Advertise](#) [Help](#) [Contact Us](#) [Privacy Policy](#) [Disclaimer](#) [Terms and Conditions](#)  
[Contributors](#) [Submit Press Release](#) [Advertise](#) [Welcome](#)