



Red
online marketing
for travel & leisure

De advertising Trends van 2026 voor de reisbranche

Tijmen Pars

Datum: 08.01.2026





Nice to meet you!



Tijmen Pars

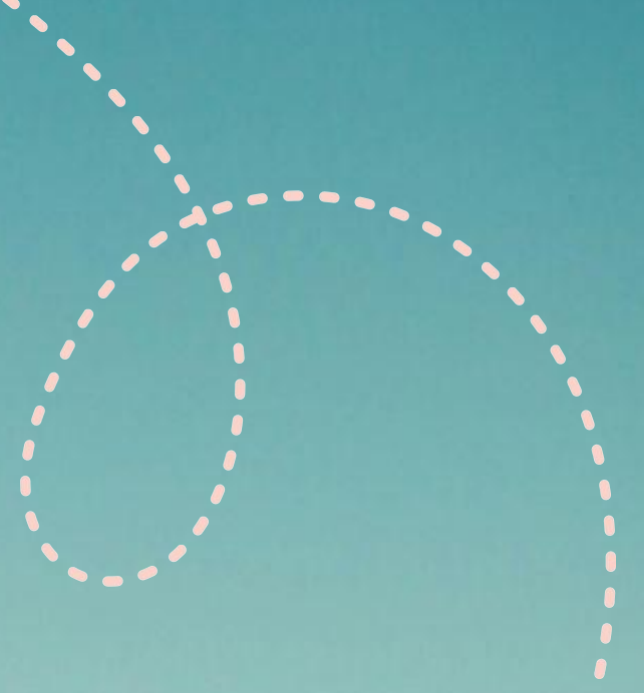
Head of Google Ads

- Sinds 2015
- tijmen@redonlinemarketing.nl





Wat zijn de Advertising trends van 2026?





Zoals verwacht: Veel AI!



Agenda

1. Trend 1 – AI Mode absorbeert de klik 🔍
2. Trend 2 – First-Party Data: het goud van 2026 💎
3. Trend 3 – De verschuiving van keyword targeting naar AI-Gedreven Intentie 🎯
4. Trend 4 – Branding is noodzakelijk en laagdrempeliger 🏰

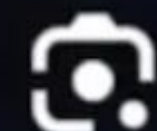
En 3 bonus trends te lezen achteraf op ons blog.



Google



Trend 1 – AI Mode absorbeert de klik



AI Mode



mooiste vakantie in portugal



Gesponsorde resultaten verbergen ^

♦ AI-overzicht

De mooiste plekken in Portugal zijn een mix van bruisende steden (Lissabon, Porto), sprookjesachtige kastelen (Sintra), adembenemende kustlijnen (Algarve, Costa Vicentina), weelderige natuur (Azoren, Madeira, Peneda-Gerês), en historische binnenlanden (Alentejo, Évora), met voor elk wat wils: van strandvakanties tot cultuur en actieve natuurreizen. 🌐



Steden & Cultuur:

- **Lissabon:** De bruisende hoofdstad met Fado-muziek, pastéis de nata, en historische wijken zoals Alfama. 🌐

Meer tonen ▼

Mooiste plekken Portugal: dit zijn dé 10 highlights! - 27vakantiedagen

Mooiste plekken Portugal: de 10 mooiste plekken & regio's voor een vakantie in Portug...

27 27 Vakantiedagen.nl 🌐



9x de mooiste plekken in Portugal, hier wil je zijn geweest!

9 x de mooiste plekken in Portugal, hier wil je ooit zijn geweest! * 9 x de mooiste plekken in...





mooiste vakantie in portugal

De "mooiste" vakantie in Portugal hangt af van uw voorkeuren, of u nu op zoek bent naar cultuur, natuur, strand of avontuur. Populaire keuzes zijn onder andere **de historische steden Lissabon en Porto, de zonovergoten Algarve-kustlijn, en de adembenemende Azoren-eilanden**.

Hieronder vindt u een overzicht van de topbestemmingen:

Populaire Vakantiebestemmingen

Voor stedentrips en cultuur:

- **Lissabon:** De heuvelachtige hoofdstad is een levendige bestemming vol cultuur, architectuur en culinaire ervaringen, zoals de beroemde *pastéis de nata*. Bezoek iconische bezienswaardigheden zoals de Toren van Belém en wandel langs de Taag. Vlakbij ligt ook het sprookjesachtige Sintra met zijn vele kastelen en paleizen.
- **Porto:** Deze stad heeft een uniek karakter en staat bekend om zijn portwijn en charmante straatjes. Het is een geweldige uitvalsbasis voor het verkennen van de Douro-vallei.

Voor zon, zee en strand:

- **De Algarve:** Europa's toonaangevende strandbestemming, bekend om zijn goudgele zandstranden, spectaculaire kliffen en grotten, en levendige badplaatsen zoals Lagos en Albufeira. De Ponta da Piedade bij Lagos biedt adembenemende rotsformaties die u per boot kunt verkennen.



9 sites



9x de mooiste plekken in Portugal, hier wil je zijn geweest!

* Lissabon. Tja, het is wellicht een beetje cliché, maar toch begint onze...



We Are Travellers



Peneda-Gerês National Park

Bergachtig natuurgebied met wolven, prehistorische overblijfselen, campings en...

Google



Vluchten van Amsterdam naar elke locatie

Vluchten naar Lissabon, Madeira en Porto verkennen

Google

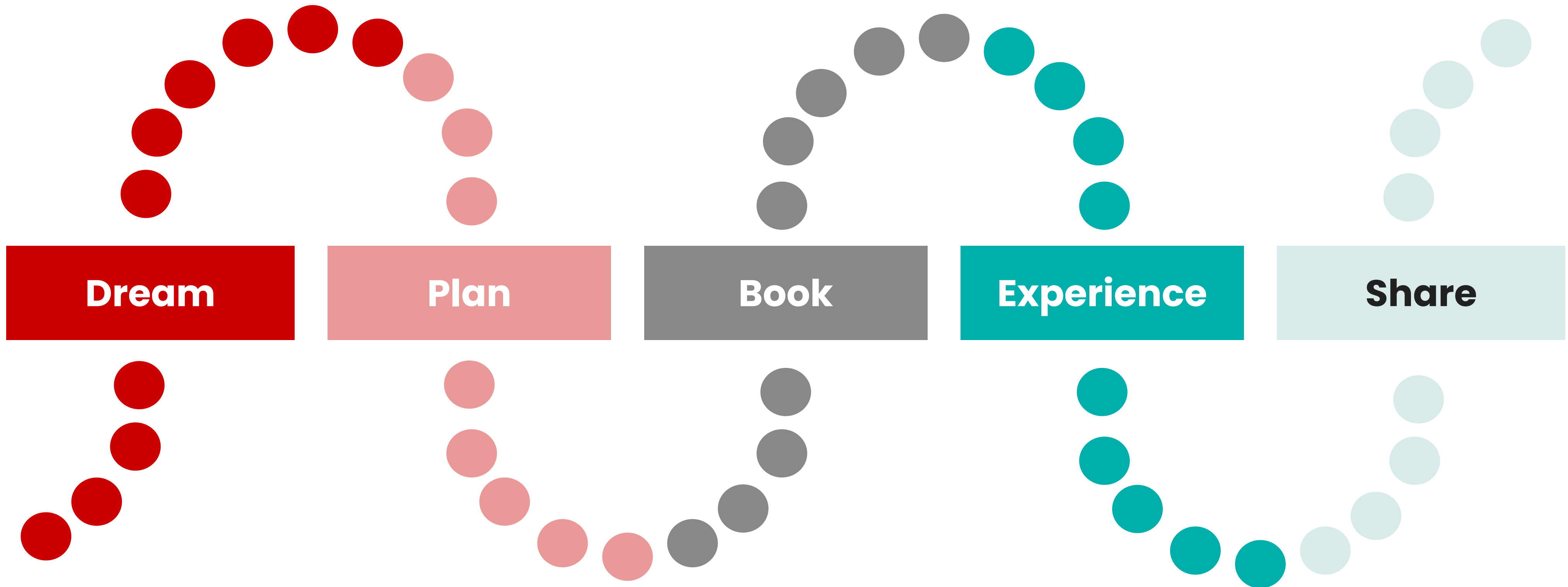


Alles tonen



Waar blijven mijn clicks?







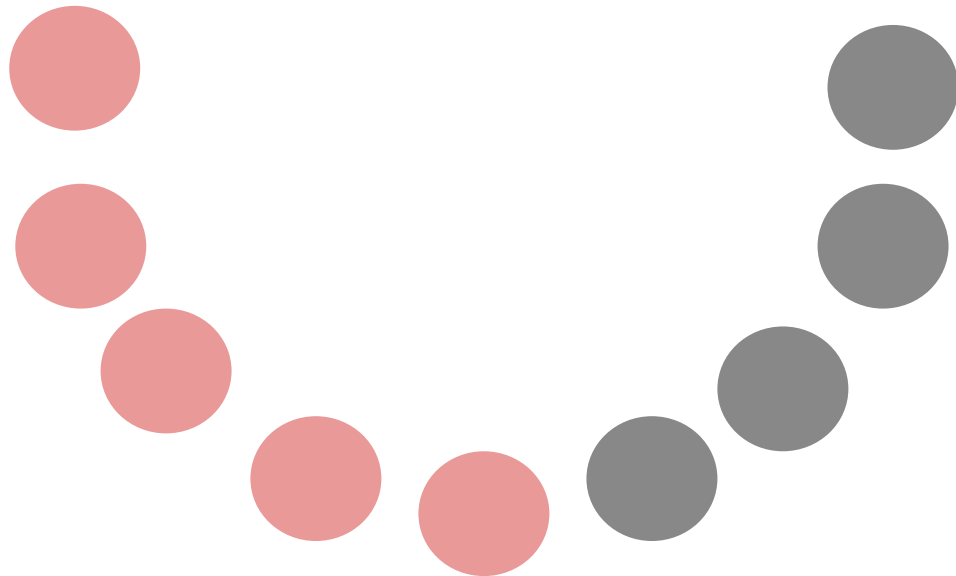
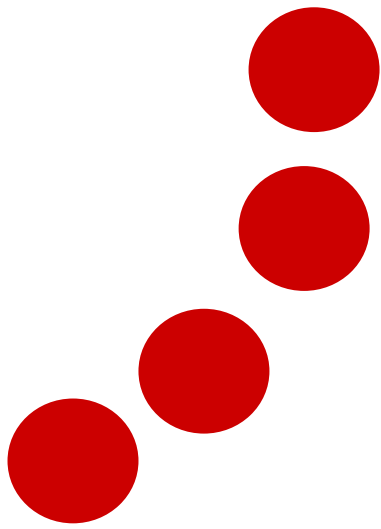
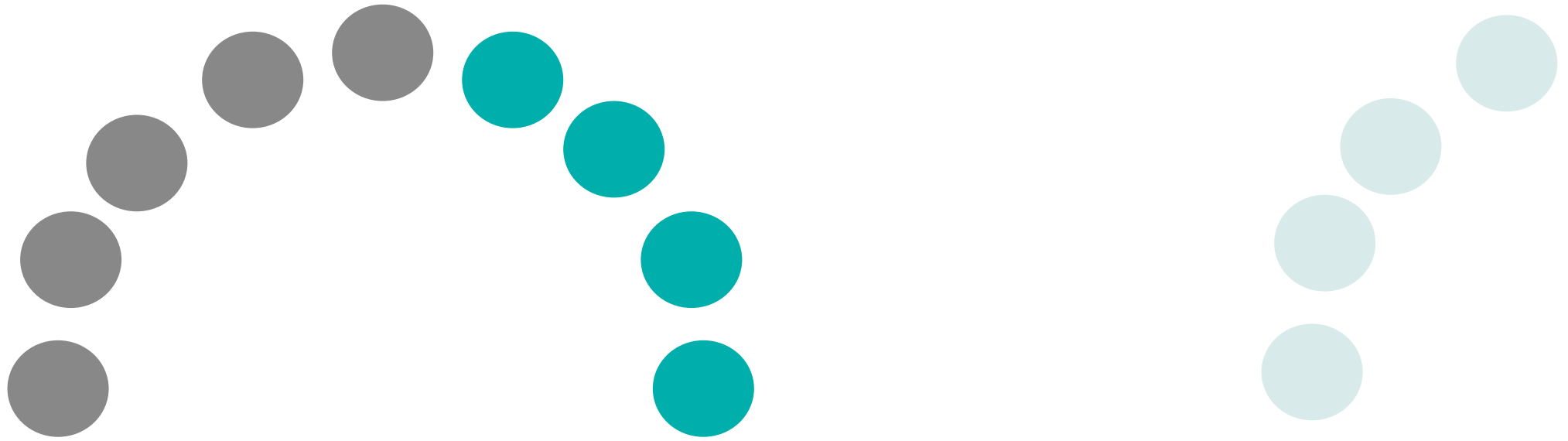
Dream

Plan

Book

Experience

Share



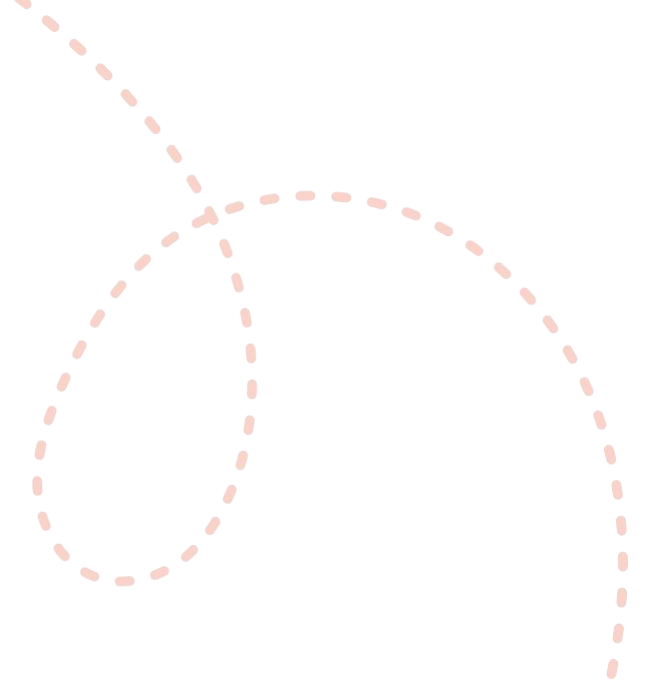


Houd er rekening mee dat:

- Het aantal **zoekopdrachten** op Google deels **afgepakt** wordt door ChatGPT/Gemini;
- Het **aantal clicks minder** (CTR daalt) wordt, het antwoord wordt door Google gegeven;
- Dit betekent minder traffic en dus **minder grote doelgroepen om te remarketen**, een krachtig advertising wapen;
- Het deel waarop we **meten kleiner wordt** waardoor het nog belangrijker is om de meting optimaal te hebben staan.
- En je bent **minder zichtbaar** in de zoekmachine.

Makkelijker gezegd: een verlies in boekingen!

Dus moet de gehele strategie herzien worden. Bouw je alleen maar op search dan ben je niet 2026-proof.



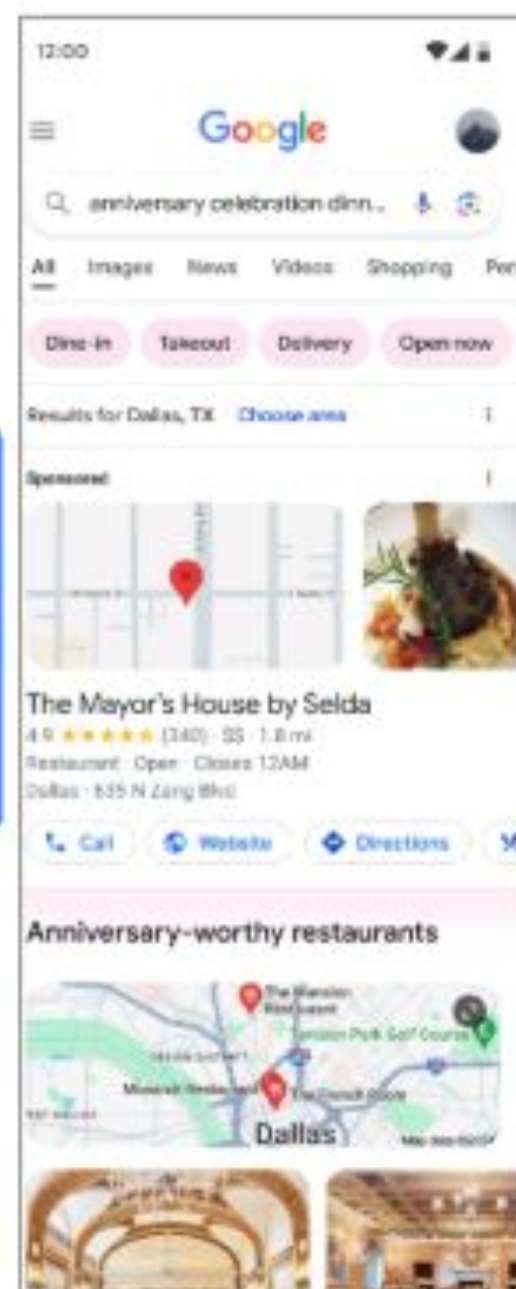
Werk aan:

- **Aanwezigheid in LLM's;**
- Opvullen van missende websitebezoekers via andere touchpoints, zoals **video viewers**. Bouw sterke doelgroepen en overtuig ze te boeken;
- Doe dit ook via het **verzamelen van emailadressen**. Daarover meer in de volgende trend;
- Werk aan **zichtbaarheid en merkbekendheid** en geef dit een vaste plek binnen jouw organisatie. Ga je de strijd niet aan dan zal je via verlies van verkeer de afgrond in zakken;
- Zorg voor de **ultieme meting** en blijf doorbouwen. Meten = weten en dat is de basis voor groei;
- Verdiep je in nieuwe **future proof advertising oplossingen**. 1 daarvan is het kunnen adverteren binnen AI Mode. Dit doe je via AI Max. Test hier morgen al mee zodat je straks snel kan opvolgen.



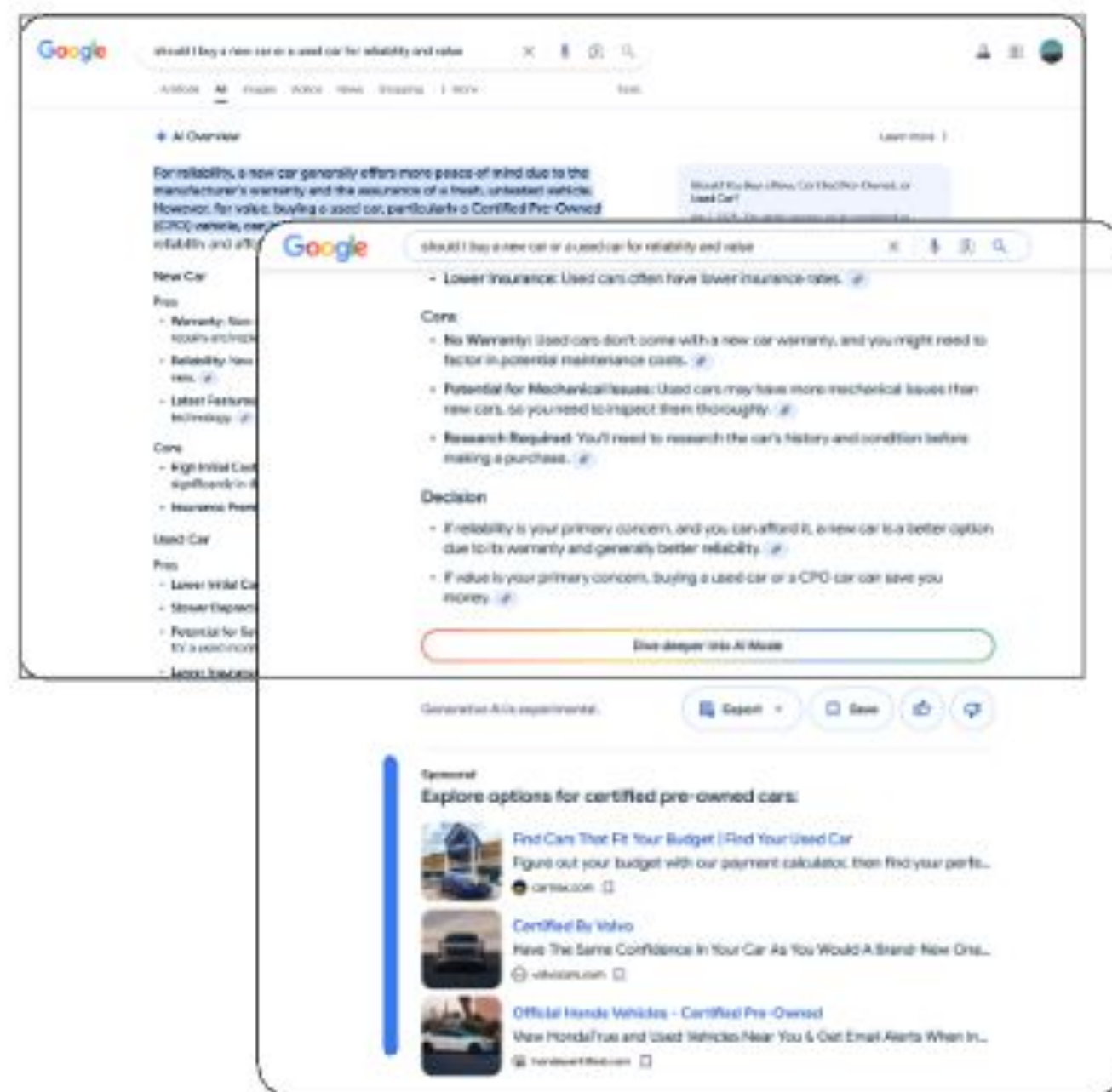
Ads & AI Overviews

Ads Above & Below AIO



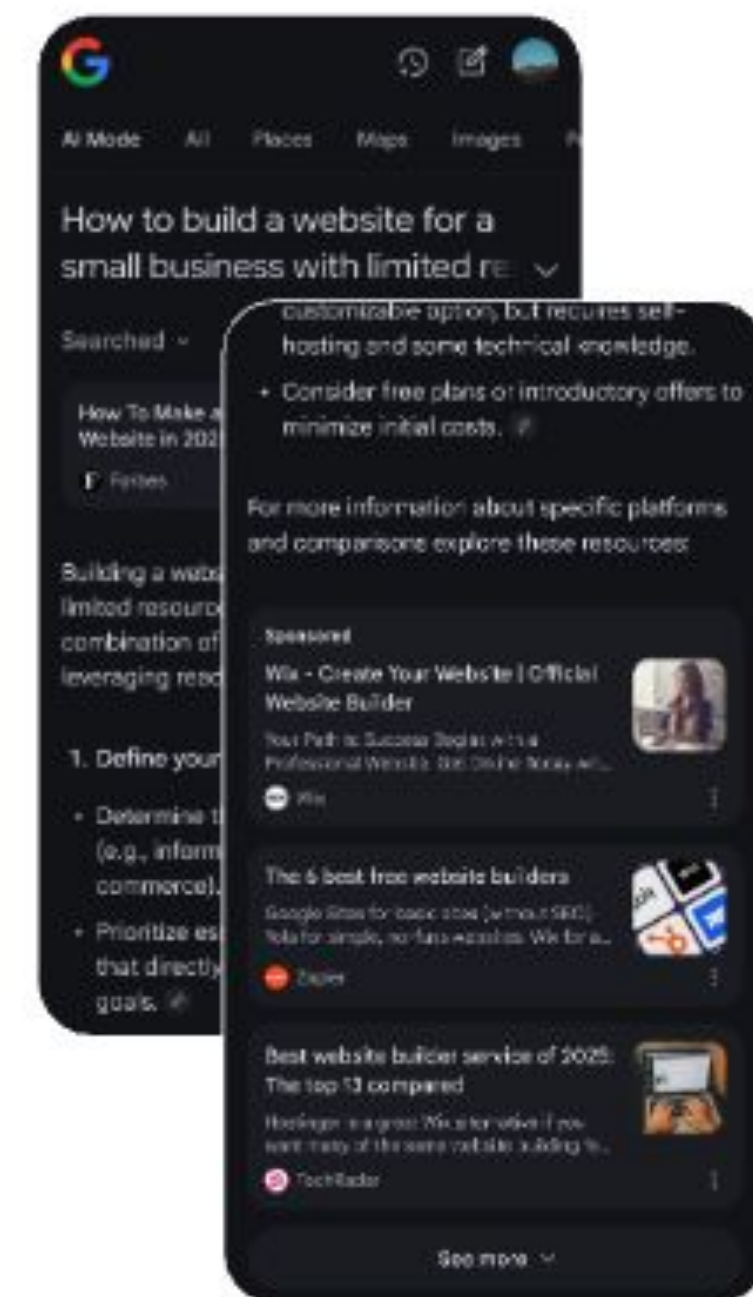
Launched in all 200+ countries
where AIOs are launched

Ads within AIO



Launched in the US

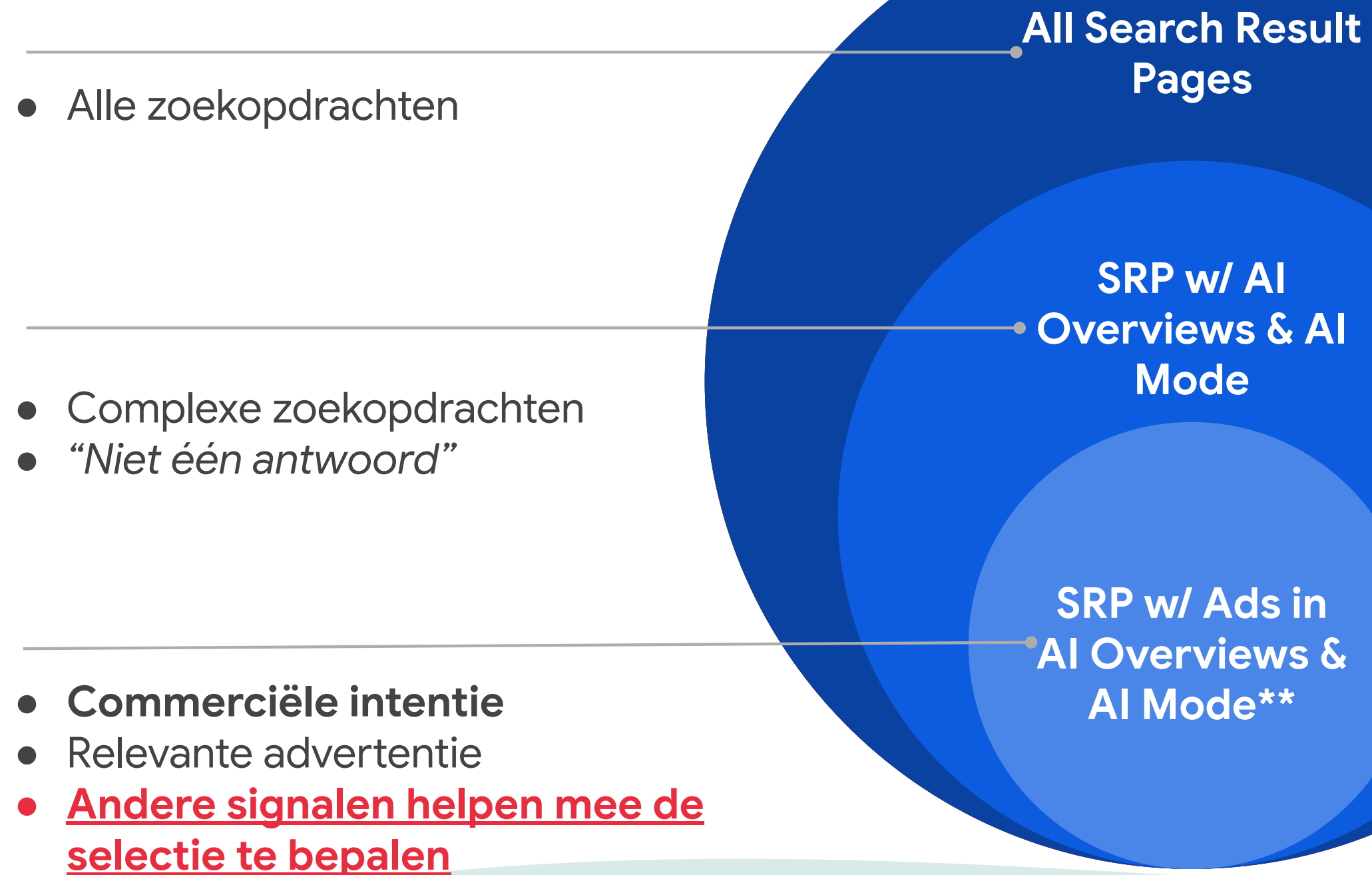
Ads in AI Mode



Starting as an experiment in the U.S



Wanneer komt jouw ad tevoorschijn?



Voorbeelden

- Wat is het grootste meer van Canada?
- **Beste all inclusive hotel van Spanje**
- Beste reistijd Namibië
- **Rondreis voor senioren Slovenie**
- Esta voor Amerika
- **Camping met kinderen in Duitsland**

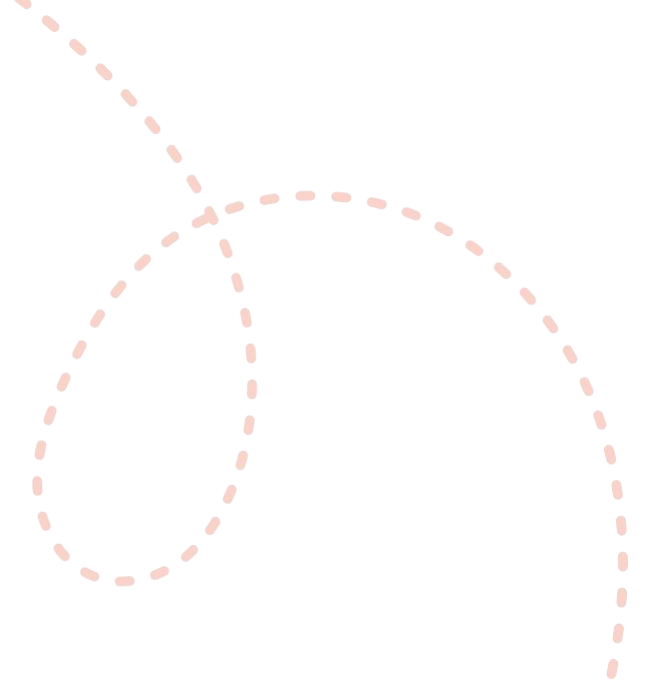


Trend 2 – First-Party Data: het goud van 2026



"De AI doet het werk, maar jij moet de brandstof leveren."

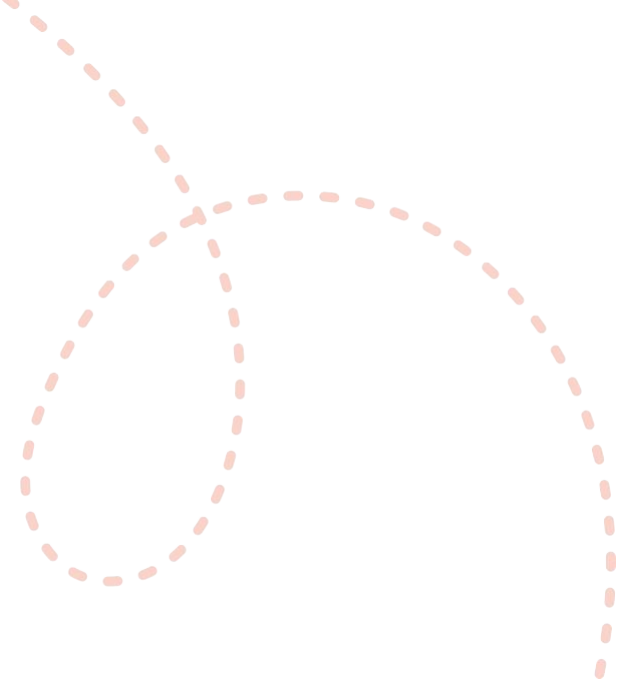




Zo werken advertising giganten:

- Ze gaan blind aan de slag;
- Ze leren van de data die ze terugkrijgen (daarom is meting ook zo belangrijk);
- Ze gaan gericht aan de slag.

Dit allemaal is gebouwd op black boxes, algoritmes die niet prijsgegeven worden maar die jij kunt gebruiken..... en voeden. Dit zien wij vaak nog niet goed gaan, terwijl het met alle AI ontwikkelingen belangrijker is dan ooit.



Implementeer morgen nog:

- Directe **dynamische koppelingen via jouw CRM**. De beste bron is de eerdere boeker;
- Haal eerdere boekers over nog eens te boeken via **directe targeting**;
- **Sluit eerdere boekers uit** omdat ze toch niet snel weer zullen boeken;
- Zet **lead ads campagnes** op en houd bij hoe zij zich de komende jaren verhouden tot boeken;
- En vooral: leer het algoritme wie jouw boeker is.



> 5%

**meer omzet bij bedrijven die hun data optimaal
koppelen tussen CRM en advertising kanaal en
vice versa**

WanderConnect

With WanderConnect you have a connection between your reservation system and the advanced email platform Deployteq.

Create endless selections based on booking data.

Newsletters can now have dynamic elements based on different audiences.



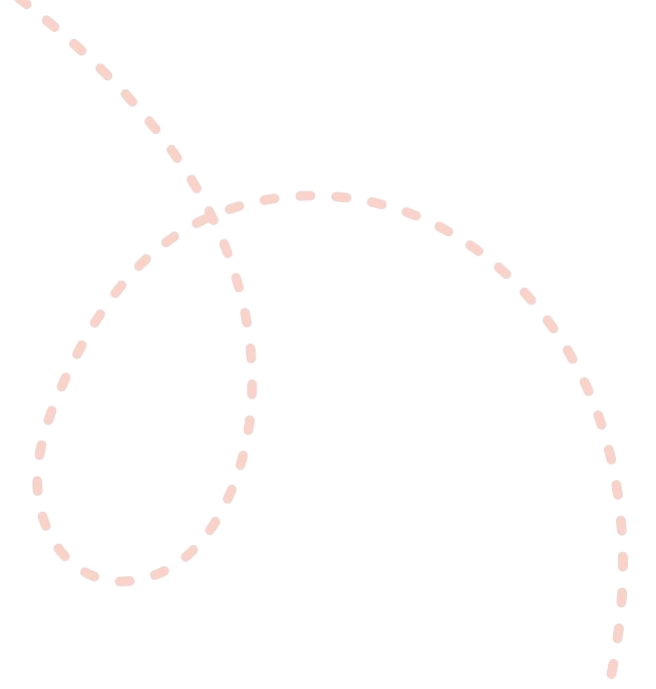


**Trend 3– De verschuiving van
keyword targeting naar
AI-Gedreven Intentie** 





Het is niet meer:



Maar:





**"Het is voorbij met
keyword targeting, het
gaat om de intentie."**





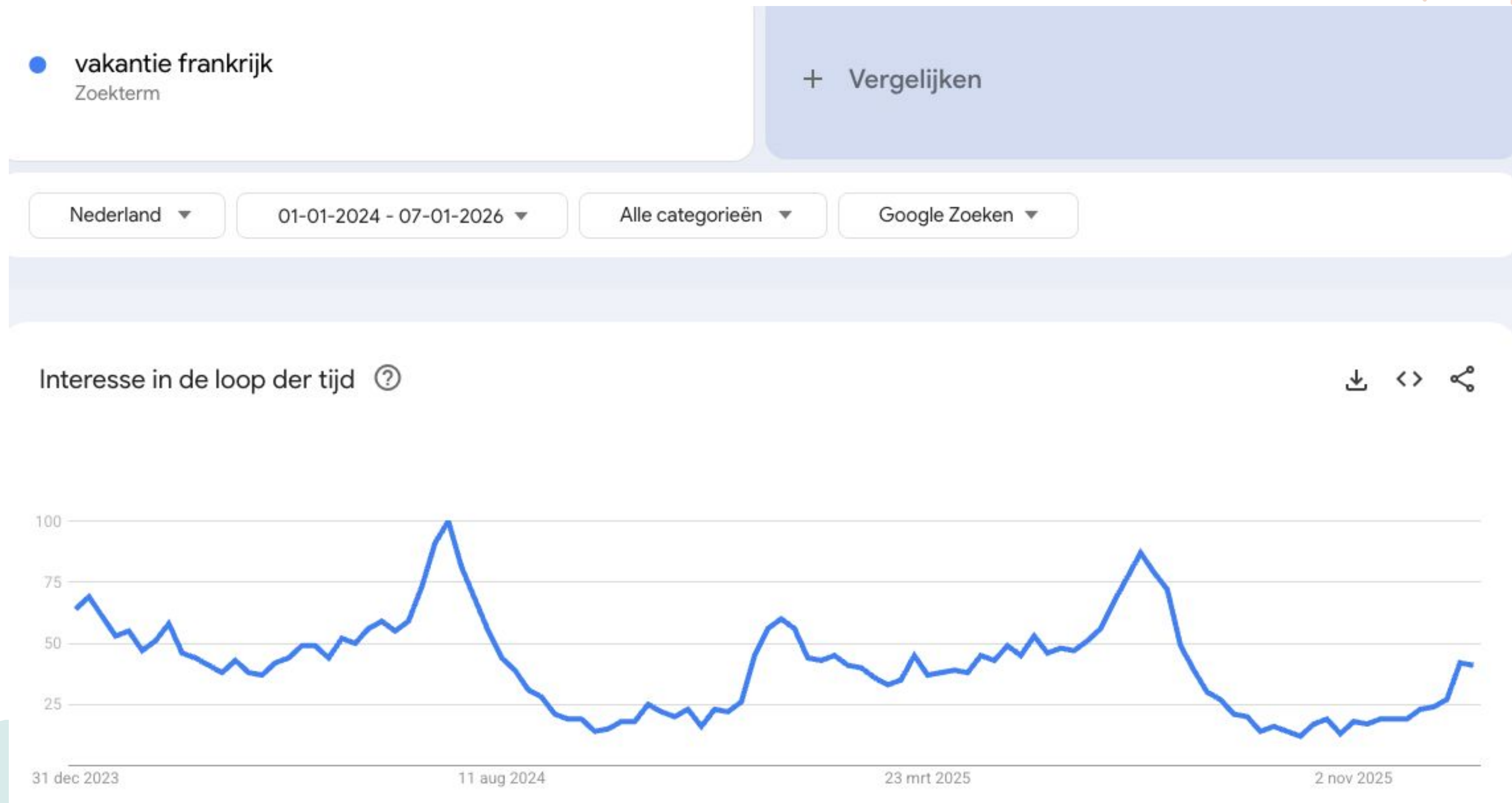
Dat betekent dat je met een oude search-setup:

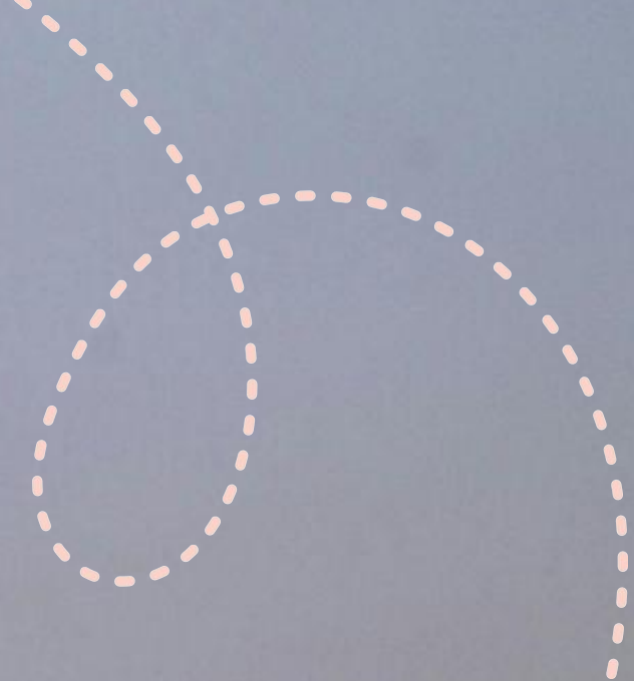
- Vele **relevante zoekopdrachten mist**, omdat je simpelweg niet mee biedt;
- Niet aanwezig zult zijn in de snel ontwikkelende **AI Mode**;
- Niet daar bent waar jouw **potentiële** gast zich bevindt.

Nogmaals: een verlies in boekingen!



En zoekopdrachten op alleen Google worden minder





> 20%

**meer veilingdrukke met dezelfde budgetten op mid
funnel keywords zoals “*vakantie Frankrijk*”**



80% van de Nederlanders
gebruikt Social Media minimaal
eens per dag

bron: Newcom (2025)



Werk aan:

- Omarming van AI gedreven advertising oplossingen zoals **PMax en AI Max** voor een brede online dekking;
- Een **mediamix van verschillende kanalen** voor de verschillende fases van de funnel;
- Maximaliseer de **kwaliteit en hoeveelheid van assets** zoals afbeeldingen en video's om overal kwalitatief naar voren te komen. AI kan hier een enorme rol in spelen;
- Bij groter budget: **breng attributie bij elkaar** via tools als Billy Grace.



**"Al begrijpt de vraag
van je gast inmiddels
beter dan jij. Stop met
het raden van hun
zoekwoorden en start
met het zijn van hun
antwoord."**





We weten ondertussen dat:

- **Meting** over de jaren heen minder accuraat is geworden;
- **Zoekverkeer** afneemt;
- Al assistenten gek zijn op **lijstjes**, zoals een opsomming van vakantie-aanbieders.

Hoe zorg je er voor dat je top of mind blijft, bent of komt?



Trend 4 – Branding is noodzakelijk en laagdrempeliger 🏰





90% van de aankopen wordt
gedaan door merken die '**Top of
Mind**' zijn op het moment dat de
behoefte ontstaat.

bron: Ehrenberg-Bass Institute



Ik wil een hotel in italië

Italië heeft een breed scala aan hotels. Hier zijn enkele suggesties in populaire steden:

Rome

- **DoubleTree by Hilton Rome Monti:** Dit 4-sterrenhotel is stijlvol, centraal gelegen en biedt een cocktailbar op het dak, een restaurant, en gratis wifi. De prijs is ongeveer **€159** per nacht.
- **Hotel Casa Tra Noi Rome:** Een 3-sterrenhotel nabij Vaticaanstad met schone kamers, goede bedden en gratis parkeren. De prijs is ongeveer **€64** per nacht.
- **IL SOLE:** Dit 1-sterrenhotel biedt basisvoorzieningen, waaronder gratis wifi en ontbijt, voor ongeveer **€63** per nacht. 📍

Venetië

- **Liassidi Palace Hotel:** Een 4-sterrenhotel in een elegant gebouw met een bar en gratis wifi. De prijs is ongeveer **€78** per nacht.
- **Hotel Venezia:** Dit 3-sterrenhotel is gunstig gelegen, biedt gratis ontbijt en parkeren, en kost ongeveer **€69** per nacht.
- **Hotel walter&canal:** Een ouder hotel met schone kamers en gratis wifi voor ongeveer **€56** per nacht. 📍



De beste hotels in Italië

De beste hotels in Italië – Accommodaties in Italië

Booking.com ▾



DE 10 BESTE hotels in Italië 2026 (met prijzen) - Tripadvisor

20 feb 2025 — DE 10 BESTE hotels in Italië 2026 (met prijzen) - Tripadvisor.

Tripadvisor ▾



DoubleTree by Hilton Rome Monti

Stijlvol hotel met een restaurant, een cocktailbar op het dak, een koffiebar en een fitnessruimte.

Google ▾

Hotel Casa Tra Noi Rome

Strakke kamers, sommige met uitzicht op de Sint-Pietersbasiliek, plus restaurant, bar en gratis ontbijt.

Google ▾

IL SOLE

Via dei Mille, 6, 00185 Roma RM, Italië

Google ▾

Liassidi Palace Hotel

Salizada dei Greci, 3405, 30122 Venezia VE, Italië

Google ▾



Meedoen is makkelijker dan ooit

- **AI** is nu al verbluffend en dendert door;
- Bedrijven als Google/Youtube & META hebben eigen **creatietools** ontwikkeld in de kanalen.



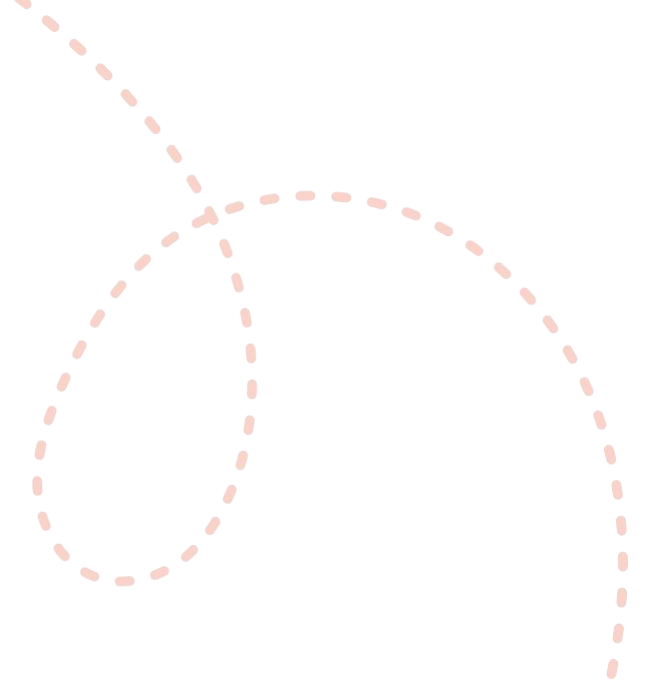
Original photo



Canva



Nano Banana



Wat concrete tips:

- Zorg voor een **5 jaren plan voor branding** en zie dit helemaal los van performance;
- Zet dan ook **2 potten aan investering** op en laat dit niet in elkaar overvloeien;
- Zet meting op, zoals op zoekopdrachten op de merknaam en direct verkeer;
- Zet een **doelgroepstrategie** op om videokijkers vast te houden (ook goud, zoals trend 2);
- Overweeg **brand uplift studies** via META & Youtube*;
- Overweeg een **onderzoeksbureau** aan te haken*.

En start er morgen mee. Ideale verhouding 70% performance 30% branding voor middelgrote organisaties. Starten met 10% is al een echte start.

*bij meer budget



Wat we bespraken

1. Trend 1 – AI Mode absorbeert de klik 🔍
2. Trend 2 – First-Party Data: het goud van 2026 💎
3. Trend 3 – De verschuiving van keyword targeting naar AI-Gedreven Intentie 🎯
4. Trend 4 – Branding is noodzakelijk en laagdrempeliger 🏰

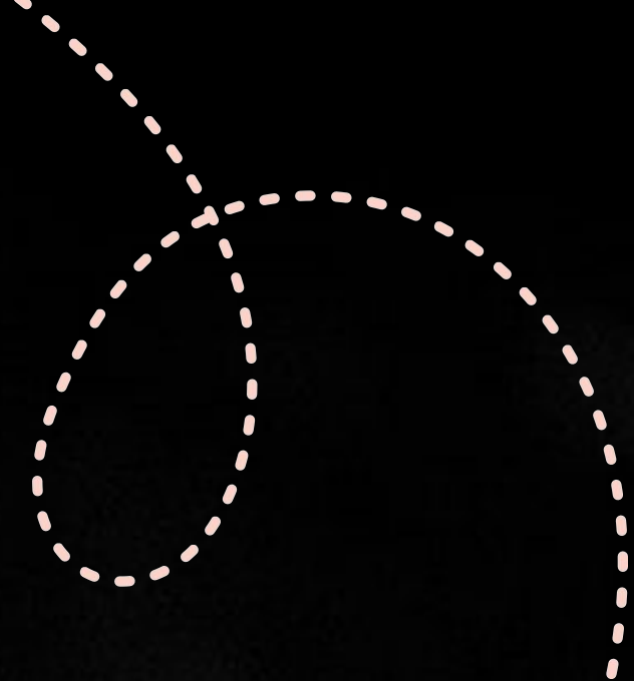
En 3 bonus trends te lezen achteraf op ons blog.



De 4 take aways:

- Bewapen je tegen het **wegvallende websiteverkeer**;
- Investeer in **1st party data** en zet connecties op;
- Focus je niet op zoekopdrachten maar op **intenties**, op allerlei plekken online;
- Start met **branding**.

Win jij de strijd?



Dank en bezoek gerust de blog!



Tijmen Pars

Head of Google Ads

tijmen@redonlinemarketing.nl

+31 30 - 274 6549

