

25° VAKANTIEBAROMETER VAN EUROP ASSISTANCE

Ondanks de instabiele en zorgwekkende geopolitieke context geeft 72% van de Belgen aan deze zomer op reis te willen gaan. De exacte impact van de oorlog in het Midden-Oosten op het vakantiegedrag blijft voorlopig onzeker, maar factoren zoals inflatie, veiligheid en klimaatverandering blijven zwaar doorwegen in de keuzes van reizigers. Tegelijkertijd nestelt artificiële intelligentie zich steeds nadrukkelijker als hulpmiddel bij het plannen en kiezen van vakanties.



Zoals elk jaar heeft Europ Assistance in samenwerking met Ipsos* een grootschalig onderzoek uitgevoerd over de plannen en bezorgdheden van Belgen en Europeanen met betrekking tot hun komende zomervakantie.

De Barometer maakt het mogelijk de huidige trends onder de loep te nemen en te vergelijken met die van vorig jaar, en in sommige opzichten met die van de voorgaande jaren. In dit persdossier worden vooral de Belgische resultaten doorgelicht.

INLEIDENDE BESCHOUWINGEN

*De enquête van 2026 vond plaats tegen de achtergrond van de eerste weken van de **oorlog in het Midden-Oosten** (enquête gehouden van 27 februari t.e.m. 7 april 2026).*

*Hoewel **financiële redenen** nog steeds een grote invloed hebben op de reisintenties van de vakantiegangers, krijgt dit jaar de factor "**veiligheid**" hierdoor een groter belang. Dit blijkt alvast in de resultaten van alle bevroegde landen.*

*De **evolutie van het geopolitieke klimaat en de economische impact van het conflict** zullen de komende weken en maanden ongetwijfeld bepalend zijn voor wat vakantiegangers precies zullen doen, in het bijzonder als de economie door de oorlogssituatie en de maritieme blokkades in het Midden-Oosten te lijden heeft, met als gevolg duurdere of schaarse brandstoffen, verhoging van de prijzen, onzekerheid inzake de mogelijkheid om verre reizen te ondernemen of ongestoord terug te komen, enz.*

*Deze enquête is online uitgevoerd door Ipsos tussen 27 februari en 7 april 2026 via een steekproef van 11 001 Europeanen (Fransen, Duitsers, Engelsen, Italianen, Spanjaarden, Oostenrijkers, Belgen, Zwitsers, Polen, Tsjechen en Portugezen) en 15 000 niet-Europeanen. Het onderzoek werd uitgevoerd volgens de quotamethode (geslacht, leeftijd, beroep van het gezinshoofd, na onderverdeling per regio en grootte van de agglomeratie). De trends uit deze enquête vormen voor Europ Assistance een waardevol hulpmiddel bij de voorbereiding van de talrijke bijstandsaanvragen die tijdens de zomer worden verwacht, en op basis waarvan een dienstverlening op maat kan worden georganiseerd.

DE VOORNAAMSTE INTERNATIONALE TENDENSEN VAN DE 25^e BELGISCHE VAKANTIEBAROMETER

Op wereldvlak blijven de reisintenties van de reizigers sterk, ook al spelen veiligheidsoverwegingen een steeds grotere rol bij reisbeslissingen.

- Wereldwijd zegt zo'n 8 op de 10 respondenten enthousiast te zijn over reizen dit jaar. Na de recordcijfers van vorig jaar hebben de reisintenties zich in 2026 op een hoog niveau gestabiliseerd en blijven ze ruim boven die van 2022 en 2023.
- De piek die vorig jaar werd bereikt houdt dus stand, ondanks een onstabiele mondiale geopolitieke context en het feit dat de kosten van levensonderhoud wereldwijd een belangrijke zorg blijven.
- In Europa noemt 30% van de respondenten **veiligheid** als een van de redenen om een bestemming te kiezen. Veiligheid is nu het belangrijkste criterium bij de bestemmingskeuze geworden in Noord-Amerika (32%) en Noord-Azië (37%).
- De Verenigde Arabische Emiraten komen in de top 5 van bestemmingen die reizigers zouden vermijden het politieke klimaat. Azië verliest terrein als bestemmingsregio onder Europeanen. Dezelfde trend is te zien voor Noord-Amerika. Deze ontwikkelingen weerspiegelen hoogstwaarschijnlijk de directe impact van de spanningen in het Midden-Oosten, met name het conflict in Iran, evenals verstoringen die verschillende grote luchthavenhubs in de Golfregio treffen.

Artificiële intelligentie bereikt een nieuw hoogtepunt op het gebied van reisplanning, waarbij de acceptatie in alle markten in een stroomversnelling komt, wat de groeiende rol ervan in de wereldwijde reisplanning bevestigt.

- In India geeft ongeveer zeven op de tien respondenten aan al eens AI te hebben gebruikt om een reis voor te bereiden, in de Verenigde Arabische Emiraten 60%, in Maleisië 54% en in Saoedi-Arabië 54%, maar de percentages blijven aanzienlijk lager in Europa en Noord-Amerika (elk 24%).
- Deze dynamiek is ook zichtbaar in toekomstig gebruik: 79% van de respondenten in India en 70% in het Midden-Oosten zegt te overwegen uitsluitend op AI te vertrouwen bij het plannen van hun reizen, vergeleken met slechts 26% in West-Europa en 27% in Oceanië.

Citaat van Mevr. Virginie Babinet, CEO Travel Insurance & Assistance bij Europ Assistance: *“Voortbouwend op de recordcijfers van vorig jaar blijft de reislust sterk en onverminderd groot, ondanks moeilijkere afwegingen en het feit dat de kosten van levensonderhoud wereldwijd een van de grootste zorgen blijven. Wat echter verandert, is het reislandschap zelf. Veiligheidsoverwegingen wegen zwaarder mee bij de keuze van bestemmingen, waarbij beslissingen steeds vaker worden bepaald door risico-overwegingen. Tegelijkertijd is kunstmatige intelligentie nu een volwaardig planningsinstrument voor een groeiend deel van de reizigers wereldwijd, en wint het snel aan populariteit, met name in opkomende en snelgroeiende markten.”*

DE VOORNAAMSTE TENDENSEN VAN DE 25^e BELGISCHE VAKANTIEBAROMETER

DE SELECTIECRITERIA VAN DE BELGEN

3 essentiële factoren zijn bepalend bij de keuze van de vakantiebestemming:

1. De **veiligheid** (algemeen en op persoonlijk vlak) en de bijbehorende geopolitieke context. Dit criterium is meer dan ooit een prioriteit geworden in de huidige mondiale context.
2. Het **klimaat**. De Belgen zijn op zoek naar de zon, maar de opwarming van de aarde en het risico op extreme weersomstandigheden beïnvloeden ook hun keuzes.
3. De **kosten van levensonderhoud**, de **drukke** en de lokale taal of cultuur zijn meer traditionele criteria die ook een invloed hebben op de keuze van de vakantiebestemming, vooral wanneer de betrokken kosten rechtstreeks een invloed hebben op het vakantiebudget.

DE VAKANTIEPLANNEN, DE DUUR EN DE FREQUENTIE VAN DE REIZEN

- **Vakantieplannen:** 72% van de Belgen geeft aan deze zomer op reis te zullen gaan. Dat percentage blijft hoog sinds de post-Covidperiode
- **Reisduur:** Korte vakanties (maximaal 1 week) zijn populair bij 42% van de Belgische reizigers, gevolgd door vakanties van 2 weken (38%) en 3 weken of meer (23%).
- **Frequentie van reizen:** Van de 72% van de Belgen die van plan zijn om deze zomer op vakantie te gaan, zegt de meerderheid (46%) dat ze maar één keer op reis zullen vertrekken. 26% van de reizigers zal meerdere keren op vakantie gaan. 28% zegt niet tussen juni en september op reis te zullen gaan. Juli is voor 38% van de reizigers de vakantiemaand bij uitstek.

Kortom: De intentie van de Belgen om tijdens de zomer op vakantie te gaan, blijft groot.

HET ENTHOUSIASME VAN DE BELGISCHE VAKANTIEGANGERS

- **Belgen blijven enthousiast over hun zomervakantie:** Maar liefst 74% van de Belgen verklaart (heel) enthousiast te zijn om deze zomer op vakantie te gaan, hoewel dit cijfer iets lager ligt dan vorig jaar (-2 punten). Het Europese gemiddelde ligt op 79%.
- **Factoren die het reisenthousiasme temperen:** Sommige factoren hebben een directe invloed op dit enthousiasme.
 - In de eerste plaats de impact van **inflatie en hoge prijzen** (voor 88% van de Belgen).
 - Op een tweede plaats komen **geopolitieke redenen** (waaronder gewapende conflicten), die de overhand hebben genomen op andere soorten bezorgdheden (82%, +4 ptn).
 - **Klimaatverandering** geldt als derde factor (79%). Veel Belgen vrezen dat hun vakantiebestemming getroffen zal worden door hittegolven, extreme weersomstandigheden en de daarmee gepaard gaande nadelen.
 - Tenslotte worden ook andere temperende factoren opgesomd zoals persoonlijke of familiale redenen (78%). Deze redenen worden traditioneel elk jaar opgegeven.

Bovenstaande factoren spelen ook een beslissende rol bij de keuze van de vakantiebestemming.

Kortom: Hoewel de meerderheid van de Belgen (zeer) enthousiast is om op vakantie te gaan, spelen financiële factoren, maar ook de geopolitieke situatie en de klimaatverandering een doorslaggevende rol in de gemoedstoestand van reizigers en hun keuze voor een bepaald type vakantie.

BESTEMMINGEN EN SOORTEN VAKANTIES

- **Vakantiebestemmingen:** 76% van de Belgen geeft aan dat ze hun zomervakantie in Europa zullen doorbrengen. (Op het moment van de enquête had 16% echter nog geen bestemming gekozen). Over het algemeen blijven bestemmingen op andere continenten zoals Azië of het Midden-Oosten (5%), de Verenigde Staten (3%) en Afrika (4%) vrij stabiel.

De geopolitieke evolutie van de komende weken zal echter een beslissende factor worden in de uiteindelijke keuze van de vakantiebestemming van vele Belgen. Velen zouden de keuze kunnen maken om dichter bij huis te blijven en hun kosten te beperken.

Bij de populairste bestemmingen van de Belgen vinden we steevast Frankrijk (22%, idem als in 2025), België (20%, +5 ptn), Italië (12%, +5 ptn), Spanje (11%, -3 punten), en Griekenland (7%, +1 punt) terug.

Terwijl Franstalige Belgen de voorkeur geven aan Frankrijk (29% FR vs 15% NL) en Italië (15% FR vs 9% NL), geven Nederlandstaligen de voorkeur aan België (21% NL vs 20% FR), Spanje (13% NL vs 9% FR), Griekenland (8% NL vs 7% FR) en Nederland (7% NL vs 3% FR).

40% van de Belgen kiest een vakantiebestemming waarvan ze het gunstige klimaat waarderen. 39% verklaart steevast te kiezen voor eenzelfde, vertrouwde vakantiebestemming. 31% bepaalt hun keuze op basis van het aanbod aan vrijetijdsbesteding en activiteiten.

Op de lijst van bestemmingen die Belgen dit jaar absoluut willen vermijden, staan landen waar momenteel gewapende conflicten heersen of de politieke situatie onstabiel is: Iran (15%), Israël (11%), Rusland (8%) alsook Afghanistan (7%). Ook de USA wordt expliciet door sommigen gemeden (10%).

- **Het type vakantiebestemming:** De Belgen brengen hun vakantie nog steeds het liefst door aan de kust (64%, +2 ptn). Citytrips trekken dit jaar 29% van de vakantiegangers aan (+5 ptn). Daarnaast worden ook vakanties op het platteland (22%, -2 ptn) en in de bergen gekozen (20%, -6 ptn).
- **De vakantieactiviteiten:** Belgen gaan vooral op vakantie om te relaxen (67%), om nieuwe plekken te ontdekken (54%) en/of om mooie herinneringen te maken (45%). 43% zegt ook een nieuwe gastronomie te willen leren kennen.
- **Types accommodatie:** Hotelovernachtingen zijn het populairst (38%), evenals verblijven in een huis of appartement (33%). 18% van de vakantiegangers kiest voor een 'all-inclusive' vakantiepark. 14% kiest ervoor om vakantie bij vrienden, familie of in hun tweede verblijfplaats door te brengen.

35% van de Belgen kiest voor die accommodatie uit voorkeur, 34% uit gewoonte en 31% vanwege de prijs.

Traditiegetrouw boekt een kwart van de Belgen hun vakantie 2 tot 4 maanden voor vertrek. Voor verre bestemmingen kan dit zelfs langer op voorhand zijn.

- **Transportmiddelen om de vakantiebestemming te bereiken:** De persoonlijke auto is voor 42% van de Belgen (-2 ptn) het populairste transportmiddel. Het vliegtuig palmt de eerste plaats in (50%, -1 pt). 14% kiest voor de trein en 10% voor de bus.

De keuze van het transportmiddel wordt door de meeste vakantiegangers gerechtvaardigd door het feit dat het de gemakkelijkste manier is om hun bestemming te bereiken (53%), de meest gebruikelijke manier (34%) of de meest betaalbare (26%).

Opmerkelijk is dat 54% nog steeds geen lange ritten overweegt met een elektrische auto (+2 ptn). 36% zou dit wel doen, op voorwaarde dat het laden van de batterij geen zorgen oplevert.

Kortom: Europa is de favoriete vakantiebestemming. Indien de geopolitieke situatie onzeker blijft, wordt Europa een nog grotere toevluchtsoord voor veel Europeanen. Hotelreserveringen en “privé-accommodaties” blijven populair. Auto en vliegtuig zijn de meest gekozen transportmiddelen om de vakantiebestemming te bereiken of om er zich te verplaatsen.

HET GEMIDDELDE VAKANTIEBUDGET

- **Het gemiddelde vakantiebudget** van de Belgen deze zomer (d.w.z. het gemiddelde voor alle huishoudtypes samen) bedraagt dit jaar €2.545. In 2025 was dit €2.710. Er is dus een daling met €165 t.o.v. vorig jaar.

Dit jaar beschikken de Nederlandstaligen over een gemiddeld vakantiebudget van €2.586 en de Franstaligen van €2.504.

Het Belgische vakantiebudget komt opnieuw op de derde plaats van de gepeilde Europese landen na Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk. Het gemiddelde Europese vakantiebudget bedraagt €2.089.

Kortom: Belgische huishoudens voorzien een gemiddeld budget van 2.545 euro. Daarmee behoren ze tot de top drie van de ondervraagde Europese landen.

REIZEN EN ARTIFICIELE INTELLIGENTIE

- **AI in het dagelijkse leven:** 59% van de Belgen gebruikt af en toe AI-tools om informatie op te zoeken of zaken te regelen. 74% doet dit om algemene informatie op te zoeken, 50% om complexe of technische problemen op te lossen, 25% om info op te zoeken of zaken te regelen rond reizen en vrije tijd.

22% gebruikt AI effectief om reizen te plannen en te boeken, een stijging met 5 ptn vergeleken met vorig jaar.

Toch zijn er ook de mensen die zeer terughoudend staan t.o.v. het gebruik van AI, en dit omdat ze een interactie verkiezen met een levend wezen (31%), nooit AI gebruiken (30%) of AI niet vertrouwen (25%).

- **AI tijdens de vakantievoorberedingen:** Zij die AI specifiek gebruiken om hun vakantie te plannen en te boeken, doen dit om informatie te verzamelen over hun activiteiten (87%), hun bestemming (85%), hun reisroute (85%), hun transport (71%) en/of hun accommodatie (66%).
- AI en (reis)verzekeringen: 25% van de Belgen heeft al gebruik gemaakt van AI of is van plan dit te doen om reisverzekeringen te vergelijken.

Toch heerst op dit vlak nog een groot wantrouwen: 55% krijgt liever advies van een levende raadgever, 46% vertrouwt de door AI gegeven informatie niet, 43% weet niet hoe AI zijn keuzes maakt, 33% verdenkt AI ervan informatie te geven die niet in hun voordeel is en 30% maakt zich zorgen over het respect van de privacy.

Kortom: AI palmt een steeds grotere plaats in als opzoekingsinstrument bij het kiezen en voorbereiden van vakanties, zowel voor bestemmingen en accommodaties als voor activiteiten. Voor de vergelijking van (reis)verzekeringen wordt AI door een kwart van de Belgen gebruikt (of zal hiervoor worden gebruikt), maar velen vertrouwen het (nog) niet helemaal.

REIZEN EN ECOLOGIE

- **Ecologische voetafdruk:** 29% van de Belgen maakt zich zorgen over zijn/haar ecologische voetafdruk tijdens het reizen en kiezen hierbij milieubewustere reisaanbieders, accommodatie of transportmiddelen.

REIZEN EN VERZEKERINGEN

- **(Bijstands)verzekering voor Belgische reizigers:** De meerderheid van de Belgen is verzekerd voor medische problemen tijdens de reis (81%) en voor problemen met hun (vakantie)verblijf (72%) of pech met hun voertuig (76%).
- **Voornaamste bekommernissen van de Belgische reizigers:** Problemen die vakantiegangers persoonlijk treffen (oplichting, agressie, ziekte, diefstal) alsook problemen die te wijten zijn aan externe factoren (klimaat, kwaliteit van gezondheidszorg, drukte, ...) behoren tot de grootste bekommernissen van de vakantiegangers.

Kortom: een groot aantal Belgen is zich bewust van de mogelijke risico's die reizen met zich meebrengt. De bijstandsdossiers die Europ Assistance tijdens de zomerperiode opent, bevestigen het belang van een goede dekking.

DE CRISIS IN HET MIDDEN-OOSTEN

Hoewel de verdere evolutie van de crisis in het Midden-Oosten onzeker blijft, we op basis van onze ervaringen van voorgaande Vakantiebarometers enkele elementen naar voor schuiven:

- Veel **verre reizen zijn al maanden op voorhand geboekt**, waardoor sommige vakantiegangers hun plannen voorlopig behouden en wachten op advies van hun touroperator.
- **Brandstofschaarste** kan vooral in verder gelegen regio's zoals Azië leiden tot transportproblemen en beperkingen in het aanbod.
- Een aanhoudend **tekort aan kerosine** kan bovendien resulteren in minder of afgeschafte vluchten en hogere ticketprijzen.
- Tot slot kunnen **stijgende brandstof- en algemene kosten** ervoor zorgen dat vakantiegangers hun verplaatsingen of uitgaven beperken om hun vakantiebudget onder controle te houden en een vakantiebestemming kiezen dichter bij huis.

Enkele cijfers en trends samengevat

Enkele verschillen	Zomervakantie 2025	Zomervakantie 2026
Intentie om te vertrekken	Ja: 73%	Ja: 72%
Enthousiasme om op vakantie te gaan	76%	74%
Meerdere vakanties	28%	26%
Vakantie in België	15%	24%
Vakantie in het buitenland	Frankrijk: 22% - Spanje: 14%	Frankrijk: 22% - Italië 12% - Spanje: 11%
Vakantiebudget per huishouden	€2.710	€2.545
Bestemmingen	Zee: 62% Bergen 26% - Citytrips, Platteland: 24%	Zee: 64% Citytrips 29%, Platteland 22%, Bergen 20%
Accommodatie	Hotel: 47% - Locaties: 31%	Hotel: 38% - Locaties: 33%
Transport	Eigen auto: 44% Vliegtuig: 51%	Eigen auto: 42% Vliegtuig: 50%
Criteria voor de keuze van een bestemming	1° Veiligheid – 2° Klimaat – 3° Budget (Gewapende conflicten en onveiligheid worden steeds belangrijker)	1° Veiligheid – 2° Klimaat – 3° Budget (Gewapende conflicten zijn dit jaar duidelijk overheersende factoren)

Perscontacten

Xavier Van Caneghem

PR & Market Analyst

xavier.van.caneghem@europ-assistance.be

0473.46.82.00

Celien Deweerdt

DGA

celien.deweerdt@dgagroup.com

Over Europ Assistance

Europ Assistance is wereldleider in bijstands- en reisverzekeringen. We ondersteunen onze klanten in meer dan 200 landen via een uitgebreid netwerk van erkende dienstverleners en bieden een scala aan diensten: reisverzekering en medische bijstand, hulp langs de weg en mobiliteit, wonen en leven, gezondheid, ouderenzorg en conciërgediensten. Europ Assistance, opgericht in 1963, is pionier op het gebied van hulpverleningsdiensten en maakt deel uit van de Generali Groep. Als verantwoordelijk bedrijf en werkgever zetten we ons in voor het persoonlijke welzijn en de loopbaanontwikkeling van onze 12.000 medewerkers in 39 landen en gebieden, die allemaal deel uitmaken van een verbonden wereldwijde gemeenschap.