

# Een vijfde van de Nederlanders is bereid om het dubbele te betalen voor hun vliegticket

motivaction  
insights and strategy

De luchtvaartindustrie heeft de ambitie om in 2050 volledig klimaatneutraal te functioneren. Om de huidige uitstoot en vervuiling terug te dringen, wordt er de komende jaren gewerkt aan het vergroenen van de luchtvaart. Het is daarbij noodzakelijk dat vliegtuigen zuiniger gaan vliegen en meer vliegen met duurzame brandstoffen. Deze duurzame brandstoffen zijn een stuk duurder dan de brandstof waar nu voornamelijk mee wordt gevlogen. Eerder dit jaar werd bekend dat de prijs van vliegtickets hierdoor zal toenemen, en mogelijk zelfs verdubbelen.



## Vooraf Millennials bereid meer te betalen voor vliegtickets

De vraag rijst op of consumenten bereid zijn een verdubbeling voor vliegtickets neer te leggen. Wat blijkt? Maar liefst 20% van de Nederlandse consumenten is bereid om het dubbele te betalen voor hun vliegvakantie. Vooral Millennials (geboren 1980-1996), die meerdere keren per jaar vliegen voor hun vakanties, zijn bereid meer te betalen voor hun vliegreis. Gen Z'ers (geboren 1997-2012) die meestal één keer per jaar vliegen voor hun vakantie, zijn best bereid iets meer te betalen voor hun vliegvakantie maar het dubbele gaat hun te ver. Generaties die geboren zijn voor 1980 zijn nauwelijks bereid meer te betalen voor hun vliegticket, mede omdat ze nu al minder vaak met het vliegtuig op vakantie gaan.

## Hoe zit het met vliedschaamte?

Met welke reden stappen consumenten dan toch nog het vliegtuig in voor hun vakantie, ondanks een verdubbeling in prijs? Het vliegtuig is voor hen de enige optie om de bestemming te bereiken. Ook al zijn sommige consumenten nog zo duurzaam ingesteld, ze zien zichzelf veelal als wereldburgers en willen toch graag verre reizen maken. En op die verre plekken kom je nou eenmaal alleen maar met het vliegtuig.

Consumenten zijn zich er goed van bewust dat vliegvakanties slecht zijn voor het milieu, wat ervoor zorgt dat ze met vliedschaamte, enigszins bezwaard, het vliegtuig in stappen. Ze vinden het eigenlijk niet kunnen dat mensen nog steeds vliegen voor hun vakantie, ondanks dat ze hier zelf ook aan meedoen. Hoewel Millennials relatief veel last hebben van vliedschaamte (26%), en het goed vinden dat luchtvaartmaatschappijen een CO2-compensatie optie aanbieden (60%), zijn zij zelf nauwelijks bereid om extra te betalen voor die CO2-compensatie (47% zou hier nooit zelf voor kiezen).

## Meest duurzame Mentality-profiel

Er zijn veel verschillen tussen de verschillende doelgroepen te vinden. De grootste verschillen worden echter gevonden wanneer we een analyse doen op Vijf tinten groener. Vijf tinten groener is een domeinspecifieke doorvertaling van Mentality op duurzaamheid. Daar zien we dat de Verantwoordelijken 'by far' vaker bereid zijn om meer te betalen voor een duurzame vliegreis. Of ze dit ook werkelijk gaan doen, valt nog te bezien, maar de bereidheid is er.



## Voordeel vliegreis weegt zwaarder dan kosten

Zelfs met de verdubbeling van vliegticketprijzen, wegen de baten voor veel Nederlanders zwaarder dan de kosten voor sommige consumenten. Consumenten kiezen graag voor het vliegtuig omdat het ze het goedkoop vinden, makkelijk, comfortabel en omdat het snel is. Toch geeft ruim de helft van de Nederlanders aan dat ze zich voornemen om in de toekomst vaker met de auto of trein op vakantie te gaan. De komende jaren moet gaan blijken of consumenten werkelijk het dubbele neer leggen voor die vliegvakantie, of dat we elkaar in de zomers in volgestampte vakantietreinen zullen treffen.

Wil jij ook een thema of een vraag indienen voor het Energiepaper? Of heb je vragen of opmerkingen over Vijf tinten groener? Neem dan contact op met Gerard (g.vanderwerf@motivaction.nl) of Caress (c.ridder@motivaction.nl).

Onderzoeksverantwoording: n=1.046, onderzoeksperiode: week 33 van 2024.

