

Persbericht

Voorschoten, 10 april 2019

Food tourism steeds populairder *Italië en Limburg hebben het beste culinaire imago*

Eten en drinken wordt steeds belangrijker tijdens vakanties. Bijna twee derde van de Nederlanders geeft aan hier meer belang aan te hechten dan voorheen. Voor een op de zes bepaalt eten en drinken in sterke mate de bestemmingskeuze. Veel Nederlanders zien culinaire activiteiten als een aantrekkelijke manier om een vakantiebestemming beter te leren kennen. Dit blijkt uit grootschalig consumentenonderzoek van Trends & Tourism.

Activiteiten rond streekgerechten meest populair

Food tourism omvat een brede range van belevingen. Variërend van uit eten in een restaurant met streekgerechten, het bezoeken van een food festival tot het volgen van wijnroutes. Van alle onderzochte activiteiten worden het eten van streekgerechten en het bezoeken van lokale markten als meest aantrekkelijk gezien. Twee derde van de Nederlanders vindt deze activiteiten aantrekkelijk tot zeer aantrekkelijk. Voor de populariteit van alle onderzochte activiteiten zie de grafiek op de volgende pagina.

85 procent onderneemt culinaire activiteit(en) tijdens de vakanties

In de afgelopen drie jaar heeft zo'n 85% van de Nederlanders wel eens een culinaire activiteit ondernomen tijdens vakanties. Streekgerechten eten en het bezoek van lokale markten met streekproducten worden daarbij het meest ondernomen; dit zowel tijdens vakanties in eigen land als het buitenland. De deelname aan culinaire activiteiten verschilt per bestemming. Activiteiten als het bezoeken van wijncasteaux en sterrenrestaurants doen Nederlanders relatief vaak in Frankrijk. Food festivals zijn populair in Duitsland en kookworkshops in Italië. Food tours en het thuis eten bij locals worden relatief vaak ondernomen tijdens reizen buiten Europa.

Italië en Limburg hebben het beste culinaire imago

Van de buitenlandse vakantiebestemmingen, die in het onderzoek zijn meegenomen, heeft Italië het beste culinaire imago onder Nederlanders. Nederlanders vinden vooral dat Italianen weten te genieten van het goede leven en dat er van alles in Italië te beleven is rond eten en drinken. In eigen land wordt Limburg gezien als meest culinaire bestemming van de onderzochte provincies/regio's. Associaties die veel gemaakt worden met culinair Limburg zijn vlaai, asperges, bier en bourgondisch.

Vooraf jongeren en hoger opgeleiden geïnteresseerd

De leeftijdsgroep 18-34 jaar en hoger opgeleiden hechten het grootste belang aan eten/drinken tijdens vakanties. Niet alleen speelt het aspect een bovengemiddelde rol bij de keuze van de vakantiebestemming; ook tijdens vakanties zijn ze actiever met het thema bezig. Ze ondernemen vaker culinaire activiteiten, posten regelmatig foto's over eten/drinken op social media en staan meer open voor nieuwe gerechten/drankjes.

Technische toelichting

De resultaten van het onderzoek naar food tourism zijn gebaseerd op een grootschalig consumentenonderzoek. Ten behoeve van het onderzoek zijn in totaal 2.000 Nederlanders ondervraagd; de steekproef was representatief voor de bevolking van 18 jaar en ouder.

Noot voor de redactie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Kees van der Most op 06-51532251 en kvandermost@trends-tourism.nl

Trends & Tourism is een onafhankelijk onderzoeksbureau op het gebied van trends en onderzoek in toerisme/recreatie. Voor meer informatie over Trends& Tourism zie www.trends-tourism.nl

