

Toerismecahiers



toerisme
vlaanderen



De Vlaanderen-vakantieganger



Toerismecahiers

De Vlaanderen-vakantieganger anno 2011

COLOFON

Toerisme Vlaanderen

Verantwoordelijke uitgever: Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen,
Grasmarkt 61, 1000 Brussel

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijke bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welke wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever.

Foto's: Diatheek Toerisme Vlaanderen

Wettelijk Depot: D/2013/5635/6

Inhoudstafel

Inhoudstafel	3
Woord vooraf	5
Ten geleide	7
1 Concepten, methodologie en kengetallen.....	9
1.1 Vlaanderen, kust, kunststeden en Vlaamse regio's.....	9
1.2 Toeristisch marktonderzoek: methodologie	9
1.3 Omvang van het verblijfstoerisme in Vlaanderen	15
2 Vlaanderen als vakantieland	23
2.1 Profielbeschrijving.....	23
2.2 Concurrentiepositie en motivatie.....	25
2.3 Kenmerken van de trip.....	28
2.4 Geraadpleegde informatiebronnen	30
2.5 Activiteiten.....	31
2.6 Tevredenheid en herhaalbezoek	34
2.7 Bestedingen en omzet	36
3 De verblijfstoerist in Vlaanderen, naar logiesvorm.....	41
3.1 Hotels	41
3.2 Logies voor doelgroepen.....	47
3.3 Campings	53
3.4 Vakantiewoningen	58
3.5 Gastenkamers.....	63
4 De verblijfstoerist in Vlaanderen, naar land van herkomst	69
4.1 De Belgische markt.....	69
4.2 De Nederlandse markt	79
4.3 De Duitse markt	89
4.4 De Luxemburgse markt	97
4.5 De Franse markt	103
4.6 De Britse markt	111
4.7 De Spaanse markt	120
4.8 De Italiaanse markt.....	127
4.9 De Amerikaanse markt.....	133
4.10 De Japanse markt.....	139
4.11 De Scandinavische markt	145
4.12 De Oostenrijkse, Russische en Indische markt.....	151
Verklarende woordenlijst	153



Woord vooraf

Waarom kiezen toeristen ervoor om in Vlaanderen vakantie te nemen? En wat doen ze hier dan zoal? Hebben ze overwogen een andere bestemming te kiezen? Waren ze hier al eerder en willen ze nog terugkeren? En wie zijn die Vlaanderen vakantiegangers dan en waar komen zij vandaan?

Uitbaters van hotels, campings en restaurants, of gidsen, reisleiders en medewerkers van infokantoren kunnen dat soort vragen waarschijnlijk vlot beantwoorden vanuit hun dagelijks contact met toeristen. De inzichten die zij uit zo'n individueel, intuïtief onderzoek halen, zijn ongetwijfeld boeiend en inspirerend voor de eigen 'winkel'. Maar we kunnen ze niet veralgemenen. De gemiddelde toerist aan de Vlaamse kust heeft andere motivaties dan in Brussel bijvoorbeeld. En wie in Vlaanderen op hotel logeert, heeft meestal een ander profiel dan de kampeerder.

Deze derde editie van 'De Vlaanderen-vakantieganger' tekent opnieuw een betrouwbaar beeld van leeftijd, opleidingsniveau, herkomst, motieven, verlangens, activiteiten, boekingswijze, transportkeuze, bestedingspatroon en tevredenheid van de recreatieve verblijfstoerist. Toerisme Vlaanderen heeft daarover drie marktonderzoeken uitgevoerd, voor onze drie toeristische macrobestemmingen: de Vlaamse kunststeden en Brussel, de Vlaamse regio's en de Vlaamse kust (door Westtoer). Wij danken graag iedereen die meegewerkt heeft aan dit grootschalig onderzoek en zich heeft ingezet om tot dit interessante resultaat te komen.

Voor Toerisme Vlaanderen, als kennis- en strategiegedreven marketingorganisatie, vormt dit onderzoek een zeer belangrijke bron van informatie over de verschillende doelgroepen. Dankzij deze kennis kan Toerisme Vlaanderen gericht promotie voeren in het buitenland en de juiste accenten leggen bij de ontwikkeling van het toeristisch product Vlaanderen.

Andere toeristische partners kunnen uit dit onderzoek eveneens belangrijke inzichten halen. Zo is het voor de individuele uitbater en toerismemedewerker interessant de eigen indrukken en vaststellingen te plaatsen tegen de achtergrond van de algemene tendensen, evoluties en vaststellingen over verblijfstoeristen in de Vlaamse regio's, in de kunststeden en aan de kust. Kennis van het grotere verhaal kan ondernemers ideeën geven om hun product en service te verbeteren of

nieuwe initiatieven te ontwikkelen. De cijfers bevestigen, bijvoorbeeld, het groeiend belang van internet als informatiebron én boekingskanaal.

De resultaten van het cyclisch onderzoek over het profiel van de verblijfstoerist in Vlaanderen zijn ook bijzonder nuttig voor beleidsmakers op lokaal, regionaal en Vlaams niveau. 'Ken uw bezoekers' is een van de sleutels tot succes. Als we uit het onderzoek de juiste conclusies trekken, zijn we beter gewapend tegen de stevige internationale concurrentie die op de toerismemarkt woedt.

Met dit marktonderzoek vervult Toerisme Vlaanderen zijn ondersteunende rol van kenniscentrum en dienstverlener voor de toeristische sector. Een sector die de rol van economische groeimotor kan opnemen en die in 2010 goed was voor 233.000 jobs of 6,7% van alle jobs in Vlaanderen en Brussel.

We zijn ervan overtuigd dat dit Toerismecahier voor alle toeristische ondernemers, beleidsmedewerkers en mensen uit het onderwijs een leerzaam en vooral nuttig basisdocument zal zijn.

Peter De Wilde
Administrateur-generaal
Toerisme Vlaanderen

Geert Bourgeois
Vlaams minister van Toerisme



Ten geleide

Om een toeristische bestemming zoals Vlaanderen te vermarkten, heb je de nodige kennis over de belangrijkste markten nodig. Toerisme Vlaanderen wil als kennisgedreven marketingorganisatie een rol opnemen in dit onderzoeksproces. Dit toerismecahier focust op een van de belangrijke onderzoeken die Toerisme Vlaanderen uitvoert: het onderzoek naar de recreatieve verblijfsmarkt.

Er zijn slechts weinig informatiebronnen die voldoende marktinzicht bieden in de toeristische bestemming Vlaanderen. Eigen primair marktonderzoek is daarom noodzakelijk om een beeld te krijgen van het gedrag, het profiel en de bestedingen van de recreatieve verblijfstoeristen uit een aantal belangrijke toerismegenererende landen. Deze actuele marktinformatie laat Toerisme Vlaanderen toe zijn marketing- en promotiebeleid voor Vlaanderen in de geselecteerde markten te optimaliseren. Het is tevens een belangrijke bron voor de partners, de rest van de toeristische sector en onderwijsinstellingen.

Toerisme Vlaanderen, een Intern Verzelfstandigd Agentschap (met rechtspersoonlijkheid) van de Vlaamse gemeenschap, staat samen met provinciale en stedelijke toeristische organisaties in voor het stimuleren van vrijetijds- en zakentoeurisme naar en in Vlaanderen. Daarom organiseerde het in 2011 voor de derde keer een grondige en uitgebreide bevraging van de recreatieve verblijfsmarkt. Dit marktonderzoek werd opgedeeld volgens de macrobestemmingen die het marketingbeleid van Toerisme Vlaanderen structureren: de kust, de kunststeden en de rest van Vlaanderen: de Vlaamse regio's. Toerisme Vlaanderen stond in voor de kunststeden en de Vlaamse regio's, de collega's van Westtoer, de provinciale toeristische organisatie in West-Vlaanderen, namen de kust voor hun rekening. Het onderzoek past in een cyclisch proces en is zoveel mogelijk opgebouwd volgens dezelfde methodologie als de voorgaande gelijkaardige marktonderzoeken van 2000 en 2005. Dat biedt ons de mogelijkheid om in te gaan op evoluties. Dit gebeurt in hoofdstuk twee.

Dit toerismecahier beschrijft de belangrijkste resultaten uit dit marktonderzoek. Na een uiteenzetting van de gebruikte methodologie en een schets van de vakantiestromen naar en in Vlaanderen, worden het profiel, het gedrag en de houding van de vakantieganger in Vlaanderen toegelicht in drie hoofdstukken. Deze hoofdstukken hebben telkens een andere invalshoek.

Het hoofdstuk 'Vlaanderen als vakantieland' geeft per macrobestemming (kust, kunststeden, Vlaamse regio's) het globale klantenprofiel weer en duidt de verschillen tussen de respectievelijke bezoekers.

Het hoofdstuk over logies bepaalt de profielkenmerken en het vakantiegedrag van de toerist per logiestype waar hij of zij verblijft en schetst, waar relevant, de verschillen naar macrobestemming. Het hoofdstuk over de verschillende markten geeft een gedetailleerd profiel van de vakantieganger in Vlaanderen naar land van herkomst.

De thema's uit het marktonderzoek, met name het socio-economische profiel van de vakantieganger, de kenmerken van zijn reis, de concurrentiepositie van de gekozen bestemming, de informatiebehoeften van de recreatieve toerist, zijn tijdsbesteding, zijn appreciatie van de vakantie en de bestedingen tijdens zijn verblijf, vormen de rode draad doorheen iedere bespreking.

Kennisbeheer

Toerisme Vlaanderen



1 Concepten, methodologie en kengetallen

Een van de kernopdrachten van Toerisme Vlaanderen is de promotie van Vlaanderen en Brussel als toeristische bestemming in het buitenland. De concepten en strategie die daarbij worden gehanteerd, hebben mee het denkkader gevormd voor de gevoerde onderzoeken. Het onderzoek concentreert zich op de markten waar Toerisme Vlaanderen en haar partners actief zijn: de binnenlandse markt en in het buitenland: de buurlanden (Nederland, Luxemburg, Frankrijk, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk); andere Europese markten (Spanje, Italië, Oostenrijk en de Scandinavische landen Zweden en Denemarken); en de verder gelegen markten (de Verenigde Staten, Rusland, Japan en India). De Chinese markt, die Toerisme Vlaanderen bewerkt vanuit Beijing, werd niet opgenomen in het onderzoek.

1.1 Vlaanderen, kust, kunststeden en Vlaamse regio's

De zogenaamde 'macrobestemmingen' – de kust, de kunststeden inclusief Brussel, en de Vlaamse regio's – vormen de geografische basis van het gevoerde onderzoek. Elk van de macrobestemmingen heeft zijn eigenheid. De kust is een traditionele vakantiebestemming, vooral voor de Belgen en de toeristen uit onze buurlanden. De kunststeden (Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen) vormen het toeristische product met de sterkste internationale uitstraling en aantrekkingskracht. De Vlaamse regio's¹ hebben een veelal groen, natuurlijk en gezinsvriendelijk karakter en worden hoofdzakelijk bezocht door Vlamingen en toeristen uit de buurlanden.

1.2 Toeristisch marktonderzoek: methodologie

Wie gaat op vakantie, wanneer, waarom, hoe, hoe lang en waarheen? Het zijn slechts enkele van de vele vragen die een toerismeonderzoeker en -marketeer bezighouden. Om tot een antwoord te komen op deze en andere vragen zijn verschillende soorten onderzoeken en tellingen mogelijk.

¹ De Vlaamse regio's worden in dit onderzoek opgedeeld in 15 toeristische regio's: Limburgse Kempen, Hasselt en omgeving, Maasland, Voerstreek, Haspengouw, Antwerpse Kempen, Hageland, Groene Gordel, Schelde-land, Vlaamse Ardennen, Waasland, Meetjesland, Leiestreek, Brugse Ommeland en Westhoek.

Gericht marktonderzoek vormt een belangrijk informatieluik voor een marketingafdeling.

Toeristisch marktonderzoek omvat het verzamelen en analyseren van informatie over de toerist en het toeristische product. Deze informatie vormt mee de basis om een marketingstrategie te definiëren, te evalueren of bij te sturen en om een gerichte marktsegmentatie te kunnen maken. De resultaten van een grondig marktonderzoek kunnen enerzijds het risico op foutieve beslissingen minimaliseren en anderzijds de kans op succes maximaliseren.

Een eerste belangrijke stap in het marktonderzoek bestaat erin te bepalen welke informatie men wil verzamelen. Het doel van dit marktonderzoek is inzicht te verwerven in het gedrag van de recreatieve verblijfstoeristen uit de belangrijke toeristengenererende landen. De focus op de recreatieve markt sluit –althans voor dit onderzoek– de meeting- en congresmarkt uit. Toerisme Vlaanderen zal in 2013 een uitgebreid onderzoek organiseren over de meetingssector.

Drie macrobestemmingen, één onderzoek?

De keuze tussen één globaal marktonderzoek of drie onderzoeken, vormde een belangrijk vraagstuk bij de aanvang van deze onderzoekscyclus in het jaar 2000. Oorspronkelijk was het de bedoeling om generisch exact dezelfde informatie te verzamelen voor de verschillende macrobestemmingen. De zeer uiteenlopende aanbodskenmerken in de verschillende regio's maken het echter onmogelijk om met een volledig uniforme bevraging te werken. De vakantiegangers aan de kust en in de kunststeden werden allemaal face-to-face bevraged. Een face-to-face bevraging in de Vlaamse regio's zou financieel te zwaar uitvallen door de grote spreiding van de logiesvormen in de Vlaamse regio's. Daarom werd voor alle interviews een systeem van schriftelijke klantbevraging toegepast, behalve in de vakantieparken. Daar zijn de interviews wel van persoon tot persoon uitgevoerd.

Bovenstaande redenen leidden ertoe het marktonderzoek op te splitsen naar macrobestemming. Tijdens het gehele onderzoeksproces ging echter de grootste zorg naar het op elkaar afstemmen van de verschillende onderzoeken.

Alle onderzoeken zijn uitgevoerd in de loop van het jaar 2011, van de paasvakantie tot het einde van het jaar. Westtoer nam aan de kust de leiding en voerde het onderzoek uit, onder andere met financiële steun uit het Impulsprogramma kust. Voor het onderzoek in de Vlaamse regio's werkte Toerisme Vlaanderen samen met de vijf provinciale toeristische partners. Het onderzoek zelf gebeurde door het onderzoeksbureau Significant GfK. Voor het onderzoek in de kunststeden werd samengewerkt met de Vlaamse kunststeden en voerde WES Onderzoek & Advies het onderzoek uit.

Onderzoekspopulatie en steekproefgrootte

De onderzoekspopulatie bij elk van deze onderzoeken bestaat uit recreatieve verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen. Dit impliceert dat personen die in een tweede verblijf logeren of bij familie of vrienden overnachten, niet in aanmerking kwamen. Ook zakentoeeristen, dagtoeristen en deelnemers aan congressen en seminars behoren niet tot de onderzoeksgroep. Daarnaast moest een respondent minstens 18 jaar zijn.

De onderzoekspopulatie is aan de hand van een steekproef bevraagd. In de planningsfase van het onderzoek werden bepaalde quota vastgelegd waaraan de enquêteurs zich moesten houden, zoals het herkomstland van de toerist, de logiesvorm waarin hij verblijft en de verblijfplaats. De quota zijn in hoofdzaak bepaald aan de hand van de aankomst-, overnachting- en aanbodgegevens van 2010 van de FOD Economie - Algemene Directie Statistiek¹ en een aantal bijkomende bronnen (Logeren in Vlaanderen en KITS onderzoek Westtoer). Volgende parameters werden vastgelegd:

- kust: quota naar nationaliteit en logiesvorm per kustgemeente;
- kunststeden: quota naar nationaliteit, naar logiesvorm en per kunststad;
- Vlaamse regio's: quota naar nationaliteit en logiesvorm per toeristische regio.

Alleen de belangrijkste markten werden opgenomen in de steekproef. De markten die bevraagd zijn in de diverse onderzoeken en de gerealiseerde steekproefgrootte staan in tabel 1.

Aan de kust genereren een beperkt aantal markten een enorme hoeveelheid overnachtingen. Klanten worden voornamelijk aangetrokken vanuit de binnenlandse markt en vanuit onze buurlanden: Nederland, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Luxemburg. Het zijn dan ook toeristen uit deze landen die bevraagd zijn. Het onderzoek aan de kust omvat 3.066 respondenten.

In de kunststeden werden toeristen uit 14 herkomstlanden geïnterviewd. Deze gebieden genereren een groot deel van de overnachtingen in de kunststeden. De Chinese markt, die Toerisme Vlaanderen bewerkt vanuit Beijing, werd niet opgenomen in het onderzoek. Het totale aantal respondenten betrokken in het kunststedenonderzoek bedraagt 3.150 personen.

Voor de Vlaamse regio's werden vakantiegangers uit Vlaanderen, Nederland en Duitsland bevraagd. 3.369 personen vormen de steekproef in de Vlaamse regio's. De bevraging van de Duitse markt beperkte zich tot de vakantieparken.

Het totale aantal respondenten in de steekproef over de drie macrobestemmingen heen bedraagt dus bijna 9.600 personen.

Uiteraard is bij de quotabepaling ook rekening gehouden met een goede spreiding van de bevraging gedurende het jaar.

¹ In België vraagt de 'FOD Economie - Algemene Directie Statistiek (ADS)' maandelijks het aantal aankomsten (of aantal personen) en het aantal overnachtingen op bij alle commerciële logiesinrichtingen (logiesaanbod). Voor deze gegevens is het mogelijk een onderscheid te maken naar logiesvorm, land van herkomst, maand van verblijf, verblijfsmotief en verblijfplaats.

Tabel 1: Steekproefgrootte per markt en per macrobestemming

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
België	1.677	299	2.559
Nederland	484	432	658
Duitsland	392	400	152
Groot-Hertogdom Luxemburg	142	-	-
Frankrijk	211	427	-
Verenigd Koninkrijk	160	425	-
Italië	-	200	-
Spanje	-	401	-
Denemarken	-	49	-
Zweden	-	50	-
Oostenrijk	-	49	-
Rusland	-	50	-
Verenigde Staten van Amerika	-	220	-
Japan	-	99	-
India	-	49	-
Totaal	3.066	3.150	3.369

Naast de quota voor de herkomstlanden, werden op basis van de gegevens van de Algemene Directie Statistiek en op basis van de andere bronnen, eveneens quota opgelegd voor de logiesvormen. Voor de gastenkamers werd gebruik gemaakt van de eerste gegevens van de nieuwe bevraging van de Algemene Directie Statistiek, aangevuld met cijfers van Logeren in Vlaanderen (LIV) (Vlaamse regio's) en Westtoer (Kust). Marktvolumes voor vakantiewoningen werden eveneens bekeken en ingeschat via de meting van LIV en Westtoer.

Aan de kust werden hotels, individuele huurwoningen, campings, vakantiecentra en vakantieparken opgenomen. Na een analyse van het aanbod en de omvang van de markt in de kunststeden, op teerde Toerisme Vlaanderen voor een bevraging van de hotelbezoekers, de gasten in gastenkamers en in jeugdlogies (jeugdherbergen en hostels). In de Vlaamse regio's zijn quota opgesteld voor hotels, individuele huurwoningen, campings, gastenkamers en vakantieparken.

Tabel 2: Steekproefgrootte per logiesvorm en per macrobestemming

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Hotel	1.091	2.651	1.421
Individuele huurwoning	694	-	305
Camping	455	-	317
Gastenkamers	-	211	735
Logies voor doelgroepen*	249	291	-
Vakantiepark	577	-	589
Totaal	3.066	3.150	3.369

* Aan de kust vakantiecentra, in de kunststeden hostels

Bevraagde elementen en kenmerken van de recreatieve verblijfstoerist

Hoewel elk onderzoek in de drie macrobestemmingen specifieke vragen bevat, werden algemeen zoveel mogelijk dezelfde onderzoeksvragen gesteld. Dit cahier brengt de volgende elementen en kenmerken van de recreatieve verblijfstoerist in kaart:

- profielbeschrijving van de toerist;
- concurrentiepositie van de bestemming;
- motivatie om naar de bestemming te gaan;
- kenmerken van de trip;
- door de toerist geraadpleegde informatiebronnen;
- door de toerist ondernomen activiteiten en excursies;
- tevredenheid van de toerist en herhaalbezoek;
- bestedingen van de toerist.

Socio-demografische kenmerken zoals leeftijd, beroep en opleidingsniveau komen aan bod bij de **profielbeschrijving** van de toerist. De gerapporteerde leeftijd is die van de ondervraagde toerist zelf – de beroepssituatie en het opleidingsniveau hebben betrekking op het gezinshoofd. De combinatie van beroepsprofiel en opleidingsniveau van het gezinshoofd geeft een goede indicatie van de socio-economische positie van het reizende gezin. Ook de belangrijkste herkomstregio's per herkomstland worden kort vermeld.

De **kenmerken van de trip** duiden aan met welk reisgezelschap de toerist op vakantie is, wat zijn transportmiddel is en of en hoe hij gereserveerd heeft.

Om de **concurrentiepositie** van Vlaanderen te kennen ten opzichte van andere bestemmingen werd de toeristen gevraagd of ze een alternatief hadden voor deze reis.

De onderzoeken peilden naar de **motivatie** om naar de bestemming te komen. Aan de kust gebeurde dit via een open vraag en werden de antwoorden achteraf gehercodeerd tot categorieën. In de kunststeden werd de vraag open gesteld. Daarbij duidde de enquêteur op een lijst van mogelijke antwoorden aan wat het best aansloot. De antwoordmogelijkheden werden dus niet opgenoemd.

Voor de toeristen in de regio's waar respondenten een schriftelijke vragenlijst dienden in te vullen, ging het om een gesloten vraag waarbij de respondent verschillende antwoordmogelijkheden kon aankruisen.

Wat zijn de **geraadpleegde informatiebronnen** van de toerist? Gaat het vooral om fysieke informatiebronnen (kranten, televisie, internet, reisgidsen, toeristische diensten,...), of eerder om mond-tot-mondreclame van vrienden, familie of kennissen? De informatiebron vormt meestal het eerste contact van de toerist met de bestemming. Het is dan ook een belangrijk instrument in het proces van de imagovorming van de bestemming.

In het onderdeel rond de **activiteiten en excursies** gaan we na wat de toeristen doen tijdens hun vakantie in Vlaanderen. Activiteiten worden ter plaatse uitgeoefend – excursies zijn uitstappen naar andere plaatsen dan de verblijfplaats. In de kunststeden en de Vlaamse regio's gaat het om activiteiten tijdens de ganse vakantie, aan de kust zijn het de activiteiten van de dag voordien.

Specifieke onderzoeksvragen peilen naar de algemene **tevredenheid** van de recreatieve verblijfs-toerist en de tevredenheid over de geboden prijs-kwaliteit in Vlaanderen.

Overweegt de toerist om opnieuw een vakantie door te brengen in de kunststeden, de Vlaamse regio's of aan de kust? Het potentiële herhaalbezoek wordt dus in kaart gebracht. Maar ook het feitelijke **herhaalbezoek** komt aan bod: is de toerist al eens in Vlaanderen op vakantie geweest of niet?

Een laatste niet onbelangrijk thema betreft de **bestedingen** van de recreatieve verblijfstoerist en de daardoor gegenereerde omzet voor de bestemming. Qua methodologie zijn de bestedingen in drie grote categorieën onderverdeeld:

- de logiesbestedingen;
- diensten of arrangementen die vóór de afreis betaald werden;
- dagelijkse bestedingen.

Wat de logiesbestedingen betreft, is de logiesprijs per individu berekend. Hiervoor moeten, in het geval van arrangementen of groepsreizen, soms andere uitgaven (zoals tickets, excursies, boottochten...) uit de arrangementsprijs gelicht worden omdat zij vaak op voorhand worden betaald aan een vaste globale prijs. Voor de registratie van de dagelijkse bestedingen kregen de respondenten een lijst met mogelijke bestedingscategorieën. Op deze manier herinneren ze zich beter de uitgaven van de dag voordien. In de Vlaamse regio's wordt dit bevraagd voor de volledige vakantie aangezien het niet om een face-to-facebevraging gaat maar om een schriftelijke. De bestedingen worden gerapporteerd als gemiddelde waarde per persoon en per nacht. We kiezen voor een rapportering per nacht en niet per dag omdat de logiesbestedingen een belangrijk gewicht hebben op de totaalbesteding en gelinkt zijn aan een overnachting. De gehanteerde bestedingscategorieën zijn:

- logies;
- maaltijden, drank en voeding;
- attracties en ontspanning;
- shopping;
- verplaatsingen ter plaatse;
- andere uitgaven.

De verplaatsingskosten hebben betrekking op het transport tijdens de vakantie in Vlaanderen en niet op de verplaatsing **naar** Vlaanderen. Bij de vergelijking met de bestedingen uit het onderzoek van zes jaar geleden, worden geïndexeerde cijfers gebruikt voor 2005. Op deze manier kunnen we de reële groei of afname correct in kaart brengen.

Tot slot wordt op basis van de bestedingen en de overnachtingen per macrobestemming een **omzet** berekend. Het betreft de inkomsten die gegenereerd worden in de (deel)bestemming door de uitgaven van de recreatieve verblijfstoeristen in de genoemde uitgavecategorieën.

1.3 Omvang van het verblijfstoerisme in Vlaanderen

1.3.1 De toerismestromen naar en in Vlaanderen en België

In 2011 zorgden 14 miljoen aankomsten voor bijna 36 miljoen overnachtingen in België. Het Vlaams en Brussels Gewest zijn samen goed voor 80% van de aankomsten en 82% van de overnachtingen. In deze cijfers zitten alle motieven vervat, zowel recreatieve als zakelijke.

Tabel 3: Aankomsten en overnachtingen in België 2011

	aantal aankomsten	%	aantal overnachtingen	%
Vlaams Gewest	8.041.529	58%	23.466.371	65%
Brussels Hoofdstedelijk Gewest	3.182.938	23%	5.971.663	17%
Waals Gewest	2.727.783	20%	6.428.695	18%
België	13.952.250	100%	35.866.729	100%

Bron: FOD ADS

Cijfers inclusief verhuur via verhuurkantoren kust

Het grootste deel van de aankomsten en overnachtingen in Vlaanderen (Vlaams + Brussels Gewest) heeft als motief ontspanning en vakantie. Bij de aankomsten is 69% recreatief, bij de overnachtingen 77%. Het verschil tussen beide zit in de verblijfsduur die langer is bij vakanties dan bij verblijven met andere doeleinden. Tussen de gewesten zien we wel een groot verschil: in het Vlaamse Gewest heeft 82% en in Brussel 47% van de overnachtingen recreatieve doeleinden.

Tabel 4: Aankomsten en overnachtingen in Vlaanderen naar motief 2011

	aantal aankomsten	%	aantal overnachtingen	%
Ontspanning en vakantie	7.788.520	69%	22.763.018	77%
Conferentie, congres en seminarie	2.102.309	19%	3.963.955	13%
Andere beroepsdoeleinden	1.333.638	12%	2.711.061	9%
Vlaanderen	11.224.467	100%	29.438.034	100%

Bron: FOD ADS

Cijfers inclusief verhuur via verhuurkantoren kust

Vanaf hier wordt dieper ingegaan op de recreatieve verblijven. In Vlaanderen zijn er in 2011 7,8 miljoen recreatieve aankomsten en 22,8 miljoen recreatieve overnachtingen geregistreerd. De kunststeden ontvangen de meeste toeristen (44%), maar door de kortere verblijfsduur zorgen ze voor het minst aantal overnachtingen (27%). Voor de kust geldt het omgekeerde: het laagste aantal aankomsten (24%) maar het grootste aantal overnachtingen (41%). Voor de kust kunnen we aanvullen dat bij de 9,3 miljoen commerciële overnachtingen die de Algemene Directie Statistiek telt in hotels, campings, vakantieparken, doelgroepen (jeugd en sociaal volwassenlogies) en verhuur via verhuurkantoren, nog 90.000 overnachtingen worden geschat in gastenkamers en 4,9 miljoen in directe verhuur. Daarmee wordt bedoeld, het commercieel verhuren van een appartement of woning zonder tussenkomst van een intermediaire instantie. Dat brengt het volume aan recreatieve overnachtingen voor de kust in totaal op een geschat volume van ruim 14 miljoen. De Vlaamse regio's hebben eenzelfde aandeel bij de aankomsten als bij de overnachtingen. Maar ook hier moeten we een bijkomende inschatting toevoegen voor overnachtingen in gastenkamers en vakantiehuizen: respectievelijk 280.000 en 450.000 overnachtingen. Dat brengt het aantal voor de Vlaamse regio's op 8,1 miljoen. In de kunststeden wordt het extra aantal overnachtingen in gastenkamers op 160.000 geschat, wat het totaal op ruim 6,2 miljoen brengt.

Tabel 5: Recreatieve aankomsten en overnachtingen in Vlaanderen 2011 naar macrobestemming

	aantal aankomsten	%	aantal overnachtingen	%
Kust	1.885.872	24%	9.328.957	41%
Kunststeden	3.391.542	44%	6.090.858	27%
Vlaamse regio's	2.511.106	32%	7.343.203	32%
Vlaanderen	7.788.520	100%	22.763.018	100%

Bron: FOD ADS

Cijfers inclusief verhuur via verhuurkantoren kust

Tabel 6: Recreatieve overnachtingen in Vlaanderen 2011 naar macrobestemming, los van de FOD Algemene Directie Statistiek

	directe verhuur van vakantiehuizen	gastenkamers
Kust	4.858.192	89.080
Kunststeden	-	158.446
Vlaamse regio's	453.492	277.020
Vlaanderen	5.311.684	524.546

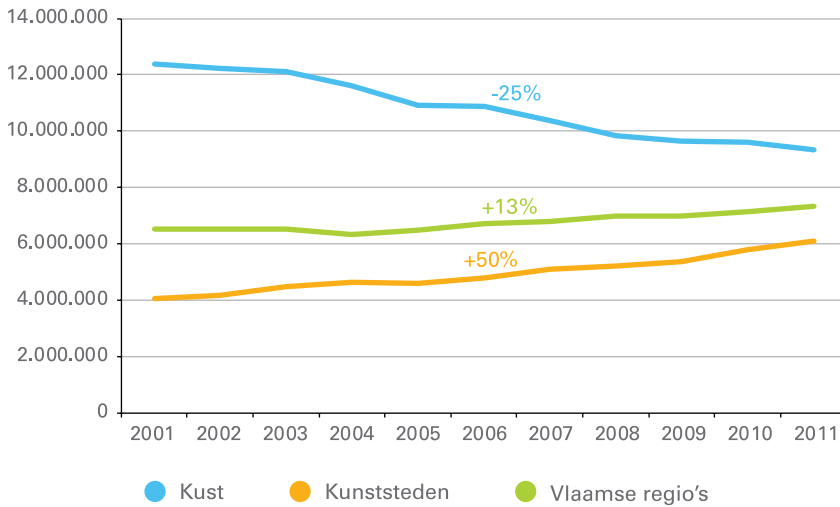
Bron: KiTS Westtoer en Logeren in Vlaanderen (LiV)

De langetermijntrends zijn enkel beschikbaar voor de gegevens van de commerciële logies, verzameld door de Algemene Directie Statistiek. Aan de kust is het aantal overnachtingen in deze logies-categorieën met kwart gedaald sinds 2001. De aankomsten dalen eveneens, maar wel veel minder sterk, met -6%. De vakantieduur is bijgevolg heel wat korter geworden.

In de kunststeden is het aantal overnachtingen op tien jaar tijd met de helft toegenomen. Het aantal aankomsten is er met een gelijkaardig percentage aangegroeid. De verblijfsduur is dus nagenoeg dezelfde gebleven, wat niet verwonderlijk is aangezien die al kort is. In de Vlaamse regio's is het

aantal overnachtingen toegenomen met +13%, het aantal aankomsten met +29%. De verblijfsduur is dus ook hier gedaald.

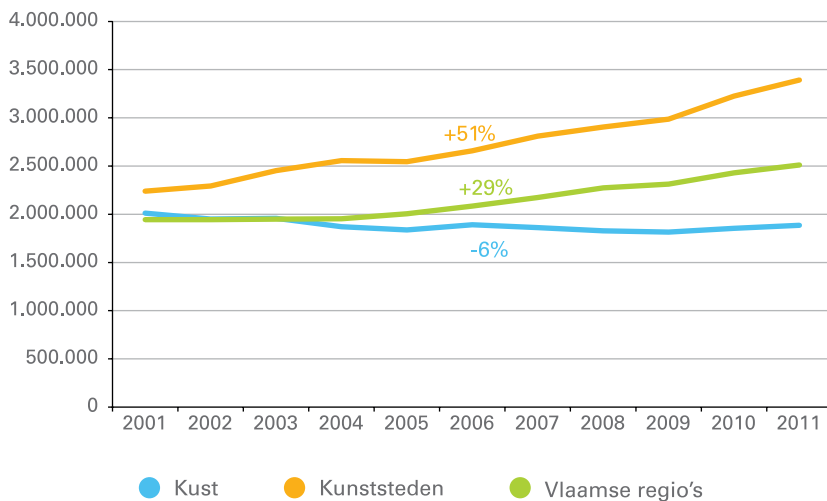
Figuur 1: Evolutie van de recreatieve overnachtingen in Vlaanderen (2001-2011)



Bron: FOD ADS

Cijfers inclusief verhuur via verhuurkantoren kust

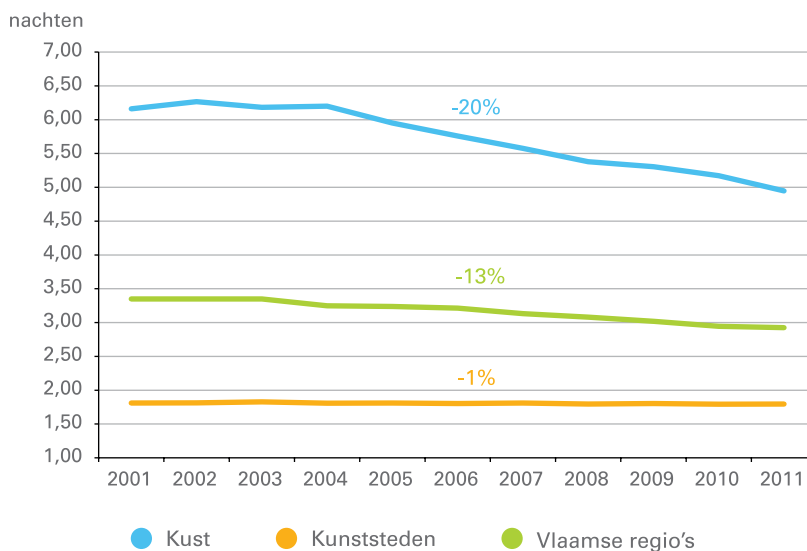
Figuur 2: Evolutie van de recreatieve aankomsten in Vlaanderen (2001-2011)



Bron: FOD ADS

Cijfers inclusief verhuur via verhuurkantoren kust

Figuur 3: Evolutie van de gemiddelde verblijfsduur in Vlaanderen (recreatieve verblijven 2001-2011)



Bron: FOD ADS

Cijfers inclusief verhuur via verhuurkantoren kust

1.3.2 De belangrijkste vakantiemarkten voor Vlaanderen

Van de bijna 23 miljoen recreatieve overnachtingen, geteld door FOD ADS, in Vlaanderen worden er bijna 13 miljoen (57%) gegenereerd door de binnenlandse markt. Aan de kust en in de Vlaamse regio's is de binnenlandse markt verantwoordelijk voor het overgrote deel van de overnachtingen. In de kunststeden gaat het hoofdzakelijk om buitenlandse overnachtingen.

Tabel 7: Recreatieve overnachtingen in Vlaanderen 2011 naar herkomst

	kust		kunststeden		Vlaamse regio's		Vlaanderen	
Binnenland	7.305.996	78%	1.233.986	20%	4.346.942	59%	12.886.924	57%
Buitenland	2.022.961	22%	4.856.872	80%	2.996.261	41%	9.876.094	43%
Totaal	9.328.957	100%	6.090.858	100%	7.343.203	100%	22.763.018	100%

Bron: FOD ADS

Cijfers inclusief verhuursector

De grote buurlanden zijn de belangrijkste markten voor de buitenlandse recreatieve overnachtingen. De Nederlandse toeristen zorgen voor het grootste aantal. Het gaat om 3,2 miljoen waarvan meer dan de helft in de Vlaamse regio's. Ook in de kunststeden staat Nederland op kop. Duitsland is de tweede buitenlandse markt, maar wel de belangrijkste aan de kust. Frankrijk komt op de derde plaats en het Verenigd Koninkrijk op de vierde. Spanje komt op de vijfde plaats maar haalt nog niet de helft van het aantal overnachtingen van de Britten. Bovendien zijn zij grotendeels te vinden in de kunststeden net zoals de meeste andere markten die volgen. De Luxemburgse markt, die enkel een groot volume heeft aan de kust, vormt hier de uitzondering.

Tabel 8: Recreatieve overnachtingen in Vlaanderen 2011 naar herkomstland

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's	Vlaanderen	%
België	7.305.996	1.233 .986	4.346.942	12.886.924	56,6%
Nederland	637.355	859.547	1.751.962	3.248.864	14,3%
Duitsland	639.251	467.644	388.047	1.494.942	6,6%
Frankrijk	376.339	697.426	318.485	1.392.250	6,1%
Verenigd Koninkrijk	143.516	705.388	257.294	1.106.198	4,9%
Spanje	7.264	459.832	21.332	488.428	2,1%
V.S. Amerika	6.102	246.773	21.811	274.686	1,2%
Italië	7.904	206.946	24.576	239.426	1,1%
Luxemburg	147.902	24.920	17.555	190.377	0,8%
Scandinavië	4.273	82.524	14.811	101.608	0,4%
Japan	597	90.396	8.262	99.255	0,4%
Rusland	3.854	84.084	6.264	94.202	0,4%
India	235	35.314	9.054	44.603	0,2%
Oostenrijk	2.622	28.007	5.591	36.220	0,2%
Overige landen	45.747	868.071	151.217	1.065.035	4,7%
Totaal	9.328.957	6.090.858	7.343.203	22.763.018	100%

Bron: FOD ADS

Cijfers inclusief verhuursector

1.3.3 De verdeling van de vakantiemarkt in Vlaanderen naar logiesvorm

Van de recreatieve overnachtingen vindt 38% plaats in een hotel. Deze koppositie wordt voornamelijk veroorzaakt door de kunststeden, waar 87% van de overnachtingen plaatsvindt in een hotel. In de andere macrobestemmingen is er een grotere diversiteit aan gebruikte logiesvormen. Aan de kust zijn de huurlogies het belangrijkste met bijna 4,5 miljoen overnachtingen, gevolgd door de hotels met 1,7 miljoen. In de Vlaamse regio's genereren de logies voor doelgroepen (jeugdlogies, sociaal volwassenenlogies) de meeste overnachtingen (2,3 miljoen). De vakantieparken zijn ook goed voor meer dan 2 miljoen overnachtingen in de Vlaamse regio's. Hou rekening met de eerder vernoemde opmerking dat er ook inschattingen en tellingen zijn voor de overnachtingen in gastenkamers en vakantiewoningen.

Tabel 9: Recreatieve overnachtingen in Vlaanderen 2011 naar logiesvorm

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's	Vlaanderen
Hotels	1.726.687 19%	5.294.496 87%	1.692.390 23%	8.713.573 38%
Campings	631.779 7%	170.959 3%	1.230.365 17%	2.033.103 9%
Vakantieparken	1.152.857 12%	0 0%	2.078.533 28%	3.231.390 14%
Logiesvormen voor doelgroepen	1.330.749 14%	625.403 10%	2.341.915 32%	4.298.067 19%
Huurlogies via verhuurkantoren	4.486.885 48%	0 0%	0 0%	4.486.885 20%
Totaal	9.328.957 100%	6.090.858 100%	7.343.203 100%	22.763.018 100%

Bron: FOD ADS

Cijfers inclusief verhuursector

Onderzoekspartners

Marktonderzoek kust: Een onderzoek van Westtoer met steun van de Vlaamse overheid - Toerisme Vlaanderen in het kader van het Impulsprogramma kust.

Marktonderzoek Kunststeden: Een onderzoek van Toerisme Vlaanderen met steun van de Vlaamse overheid en de Vlaamse kunststeden en in overleg met de stedelijke diensten voor toerisme in de kunststeden: Antwerpen, Brugge, Gent, Leuven en Mechelen.

Marktonderzoek Vlaamse regio's: Een onderzoek van Toerisme Vlaanderen in overleg met de Provinciale Toeristische organisaties.

Onderzoeksbureaus

Marktonderzoek kust:

WESTTOER
Koning Albert I-laan 120
8200 Sint-Michiels
www.westtoer.be

Marktonderzoek kunststeden:

WES Onderzoek en Advies
Baron Ruzettelaan 33
8310 Assebroek – Brugge
www.wes.be

Marktonderzoek Vlaamse regio's:

Significant GfK	
Geldenaaksebaan 329	3001 Heverlee
www.gfk.com	



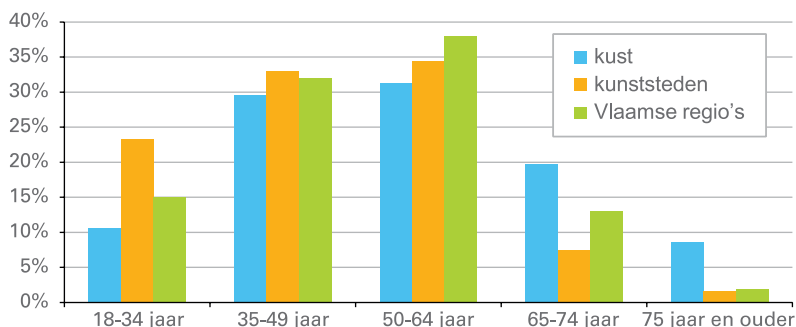
2 Vlaanderen als vakantie­land

In dit eerste hoofdstuk wordt een algemeen beeld geschetst van de toerist in Vlaanderen. Waar mogelijk wordt ook telkens een vergelijking met 2005 gegeven.

2.1 Profiel­beschrijving

De vakantie­ganger in Vlaanderen is op het eerste gezicht van het rijpere type, al verschilt de gemiddelde leeftijd van de respondenten toch duidelijk tussen de kust, de kunst­steden en de Vlaamse regio's. Voor de gemiddelde leeftijd wordt gekeken naar de leeftijd van de respondent, en die is minstens 18 jaar oud. Dit heeft vooral gevolgen voor de kust en Vlaamse regio's waar relatief veel gezelschappen met kinderen vakantie nemen. De kust ontvangt de oudste toerist, daar is de ondervraagde toerist gemiddeld 54 jaar. De kunst­steden ontvangen de jongste toeristen. De leeftijd bedraagt er gemiddeld 46 jaar. In de Vlaamse regio's ligt de leeftijd op 50 jaar. Opvallend is dat de gemiddelde leeftijd van de ondervraagde toerist in alle macrobestemmingen verhoogd is in vergelijking met 2005. Die verhoging is het sterkst in de Vlaamse regio's: zes jaar erbij. Aan de kust blijft het beperkt tot één jaar en in de kunst­steden tot twee jaar. De genoemde verschillen in gemiddelde leeftijd van de respondent uiteten zich ook in de leeftijdsverdeling. De groep jonger dan 34 jaar is veel sterker aanwezig in de kunst­steden. Aan de kust zijn zij het minst aanwezig. Hier zijn dan weer de 65-plussers veel sterker aanwezig dan in de andere bestemmingen. De medioren zijn relatief het sterkst vertegenwoordigd in de Vlaamse regio's. De 35- tot 49-jarigen zijn opvallend gelijk verdeeld tussen de drie bestemmingen. In de kunst­steden bedraagt hun aandeel 33% en aan de kust 30%.

Figuur 4: Leeftijd van de ondervraagde recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



In de kunststeden hebben de gezinshoofden van de toeristen een hoger beroepsprofiel dan in de andere macrobestemmingen. Bedienden, zelfstandigen en kaderleden, ondernemers en vrije beroepen zijn samen goed voor driekwart van alle gezinshoofden van de toeristen. In de Vlaamse regio's en aan de kust ligt dit heel wat lager met respectievelijk 58% en 46%. In deze bestemmingen zijn de gepensioneerden en arbeiders dan weer sterker vertegenwoordigd.

Kijken we naar het opleidingsniveau van de gezinshoofden in de drie macrobestemmingen dan zien we dat de kust en de regio's is voor een vrij gelijke verdeling kennen. Een opleiding hogere humaniora en hoger niet-universitair onderwijs komen in beide bestemmingen het meest voor. Vakantiegangers aan de kust vermelden iets vaker lager onderwijs of lagere humaniora en iets minder vaak hoger niet-universitair dan in de Vlaamse regio's. De kunststeden lokken een ander publiek. Het opleidingsniveau van de gezinshoofden ligt er heel wat hoger. Bijna vier vijfde heeft na de humaniora verder gestudeerd.

Tegenover zes jaar geleden is er in de Vlaamse regio's geen verandering. Aan de kust zien we een kleine verschuiving. Gezinshoofden met een diploma lager onderwijs dalen een beetje en met een diploma hoger niet-universitair onderwijs stijgen een beetje. In de kunststeden is er een sterke verschuiving. Het aantal toeristen met een gezinshoofd dat een hogere niet-universitaire studie heeft afgewerkt, is toegenomen met +20 procentpunt. Alle andere opleidingsniveaus dalen. In 2005 kwam in de kunststeden een gezinshoofd met een universitaire opleiding nog het meest voor: 38%.

Tabel 10: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

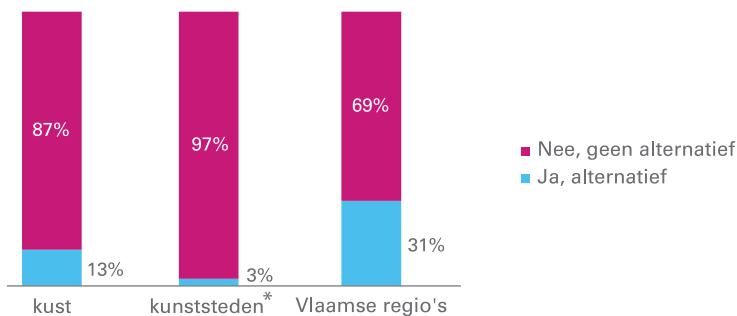
Beroep gezinshoofd	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Arbeider	13%	5%	14%
Bediende	28%	39%	33%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	12%	24%	18%
Zelfstandige	6%	13%	7%
(Brug)gepensioneerde	39%	17%	27%
Overige niet-actieven	2%	2%	3%
Totaal	100%	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd			
Lager onderwijs of lagere humaniora	23%	4%	19%
Hogere humaniora	35%	18%	35%
Hoger niet-universitair onderwijs	27%	47%	31%
Universitair onderwijs	15%	31%	15%
Totaal	100%	100%	100%

2.2 Concurrentiepositie en motivatie

De motivatie om naar een bestemming te gaan en de concurrentiepositie van de drie bestemmingen verschillen sterk per markt. We schetsen enkel een globaal beeld.

Elk van de macrobestemmingen heeft eigenlijk weinig concurrentie. 13% van de kusttoeristen had een alternatief. In de Vlaamse regio's ligt dit aandeel op 31%. Van de toeristen in de kunststeden overwoog zelfs maar 3% een andere bestemming, zij het dat het hier enkel gaat om niet-Vlaamse kunststeden als alternatief. De kust en de Vlaamse regio's hadden in 2005 wel nog een iets sterkere positie. Toen twijfelde slechts 9% of ze wel naar de kust zouden gaan en overwoog 27% een alternatief voor zijn vakantie in de regio's. De kunststeden hebben daarentegen hun positie versterkt. In 2005 overwoog 7% een andere niet-Vlaamse kunststad.

Figuur 5: Het al dan niet overwogen hebben van een andere bestemming



* Overwogen van enkel niet-Vlaamse kunststeden

Gemiddeld heeft een toerist 1,8 redenen om te kiezen voor een vakantie aan de kust. De belangrijkste reden is dat ze de kust niet ver vinden. “uit gewoonte” komt samen met “gezellige vakantiesfeer” op de tweede plaats. Het belang van de nabijheid en de gewoonte wijzen duidelijk op een trouw publiek. Dit wordt verder in dit hoofdstuk nog bevestigd. De gezellige vakantiesfeer hangt dan weer nauw samen met het feit dat er veel te doen is aan de kust. Deze reden komt op de vierde plaats samen met het feit dat de kust een unieke omgeving biedt van zee en strand. De volgende redenen zijn “omgeving om tot rust te komen en “kindvriendelijk”. De hoge score van kindvriendelijkheid is toch opvallend aangezien, zoals verder belicht wordt, nog niet de helft van de toeristen op reis is met kinderen. Onder de gezelschappen met kinderen komt kindvriendelijkheid op de tweede plaats na de nabijheid.

Tabel 11: Motivatie voor een vakantie aan de kust

Nabijheid	28%
Uit gewoonte	15%
Gezellige vakantiesfeer	15%
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	14%
Unieke omgeving van zee en strand	14%
Omgeving om tot rust te komen	12%
Kindvriendelijk	12%
Gezonde zeelucht	10%
Aantrekkelijk om te wandelen	7%
Vrienden, familie ook aan zee	7%
Mooi weer aan zee	6%
Mooie badplaatsen	6%
Goede prijs/kwaliteit	5%
Positieve ervaring of advies	4%
Om eens weg te zijn	3%
Een thuisgevoel	3%
Lekker eten en drinken	3%
Nostalgie	2%
Interessante uitstapmogelijkheden	2%
Eens iets anders	1%
Hondvriendelijk	1%
Men spreekt veel talen	1%
Ook activiteiten bij slecht weer	1%
Andere	10%
Totaal	182%

Een toerist in een van de kunststeden heeft gemiddeld bijna drie redenen om die vakantiebestemming te kiezen, dat is meer dan toeristen die in de regio's en aan de kust met vakantie komen.

Motivaties gekoppeld aan het product zijn duidelijk het belangrijkste. Bijna de helft van de toeristen geeft aan te komen omwille van de naam en faam van de steden. Ook bijna de helft komt omdat het interessante steden zijn met veel bezienswaardigheden. Ongeveer een derde wil het kunsthistorisch patrimonium zien. Voorts komt een kwart om een nieuwe ervaring op te doen.

Tabel 12: Motivatie voor een vakantie in de kunststeden

Product	
Naam, faam, bekendheid	48%
Interessante stad, veel bezienswaardigheden	48%
Kunsthistorisch patrimonium	32%
Veel cultuur	17%
Aangename (vakantie)sfeer	16%
Beslissing	
Nieuwe ervaring	26%
Eigen vroegere positieve ervaring	20%
Aanbeveling vrienden, familie, kennissen	16%
Speciale promotie, aanbieding	8%
Aantrekkelijke prijs	4%
Geen specifieke keuze, deel van het reispakket	4%
Bezoek vrienden, familie en kennissen	4%
Via derden, als cadeau	3%
Ligging	
Nabijheid, niet te ver	12%
Gemakkelijke verbinding met de woonplaats	7%
Centrale ligging voor bezoek Vlaanderen/Brussel	4%
Faciliteiten	
Shoppingmogelijkheden	9%
Gastronomie	6%
Ontspannings- en uitgaansmogelijkheden	6%
Andere	2%
Totaal	292%

De regio's zijn duidelijk aantrekkelijk vanwege de fietsmogelijkheden, dat is de meest genoemde motivatie, op de voet gevolgd door landschap en omgeving. De mogelijkheden om een rustige vakantie door te brengen en de wandelmogelijkheden worden allebei nog eens door meer dan een derde van de toeristen genoemd. Ongeveer een kwart wil een onbekende streek verkennen.

Tabel 13: Motivatie voor een vakantie in de Vlaamse regio's

Mogelijkheden tot fietsen	40%
Landschap, omgeving	39%
Mogelijkheden rustige vakantie	36%
Mogelijkheden tot wandelen	33%
Onbekende streek	26%
Vlot bereikbaar, ligging	22%
Bekende streek	21%
Mogelijkheden actieve vakantie	14%
Specifieke bezienswaardigheden	14%
Specifieke logies in de regio	8%
Feest	6%
Evenement	5%
Andere	11%
Totaal	275%

2.3 Kenmerken van de trip

De kust is duidelijk populair bij gezelschappen met kinderen; 41% van de gezelschappen is met kinderen. In de Vlaamse regio's ligt dit percentage op 36%. De kunststeden zijn duidelijk geen bestemming voor een vakantie met kinderen. 95% is er op reis zonder kinderen.

De grootste gezelschappen zijn te vinden in de Vlaamse regio's. De gemiddelde grootte ligt op bijna 5 personen. In de kunststeden zijn de gezelschappen logischerwijze het kleinst, gemiddeld 2,2 personen. Aan de kust telt het gezelschap gemiddeld 3,2 personen. Opvallend is het grote verschil in de Vlaamse regio's tussen de gezins- en gezelschapsgrootte. Dit verschil bedraagt 2,3 personen en wijst er op dat men in de regio's vaak op vakantie gaat met mensen van buiten het gezin. In vergelijking met 2005 is in de Vlaamse regio's de gezinsgrootte afgenomen maar de gezelschapsgrootte toegenomen. Toen bedroeg het verschil nog 1,5 personen. Hier is dus duidelijk sprake van een trend naar vakanties met meer personen dan enkel de gezinsleden. In de andere macrobestemmingen zijn de wijzigingen zeer miniem.

Tabel 14: Reisgezelschap van de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Reisgezelschap	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Gezin/gezelschap met kinderen	41%	5%	36%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	59%	95%	64%
Totaal	100%	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,4	1,8	2,6
Gemiddelde grootte van het gezelschap	3,2	2,2	4,9

Voor alle macrobestemmingen is de wagen het meest gebruikte vervoermiddel om op de bestemming te geraken. Vooral voor de Vlaamse regio's en de kust is de wagen heel dominant. In de Vlaamse regio's komen andere transportmodi bijna niet voor. Voor de kust is de gewone trein nog van enig belang. Voor de kunststeden speelt uiteraard het internationalere karakter van het toerisme een rol. Toch komt bijna de helft met de wagen. Het vliegtuig komt hier op de tweede plaats met 23%. De HST en de gewone trein zijn aan elkaar gewaagd. In vergelijking met 2005 is er voor de kust en de regio's weinig veranderd. In de kunststeden is het aandeel van de touringcar teruggevallen met meer dan 6 procentpunt ten voordele van hoofdzakelijk de auto.

Tabel 15: Transportmiddel van de recreatieve verblijfstoerist naar Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Wagen	83%	47%	94%
(Gewone) trein	12%	12%	2%
HST/Thalys/Eurostar	0%	11%	0%
Touringcar	3%	6%	0%
Vliegtuig	0%	23%	0%
Kampeerauto	1%	0%	2%
Ander	0%	0%	2%
Totaal	100%	100%	100%

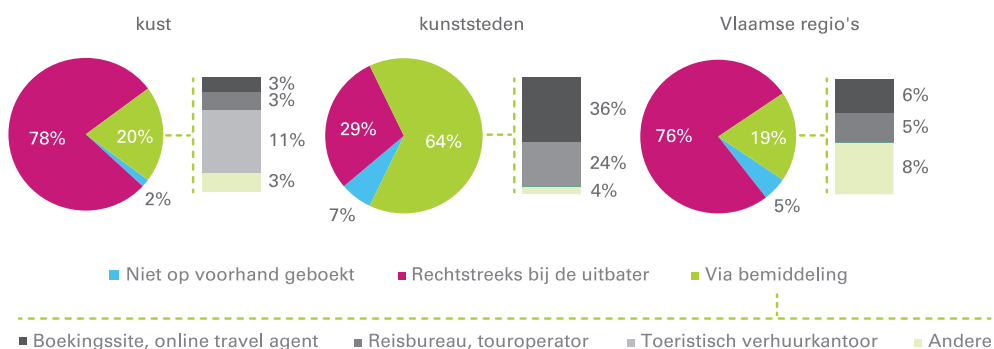
De meeste toeristen boeken hun vakantie voor ze vertrekken. Het aandeel dat pas ter plekke zijn verblijf boekt, is overal beperkt en varieert van 2% aan de kust tot 7% in de steden. Uiteraard zijn er grote verschillen naargelang de logiesvorm.

Aan de kust en in de Vlaamse regio's legt iets meer dan drie kwart van de toeristen hun vakantie rechtstreeks bij de uitbater vast. In de kunststeden is dit nog geen 30%. In de kunststeden boekt 64% van de toeristen zijn verblijf via bemiddeling. Het belangrijkste daarin zijn de boekingssites (zoals booking.com en hotels.com) en online touroperators, samen goed voor meer dan de helft van alle boekingen. Het reisbureau of de touroperator heeft in het totaal nog een aandeel van ongeveer een kwart.

Aan de kust wordt een vijfde van de vakanties vastgelegd met bemiddeling. In meer dan de helft van de gevallen gaat het om vakantiewoningen die geboekt worden bij een toeristisch verhuurkantoor. In het totaal komt het aandeel via verhuurkantoren neer op 11%. Andere bemiddelaars zijn voor de kust van veel minder belang. Ook in de regio's gebeurt ongeveer een vijfde van alle boekingen met bemiddeling. Het relatief hoge percentage 'andere' valt toe te schrijven aan boekingen via de diensten voor toerisme.

Aan de kust maakt 15% van de toeristen gebruik van het internet om zijn vakantie vast te leggen, in de Vlaamse regio's gaat het om de helft en in de steden loopt dit op tot 65%.

Figuur 6: Boekingsgedrag van de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



2.4 Geraadpleegde informatiebronnen

Hier gaat het om bronnen die vooraf geraadpleegd zijn om informatie op te doen over de bestemming. De toeristen in de kunststeden gebruiken de meeste informatiebronnen, gemiddeld noemt een toerist er 1,5. Aan de kust is dit het laagst: 1,2.

Welke informatiebron gebruikt wordt verschilt sterk naargelang de bestemming. Aan de kust noemt 51% de eigen ervaring. Internet wordt door 30% van de kusttoeristen gebruikt en de informele kanalen door 20%. Opvallend is ook de 10% andere, in de helft van de gevallen is dat het weerbericht. Slechts 17% van de toeristen in de kunststeden heeft zich vooraf niet geïnformeerd. In de kunststeden informeert 54% van de toeristen zich via internet. Ongeveer een derde gebruikt informele kanalen en bijna een kwart brochures. De kunststeden is tevens de enige macrobestemming waar toeristen een reisgids gebruiken om zich te informeren (9%). In de regio's heeft 71% zich vooraf geïnformeerd. Er zijn drie bronnen van belang. De belangrijkste is internet, 58% van de toeristen raadpleegt online info. Dat is een hoger aandeel dan in de kunststeden. Brochures worden door 31% van de toeristen genoemd. 29% vertrouwt op de eigen ervaring en heeft zich dus niet geïnformeerd.

In de kunststeden en de Vlaamse regio's is, zoals verwacht, het gebruik van internet voor een vakantie in vergelijking met 2005 sterk toegenomen. In de kunststeden informeerde toen 46% van de toeristen zich via het internet en in de regio's 37%. Voor een kustvakantie is er nauwelijks evolutie. Dit heeft uiteraard te maken met het feit dat de kusttoeristen vaker terugkeren en bijgevolg kunnen vertrouwen op hun vroegere ervaringen en minder op zoek moeten gaan naar informatie.

Tabel 16: Informatiebronnen van de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

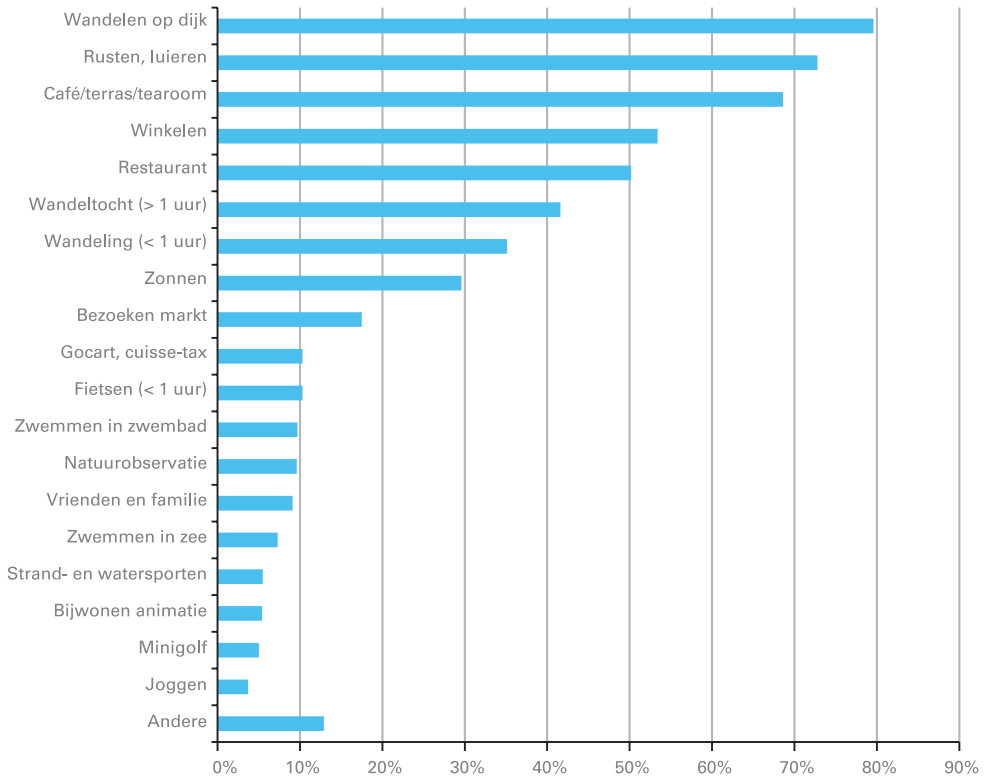
Informatiebron	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	51%	17%	29%
Wel geïnformeerd	49%	83%	71%
Totaal	100%	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):			
Online informatie en websites	30%	54%	58%
TV, radio of geschreven pers	3%	13%	5%
Informeel kanalen (familie, vrienden en kennissen)	20%	32%	10%
Brochures, folders, drukwerk	8%	23%	31%
Reisgids, toeristische gids	1%	9%	0%
Andere	10%	4%	5%

2.5 Activiteiten

De bevraging van de activiteiten is per macrobestemming anders gebeurd waardoor de rapportering verschilt. Aan de kust wordt onderscheid gemaakt tussen frequente activiteiten en niet-frequente activiteiten. De frequente activiteiten hebben toeristen de dag ervoor ondernomen en ondernemen ze meerdere malen tijdens de vakantie, zoals wandelen op de dijk of een terrasje meepikken. De niet-frequente activiteiten ondernemen toeristen slechts enkele malen tijdens de vakantie, zoals een uitstap naar het hinterland. Voor de kust is dit onderscheid van belang aangezien het hier vaak om langere vakanties gaat. In de kunststeden gaat het voornamelijk om korte trips waardoor werd gepolst naar de activiteiten die toeristen reeds ondernomen hadden of van plan waren te doen en of ze excursies ondernomen hadden tijdens de trip. In de Vlaamse regio's werd dan weer gevraagd naar de activiteiten gedurende het volledige verblijf en naar de excursies.

Gemiddeld onderneemt een kusttoerist 5,4 activiteiten op een dag, inclusief rusten en luieren. Vier vijfde van de toeristen aan de kust gaat graag wandelen op de dijk. Bijna driekwart komt ook om uit te rusten. Cafés, terrassen en tearooms ontvangen bijna 70% van de toeristen. Ook winkelen en restaurantbezoek wordt door meer dan de helft genoemd. In 2005 was wandelen ook het topantwoord maar werd het wel genoemd door 90% van de respondenten. Naast deze dagelijkse activiteiten zijn er ook de minder frequente activiteiten. Zo gaat de helft van de kusttoeristen op daguitstap naar een andere kustgemeente. Andere activiteiten zijn minder belangrijk.

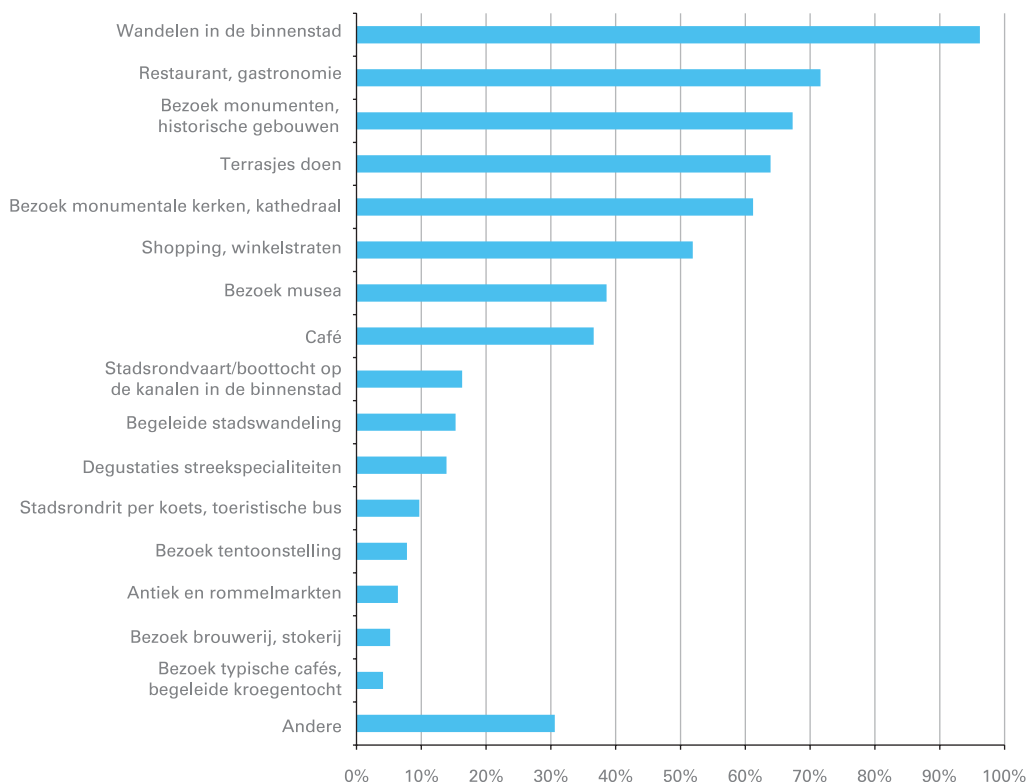
Figuur 7: Activiteiten van de vorige vakantiedag van de recreatieve verblijfstoerist aan de kust



In de kunststeden doet een toerist gemiddeld 6,0 activiteiten. Zo goed als allemaal gaan ze wandelen in de binnenstad. Een restaurantbezoek wordt door 72% genoemd en daarmee samenhangend pikt ook 64% een terrasje mee. Het kunsthistorische aspect van de steden is uiteraard ook bepalend op het vlak van activiteiten. 67% bezoekt historische gebouwen en monumenten en 61% bezoekt historische kerken en kathedralen. Iets meer dan de helft van de toeristen in de steden gaat ook shoppen. Bij de bestedingen komt dit duidelijk naar voor.

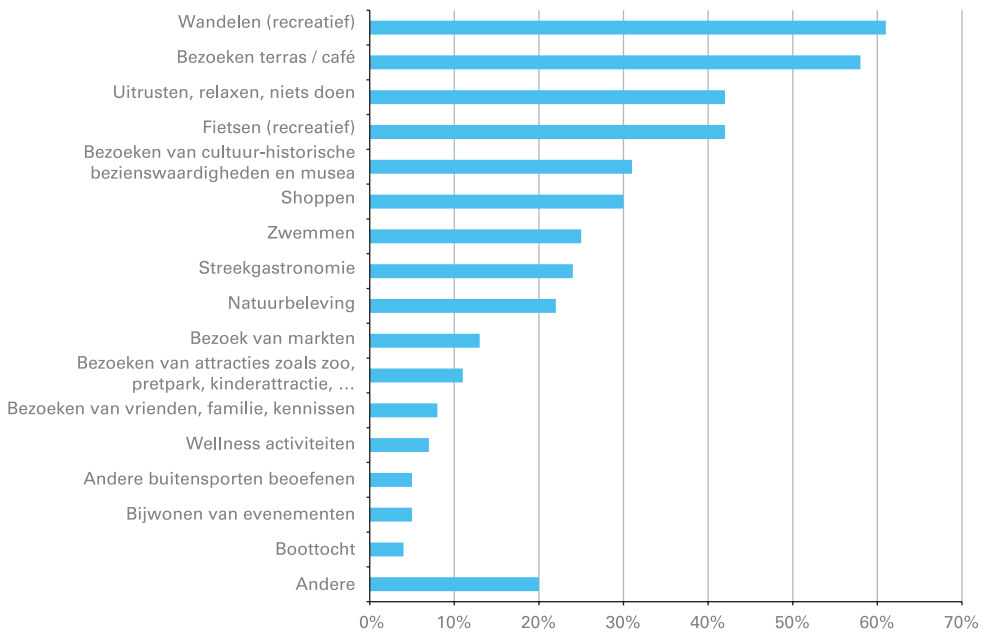
In vergelijking met 2005 is het restaurantbezoek sterk toegenomen. Toen noemde 61% dit als activiteit. Voor de rest is er weinig verschil. Naast deze activiteiten gaat ook een kwart van de toeristen in de kunststeden op excursie, waarvan het grootste deel naar een andere kunststad.

Figuur 8: Activiteiten van de recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



In de Vlaamse regio's ondernemen de toeristen gemiddeld 4,2 activiteiten tijdens hun vakantie. 62% gaat wandelen. 58% bezoekt ook een terras of café. Uitrusten en fietsen komen op de derde plaats met elk 42%. Bezoeken van bezienswaardigheden en shoppen zijn elk goed voor ongeveer 30%. In vergelijking met 2005 wordt er nu vooral minder gewandeld en gefietst. Toen ging 72% wandelen en 56% fietsen.

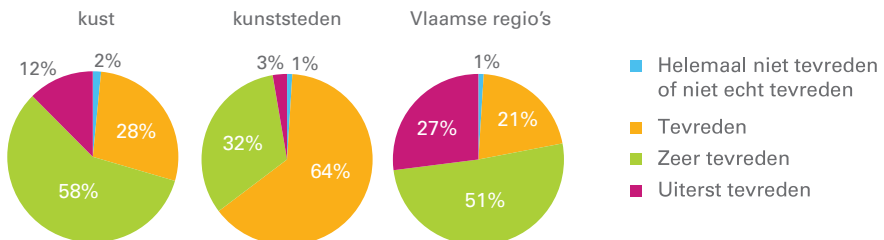
Figuur 9: Alle activiteiten van de recreatieve verblijfstoerist in de Vlaamse regio's



2.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

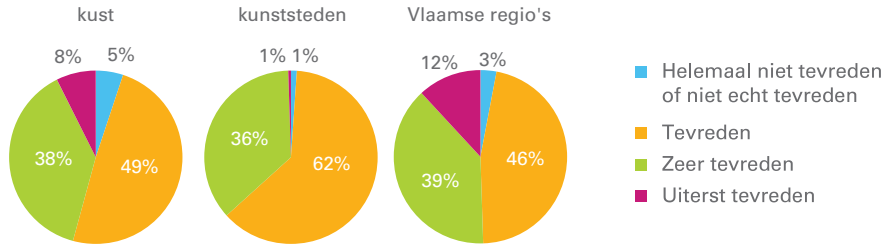
De tevredenheid van de toeristen over hun vakantie in Vlaanderen is hoog. In elk van de macrobestemmingen is het aandeel dat niet tevreden is zo goed als verwaarloosbaar. In de Vlaamse regio's zijn toeristen het meest tevreden. 78% noemt zichzelf zeer tot uiterst tevreden. Aan de kust ligt dit percentage op 70%. In de kunststeden ligt het anders. Hier is 64% van de toeristen tevreden en slechts 35% zeer tot uiterst tevreden. Dit valt deels te verklaren door een hoger opgeleid en kritischer publiek in de kunststeden dat bovendien naar meer verschillende plaatsen reist. In een score op vijf resulteert dit voor de kust in 3,8, voor de Vlaamse regio's in 4 en voor de kunststeden in 3,4.

Figuur 10: Tevredenheid van de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



De tevredenheid over de prijs-kwaliteitverhouding wordt voor de Vlaamse regio's en de kunststeden algemeen voor de hele vakantie besproken en voor de kust enkel voor het logies. De tevredenheid over de prijs-kwaliteit voor de hele kustvakantie werd niet bevraagd. Algemeen kan gesteld worden dat de toerist in Vlaanderen tevreden is over de prijs-kwaliteitverhouding tijdens de vakantie, of het nu aan zee is, in een kunststad of in de rest van Vlaanderen. Gemiddeld ligt de tevredenheid hierover in de regio's het hoogst met 3,6 op 5. Aan de kust, waar het dus enkel om een evaluatie van het logies gaat, bedraagt dit 3,5 en in de kunststeden 3,4. De groep die zeer of uiterst tevreden is, is het grootst in de Vlaamse regio's, gevolgd door de kust. In de kunststeden wordt iets lager gescoord en is het aandeel dat uiterst tevreden is beperkt tot 1%. Aan de kust is de groep ontevreden het grootst al blijft ze toch ook beperkt tot 5%.

Figuur 11: Evaluatie van de prijs-kwaliteitverhouding* door de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



*Aan de kust enkel logies

De kust heeft het trouwste publiek. Meer dan vier vijfde van de toeristen is er de afgelopen 3 jaar al op vakantie geweest. Van de toeristen in de Vlaamse regio's heeft 77% in de afgelopen drie jaar een vakantie in Vlaanderen ondernomen. Het gaat hier over een vakantie in Vlaanderen en niet uitsluitend in de Vlaamse regio's. De kunststeden hebben het grootste 'nieuwe' publiek. Slechts 38% was de afgelopen 5 jaar al eens in een van de kunststeden geweest. Dit is niet verwonderlijk aangezien hier veel toeristen van verder komen dan het binnenland en de buurlanden. Er zijn op dit vlak sterke verschillen naargelang markt en stad.

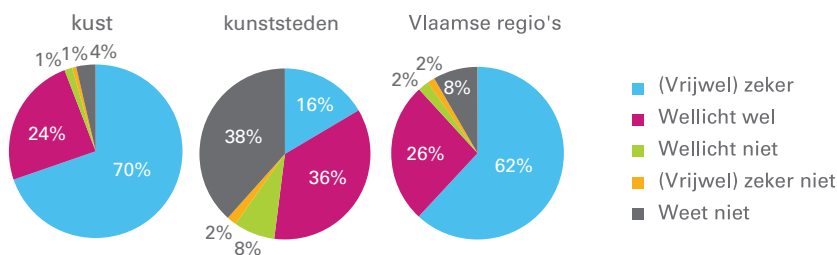
Tabel 17: Herhaalbezoek van de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Kust	82%	aan de Vlaamse kust in de laatste 3 jaar
Kunststeden	38%	in de Vlaamse kunststeden in de laatste 5 jaar
Vlaamse regio's	77%	in Vlaanderen in de laatste 3 jaar

Het intentioneel herhaalbezoek volgt de lijn van het effectief herhaalbezoek. De kusttoeristen geven het vaakst aan terug te zullen keren. 70% komt vrijwel zeker terug en 24% wellicht wel. In de kunststeden gaat het om respectievelijk 16% en 36% en in de Vlaamse regio's om respectievelijk 62% en 26%.

De toeristen aan de kust en in de Vlaamse regio's geven in vergelijking met 2005 vaker aan dat ze zullen terugkeren. Toen was 59% van de kusttoeristen vrijwel zeker dat ze zouden terugkeren en 34% wellicht wel. In de Vlaamse regio's gaf toen 55% aan vrijwel zeker terug te keren en 31% wellicht wel. In de kunststeden is er een omgekeerde evolutie. In 2005 was 23% vrijwel zeker dat ze zouden terugkeren en 41% ging wellicht terugkeren. Maar vooral de groep onbeslisten is in de kunststeden gegroeid. In 2005 had deze groep een aandeel van 27%.

Figuur 12: Herhaalbezoek* gepland door de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



*Binnen 3 jaar

2.7 Bestedingen en omzet

De bestedingen zijn in het onderzoek de uitgaven op de bestemming. Hierdoor kan een duidelijk beeld gegeven worden van wat de toerist economisch betekent voor de bestemming. Dit betekent bijvoorbeeld dat de prijs voor het transport naar de bestemming niet in de cijfers zit, transport ter plaatse daarentegen wel.

De toerist in de kunststeden geeft het meest uit, 142 euro per persoon per nacht. Aan de kust wordt het minst uitgegeven, 62 euro per persoon per nacht. De Vlaamse regio's zitten daar tussenin met 76 euro. De bestedingen zijn uiteraard sterk bepaald door de logiesvormen in elke bestemming. Dit komt aan bod in het volgende hoofdstuk.

Opmerkelijk is dat aan de kust en in de kunststeden minder wordt uitgegeven dan in 2005, rekening houdend met de inflatie. Het gaat om respectievelijk 9% en 6% minder. In de Vlaamse regio's stijgen de gemiddelde bestedingen met 12%. De groei van het aandeel medioren en de gemiddelde leeftijd legt de regio's dus economisch gezien geen windeieren.

De kusttoerist besteedt het grootste deel van zijn budget aan zijn logies. Het gaat om bijna de helft van zijn totale bedrag. Aan maaltijden, drank en voeding besteedt hij of zij net iets minder. De andere bestedingen zijn veel lager. Ook in de Vlaamse regio's zijn logies en maaltijden, drank en voeding de belangrijke bestedingen. Het verschil tussen beide is wel veel groter dan aan de kust. Aan maaltijden, drank en voeding besteedt de toerist net als aan de kust ongeveer 25 euro. Voor het logies wordt meer betaald, namelijk 40 euro. In de kunststeden betaalt de toerist voor het logies ongeveer evenveel als in de regio's, maar hij geeft veel meer uit aan eten. Maaltijden, drank en voeding is er de grootste uitgavenpost. In de kunststeden is shopping ook een belangrijke bestedingscategorie.

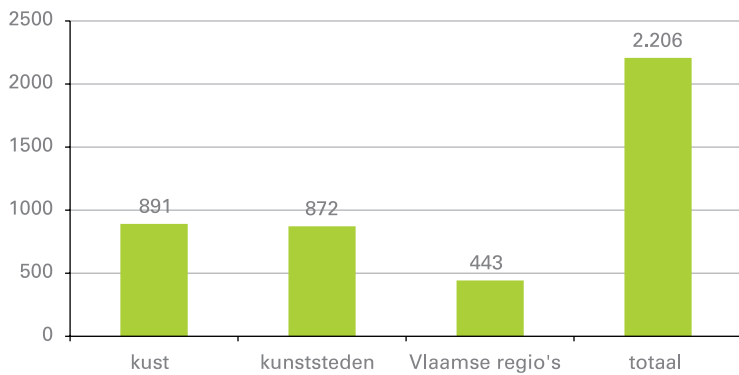
Wanneer het detail vergeleken wordt met 2005 zien we een sterke daling van logiesuitgaven in de kunststeden, -20%. De andere uitgaven gaan vooruit. Aan de kust wordt er bespaard op logies en op maaltijden, drank en voeding. Gaan we hier gedetailleerder op in, dan blijkt dat er bespaard is op de aankoop van levensmiddelen maar niet op de uitgaven op restaurant. In de regio's wordt voor alles meer betaald dan in 2005.

Tabel 18: Gemiddelde bestedingen van de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Logies	27	43	40
Maaltijden, drank en voeding	24	52	25
Attracties en ontspanning	2	9	2
Shopping	9	34	5
Verplaatsingen ter plaatse	1	4	3
Andere uitgaven	0	0	1
Totaal	62	142	76

Om tot de omzet te komen moeten naast de bestedingen ook de overnachtingen in rekening gebracht worden. Het recreatief verblijfstoerisme in commercieel logies zorgt voor een omzet van 2,2 miljard euro in Vlaanderen. De kust zorgt voor het grootste deel. Haar omzet is iets groter dan die van de kunststeden. De omzet van de Vlaamse regio's bedraagt maar half zo veel als die van de kust. Rekening houdend met de index betekent het voor Vlaanderen een toename van +2,1% tegenover 2005. Er is wel een verschil in evolutie tussen de bestemmingen. De omzet van de kust is met -16% gedaald. In deze regio is er wel een verschuiving van het commercieel gebruik van vakantiewoningen naar het gebruik van vakantiewoningen als tweede verblijf die hier niet in rekening wordt gebracht. De omzet van de kunststeden en de Vlaamse regio's is sterk toegenomen, met respectievelijk +22% en +16%.

Figuur 13: De omzet gegenereerd door de recreatieve verblijfstoerist in commercieel logies in Vlaanderen in 2011 (in miljoen euro)





3 De verblijfstoerist in Vlaanderen, naar logiesvorm

In dit onderdeel analyseren we het vakantiegedrag van de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen in functie van de logiesvorm waarin hij heeft verbleven. Voor uitbaters van hotels, campings, vakantiewoningen, gastenkamers, enzovoort is het interessant het profiel en reisgedrag te kennen van de toerist die voor hun verblijfsvorm kiest.

Aangezien de kust, de kunststeden en de Vlaamse regio's niet dezelfde aanbodstructuur hebben, zijn er niet voor elke logiesvorm in elke macrobestemming onderzoeksgegevens. We presenteren alleen de resultaten van logiesvormen die we in meerdere macrobestemmingen aantreffen.

In de Vlaamse regio's is de diversiteit aan logiesvormen het grootst. In het onderzoek zijn toeristen bevraagd die verbleven in hotels, individuele vakantiewoningen, campings, gastenkamers en vakantieparken. Aan de kust zijn dezelfde logiesvormen aan bod gekomen, met uitzondering van de gastenkamers en met toevoeging van sociaal volwassenlogies. In de kunststeden zijn recreatieve verblijfstoeristen ondervraagd in hotels, gastenkamers en jeugdlogies.

In de volgende bespreking richten we onze aandacht op het profiel en vakantiegedrag van de recreatieve verblijfstoeristen in hotels, logies voor doelgroepen (sociaal volwassenlogies en jeugdlogies), campings, individuele vakantiewoningen en gastenkamers.

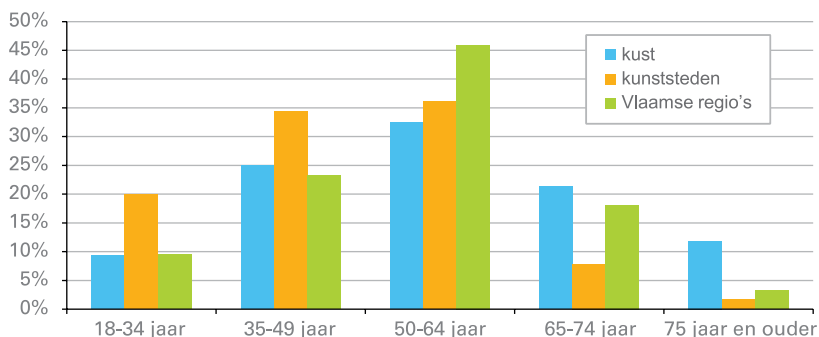
3.1 Hotels

De hotels genereren in Vlaanderen in 2011 iets meer dan 8,7 miljoen recreatieve overnachtingen. De kunststeden (Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen) staan in voor het grootste gedeelte van deze overnachtingen. In de kunststeden vinden 5,3 miljoen of 61% van de recreatieve hotelovernachtingen plaats. De hotels aan de kust genereren iets meer dan 1,7 miljoen of 20% van de recreatieve overnachtingen en de Vlaamse regio's iets minder dan 1,7 miljoen of 19%. In de kunststeden kunnen we spreken van een internationaal hotelpubliek, 81% van de overnachtingen is geboekt door buitenlandse toeristen. Aan de kust is 71% van de hotelovernachtingen toe te wijzen aan binnenlands publiek, in de Vlaamse regio's is dat 55%.

3.1.1 Profielbeschrijving

De ondervraagde hotelgast aan de kust is gemiddeld 56 jaar, in de Vlaamse regio's 54 jaar en in de kunststeden 47 jaar. In de drie macrobestemmingen is het aandeel toeristen uit de leeftijdscategorie 50 tot 64 jaar het grootst. Bijna de helft komt uit deze leeftijdsgroep in de Vlaamse regio's. Hotels in de kunststeden trekken een iets jonger publiek aan, meer dan de helft is jonger dan 50 en 20% is zelfs jonger dan 35 jaar. Aan de kust zien we duidelijk een ouder publiek. Eén op de drie ondervraagde toeristen in de hotels is ouder dan 65. Iets meer dan een op de tien toeristen is zelfs ouder dan 75, een aandeel dat een stuk hoger ligt dan in de Vlaamse regio's en de kunststeden.

Figuur 14: Leeftijd van de ondervraagde recreatieve verblijfstoerist in de hotels in Vlaanderen



Het meest voorkomende beroep van het gezinshoofd van de hoteltoerist in Vlaanderen verschilt naargelang de bestemming. Aan de kust en in de Vlaamse regio's vormen de (brug)gepensioneerden de grootste groep, respectievelijk 43% en 35%. De groep bedienden is groot in de drie macrobestemmingen. In de kunststeden is de groep van de kaderleden, ondernemers en vrije beroepen de tweede belangrijkste na de bedienden.

Bij ongeveer vier op de vijf hotelgasten in de kunststeden heeft het gezinshoofd een diploma hoger onderwijs. Dit is beduidend hoger dan aan de kust (42%) en in de Vlaamse regio's (47%). Aan de kust en in de Vlaamse regio's behaalde het gezinshoofd van een derde van de hoteltoeristen een diploma hoger humaniora.

Tabel 19: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de recreatieve verblijfstoerist in hotels in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Arbeider	10%	5%	10%
Bediende	27%	38%	30%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	12%	24%	17%
Zelfstandige	7%	14%	8%
(Brug)gepensioneerde	43%	18%	35%
Overige niet-actieven	2%	2%	0%
Totaal	100%	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd			
Lager onderwijs of lagere humaniora	22%	4%	19%
Hogere humaniora	36%	17%	34%
Hoger niet-universitair onderwijs	28%	47%	30%
Universitair onderwijs	14%	31%	17%
Totaal	100%	100%	100%

3.1.2 Kenmerken van de trip

De meeste hotelgasten in Vlaanderen zijn zonder kinderen op stap. Aan de kust is dat 81% van de gezelschappen. De gemiddelde gezins- en gezelschapsgrootte van toeristen die een hotel boeken, is dan ook relatief laag ten opzichte van de andere logiesvormen. Ze bedraagt ongeveer 2 personen, met uitzondering van de Vlaamse regio's waar het gemiddelde gezelschap van de hoteltoeristen 4 personen telt. De Vlaamse regio's zijn duidelijk de bestemming om met vrienden op vakantie te gaan.

Tabel 20: Reisgezelschap van de recreatieve verblijfstoerist in de hotels in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Gezin/gezelschap met kinderen	19%	5%	7%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	81%	95%	93%
Totaal	100%	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,0	1,8	1,9
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,5	2,2	4,0

Het aandeel hoteltoeristen dat met de auto naar Vlaanderen komt, is hoog in de drie macrobestemmingen. Naar de kust komt de hotelgast meestal met de auto, maar ook een op de vijf komt met de trein en 6% met de touringcar. We stellen vast dat hotelgasten iets minder dan gemiddeld met de auto naar de kust komen en iets vaker kiezen voor trein of touringcar. Ongeveer de helft van de hoteltoeristen in de kunststeden komt met de auto. Andere belangrijke transportmiddelen voor deze toeristen zijn het vliegtuig (24%), de trein (22%) en toch ook de touringcar (6%). De meeste hotelgasten in de Vlaamse regio's gebruiken de wagen als transportmiddel om hun bestemming te bereiken (94%). Ook 3% van de hotelgasten komt met een ander vervoermiddel, bijna altijd de fiets, naar de Vlaamse regio's.

Tabel 21: Transportmiddel van de recreatieve verblijfstoerist in de hotels in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Wagen	74%	48%	94%
(Gewone) trein	18%	11%	3%
HST/Thalys/Eurostar	1%	11%	0%
Touringcar	6%	6%	0%
Vliegtuig	0%	24%	0%
Andere	1%	0%	3%
Totaal	100%	100%	100%

De meeste toeristen in Vlaanderen boeken hun hotel op voorhand. De meerderheid van de hotelgasten aan de kust en in de Vlaamse regio's boekt zijn verblijf rechtstreeks bij de logieseigenaar of -uitbater. In de kunststeden boekt 66% van de hotelgasten zijn logies via bemiddeling en slechts 28% rechtstreeks. Indien er wordt geboekt via bemiddeling gebeurt dit meestal via een boekings-site of online travel agent (36%) of via een reisbureau of touroperator (26%).

Tabel 22: Logiesboeking van de recreatieve verblijfstoerist in de hotels in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Niet op voorhand geboekt	1%	7%	3%
Rechtstreeks bij de uitbater	83%	28%	78%
Via bemiddeling:	16%	66%	19%
Boekingssite, online travel agent	6%	36%	8%
Reisbureau, touroperator	7%	26%	3%
Toeristisch verhuurkantoor	0%	0%	0%
Andere	3%	4%	9%
Totaal	100%	100%	100%

3.1.3 Geraadpleegde informatiebronnen

In de kunststeden en de Vlaamse regio's informeren zeven tot acht op de tien hoteltoeristen zich op de een of andere manier over hun verblijf. Meer dan de helft van deze toeristen raadpleegt het internet om informatie te verzamelen. Dit is voor hen de belangrijkste informatiebron. Een op de drie hotelgasten in de kunststeden haalt ook informatie bij familie, vrienden en kennissen (informele kanalen) en een op de vier consulteert toeristische brochures. In de Vlaamse regio's doet de hoteltoerist weinig beroep op informele kanalen, maar gebruikt wel vaker toeristische brochures. Drie kwart van de hotelgasten aan de kust rekent op vroegere ervaringen. Diegene die andere informatiebronnen gebruiken, vergaren hun informatie vooral via familie, vrienden en kennissen en via het internet.

Tabel 23: Informatiebronnen van de recreatieve verblijfstoerist in de hotels in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	76%	18%	27%
Wel geïnformeerd	24%	82%	73%
Totaal	100%	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):			
Online informatie en websites	17%	53%	56%
TV, radio of geschreven pers	6%	13%	7%
Informeel kanalen (familie, vrienden en kennissen)	20%	33%	10%
Brochures, folders, drukwerk	7%	24%	37%
Reisgids, toeristische gids	0%	9%	0%
Andere informatie	5%	4%	6%

3.1.4 Activiteiten

De activiteiten waarvoor toeristen kiezen, zijn eerder geïnspireerd door de vakantiebestemming dan door de logiesvorm. De belangrijkste activiteiten van een hotelgast aan de kust zijn: wandelen op de dijk, cafébezoek, restaurantbezoek, rusten en luieren en winkelen. Deze toerist gaat wel beduidend meer op restaurant dan in de andere logiesvormen. Vier op de tien hoteltoeristen gaan op daguitstap naar een andere kustgemeente en 14% bezoekt een stad of dorp in het hinterland. Het aandeel hotelgasten dat een daguitstap onderneemt naar een andere kustgemeente ligt lager dan bij de andere toeristen aan de kust.

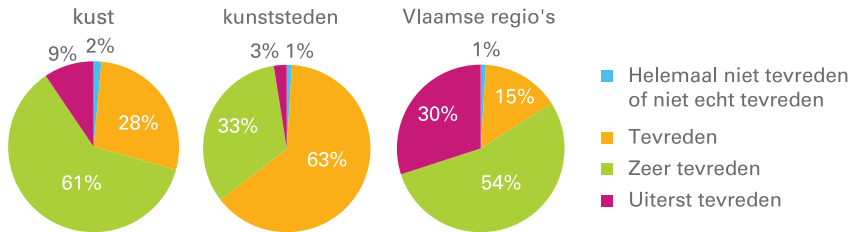
Ook in de kunststeden verschilt het activiteitenpatroon van de hotelgast nauwelijks van het algemene. In de kunststeden zijn de meest ondernomen activiteiten: wandelen in de binnenstad, restaurantbezoek, bezoeken van monumenten en historische gebouwen, een terrasje doen en het bezoeken van monumentale kerken en kathedralen. Toeristen die verblijven in de kunststeden doen minder daguitstappen dan de vakantiegangers in de Vlaamse regio's. Van de hoteltoeristen in de kunststeden onderneemt ongeveer een op de vier een daguitstap.

In de Vlaamse regio's wijken de belangrijkste activiteiten van de hotelgast een beetje af van die in de andere logiesvormen. Zo bezoeken hotelgasten meer cultuur-historische bezienswaardigheden en musea en proeven ze meer van de streekgastronomie. Wandelen en uitrusten doen ze minder dan gemiddeld. Een cafébezoek is voor hen de belangrijkste activiteit. Iets meer dan de helft van de hotelgasten gaat op daguitstap.

3.1.5 Tevredenheid

De kust krijgt van de hotelgasten een tevredenheidsscore van 3,8 op 5, de kunststeden krijgen 3,4 en de regio's 4,1. Het aandeel hotelgasten dat helemaal niet of niet echt tevreden is over zijn vakantie in Vlaanderen is zeer laag. Aan de kust en in de Vlaamse regio's is de meerderheid van de hotelgasten zelfs zeer tevreden over zijn vakantie. Aan de kust is 70% zeer tot uiterst tevreden en in de Vlaamse regio's bedraagt dit aandeel 84%. In de kunststeden ligt de tevredenheid wat lager, maar heerst geen ontevredenheid: 63% van de toeristen op hotel geeft aan tevreden te zijn, maar het aandeel toeristen dat zeer en uiterst tevreden is over zijn hotelvakantie in de kunststeden, is lager dan in de andere bestemmingen (36%).

Figuur 15: Tevredenheid van de recreatieve verblijfstoerist in de hotels in Vlaanderen



3.1.6 Bestedingen

De gemiddelde besteding van de hoteltoerist ligt ver boven de uitgaven van de toeristen in de andere logiesvormen. In de Vlaamse regio's ligt de besteding van de hotelgast het laagst met 109 euro per nacht per persoon, gevolgd door de kust met 115 euro per nacht. In de kunststeden geeft een hotelgast maar liefst 147 euro per nacht uit. Aan de kust en in de Vlaamse regio's gaat het grootste deel van de uitgaven naar logies, gevolgd door uitgaven voor eten en drinken. In de kunststeden is dit omgekeerd en is de grootste uitgavepost 'eten en drinken', gevolgd door logies. De logiesuitgaven zijn het hoogst voor de hotels in de Vlaamse regio's. Aan de kust, maar vooral in de kunststeden besteden toeristen ook een aardig bedrag aan shopping. De hoteltoerist geeft een stuk meer uit aan shopping dan toeristen in de andere logiesvormen.

Tabel 24: Gemiddelde bestedingen van de recreatieve verblijfstoerist in de hotels in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Logies	49	44	59
Maaltijden, drank en voeding	40	53	34
Attracties en ontspanning	3	9	3
Shopping	20	36	9
Verplaatsingen	2	4	3
Andere uitgaven	0	0	1
Totaal	115	147	109

3.2 Logies voor doelgroepen

Er zijn voor dit onderzoek enkel toeristen bevraagd in logies voor doelgroepen aan de kust en in de kunststeden, maar het type logies verschilt. Aan de kust werden toeristen bevraagd die verbleven in een vakantiecentrum. In de kunststeden lag de focus op de hostels (jeugdherbergen en andere jongerenlogies). Aangezien die twee logiesvormen zich richten op verschillende doelgroepen, worden ze niet onderling vergeleken in dit hoofdstuk. Ze vallen beide onder de categorie 'logies voor doelgroepen' omdat hun activiteiten zich situeren in het werkveld van 'Toerisme Voor Allen'.

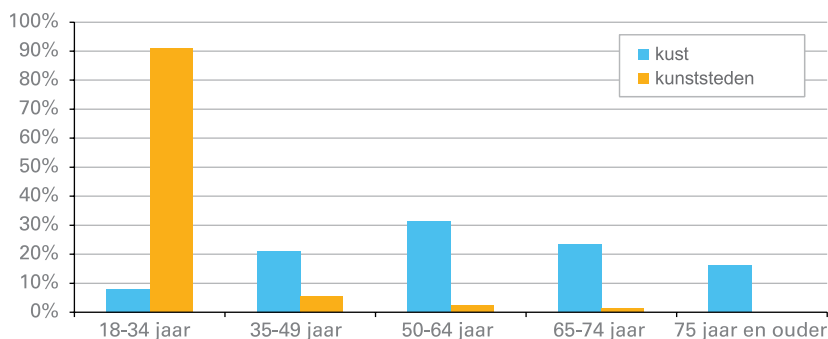
De logiesvormen voor doelgroepen (zowel jongeren- als volwassenenlogies) genereerden in Vlaanderen 4,3 miljoen overnachtingen in 2011. 31% of 1,3 miljoen van de recreatieve overnachtingen in deze groep situeren zich aan de kust en 14% of 625.000 in de kunststeden. In dit segment worden de meeste overnachtingen gegenereerd in de Vlaamse regio's, goed voor 2,3 miljoen overnachtingen of 54%.

Ook de herkomst van het publiek in de doelgroepen verschilt erg naargelang de macrobestemming. De kust en de Vlaamse regio's trekken bijna uitsluitend binnenlandse vakantiegangers aan, terwijl de kunststeden een ruim publiek uit verschillende landen ontvangen: 68 % van de overnachtingen in doelgroepenlogies in de kunststeden is geboekt door buitenlandse toeristen.

3.2.1 Profielbeschrijving

De gemiddelde leeftijd van een ondervraagde toerist in een vakantiecentrum aan de kust is 59 jaar. Toch vinden we hier toeristen van alle leeftijden. De groep toeristen tussen 50 en 65 jaar is het best vertegenwoordigd. Ongeveer een op de vier toeristen is tussen 35 en 49 jaar of tussen 65 en 74 jaar. In de hostels in de kunststeden is negen op de tien ondervraagde toeristen jonger dan 35 jaar. Bijna zeven op de tien gasten is er zelfs jonger dan 25 jaar. De gemiddelde leeftijd van de toerist in de hostels bedraagt 25 jaar. Toeristen ouder dan 50 komen hier zo goed als niet meer voor.

Figuur 16: Leeftijd van de ondervraagde recreatieve verblijfstoerist in de logies voor doelgroepen in Vlaanderen



In de helft van de gevallen is het gezinshoofd van de toerist in de vakantiecentra aan de kust (brug)gepensioneerd. Dit aandeel ligt een stuk hoger dan in de andere logiesvormen aan de kust. Bij een op de vijf toeristen is het beroep van het gezinshoofd bediende. In de kunststeden is 42% bediende, gevolgd door de groep van de kaderleden, ondernemers en vrije beroepen (28%). Hier wordt in slechts 3% van de gevallen aangegeven dat het beroep van het gezinshoofd (brug)gepensioneerd is.

In de kunststeden heeft 77% van de gezinshoofden van de toerist in de hostels een hoger niet-universitair of universitair diploma behaald. In de vakantiecentra aan de kust behaalde 69% een diploma lager onderwijs/lagere humaniora of hogere humaniora.

Tabel 25: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de recreatieve verblijfstoerist in de logies voor doelgroepen in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kust	kunststeden
Arbeider	15%	7%
Bediende	20%	42%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	7%	28%
Zelfstandige	2%	7%
(Brug)gepensioneerde	52%	3%
Overige niet-actieven	4%	12%
Totaal	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd		
Lager onderwijs of lagere humaniora	31%	2%
Hogere humaniora	38%	22%
Hoger niet-universitair onderwijs	24%	40%
Universitair onderwijs	8%	37%
Totaal	100%	100%

3.2.2 Kenmerken van de trip

Het aandeel toeristen in vakantiecentra aan de kust dat met kinderen reist, bedraagt 36%. Dit is iets lager dan het gemiddelde aan de kust. De gemiddelde grootte van het gezin bedraagt 2,1 personen en van het gezelschap 3,1 personen. Bijna iedereen die verblijft in een hostel in de kunststeden reist zonder kinderen (97%). Toch reizen de meeste toeristen niet alleen. De gemiddelde grootte van het gezelschap is hier 2,5 personen terwijl de gemiddelde grootte van het gezin slechts 1,2 personen bedraagt. Het grote verschil wijst er op dat dit een logiestype is dat vaak gekozen wordt voor reizen buiten het gezinsverband.

Tabel 26: Reisgezelschap van de recreatieve verblijfstoerist in de logies voor doelgroepen in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Gezin/gezelschap met kinderen	36%	3%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	64%	97%
Totaal	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,1	1,2
Gemiddelde grootte van het gezelschap	3,1	2,5

Toeristen die logeren in vakantiecentra aan de kust komen in hoofdzaak met de wagen naar hun bestemming. Indien ze niet met de auto naar de kust komen, nemen ze de trein of komen ze met een touringcar. Het transportmiddel van de hosteltoerist in de kunststeden wijkt sterk af van diegenen die er logeren in een hotel of gastenkamer. Hier gebruikt ongeveer de helft van de toeristen de trein (gewone trein of HST) in vergelijking met ongeveer 20% in de hotels en de gastenkamers.

Tabel 27: Transportmiddel van de recreatieve verblijfstoerist in de logies voor doelgroepen in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Wagen	80%	24%
(Gewone) trein	15%	37%
HST/Thalys/Eurostar	0%	12%
Touringcar	5%	2%
Vliegtuig	0%	22%
Andere	0%	3%
Totaal	100%	100%

Toeristen die verblijven in een vakantiecentrum aan de kust reserveren zo goed als allemaal hun logies rechtstreeks bij de logiesuitbater. 11% van de toeristen reserveert zijn logies via bemiddeling (voornamelijk via mutualiteit, vakbond, werk of sportclub).

Een op de tien toeristen die logeert in een hostel in de kunststeden, heeft zijn logies niet op voorhand geboekt. De hostels worden er in de helft van de gevallen geboekt via bemiddeling. Meestal gebeurt dit via een boekingsite of online travel agent (39%) of een andere bemiddelaar meestal socio-culturele vereniging (7%). Boeking via een reisbureau of touroperator komen er bijna niet voor. Ook het aandeel rechtstreekse boekingen is hier relatief hoog.

Tabel 28: Logiesboeking van de recreatieve verblijfstoerist in de logies voor doelgroepen in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Niet op voorhand geboekt	0%	10%
Rechtstreeks bij de uitbater	88%	41%
Via bemiddeling:	11%	49%
Boekingssite, online travel agent	0%	39%
Reisbureau, touroperator	1%	1%
Toeristisch verhuurkantoor	0%	0%
Andere	10%	9%
Totaal	100%	100%

3.2.3 Geraadpleegde informatiebronnen

Bijna alle toeristen die verblijven in een hostel in de kunststeden gaan vooraf op zoek naar informatie over de bestemming. 74% zoekt informatie via websites en bijna een op de drie informeert zich bij familie, vrienden en kennissen. Andere informatiebronnen worden zo goed als niet gebruikt.

Aan de kust informeren drie op de tien toeristen die verblijven in een vakantiecentrum zich vooraf over hun bestemming, los van de eigen ervaring. De toerist in een vakantiecentrum informeert zich meer over zijn bestemming dan de vakantieganger in andere logiesvormen aan de kust. Zij zoeken vooral informatie bij familie, vrienden en kennissen en via andere kanalen zoals het weerbericht of de mutualiteit. Deze toerist consulteert dus weinig traditionele informatiebronnen, ook niet via het internet.

Tabel 29: Informatiebronnen van de recreatieve verblijfstoerist in de logies voor doelgroepen in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	71%	6%
Wel geïnformeerd	29%	94%
Totaal	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):		
Online informatie en websites	12%	74%
TV, radio of geschreven pers	4%	3%
Informeel kanalen (familie, vrienden en kennissen)	17%	27%
Brochures, folders, drukwerk	6%	5%
Reisgids, toeristische gids	0%	8%
Andere informatie	13%	3%

3.2.4 Activiteiten

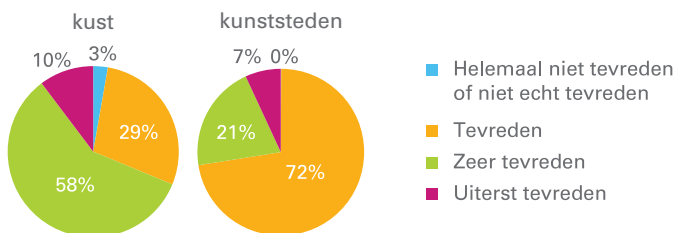
De belangrijkste activiteiten van de toeristen in vakantiecentra aan de kust zijn; wandelen op de dijk, een cafébezoek, rusten en luieren, winkelen en wandeltochten maken. Deze toeristen bezoeken opvallend weinig restaurants. Veel vakantiecentra bieden natuurlijk volpension-formules aan waardoor er minder restaurantbezoeken plaatsvinden buiten het logies. De helft van hen gaat op daguitstap naar een andere kustgemeente en 11% bezoekt een stad of dorp in het hinterland.

In de kunststeden zijn de populairste activiteiten van de vakantieganger in hostels wandelen in de binnenstad, terrasjes doen, cafébezoek, een bezoek aan monumenten, historische gebouwen, kerken en kathedralen. Zij bezoeken opvallend meer cafés, en gaan opmerkelijk minder uit eten dan de doorsnee toerist in de kunststeden. Dit is niet vreemd gezien het hier gaat om jonge toeristen. Iets minder dan 20% onderneemt ook een daguitstap buiten de stad waar ze verblijven. Dit aandeel ligt 6% lager dan gemiddeld in de kunststeden. Er wordt ook minder geshopt (35%) dan gemiddeld (52%).

3.2.5 Tevredenheid

Ongeveer twee derde van de vakantiegangers die logeren in vakantiecentra is zeer tot uiterst tevreden over haar vakantie aan de kust. Toch is ook 3% niet tevreden over zijn verblijf in een vakantiecentrum aan zee. Zij geven de kust een 3,8 op 5. In de kunststeden is het grootste deel van de hostelgasten tevreden (72%) over hun verblijf. Slechts 28% is zeer tot uiterst tevreden over zijn verblijf. De kunststeden krijgen een tevredenheidsscore van 3,3. Wel is niemand er ontevreden.

Figuur 17: Tevredenheid van de recreatieve verblijfstoerist in de logies voor doelgroepen in Vlaanderen



3.2.6 Bestedingen

Aan de kust geeft de reiziger in een vakantiecentrum gemiddeld 72 euro per persoon per nacht uit. Dat is 10 euro meer dan het gemiddelde aan zee. De belangrijkste uitgavenposten zijn maaltijden, drank en voeding (33 euro) en logies (31 euro).

In de kunststeden geven de jonge toeristen die logeren in hostels opvallend minder uit dan gemiddeld. Het grootste bedrag gaat op aan maaltijden, drank en voeding, gevolgd door logies en shopping. Dit vormen ook voor de andere logiesvormen de belangrijkste uitgavenposten, de toerist in een hostel geeft hier gewoon veel minder aan uit.

Tabel 30: Gemiddelde bestedingen van de recreatieve verblijfstoerist in de logies voor doelgroepen in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust	kunststeden
Logies	31	18
Maaltijden, drank en voeding	33	28
Attracties en ontspanning	1	6
Shopping	6	10
Verplaatsingen	0	2
Andere uitgaven	0	0
Totaal	72	64

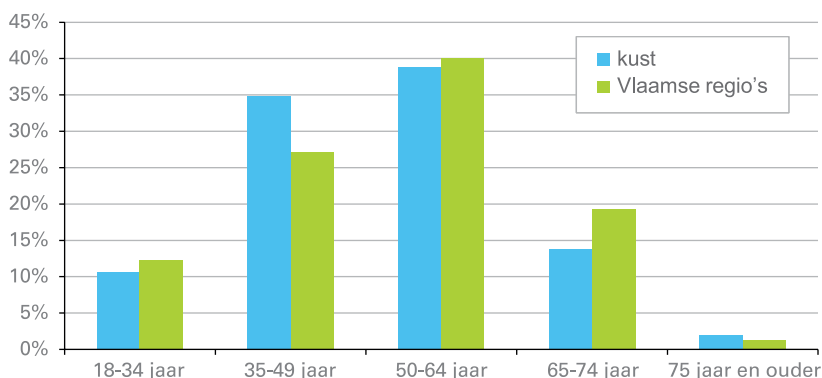
3.3 Campings

Campings genereren in 2011 2 miljoen overnachtingen in Vlaanderen. Het grootste gedeelte ervan situeert zich in de Vlaamse regio's waar 1,2 miljoen of 60% van de recreatieve overnachtingen plaatsvinden. De overige recreatieve overnachtingen in de campings situeren zich hoofdzakelijk aan de kust (31% of ongeveer 631.000 overnachtingen). Het publiek in de campings komt groten-deels uit eigen land (42%) en Nederland (42%).

3.3.1 Profielbeschrijving

De structuur van de leeftijdsgroepen aan zee en in de Vlaamse regio's is gelijkaardig. De grootste groep kampeerders zit in de leeftijdsgroep van 50 tot 64 jaar. Er zijn ook heel wat campingtoeristen tussen 35 en 49 jaar. Aan zee is het aandeel van deze groep een stuk hoger dan in de Vlaamse regio's. Omgekeerd zijn de kampeertoeristen tussen 65-74 jaar beter vertegenwoordigd in de Vlaamse regio's. Dit draagt ertoe bij dat de gemiddelde leeftijd van de ondervraagde kampeerder in de regio's iets hoger ligt dan aan de kust, respectievelijk 54 en 51 jaar.

Figuur 18: Leeftijd van de ondervraagde recreatieve verblijfstoerist in de campings in Vlaanderen



Van ongeveer een derde van de toeristen die logeren op een camping aan de kust of in de Vlaamse regio's is het gezinshoofd (brug)gepensioneerd. Bij iets meer dan een op de vier toeristen is het beroep van het gezinshoofd bediende. Toch wijkt de verdeling van het beroep van het gezinshoofd van de campingtoerist aan de kust af van het gemiddelde aan zee. Zo ligt het aandeel arbeiders beduidend hoger en het aandeel gepensioneerden beduidend lager. Ook in de Vlaamse regio's wijkt de beroepsstructuur enigszins af van het gemiddelde. Daar ligt het aandeel van de groep van de bedienden lager en van de (brug)gepensioneerden hoger dan gemiddeld.

De scholingsgraad van het gezinshoofd van de kampeerder ligt een stuk lager dan gemiddeld, zowel aan de kust als in de Vlaamse regio's. Zo heeft het grootste deel geen diploma hoger onderwijs. In de Vlaamse regio's behaalden de meeste gezinshoofden wel een humaniora-diploma

(45%). Aan de kust is het aandeel met een humaniora-diploma en het aandeel met een diploma lager onderwijs of lagere humaniora gelijk (36%).

Tabel 31: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de recreatieve verblijfstoerist in de campings in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kust	Vlaamse regio's
Arbeider	24%	18%
Bediende	28%	26%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	8%	17%
Zelfstandige	9%	3%
(Brug)gepensioneerde	29%	34%
Overige niet-actieven	2%	3%
Totaal	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd		
Lager onderwijs of lagere humaniora	36%	21%
Hogere humaniora	36%	45%
Hoger niet-universitair onderwijs	23%	25%
Universitair onderwijs	6%	10%
Totaal	100%	100%

3.3.2 Kenmerken van de trip

Op campings ligt het aandeel toeristen dat met kinderen reist net iets hoger dan het gemiddelde in de betreffende macrobestemmingen. Aan de kust bedraagt hun aandeel 45% en in de Vlaamse regio's 38%. Bijgevolg reist toch nog meer dan de helft van de kampeerders zonder kinderen. De gemiddelde gezinsgrootte op de camping is dan ook niet zo hoog. Toch is de gemiddelde grootte van het gezelschap rond de 3 personen. Bijgevolg reizen wel wat kampeerders in een groter gezelschap.

Tabel 32: Reisgezelschap van de recreatieve verblijfstoerist in de campings in Vlaanderen

	kust	Vlaamse regio's
Gezin/gezelschap met kinderen	45%	38%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	55%	62%
Totaal	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,6	2,4
Gemiddelde grootte van het gezelschap	3,0	3,2

Kampeertoeristen komen in de meeste gevallen met de auto naar hun bestemming. Daarnaast is ook de kampeerauto een belangrijk transportmiddel. In de Vlaamse regio's en aan de kust reist een op de vijf tot een kwart van de toeristen met een kampeerauto naar zijn bestemming. Het aandeel kampeerautotoeristen zal in werkelijkheid nog iets hoger liggen, aangezien heel wat kampeerauto's niet op campings staan. De laatste jaren neemt het belang van de kampeerautotoerist sterk

toe. Aan de kust komt slechts 2% van de kampeerders met de trein. In de Vlaamse regio's reist ook 4% met de fiets naar zijn vakantiebestemming.

Tabel 33: Transportmiddel van de recreatieve verblijfstoerist in de campings in Vlaanderen

	kust	Vlaamse regio's
Wagen	75%	74%
(Gewone) trein	2%	0%
HST/Thalys/Eurostar	0%	1%
Touringcar	0%	0%
Kampeerauto	23%	20%
Ander	0%	5%
Totaal	100%	100%

Het aandeel kampeertoeristen dat zijn logies niet op voorhand boekt, is hoog in vergelijking met toeristen in andere logiesvormen. De kampeertoerist is duidelijk een reiziger die ter plaatse nog een overnachtingsplek wil vinden. Aan de kust boekt ongeveer een op de vijf zijn camping niet op voorhand; in de Vlaamse regio's loopt dit aandeel op tot een op de drie. De kampeerders aan de kust, boeken meestal rechtstreeks bij de uitbater (77%). In de Vlaamse regio's is het boekingsgedrag enigszins anders. Daar boekt ongeveer de helft van de campinggasten rechtstreeks bij de uitbater en toch 15% via bemiddeling, wat bijna niet voorkomt aan zee. Er wordt zowel geboekt via een reisbureau of touroperator (8%), een boekingsite of online travel agent (3%) als via de dienst voor toerisme (3%).

Tabel 34: Logiesboeking van de recreatieve verblijfstoerist in de campings in Vlaanderen

	kust	Vlaamse regio's
Niet op voorhand geboekt	22%	33%
Rechtstreeks bij de uitbater	77%	52%
Via bemiddeling:	1%	15%
Boekingssite, online travel agent	1%	3%
Reisbureau, touroperator	0%	8%
Toeristisch verhuurkantoor	0%	0%
Andere	1%	4%
Totaal	100%	100%

3.3.3 Geraadpleegde informatiebronnen

Aan de kust informeren slechts twee tot drie op de tien kampeerders zich op voorhand over hun vakantiebestemming, los van de vorige ervaring. In de Vlaamse regio's ligt dit aandeel op 58% en bijgevolg een stuk hoger. Toch is dit aandeel laag in vergelijking met de andere logiesvormen in de Vlaamse regio's. De meest gebruikte informatiebron in beide regio's is online informatie. Daarnaast wordt aan de kust veel informatie verzameld via informele kanalen (vrienden, familie en kennissen). In de Vlaamse regio's zijn toeristische brochures een veel gebruikte informatiebron.

Tabel 35: Informatiebronnen van de recreatieve verblijfstoerist in de campings in Vlaanderen

	kust	Vlaamse regio's
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	74%	42%
Wel geïnformeerd	27%	58%
Totaal	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):		
Online informatie en websites	25%	43%
TV, radio of geschreven pers	4%	1%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	21%	7%
Brochures, folders, drukwerk	8%	31%
Reisgids, toeristische gids	1%	0%
Andere informatie	4%	5%

3.3.4 Activiteiten

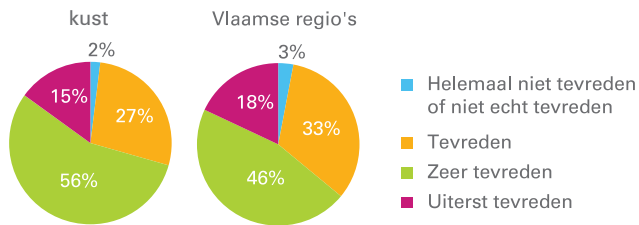
Ook bij de kampeerder aan de kust zijn de belangrijkste activiteiten rusten en luieren, een cafébezoek, wandelen op de dijk, winkelen en een restaurantbezoek. Voor de kampeertoerist is wandelen op de dijk echter niet de belangrijkste activiteit. De campings zijn vaak niet aan een dijk gelegen. Daarnaast valt op dat ze meer fietsen en minder wandelen dan gemiddeld. Meer dan zes op de tien campinggasten onderneemt een daguitstap naar een andere kustgemeente en bijna 20% bezoekt een stad of dorp in het hinterland. Zij ondernemen meer uitstappen naar andere plekken dan de gemiddelde kusttoerist.

In de Vlaamse regio's gaat de campinggast vooral wandelen, een café bezoeken, fietsen, uitrusten en zwemmen. Doordat heel wat campings zwemmogelijkheden aanbieden, is zwemmen voor deze logiesvorm een belangrijke activiteit. Ondanks het feit dat ongeveer de helft van de kampeerders aangeeft een café bezocht te hebben, ligt dit aandeel een stuk lager dan voor de andere logiesvormen in de Vlaamse regio's. Het aandeel campingtoeristen dat op daguitstap gaat (43%), ligt iets lager dan gemiddeld.

3.3.5 Tevredenheid

De meerderheid van de vakantiegangers in de campings in Vlaanderen is zeer tot uiterst tevreden over zijn vakantie. Aan de kust ligt dit aandeel op 71% en in de Vlaamse regio's op 64%. In de Vlaamse regio's is 3% helemaal niet tevreden of niet echt tevreden. Naar tevredenheidsscore komt dit voor zowel de kust als voor de Vlaamse regio's op 3,8 op 5.

Figuur 19: Tevredenheid van de recreatieve verblijfstoerist in de campings in Vlaanderen



3.3.6 Bestedingen

De kampeertoerist besteedt een stuk minder dan de reizigers in de andere logiesvormen. Gemiddeld geeft een kampeertoerist per persoon per nacht 39 euro uit aan de kust en 29 euro in de Vlaamse regio's. Het zijn vooral de lagere logieskosten die spelen in de vergelijking met andere logiessectoren. Maar ook de lagere uitgave aan voeding en drank maakt dat de kampeertoerist minder spendeert. Aan de kust geeft de kampeerder wel opvallend meer uit aan voeding en drank dan in de Vlaamse regio's.

Tabel 36: Gemiddelde bestedingen van de recreatieve verblijfstoerist in de campings in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust	Vlaamse regio's
Logies	11	12
Maaltijden, drank en voeding	20	12
Attracties en ontspanning	2	1
Shopping	5	2
Verplaatsingen	1	3
Andere uitgaven	0	0
Totaal	39	29

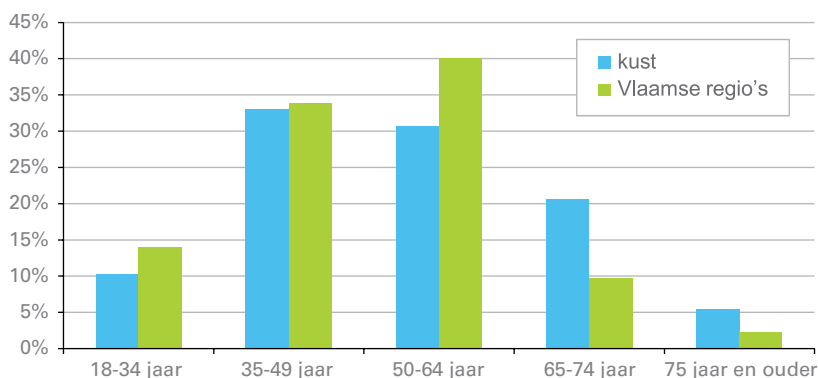
3.4 Vakantiewoningen

De Algemene Directie Statistiek telt ook de overnachtingen in huurlogies aan de kust, aangeboden door de verhuurkantoren. Volgens deze bron genereren de individuele vakantiewoningen aan de kust 4,5 miljoen overnachtingen. In dit marktonderzoek werden ook toeristen bevroegd, zowel aan de kust als in het binnenland, die overnachten hebben in vakantiewoningen die niet worden aangeboden via immobiliënkantoren. Op basis van gegevens verkregen van Westtoer en de vzw 'Logeren in Vlaanderen' heeft Toerisme Vlaanderen een inschatting gemaakt van de overnachtingsgegevens in de vakantiewoningen in Vlaanderen. De individuele vakantiewoningen genereren in Vlaanderen ongeveer 9,9 miljoen overnachtingen. Het overgrote deel hiervan situeert zich aan de kust (ongeveer 9,4 miljoen overnachtingen).

3.4.1 Profielbeschrijving

De gemiddelde leeftijd van de ondervraagde vakantieganger in de vakantiewoningen is 53 jaar aan de kust en 50 jaar in de Vlaamse regio's. De leeftijdsstructuur van de ondervraagde toeristen die verblijven in een vakantiewoning, is voor beide bestemmingen vrij gelijkaardig. Toch is het aandeel 50- tot 65-jarigen in de Vlaamse regio's een stuk hoger, terwijl het aandeel 65-plussers aan de kust dan weer beduidend hoger is.

Figuur 20: Leeftijd van de ondervraagde recreatieve verblijfstoerist in de vakantiewoningen in Vlaanderen



Van vier op de tien toeristen die logeren in een vakantiewoning aan de kust is het gezinshoofd (brug)gepensioneerd. Het aandeel van de bedienden ligt hier ook relatief hoog (31%). Voor toeristen die verblijven in een vakantiewoning in de Vlaamse regio's is dit omgekeerd. Daar is bediende het belangrijkste beroep gevolgd door de groep van de (brug)gepenseerden.

Ongeveer een op de twee gezinshoofden van toeristen die logeren in een vakantiewoning heeft een diploma hoger onderwijs. Dit aandeel ligt in de Vlaamse regio's iets hoger dan aan zee.

Tabel 37: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de recreatieve verblijfstoerist in de vakantiewoningen in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kust	Vlaamse regio's
Arbeider	12%	13%
Bediende	31%	33%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	12%	17%
Zelfstandige	6%	6%
(Brug)gepensioneerde	37%	29%
Overige niet-actieven	2%	3%
Totaal	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd		
Lager onderwijs of lagere humaniora	19%	13%
Hogere humaniora	34%	35%
Hoger niet-universitair onderwijs	28%	38%
Universitair onderwijs	19%	15%
Totaal	100%	100%

3.4.2 Kenmerken van de trip

Meer dan de helft van de toeristen in een vakantiewoning in Vlaanderen is met kinderen op reis. In de Vlaamse regio's reist zelfs zes op de tien huurders met kinderen. Hierdoor ligt de gemiddelde grootte van het gezin en het gezelschap hoger dan voor de meeste andere logiesvormen. Ook het verschil tussen beide ligt hoger wat er op kan wijzen dat de vakantiewoning interessant is als logies voor groepjes vrienden of voor meerdere gezinnen die samen reizen.

Tabel 38: Reisgezelschap van de recreatieve verblijfstoerist in de vakantiewoningen in Vlaanderen

	kust	Vlaamse regio's
Gezin/gezelschap met kinderen	55%	60%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	45%	40%
Totaal	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,6	3,3
Gemiddelde grootte van het gezelschap	3,7	5,0

De overgrote meerderheid van de toeristen die verblijven in een vakantiewoning rijdt met de auto naar de bestemming. In de Vlaamse regio's komt bijna iedereen met de auto (98%). Naar de kust komt 9% van de huurders met de trein. Dit aandeel is lager dan gemiddeld voor de kust.

Tabel 39: Transportmiddel van de recreatieve verblijfstoerist in de vakantiewoningen in Vlaanderen

	kust	Vlaamse regio's
Wagen	91%	98%
(Gewone) trein	9%	1%
HST/Thalys/Eurostar	0%	0%
Touringcar	0%	0%
Ander	0%	1%
Totaal	100%	100%

De meerderheid van de toeristen die een vakantiewoning huren, boekt die rechtstreeks bij de uitbater. Aan de kust boekt een op de drie toeristen zijn vakantiewoning via bemiddeling, in dit geval een toeristisch verhuurkantoor. Hier boekt iedereen zijn logies op voorhand. In de Vlaamse regio's ligt het aandeel toeristen dat zijn vakantiewoning rechtstreeks boekt een stuk hoger dan aan de kust. Daar boekt slechts een op de tien toeristen zijn logies via bemiddeling: 3% via een booking site en 3% via een andere, meestal de dienst voor toerisme.

Tabel 40: Logiesboeking van de recreatieve verblijfstoerist in de vakantiewoningen in Vlaanderen

	kust	Vlaamse regio's
Niet op voorhand geboekt	0%	3%
Rechtstreeks bij de uitbater	67%	86%
Via bemiddeling:	33%	11%
Boekingssite, online travel agent	0%	3%
Reisbureau, touroperator	0%	0%
Toeristisch verhuurkantoor	31%	0%
Andere	2%	8%
Totaal	100%	100%

3.4.3 Geraadpleegde informatiebronnen

Toeristen in vakantiewoningen in de Vlaamse regio's informeren zich het meest op voorhand over hun bestemming (81%). De meerderheid informeert zich via internet (72%). Daarnaast zijn ook de toeristische informatiebrochures een belangrijke informatiebron (42%). Beide percentages liggen een stuk hoger dan bij toeristen die verblijven in andere logiesvormen. In tegenstelling tot de Vlaamse regio's, vertrouwen toeristen in vakantiewoningen aan de kust sterk op de eigen ervaring. De 16% die zich toch verder informeert, doet dit vooral via familie, vrienden en kennissen en met online informatie.

Tabel 41: Informatiebronnen van de recreatieve verblijfstoerist in de vakantiewoningen in Vlaanderen

	kust	Vlaamse regio's
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	84%	19%
Wel geïnformeerd	16%	81%
Totaal	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):		
Online informatie en websites	18%	72%
TV, radio of geschreven pers	5%	4%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	24%	10%
Brochures, folders, drukwerk	5%	42%
Reisgids, toeristische gids	1%	0%
Andere informatie	2%	2%

3.4.4 Activiteiten

De belangrijkste activiteiten van de toeristen die verblijven in een vakantiewoning aan de kust zijn, zoals voor bijna alle andere logiesvormen aan de kust: wandelen op de dijk, rusten en luieren, cafébezoek, winkelen en restaurantbezoek. Bijna één op de vier geeft aan dat ze gaan zonnen, wat hoger is dan gemiddeld. Restaurantbezoek scoort voor deze toeristen iets lager dan gemiddeld, waarschijnlijk omdat ze over een keuken beschikken in het eigen logies.

Iets meer dan de helft gaat op daguitstap naar een andere kustgemeente en 14% bezoekt ook een stad of dorp in het hinterland.

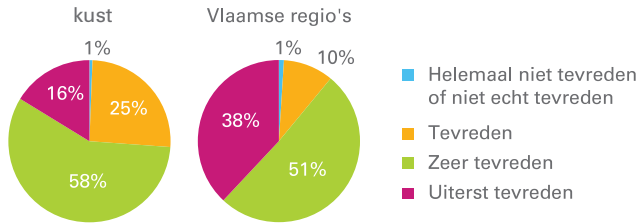
Ook in de Vlaamse regio's ondernemen de toeristen die verblijven in vakantiewoningen grotendeels dezelfde activiteiten als zij die verblijven in andere logiesvormen. De belangrijkste activiteiten zijn wandelen, cafébezoek, uitrusten en relaxen, fietsen en het bezoeken van cultuur-historische bezienswaardigheden en musea. Deze vakantiegeangers fietsen en luieren wel opvallend meer dan gemiddeld.

Zij ondernemen meer daguitstappen dan gemiddeld, bijna zes op de tien gaat op daguitstap elders in Vlaanderen.

3.4.5 Tevredenheid

Toeristen die logeren in een vakantiewoning zijn zeer tot uiterst tevreden over hun vakantie. Aan de kust ligt dit aandeel op 74% en in de Vlaamse regio's op 89%. In de Vlaamse regio's geeft ongeveer vier op de tien huurders aan uiterst tevreden te zijn over zijn vakantie. Algemeen gesteld zijn zij het meest tevreden. De globale tevredenheidsscores zijn hier dan ook in zowel de Vlaamse regio's als aan de kust het hoogst van alle logiesvormen, respectievelijk 4,3 en 3,9 op 5.

Figuur 21: Tevredenheid van de recreatieve verblijfstoerist in de vakantiewoningen in Vlaanderen



3.4.6 Bestedingen

De uitgaven van huurders van vakantiewoningen in de Vlaamse regio's liggen lager dan aan zee. Aan de kust bedraagt de gemiddelde besteding 53 euro per persoon per nacht, tegenover 43 euro per persoon per nacht in de Vlaamse regio's. Aan de kust wordt vooral meer uitgegeven aan maaltijden, drank en voeding en shopping. De gemiddelde besteding van de toerist in een vakantiewoning ligt een stuk lager dan in bepaalde andere logiesvormen omdat alle uitgavenposten, maar vooral de bestedingen voor logies, lager liggen.

Tabel 42: Gemiddelde bestedingen van de recreatieve verblijfstoerist in de vakantiewoningen in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust	Vlaamse regio's
Logies	19	21
Maaltijden, drank en voeding	24	17
Attracties en ontspanning	2	2
Shopping	7	2
Verplaatsingen	1	2
Andere uitgaven	0	0
Totaal	53	43

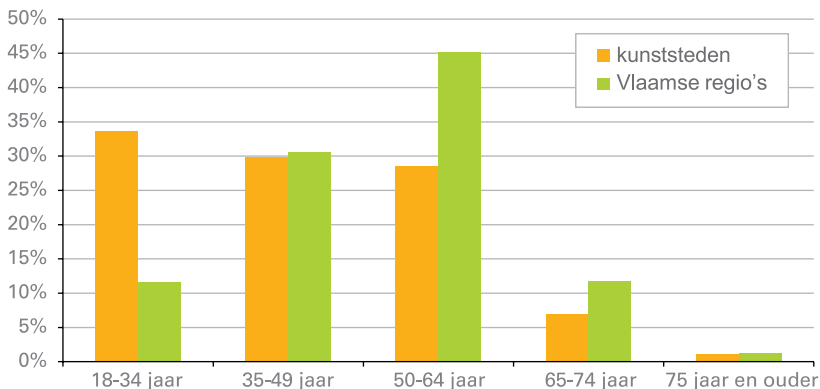
3.5 Gastenkamers

Sinds 2011 verzamelt de Algemene Directie Statistiek ook overnachtingsgegevens voor de gastenkamers. Deze gegevens zijn echter nog niet bruikbaar, omdat deze telling nog onvolledig is. Er hebben zich in de loop van het jaar 2011 nog heel wat gastenkamers aangemeld waardoor er voor deze logies pas vanaf dan overnachtingsgegevens werden opgevraagd. Op basis van gegevens verkregen van Westtoer, de vzw 'Logeren in Vlaanderen' en eigen gegevens heeft Toerisme Vlaanderen toch een inschatting gemaakt van de overnachtingsgegevens in de gastenkamers in Vlaanderen. De gastenkamers genereren in Vlaanderen ongeveer een half miljoen overnachtingen. Iets meer dan de helft situeert zich in de Vlaamse regio's en 30% in de kunststeden. Aan de kust werden geen toeristen in gastenkamers bevraagd omdat het om een te klein aantal gaat.

3.5.1 Profielbeschrijving

De gemiddelde leeftijd van de ondervraagde toerist die verblijft in een gastenkamer in de kunststeden (43 jaar) ligt een stuk lager dan in de Vlaamse regio's (52 jaar). In de Vlaamse regio's is bijna de helft van de ondervraagde toeristen die logeren in een gastenkamer tussen 50 en 65 jaar. In de kunststeden is meer dan 30% van de respondenten tussen 18 en 34 jaar. 13% is zelfs jonger dan 25. De stedelijke gastenkamers trekken ook veel toeristen aan tussen 35 en 65 jaar, maar weinig toeristen ouder dan 65.

Figuur 22: Leeftijd van de ondervraagde recreatieve verblijfstoerist in de gastenkamers in Vlaanderen



Het gezinshoofd van de toerist die verblijft in een gastenkamer in Vlaanderen is het vaakst een bediende. Daarnaast geeft een belangrijk aandeel aan dat het beroep van het gezinshoofd kaderlid, ondernemer of vrij beroep is. Door het grote leeftijdsverschil is het aandeel (brug)gepensioneerden in de Vlaamse regio's een stuk hoger dan in de kunststeden.

Van meer dan de helft van de toeristen die verblijven in een gastenkamer, zowel in de regio's als

in de steden, heeft het gezinshoofd een diploma hoger onderwijs. In de kunststeden bedraagt dit aandeel ongeveer drie kwart en in de Vlaamse regio's iets meer dan de helft.

Tabel 43: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de recreatieve verblijfstoerist in de gastenkamers in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kunststeden	Vlaamse regio's
Arbeider	2%	12%
Bediende	44%	34%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	24%	20%
Zelfstandige	15%	8%
(Brug)gepensioneerde	13%	23%
Overige niet-actieven	3%	2%
Totaal	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd		
Lager onderwijs of lagere humaniora	4%	15%
Hogere humaniora	20%	33%
Hoger niet-universitair onderwijs	40%	35%
Universitair onderwijs	36%	17%
Totaal	100%	100%

3.5.2 Kenmerken van de trip

Toeristen die verblijven in gastenkamers in Vlaanderen reizen meestal zonder kinderen. In de kunststeden reist 85% van hen zonder kinderen, in de Vlaamse regio's zelfs 90%. In de kunststeden wordt meestal zonder kinderen gereisd, ongeacht de logiesvorm, en ook de gemiddelde grootte van het gezin wijkt er niet sterk af van het algemeen gemiddelde. In de Vlaamse regio's wijken het aandeel van de gezelschappen met kinderen, de gemiddelde grootte van het gezin en de gemiddelde grootte van het gezelschap in de gastenkamers wel af van het gemiddelde. Hier zijn dan ook andere logiesvormen (camping, vakantiewoning) die wel veel gezinnen met kinderen aantrekken. In gastenkamers komt men het meest als koppel, al dan niet met vrienden, familie of kennissen er bij.

Tabel 44: Reisgezelschap van de recreatieve verblijfstoerist in de gastenkamers in Vlaanderen

	kunststeden	Vlaamse regio's
Gezin/gezelschap met kinderen	15%	10%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	85%	90%
Totaal	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	1,8	2,0
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,5	2,9

Toeristen die verblijven in een gastenkamer in de kunststeden reizen het meest met hun auto. Dit aandeel ligt een stuk hoger dan bij de hotels en de hostels. Dit komt omdat gastenkamers vooral een binnenlands publiek of toeristen uit de buurlanden aantrekken. Ongeveer twee op de tien

toeristen komen met de trein (gewone trein of HST) en een op tien komt met het vliegtuig. In de Vlaamse regio's reizen toeristen bijna uitsluitend met de auto naar hun bestemming. Hier fietst ook 4% naar zijn vakantiebestemming.

Tabel 45: Transportmiddel van de recreatieve verblijfstoerist in de gastenkamers in Vlaanderen

	kunststeden	Vlaamse regio's
Wagen	69%	93%
(Gewone) trein	12%	2%
HST/Thalys/Eurostar	7%	0%
Touringcar	0%	0%
Vliegtuig	10%	0%
Kampeerauto	0%	0%
Ander	1%	5%
Totaal	100%	100%

Toeristen die verblijven in een gastenkamer in de kunststeden vertonen een ander boekingspatroon dan in de Vlaamse regio's. In de kunststeden boekt ongeveer de helft van de toeristen zijn gastenkamer rechtstreeks bij de uitbater en iets minder dan de helft via bemiddeling. In geval van bemiddeling wordt meestal geboekt via een boekingsite of online travel agent (36% van iedereen in een gastenkamer). Het aandeel rechtstreekse boekingen ligt bijzonder hoog in vergelijking met de stedelijke hotels.

Bijna acht op de tien vakantiegangers in de Vlaamse regio's boekt zijn gastenkamer rechtstreeks bij de uitbater. De overige toeristen boeken voornamelijk via een boekingsite of online travel agent (10%) of via de dienst voor toerisme (4%).

Tabel 46: Logiesboeking van de recreatieve verblijfstoerist in de gastenkamers in Vlaanderen

	kunststeden	Vlaamse regio's
Niet op voorhand geboekt	3%	2%
Rechtstreeks bij de uitbater	52%	79%
Via bemiddeling:	45%	19%
Boekingsite, online travel agent	36%	10%
Reisbureau, touroperator	7%	2%
Toeristisch verhuurkantoor	0%	0%
Andere	1%	7%
Totaal	100%	100%

3.5.3 Geraadpleegde informatiebronnen

De meeste toeristen die logeren in gastenkamers in Vlaanderen informeren zich vooraf over hun vakantiebestemming. Meer dan 60% raadpleegt websites om informatie te vergaren. Een op de drie toeristen die logeren in gastenkamers in de kunststeden, geeft aan informatie te hebben ge-

zoekt via vrienden, familie en kennissen. Wat opvalt is dat deze toeristen een stuk minder dan gemiddeld toeristische informatiebrochures raadplegen. In de Vlaamse regio's gebruikt een op de drie toeristen wel toeristische brochures om informatie te verzamelen.

Tabel 47: Informatiebronnen van de recreatieve verblijfstoerist in de gastenkamers in Vlaanderen

	kunststeden	Vlaamse regio's
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	16%	23%
Wel geïnformeerd	84%	77%
Totaal	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):		
Online informatie en websites	67%	63%
TV, radio of geschreven pers	10%	6%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	29%	13%
Brochures, folders, drukwerk	8%	31%
Reisgids, toeristische gids	14%	0%
Andere informatie	2%	5%

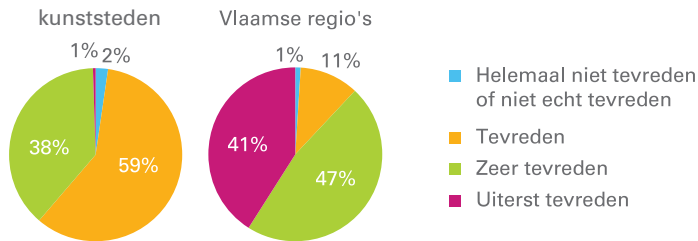
3.5.4 Activiteiten

Zowel in de kunststeden als in de Vlaamse regio's lopen de activiteiten van de vakantiegangers in gastenkamers grotendeels gelijk met de gemiddelde toerist. In de kunststeden zijn de belangrijkste activiteiten: wandelen in de binnenstad, een bezoek aan monumenten en/of historische gebouwen, een restaurantbezoek, een terrasje doen en een bezoek aan monumentale kerken en/of kathedralen. Daarnaast geeft een derde van de toeristen aan een stadsrondvaart of boottocht te hebben gedaan op de kanalen in de binnenstad. Dit is een stuk hoger dan gemiddeld. In de Vlaamse regio's onderneemt een toerist die logeert in een gastenkamer vooral de volgende activiteiten: cafébezoek, wandelen, fietsen, cultuur-historische bezienswaardigheden en musea bezoeken en het degusteren van streekproducten. Deze laatste activiteit scoort een stuk hoger dan gemiddeld. Terwijl 'uitrusten' opvallend laag scoort bij deze toeristen ten opzichte van die in de andere logies-categorieën. Een op de vijf toeristen die logeren in een gastenkamer in de kunststeden, gaat op daguitstap. In de Vlaamse regio's is dit aandeel 55%.

3.5.5 Tevredenheid

Toeristen in gastenkamers in de kunststeden zijn tevreden tot zeer tevreden over hun vakantie. 1% is uiterst tevreden in tegenstelling tot de Vlaamse regio's waar vier op de tien toeristen aangeeft uiterst tevreden te zijn over zijn vakantie. In de Vlaamse regio's is de tevredenheid, net zoals in de vakantiewoningen, zeer hoog en haalt een score van 4,3 op 5. In de kunststeden bedraagt de gemiddelde score 3,4.

Figuur 23: Tevredenheid van de recreatieve verblijfstoerist in de gastenkamers in Vlaanderen



3.5.6 Bestedingen

De uitgaven van een toerist in een gastenkamer in de kunststeden liggen ongeveer 20 euro hoger dan in de Vlaamse regio's, maar een pak lager dan in hotels in de steden. Wat opvalt is dat de uitgaven op bijna alle uitgavenposten hoger liggen in de kunststeden, behalve voor het logies en de verplaatsingen ter plaatse. Toeristen in gastenkamers in de Vlaamse regio's geven zo'n 10 euro meer dan gemiddeld uit aan maaltijden, drank en voeding. Vakantiegeangers in gastenkamers in de kunststeden geven 15 euro minder dan gemiddeld uit aan shopping.

Tabel 48: Gemiddelde bestedingen van de recreatieve verblijfstoerist in de gastenkamers in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kunststeden	Vlaamse regio's
Logies	37	43
Maaltijden, drank en voeding	47	36
Attracties en ontspanning	7	2
Shopping	19	6
Verplaatsingen	2	4
Andere uitgaven	0	1
Totaal	112	92



4 De verblijfstoerist in Vlaanderen, naar land van herkomst

In dit deel wordt ingezoomd op de belangrijkste markten voor het toerisme in Vlaanderen. Per markt worden de diverse topics belicht. Eerst komt de binnenlandse markt aan bod, daarna de buurlanden en dan de verder gelegen markten. Voor de Indische, Oostenrijkse en Russische markt worden enkel een aantal indicatieve conclusies getrokken omdat het aantal respondenten in de steekproef te klein is om representatief te zijn.

4.1 De Belgische markt

De binnenlandse recreatieve verblijfsmarkt is de grootste in Vlaanderen. Ze is volgens de cijfers van de FOD Algemene Directie Statistiek, goed voor iets meer dan 11 miljoen overnachtingen exclusief de overnachtingen in vakantiewoningen en in gastenkamers. Het aantal kent een stijgende trend. 46% van deze Belgische overnachtingen vindt plaats in de regio's, 21% in de steden en de overige 33% aan de kust. De verhuur van vakantiewoningen wordt door de FOD Algemene Directie Statistiek enkel voor de kust in kaart gebracht en enkel die die verhuurd worden via verhuurkantoren worden geteld. Het gaat om bijna 4 miljoen Belgische overnachtingen. Dit brengt het totaal aantal binnenlandse overnachtingen op 15 miljoen, waarvan bijna 13 miljoen van recreatieve aard. Westtoer brengt ook de directe verhuur aan de kust in beeld, dat zijn overnachtingen in vakantiewoningen die niet via een immobiliënkantoor zijn gehuurd. Dat zijn er nog eens 4,8 miljoen. Het aandeel van de Belgen daarin is niet exact bekend, maar het zal de overgrote meerderheid zijn. Heel wat Belgen gaan ook op vakantie in een gastenkamer of vakantiewoning in de Vlaamse regio's. De organisatie 'Logeren in Vlaanderen' schat het aantal Belgische recreatieve overnachtingen in de vakantiewoningen in de regio's op 375.000 en in de gastenkamers op 235.000.

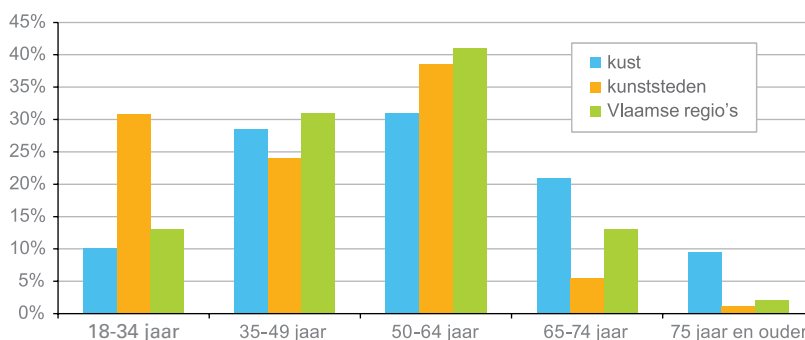
Aan de kust komt het grootste deel van de Belgen uit Vlaanderen. Een vijfde komt zelfs uit de provincie Antwerpen. Vlaams-Brabant en Oost-Vlaanderen zijn elk goed voor 15%.

In de kunststeden wordt een opsplitsing gemaakt naar gewest. 60% van de Belgen die er overnacht, woont in het Vlaams Gewest, 39% in het Waals Gewest en slechts 1% in het Brussels Gewest. Alle onderzochte Belgen in de Vlaamse regio's zijn Vlamingen. De West-Vlamingen reizen het meest in de Vlaamse regio's. Zij zorgen voor 27% van de overnachtingen, de inwoners uit de provincies Antwerpen en Oost-Vlaanderen elk voor een kwart.

4.1.1 Profielbeschrijving

De ondervraagde Belgische toerist is gemiddeld het jongst in de kunststeden: 45 jaar. In vergelijking met de andere nationaliteiten behoort hij daarmee tot de jongsten. Aan de kust is hij het oudst. En met 55 jaar is hij er ook iets ouder dan gemiddeld. In de Vlaamse regio's bedraagt de gemiddelde leeftijd van de respondent 51 jaar. Van de Belgen zijn de 50- tot 64-jarigen in alle drie de bestemmingen het sterkst vertegenwoordigd. Voor de andere leeftijdsgroepen verschillen de bestemmingen onderling wel. Aan de kust is de groep 35- tot 49-jarigen bijna even groot als de 50- tot 64-jarigen. De 65-plussers zijn er ook nog goed voor een aandeel van 30%. De Belgische jongeren zijn veel minder sterk aanwezig aan de kust. In de kunststeden zien we een heel ander beeld. De jongeren hebben hier een aandeel van meer dan 30% en de helft van hen is zelfs jonger dan 25. Deze groep is bij geen enkele andere nationaliteit zo groot. De 65-plussers komen in de steden aan slechts 6%. Bij de Vlaamse regio's is de verdeling dan weer evenwichtiger. De groep jongeren en de groep ouderen zijn er ongeveer even groot.

Figuur 24: Leeftijd van de ondervraagde Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



Het grootste deel van de Belgische toeristen aan de kust, 42%, is lid van een gezin waarvan het hoofd gepensioneerd is. Bedienden komen op de tweede plaats met 28%. Enkel bij de Luxemburgers is het aandeel gepensioneerden aan de kust nog groter. In de kunststeden heeft de grootste groep een bediende als gezinshoofd: 35%. Gepensioneerden hebben een aandeel van iets meer dan een vijfde. Kaderleden, ondernemers en vrije beroepen zijn goed voor 18% en zelfstandigen voor 17%. Arbeidersgezinnen zijn nergens zo zwak vertegenwoordigd als in de kunststeden. Belgen vallen hier niet echt op tussen de andere nationaliteiten. In de Vlaamse regio's is 35% van de toeristen lid van een gezin met een bediende als gezinshoofd. In 28% van de gezinnen is het gezinshoofd gepensioneerd. Gezinsleden waarvan het hoofd kaderlid of ondernemer is of een vrij beroep uitoefent, gaan het minst vaak met vakantie naar de regio's.

Van 36% van de Belgische toeristen aan de kust heeft het gezinshoofd een diploma hoger humaniora behaald. In 28% van de gezinnen is dat hoger niet-universitair onderwijs en 23% heeft maximum lagere humaniora afgewerkt. Een universitair diploma wordt veel minder genoemd dan in de kunststeden of de regio's. In de kunststeden ligt het opleidingsniveau van de gezinshoofden

van de toeristen een pak hoger. De helft heeft er een diploma hoger niet-universitair onderwijs, 24% hogere humaniora en 22% een universiteitsdiploma. Enkel bij de Nederlanders ligt het aandeel van de universiteit nog lager en het aandeel van hogere humaniora hoger. De Vlaamse regio's geven op dit vlak nog een ander beeld. Hogere humaniora en hoger niet-universitair onderwijs zijn samen goed voor bijna 70%. De overige 30% zijn gelijkmatig verdeeld over de andere twee opleidingsniveaus.

Tabel 49: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Arbeider	13%	7%	14%
Bediende	28%	35%	35%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	9%	18%	6%
Zelfstandige	6%	17%	15%
(Brug)gepensioneerde	42%	21%	28%
Overige niet-actieven	2%	2%	2%
Totaal	100%	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd			
Lager onderwijs of lagere humaniora	23%	4%	16%
Hogere humaniora	36%	24%	37%
Hoger niet-universitair onderwijs	28%	50%	32%
Universitair onderwijs	13%	22%	15%
Totaal	100%	100%	100%

4.1.2 Concurrentiepositie en motivatie

De Vlaamse regio's kennen de grootste concurrentie. 31% van de Vlamingen overwoog een andere bestemming, al dan niet in Vlaanderen. Voor de kust gaat het om 12%, wat een sterkere positie is dan in de buitenlandse markten. Voor de kunststeden bekijken de Belgen weinig alternatieven. Slechts 2% overwoog een stad in het buitenland.

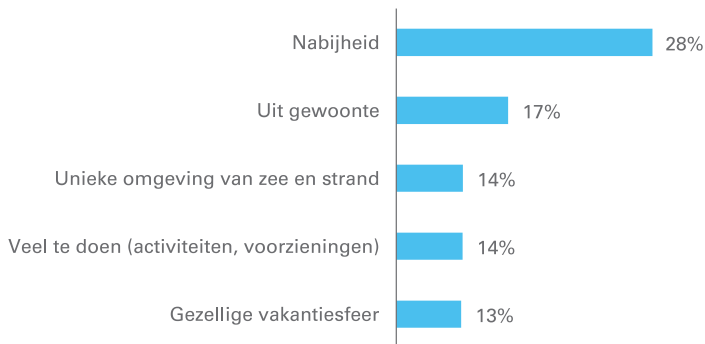
Opvallend is dat de Belgische kusttoeristen minder motivaties kunnen opnoemen waarom ze voor de kust hebben gekozen dan de toeristen in de kunststeden of in de regio's: gemiddeld 1,8 redenen tegenover 2,9 voor beide andere bestemmingen. De meest genoemde reden om voor de kust te kiezen is de nabijheid. Op de tweede plaats, maar toch op zekere afstand, wordt de eerdere ervaring of gewoonte genoemd. De redenen die Belgische kusttoeristen daarna opnoemen zijn minder afgescheiden en hebben te maken met wat de kust als bestemming onderscheidt van andere bestemmingen: de unieke omgeving van zee en strand, de vele activiteiten en voorzieningen en de gezellige vakantiesfeer. Tegenover de andere markten geeft de Belg een grotere variëteit aan redenen, zonder er meer te noemen.

43% van de Belgen die voor een vakantie in een kunststad kiezen, doet dit vanwege de vele bezienswaardigheden. Ook de vertrouwdeheid speelt een belangrijke rol. Een derde geeft dit op als

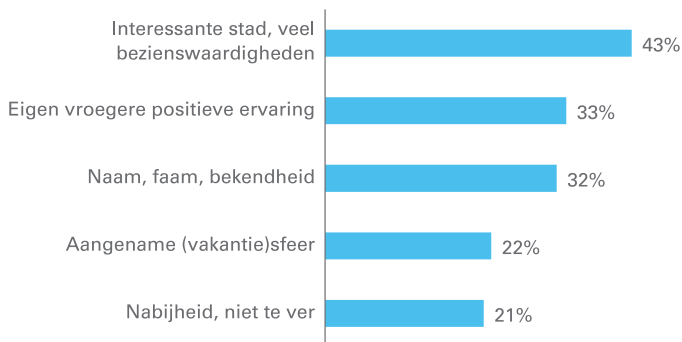
een motivatie. De faam van de stad speelt voor ongeveer eenzelfde aantal Belgen een rol. De aangename sfeer en de nabijheid vervolledigen de top vijf. De vele uitgaansmogelijkheden staan op gelijke hoogte als de nabijheid, opvallend, alleen de Belgen geven die vaak aan.

Fietsen vormt de belangrijkste reden voor de Vlamingen om er even tussen uit te zijn in de regio's. 44% ziet dit als een van zijn motivaties. Het landschap wordt ook door meer dan 40% genoemd. Daarna volgen de wandelmogelijkheden en de mogelijkheden voor een rustige vakantie. Een onbekende streek verkennen, sluit op respectabele afstand de top vijf af. In vergelijking met de Nederlanders in de regio's komen de Vlamingen opvallend vaker om te fietsen en te wandelen.

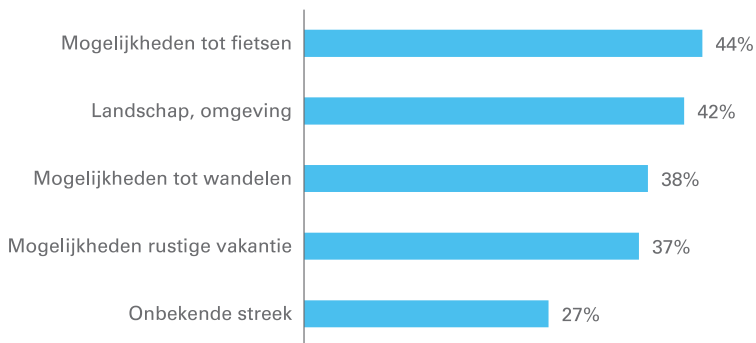
Figuur 25: Top 5 motivaties van de Belgische toeristen aan de kust



Figuur 26: Top 5 motivaties van de Belgische toeristen in de kunststeden



Figuur 27: Top 5 motivaties van de Belgische toeristen in de Vlaamse regio's



4.1.3 Kenmerken van de trip

58% van de Belgische gezelschappen aan de kust is zonder kinderen op reis. In de kunststeden reizen bijna alle gezelschappen kinderloos. In de Vlaamse regio's is twee derde een gezelschap zonder kinderen.

Hoewel men in de Vlaamse regio's minder met kinderen op reis is dan aan de kust, zijn de gezelschappen er wel groter: 5,1 versus 3,2. De gemiddelde gezinsgrootte daarentegen is wel ongeveer hetzelfde. In de Vlaamse regio's gaan mensen dus vaker op reis buiten het gezinsverband of met het gezin én vrienden of familie. In de kunststeden zijn de reizende gezelschappen en de gezinnen het kleinst, wat geen verrassing is aangezien bijna iedereen er zonder kinderen is.

Tabel 50: Reisgezelschap van de Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Gezin/gezelschap met kinderen	42%	3%	33%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	58%	97%	67%
Totaal	100%	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,4	1,7	2,5
Gemiddelde grootte van het gezelschap	3,2	2,1	5,1

De Belg rijdt het liefst met de wagen naar zijn binnenlandse bestemming. Voor de regio's gaat het zelfs om 94% van de vakanties. Naar de kust rijdt 83% van de toeristen zelf. 14% kiest er voor de trein. In de kunststeden is het aandeel van de auto kleiner: 61%. 38% van de Belgische toeristen spoort naar de kunststad van zijn keuze. Als een bestemming goed bereikbaar is met de trein wordt dit transportmiddel dus duidelijk gebruikt.

Tabel 51: Transportmiddel van de Belgische recreatieve verblijfstoerist naar Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Wagen	83%	61%	94%
Gewone trein	14%	38%	2%
Touringcar	2%	0%	0%
Kampeerauto	1%	0%	1%
Andere	0%	1%	2%
Totaal	100%	100%	100%

In elke bestemming hebben de meeste Belgen hun logies op voorhand vastgelegd. Aan de kust gaat het om 98%, in de regio's om 97% en in de kunststeden om 90%. Vier vijfde van de Belgische toeristen aan de kust boekt zijn vakantie rechtstreeks bij de eigenaar. 19% maakt gebruik van bemiddeling waarvan meer dan de helft via een toeristisch verhuurkantoor. In de Vlaamse regio's boekt ook vier vijfde rechtstreeks bij de uitbater en 16% via bemiddeling. Het gaat hier vooral om boekingssites en andere bemiddelaars, in veel gevallen een dienst voor toerisme. In de kunststeden ziet het er anders uit. 58% boekt rechtstreeks en 33% via bemiddeling. Twee derde van de gebruikte bemiddelaars zijn boekingssites zoals booking.com. Belgen boeken het logies veel meer rechtstreeks dan andere markten.

Kustvakanties worden het minst vaak online geboekt. 11% van de toeristen gebruikt daarvoor het internet, in de Vlaamse regio's bedraagt dit aandeel 45% en voor een citytrip in eigen land 46%, wat veel lager ligt bij de andere markten in de steden.

Tabel 52: Logiesboeking van de Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Niet op voorhand geboekt	2%	10%	3%
Rechtstreeks bij de uitbater	79%	58%	81%
Via bemiddeling:	19%	33%	16%
Boekingssite, online travel agent	1%	23%	6%
Reisbureau, touroperator	1%	7%	3%
Toeristisch verhuurkantoor	12%	0%	0%
Andere	4%	2%	8%
Totaal	100%	100%	100%

4.1.4 Geraadpleegde informatiebronnen

Het aantal Belgische toeristen dat zich vooraf niet informeert, verschilt sterk naargelang de bestemming. Voor een vakantie aan zee baseert 55% zich op eigen ervaring. In de kunststeden ligt dit aandeel op 34% en in de regio's op 27%. Voor de kust en de steden zijn dit relatief hogere percentages dan bij de buitenlandse markten. Voor die twee bestemmingen zijn online informatie en vrienden, familie en kennissen de belangrijkste bronnen. Hoewel internet de belangrijkste bron is voor de kust en de kunststeden, gaat het toch om lage aandelen in vergelijking met de andere markten. In de kunststeden noemt 17% ook andere informatiebronnen, voornamelijk cadeaubonnen. Ook

de kusttoeristen vermelden vrij vaak andere bronnen, veelal het weerbericht. De Vlaamse regio's daarentegen ontvangen de meeste Belgen die zich vooraf geïnformeerd hebben. Het internet is er de belangrijkste informatiebron, en het aandeel dat er gebruik van maakt is veel groter. Informele kanalen zijn hier minder belangrijk. Opvallend is dat in de regio's 35% van de Vlamingen gebruik maakt van brochures of folders. Aan zee en in de steden zijn brochures veel minder belangrijk.

Tabel 53: Informatiebronnen van de Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	55%	34%	27%
Wel geïnformeerd	45%	67%	73%
Totaal	100%	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):			
Online informatie en websites	25%	36%	60%
TV, radio of geschreven pers	3%	8%	5%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	21%	17%	10%
Brochures, folders, drukwerk	8%	6%	35%
Reisgids, toeristische gids	1%	3%	0%
Andere informatie	10%	17%	5%

4.1.5 Activiteiten

De bevraging van de activiteiten is per macrobestemming anders gebeurd waardoor de rapportering verschilt. Aan de kust wordt een onderscheid gemaakt tussen frequente activiteiten en niet-frequente activiteiten. De frequente activiteiten heeft de toerist de dag ervoor ondernomen en doet hij meerdere malen tijdens de reis, zoals wandelen op de dijk of een terrasje meepikken. De niet-frequente activiteiten onderneemt de toerist slechts enkele keren tijdens de reis zoals een uitstap naar het hinterland. In de kunststeden vinden voornamelijk korte trips plaats waardoor werd gepolst naar de activiteiten die de bezoekers al ondernomen hebben of ze van plan waren te doen en of ze excursies ondernomen hebben tijdens de trip. In de Vlaamse regio's werd dan weer gevraagd naar de activiteiten gedurende het volledige verblijf en naar de excursies.

De Belgen aan zee doen gemiddeld 5,4 activiteiten meerdere keren tijdens hun verblijf. Meer dan vier vijfde van de Belgische kusttoeristen gaat wandelen op de dijk. Dit is de meest genoemde activiteit en de Belgen doen dit vaker dan de andere nationaliteiten. Met 73% komt rusten op de tweede plaats en 68% doet wel eens een terrasje. Ook winkelen wordt nog door meer dan de helft genoemd.

Van de activiteiten die minder vaak tijdens de vakantie gedaan worden, is een daguitstap naar een andere badplaats het populairst. De helft van de Belgen doet dit tijdens zijn verblijf aan de kust. 14% maakt een fietstocht van langer dan een uur, 11% bezoekt een attractie en evenveel Belgen bezoeken een stad of dorp in het hinterland. Dit laatste doen buitenlandse toeristen veel meer.

In de kunststeden vernoemen de Belgen gemiddeld 5,1 activiteiten die ze ondernemen. Zoals bij

alle andere markten is wandelen in de binnenstad de favoriete activiteit in de kunststeden. 92% zegt dat ze dit doen. Eten en drinken zijn ook zeer belangrijk: 72% noemt restaurantbezoek als activiteit en 64% pikt een terrasje mee. Daarmee zijn zij activiteit twee en drie. 62% gaat ook shoppen. Activiteiten gelinkt aan het cultuurhistorische karakter van de steden doen Belgen veel minder in vergelijking met de buitenlandse toeristen. Belgische toeristen noemen ook het minst aantal activiteiten.

Ook wat excursies betreft scoren de Belgen, niet onverwacht, heel laag. Slechts 6% onderneemt een excursie, terwijl buitenlanders uiteraard meer de behoefte hebben om tijdens de reis andere steden in Vlaanderen te bezoeken.

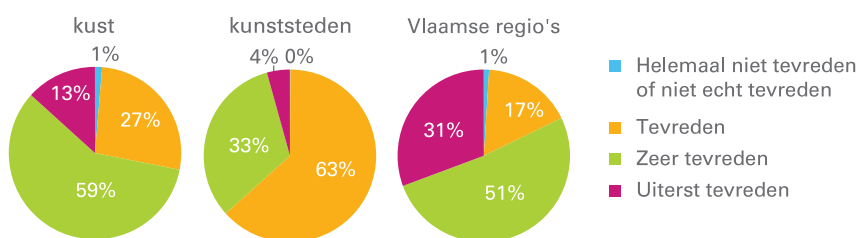
In de Vlaamse regio's worden minder verschillende activiteiten ondernomen, gemiddeld 4,0 per Belg. 64% van de Belgen wandelt en 59% bezoekt een café of terras. Fietsen, dat bij de motivaties bovenaan staat, komt hier op de derde plaats met 45%.

De helft van de Belgen in de regio's onderneemt ook een excursie naar een andere plaats.

4.1.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

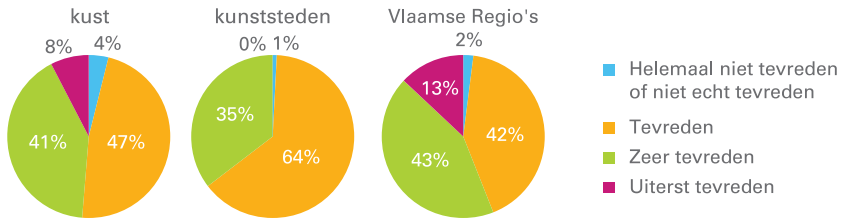
De meest tevreden binnenlandse toeristen zijn te vinden in de Vlaamse regio's. Meer dan 80% is zeer tot uiterst tevreden over zijn vakantie. Dit resulteert in een score van 4,1 op 5, wat hoger is dan bij de Nederlanders. Aan de kust ligt het percentage zeer tot uiterst tevreden op 72% en wordt 3,8 op 5 gegeven. De Belgische toeristen in de kunststeden zijn, net zoals de buitenlandse toeristen kritischer. 37% van de Belgische citytrippers is zeer tot uiterst tevreden. De andere 63% is tevreden en niemand is ontevreden. De score komt daardoor op 3,4. In vergelijking met de andere nationaliteiten zijn enkel de Nederlanders in de kunststeden meer tevreden. Duitsers, Britten en Amerikanen zijn even tevreden als de Belgen.

Figuur 28: Tevredenheid van de Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



De tevredenheid over de prijs-kwaliteitverhouding gaat voor de kunststeden en de Vlaamse regio's over de vakantie in het algemeen en voor de kust over het logies. De Belgische toeristen in de regio's zijn het meest tevreden hierover met een score van 3,7 op 5. 56% is dan ook zeer tot uiterst tevreden. In de kunststeden ligt de score het laagst met 3,3. Hier zijn Belgische toeristen voornamelijk tevreden over de geboden prijs-kwaliteit. De kustlogies halen 3,5 op 5. Bijna de helft is zeer tot uiterst tevreden.

Figuur 29: Evaluatie van de prijs-kwaliteitverhouding* door de Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



*Voor de kust enkel logies

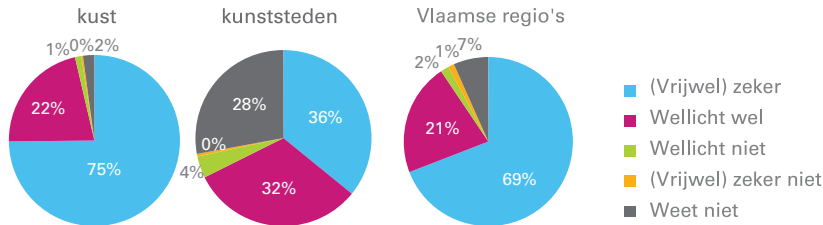
Overall halen de Belgen het hoogste percentage herhaalbezoekers. Aan de kust is 88% de afgelopen drie jaar al eens op vakantie geweest. In de regio's is dit aandeel met 85% vergelijkbaar. De kunststeden kennen minder herhaalbezoekers maar toch is meer dan twee derde de afgelopen vijf jaar al eens in minstens een van de zes steden op vakantie geweest. Dat is een pak meer dan de meeste andere markten.

Tabel 54: Herhaalbezoek van de Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Kust	88%	in de laatste 3 jaar
Kunststeden	67%	in de laatste 5 jaar
Vlaamse regio's	85%	in de laatste 3 jaar

Op de vraag of de Belgen een herhaalbezoek plannen, krijgen we een gelijkaardig beeld als bij het effectief herhaalbezoek. Een overgrote meerderheid aan de kust en in de Vlaamse regio's zal de komende drie jaar wellicht wel tot vrijwel zeker terugkomen. Aan de kust gaat het zelfs om een aandeel van 97% van de toeristen, in de Vlaamse regio's om 90%. Ook in de kunststeden zegt een grote meerderheid (68%) wellicht of vrijwel zeker terug te komen op vakantie. In de kunststeden is de grote groep onbeslist echter opvallend groot. Bij de meeste andere nationaliteiten is deze groep echter nog veel groter, en vooral veel groter geworden ten opzichte van zes jaar geleden. De algemene economische onzekerheid speelt hierbij zeker een rol.

Figuur 30: Intentioneel herhaalbezoek* door de Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



* Binnen 3 jaar

2.1.7 Bestedingen

De Belgische kusttoerist geeft 61 euro per persoon en per nacht uit. Maaltijden, drank en voeding en logies zijn samen goed voor 49 euro. De andere bestedingen zijn veel minder van belang. In de kunststeden besteden de Belgische toeristen het meest, 161 euro per persoon per nacht. Ook tegenover de ander nationaliteiten is dit veel, enkel de Fransen spenderen nog meer. Van de 161 euro gaat 52 euro naar het eten. Logies en shopping zijn de andere belangrijke bestedingscategorieën met respectievelijk 49 en 46 euro. Aan de kust wordt per persoon per nacht nog niet half zo veel uitgegeven als in de kunststeden. Ook in de Vlaamse regio's zijn dit de twee belangrijke categorieën. Aan het eten wordt hetzelfde bedrag uitgegeven als aan de kust. Maar de toerist in de regio's betaalt wel beduidend meer voor zijn logies, 42 euro. Daardoor komen de bestedingen in de regio's hoger te liggen dan aan de kust, maar komt toch nog net niet op de helft van het uitgegeven bedrag in de steden. Het lager bedrag voor de kust valt deels te verklaren door de sterke aanwezigheid van vakanties in vakantiewoningen, waar de bestedingen lager liggen en eveneens door de relatief sterkere aanwezigheid van gezelschappen met kinderen en door de langere verblijven. Zij besteden per persoon minder dan bijvoorbeeld koppels.

Tabel 55: Gemiddelde bestedingen van de Belgische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Logies	23	49	42
Maaltijden, drank en voeding	26	52	26
Attracties en ontspanning	2	10	2
Shopping	9	46	5
Verplaatsingen	1	3	3
Andere uitgaven	0	0	1
Totaal	61	161	78

4.2 De Nederlandse markt

Nederland is de belangrijkste buitenlandse markt voor Vlaanderen. Ze genereert 3,8 miljoen overnachtingen in Vlaanderen (inclusief de verhuur van vakantiewoningen aan de kust via verhuurkantoren), waarvan 3,2 miljoen recreatieve overnachtingen. Uit gegevens van Westtoer weten we ook dat er via directe verhuur aan de kust nog eens ongeveer 100.000 Nederlandse overnachtingen zijn. Ongeveer de helft van de Nederlandse overnachtingen vindt plaats in de Vlaamse regio's, een derde in de kunststeden en de overige aan de kust.

De Nederlandse kusttoeristen komen voornamelijk uit het zuiden van Nederland. Noord-Brabant en Limburg zijn samen goed voor de helft. Uitzondering is Zeeland met 4%. Zuid-Holland is nog goed voor 12%. Andere provincies zijn van minder belang.

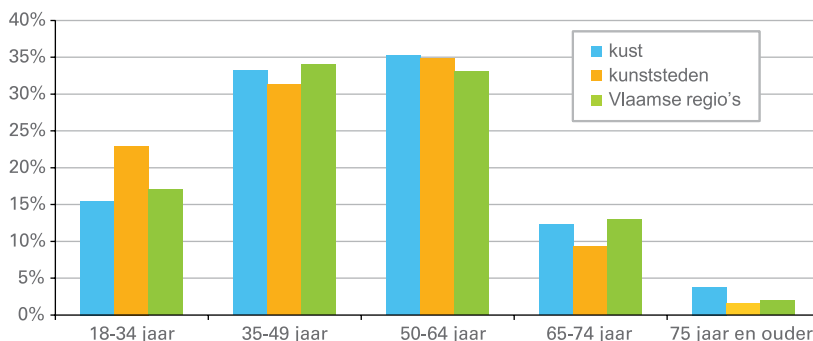
Nederlanders in de kunststeden komen eveneens hoofdzakelijk uit de zuidelijke helft van Nederland. Het is niet zo dat er een provincie bovenuit steekt. De provincies Zuid-Holland, Noord-Brabant en Utrecht zijn elk goed voor ongeveer 16%. Noord-Holland en Limburg zijn elk nog eens goed voor ongeveer 12%.

Nederlanders in de Vlaamse regio's komen voornamelijk uit de provincies Noord-Brabant en Zuid-Holland, beide zijn elk goed voor 22% van de Nederlanders.

4.2.1 Profielbeschrijving

Een eerste element dat besproken wordt binnen het profiel is de leeftijd van de respondent. Aan de kust bedraagt die gemiddeld 50 jaar, hiermee is de Nederlandse markt de jongste aan de kust. De kunststeden hebben een jonger publiek. Daar is de Nederlander gemiddeld 46 jaar oud. De ondervraagde Nederlander in de Vlaamse regio's is gemiddeld een jaartje jonger dan de kusttoerist. Wanneer gekeken wordt naar de leeftijdsverdeling dan zijn het de middelste leeftijdscategorieën, de 35- tot 49-jarigen en de 50- tot 64-jarigen, die in elk van de macrobestemmingen met grote voorsprong het sterkst vertegenwoordigd zijn, telkens met een aandeel tussen 30% en 35%. Jongeren kiezen vaker voor de kunststeden, waar ze meer dan 20% uitmaken van de Nederlanders. De Nederlandse 65-plussers houden dan weer meer van de kust en van een groenere omgeving.

Figuur 31: Leeftijd van de ondervraagde Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



Het beroep van het gezinshoofd van de Nederlandse toerist in Vlaanderen verschilt naargelang de bestemming maar niet zo uitgesproken als bij de Belgen. Aan de kust vormen kaderleden, ondernemers en mensen met een vrij beroep de grootste groep (27%). Bedienden hebben een aandeel van een kwart en gepensioneerden nog een procentpunt minder. Tegenover de andere markten aan de kust zijn de Nederlandse kaderleden, ondernemers en mensen met een vrij beroep sterk aanwezig terwijl over de Nederlandse gepensioneerden het omgekeerde kan gezegd worden. In de kunststeden is 40% van de gezinshoofden bediende. Iets meer dan een vijfde is kaderlid, ondernemer of oefent een vrij beroep uit. Een ander vijfde is gepensioneerd. Hiermee volgen de Nederlanders het gemiddelde in de kunststeden. De verdeling in de Vlaamse regio's is vergelijkbaar met de kust. Kaderlid, ondernemer of vrij beroep is met 30% de meest voorkomende groep. Een kwart is gepensioneerd en een vijfde is bediende. In vergelijking met de Belgen in de Vlaamse regio's komen er veel meer Nederlandse kaderleden, ondernemers en mensen met een vrij beroep en minder bedienden.

Naar opleidingsniveau van het gezinshoofd zijn er duidelijkere verschillen tussen de bestemmingen. Aan de kust heeft bijna 40% van de gezinshoofden een diploma hogere humaniora, 30% een hoger niet-universitair diploma en 20% lager onderwijs of lagere humaniora. Universiteit heeft het kleinste aandeel. Ook in de Vlaamse regio's zijn Nederlanders met universitaire diploma's veel minder vertegenwoordigd terwijl de andere drie opleidingsniveaus variëren tussen 26% en 32%. In de kunststeden ligt het anders. De helft van de gezinshoofden heeft hoger niet-universitair onderwijs afgewerkt en een op vijf deed universitaire studies. Met andere woorden 70% volgde hogere studies, in vergelijking tot 43% aan zee en 41% in de regio's. Toch ligt het aandeel met een universiteitsdiploma het laagst van alle markten.

Tabel 56: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Arbeider	11%	6%	14%
Bediende	25%	40%	20%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	27%	22%	30%
Zelfstandige	12%	9%	9%
(Brug)gepensioneerde	24%	20%	25%
Overige niet-actieven	2%	3%	2%
Totaal	100%	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd			
Lager onderwijs of lagere humaniora	20%	3%	27%
Hogere humaniora	38%	28%	32%
Hoger niet-universitair onderwijs	30%	49%	26%
Universitair onderwijs	13%	20%	15%
Totaal	100%	100%	100%

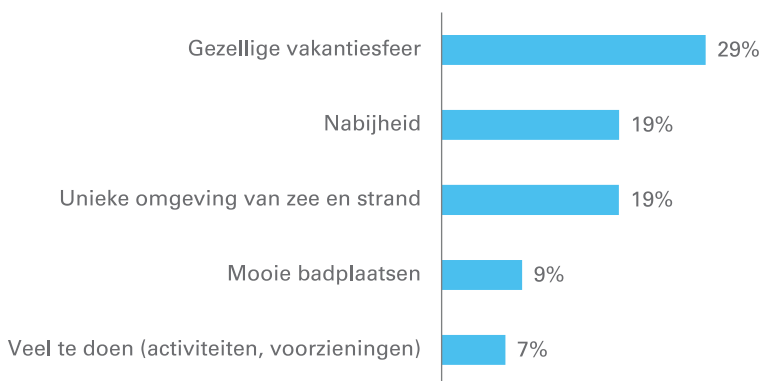
4.2.2 Concurrentiepositie en motivatie

De drie macrobestemmingen kenden weinig concurrentie bij de Nederlandse toeristen die hen als bestemming hebben gekozen in 2011. Voor de kust dacht 16% aan een alternatief en voor een vakantie in de regio's 35%. In de kunststeden had 5% een andere stad buiten Vlaanderen overwogen. Deze percentages wijken weinig af van het gemiddelde.

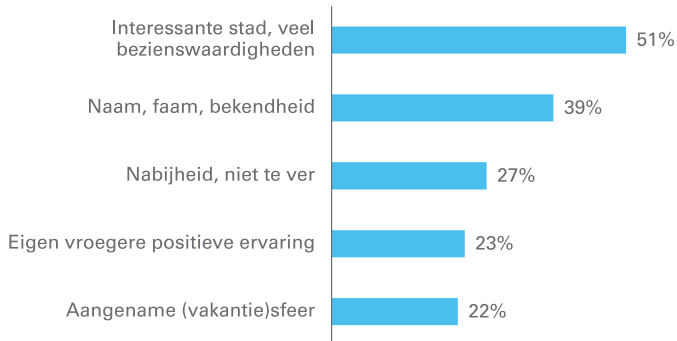
Gemiddeld heeft een Nederlandse toerist 1,9 redenen om naar de kust op vakantie te gaan. De gezellige vakantiesfeer wordt het meest genoemd met 29%. Hiermee onderscheiden de Nederlanders zich duidelijk van de andere markten. Op de tweede plaats komt de nabijheid samen met de unieke omgeving van zee en strand. Ongeveer de helft van de Nederlanders is op citytrip in een kunststad omdat ze het een interessante stad met veel bezienswaardigheden vonden. Bijna vier op tien is er omwille van de faam die de stad geniet. Ook de nabijheid wordt veel genoemd, meer zelfs dan bij de Belgen. Vroegere positieve ervaringen komen op de vierde plaats met 23%. Een nieuwe ervaring willen opdoen, valt net buiten de top vijf, al heeft het eenzelfde percentage als de nummer vijf, nl. de aangename sfeer. Enkel de Belgen en Fransen vinden de (vakantie)sfeer even belangrijk. Tijdens zijn vakantie in de Vlaamse regio's komt 30% van de Nederlanders de rust opzoeken. 28% kiest voor een vakantie in de regio's omdat de bestemming gemakkelijk te bereiken is. Eenzelfde percentage wordt aangetrokken door het landschap. Het topantwoord van de Vlamingen, mogelijkheden tot fietsen, komt op plaats vier en is een motivatie voor een kwart van de Nederlanders (in vergelijking met 44% bij de Vlamingen). De top vijf wordt vervolledigd door het willen verkennen van een onbekende regio.

In elk van de macrobestemmingen behoort de bereikbaarheid dus tot de topantwoorden van de Nederlanders.

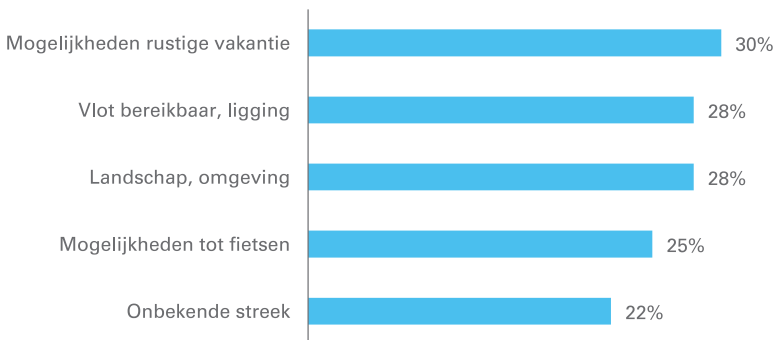
Figuur 32: Top 5 motivaties van de Nederlandse toeristen aan de kust



Figuur 33: Top 5 motivaties van de Nederlandse toeristen in de kunststeden



Figuur 34: Top 5 motivaties van de Nederlandse toeristen in de Vlaamse regio's



4.2.3 Kenmerken van de trip

Nederlandse toeristen aan de kust en in de regio's zijn vaker in het gezelschap van kinderen dan die in de kunststeden. Aan de kust verblijft 44% van de gezelschappen met kinderen, in de regio's is dit percentage zeer gelijkaardig. In de kunststeden gaat het om slechts 4% van de Nederlandse gezelschappen.

De gemiddelde grootte van het gezin is aan de kust en in de Vlaamse regio's ook gelijkaardig, respectievelijk 2,6 en 2,7. Opvallend verschil is wel de gezelschapsgrootte. In de Vlaamse regio's telt het gezelschap gemiddeld 0,7 personen meer, wat er op wijst dat de Vlaamse regio's meer met vrienden of familie bezocht worden dan de kust. In de kunststeden zijn de gezins- en de gezelschapsgrootte heel wat kleiner. Het verschil tussen beide is groter dan bij de andere markten. Dit wijst er op dat de Nederlanders ook graag in het gezelschap van niet-gezinsleden naar de kunststeden trekken.

Tabel 57: Reisgezelschap van de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Gezin/gezelschap met kinderen	44%	4%	43%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	56%	96%	57%
Totaal	100%	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,6	1,7	2,7
Gemiddelde grootte van het gezelschap	3,4	2,3	4,1

Naar de kust en de Vlaamse regio's rijden meer dan negen op de tien Nederlandse vakantiegangers met de wagen. Hoewel het om kleine percentages gaat is de aanwezigheid van de kampeerauto aan de kust en in de regio's toch opmerkelijk.

Om naar de kunststeden te gaan, gebruikt drie kwart van de Nederlanders de auto, een vijfde gaat met de trein. Bij geen enkele andere nationaliteit is het aandeel van de wagen in de steden zo groot.

Tabel 58: Transportmiddel van de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist naar Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Wagen	93%	75%	92%
(Gewone) trein	4%	21%	1%
HST/Thalys/Eurostar	0%	1%	0%
Touringcar	0%	3%	0%
Vliegtuig	0%	0%	0%
Kampeerauto	3%	0%	4%
Ander	1%	1%	3%
Totaal	100%	100%	100%

Meestal heeft een Nederlander zijn logies in Vlaanderen voor vertrek geboekt. Dat percentage varieert van 97% voor een vakantie aan zee tot 89% voor een vakantie in de regio's. Hoewel het percentage dat ter plaatse boekt laag ligt, is de 11% voor de Vlaamse regio's heel wat hoger dan het percentage bij de Belgen. Bij wie de Nederlanders boeken, verschilt naargelang de bestemming. Aan de kust en in de regio's boeken ze voornamelijk rechtstreeks bij de uitbater, respectievelijk 77% en 61% van de vakanties. In de kunststeden blijft dit aandeel beperkt tot 35%. Een vijfde van de Nederlandse kustvakanties wordt vastgelegd via bemiddeling. In iets meer dan de helft van de gevallen via een boekingssite of online travel agent. Reisbureaus en toeristische verhuurkantoren verdelen de rest. In de Vlaamse regio's is het aandeel van de bemiddelaars iets groter dan aan de kust, 28%. Daar is het aandeel ongeveer gelijkmatig verdeeld over boekingssites, reisbureaus en andere. Bij de categorie 'andere' gaat het in de helft van de gevallen om boekingen bij een dienst voor toerisme. In de kunststeden speelt de markt van de bemiddelaars een veel grotere rol. 57% van de Nederlandse citytrippers maakt er gebruik van. Boekingssites en online travel agents (zoals booking.com, of hotels.com) domineren deze markt met meer dan twee derde. 40% van alle Nederlandse stedenvakanties in Vlaanderen worden dus via een OTA geboekt.

Websites, van een bemiddelaar of van de uitbater, worden het meest gebruikt om te boeken. Voor

de kust gaat het om 35% van de geboekte vakanties, voor de Vlaamse regio's om 68% en voor de kunststeden om 76%.

Tabel 59: Logiesboeking van de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Niet op voorhand geboekt	3%	8%	11%
Rechtstreeks bij de uitbater	77%	35%	61%
Via bemiddeling:	20%	57%	28%
Boekingssite, online travel agent	11%	40%	10%
Reisbureau, touroperator	4%	14%	9%
Toeristisch verhuurkantoor	5%	0%	0%
Andere	0%	3%	10%
Totaal	100%	100%	100%

4.2.4 Geraadpleegde informatiebronnen

Nederlanders in de kunststeden informeren zich vaker vooraf dan in de andere bestemmingen. Zij raadplegen ook de meeste bronnen, gemiddeld 1,5. Dit is tegenover de andere nationaliteiten in de kunststeden laag. Enkel de Belgische citytripper is nog minder geïnformeerd. De meest gebruikte bron voor de drie bestemmingen is zonder twijfel het internet, variërend van 50% in de Vlaamse regio's tot 60% in de kunststeden. De informele kanalen komen op de tweede plaats bij de kunststeden en de kust. In de regio's speelt dit maar een kleine rol. Daar valt het belang van drukwerk op. Met 19% komt die bron uitgesproken op de tweede plaats. In de Vlaamse regio's worden gedrukte bronnen dus nog duidelijk gebruikt. Voor de andere bestemmingen heeft die bron een beperktere impact. De Nederlandse citytripper is dan weer relatief sterk beïnvloed door de media en behoort tot de markten die van reisgidsen gebruik maken.

Tabel 60: Informatiebronnen van de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	29%	14%	38%
Wel geïnformeerd	71%	86%	62%
Totaal	100%	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):			
Online informatie en websites	57%	60%	50%
TV, radio of geschreven pers	1%	18%	2%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	17%	30%	8%
Brochures, folders, drukwerk	7%	11%	19%
Reisgids, toeristische gids	0%	10%	0%
Andere informatie	9%	4%	3%

4.2.5 Activiteiten

Een Nederlander doet tijdens zijn verblijf aan zee gemiddeld 5 activiteiten frequent. De populairste activiteit onder de Nederlanders is een terrasje meepikken, 70% doet dit frequent tijdens zijn vakantie aan zee. 69% rust uit en 67% maakt wandelingen op de dijk. Nog eens 65% gaat op restaurant. Uit eten gaan ligt in vergelijking met de andere nationaliteiten hoog terwijl het aandeel dat gaat wandelen op de dijk het laagst van alle markten is.

Naast deze frequente activiteiten zijn er ook activiteiten die slechts één of tweemaal tijdens de vakantie gedaan worden. Zo heeft de helft van de Nederlanders een daguitstap gemaakt naar een andere kustgemeente. 23% heeft ook een bezoek gebracht aan een stad of dorp in het hinterland en een vijfde heeft een attractie bezocht. Dit is veel meer dan de anderen.

Meer dan 90% van de Nederlanders in de kunststeden gaat wandelen in de binnenstad. Drie kwart pikt een terrasje mee en zeven op de tien gaan op restaurant. Op de vierde plaats komt shopping (61%). Opmerkelijk zijn de relatief lage scores op het bezoeken van bezienswaardigheden. Bij de meeste andere markten ligt de interesse in de bezienswaardigheden hoger.

Wanneer gekeken wordt naar de excursies dan blijkt dat slechts 10% van de Nederlandse citytrippers een excursie ondernomen heeft. Enkel bij de Belgen ligt dit aandeel nog lager. Voor de Nederlanders is een deel van hun specifieke gedrag te wijten aan een hoog herhaalbezoek aan onder andere Antwerpen.

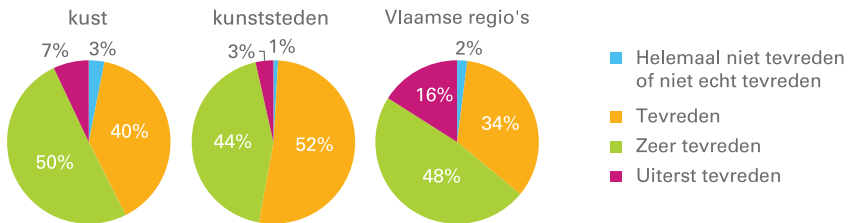
In de Vlaamse regio's is wandelen de meest ondernomen activiteit (56%). Het bezoeken van een terras of café volgt heel dicht met 55%. De helft van de Nederlandse toeristen heeft ook gewoon gerelaxt. Zwemmen en shoppen worden elk door 40% genoemd en dan pas komt fietsen met 34% van de Nederlanders.

Ook in de regio's werd naar excursies gevraagd. Daaruit blijkt dat 48% van de Nederlandse toeristen een uitstap heeft ondernomen naar een andere stad of plaats in Vlaanderen.

4.2.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

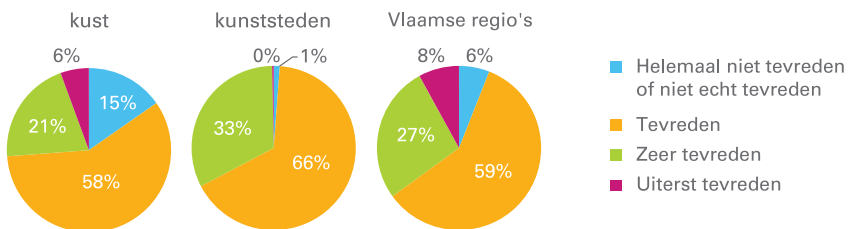
De Nederlandse toeristen zijn het meest tevreden over hun vakantie in de Vlaamse regio's. Bijna de helft is er zeer tevreden en 16% uiterst tevreden. Dit resulteert in een score van 3,8 op 5 in de regio's. Aan de kust is 57% zeer tot uiterst tevreden. Hiermee scoort de kust 3,6. Iets meer dan de helft van de Nederlandse citytrippers is tevreden en iets minder dan de helft (47%) is meer dan tevreden in de kunststeden. Het aandeel ontevredenen is hier kleiner dan in de andere bestemmingen. De kunststeden halen 3,5 op 5, de hoogste score van alle markten.

Figuur 35: Tevredenheid van de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



De Nederlandse vakantiegangers aan zee zijn het minst tevreden over de prijs-kwaliteitverhouding. Hier gaat het wel enkel om de evaluatie van het logies. Zij geven 3,1 op 5. Slechts 27% is zeer tot uiterst tevreden, wat het laagst is van alle markten, bovendien is bij geen enkele markt het aandeel ontevreden over de prijs-kwaliteit van het logies zo groot. De Nederlanders zijn het meest tevreden over de prijs-kwaliteitverhouding in de Vlaamse regio's en de kunststeden. Ze geven telkens een 3,3 op 5. In de regio's is 27% zeer tevreden en 8% uiterst tevreden over de prijs-kwaliteitverhouding. In de kunststeden is er geen groep uiterst tevreden en tevens slechts een kleine groep ontevreden. Twee derde is tevreden en het andere derde is zeer tevreden over de prijs-kwaliteit van hun vakantie in de gekozen stad.

Figuur 36: Evaluatie van de prijs-kwaliteitverhouding* door de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



*Voor de kunst enkel logies

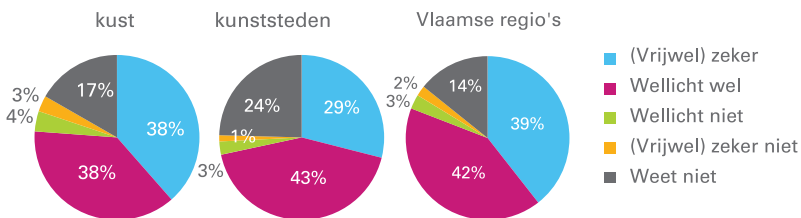
In elk van de bestemmingen kan de helft of soms zelfs meer dan de helft van de Nederlanders beschouwd worden als een herhaalbezoeker. Bijna zes op tien Nederlandse citytrippers was al eens eerder in een van de kunststeden. Enkel de Belgen doen hier beter. Aan de kust was de helft al eens eerder geweest. Dit is het laagste van alle nationaliteiten aan de kust. Van de toeristen in de Vlaamse regio's bracht 52% de afgelopen drie jaar al eens een vakantie door in Vlaanderen.

Tabel 61: Herhaalbezoek van de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Kust	50%	in de laatste 3 jaar
Kunststeden	58%	in de laatste 5 jaar
Vlaamse regio's	52%	in de laatste 3 jaar

Alle drie de bestemming kunnen op heel wat Nederlanders rekenen die terug willen keren. In de Vlaamse regio's komt 81% wellicht wel tot vrijwel zeker terug. Voor de kust ligt dit percentage op 76% en voor de kunststeden op 72%. Voor de kust ligt dit aandeel duidelijk lager dan bij de andere nationaliteiten, maar het blijft een hoge intentie. Voor de kunststeden daarentegen is dit het hoogste aandeel. Vooral het aandeel van de Nederlanders dat vrijwel zeker terugkeert ligt hoog, terwijl net dit aandeel aan de kust onder de andere markten blijft. In de kunststeden valt ook het lage aandeel op van zij die het nog niet weten, een groep die erg groot is bij vele andere markten. Deze cijfers voor de kunststeden bevestigen de trouw van het Nederlandse publiek zoals reeds vastgesteld bij het effectieve herhaalbezoek.

Figuur 37: Herhaalbezoek* gepland door de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



*Binnen 3 jaar

4.2.7 Bestedingen

De Nederlander betaalt voor zijn vakantie aan de kust gemiddeld 68 euro per persoon per nacht. Daarvan gaat 29 euro naar logies en 26 naar maaltijden, drank en voeding. Aan shopping wordt nog 9 euro gespenseerd. In de Vlaamse regio's geeft hij exact hetzelfde bedrag uit als aan de kust. Logies is er een grotere uitgavepost terwijl het eten en shopping een kleinere hap zijn. In de kunststeden geeft de Nederlander gevoelig meer uit, bijna het dubbele van het bedrag aan de kust en in de regio's. Met 131 euro per persoon per nacht blijft hij echter 10 euro onder het algemeen gemiddelde in de steden. Eten, logies en shopping zijn in deze volgorde de belangrijkste bestedingscategorieën.

Tabel 62: Gemiddelde bestedingen van de Nederlandse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust	kunststeden	Vlaamse regio's
Logies	29	40	34
Maaltijden, drank en voeding	26	50	21
Attracties en ontspanning	3	6	3
Shopping	9	32	6
Verplaatsingen	1	3	3
Andere uitgaven	0	0	0
Totaal	68	131	68

4.3 De Duitse markt

We bespreken hieronder het profiel en vakantiegedrag van de Duitsers aan zee en in de kunststeden. De Duitse toeristen zorgen voor iets meer dan 2 miljoen overnachtingen in Vlaanderen waarvan 1,5 miljoen recreatieve. Sinds 2008 stijgt de Duitse markt opnieuw licht na een lange periode van achteruitgang. 40% van de Duitse overnachtingen vindt plaats in de kunststeden, 32% aan de kust.

Duitsers aan de kust komen hoofdzakelijk uit de meest nabije regio's. Nordrhein-Westfalen is goed voor bijna twee derde. Rheinland-Pfalz zorgt voor nog 12%.

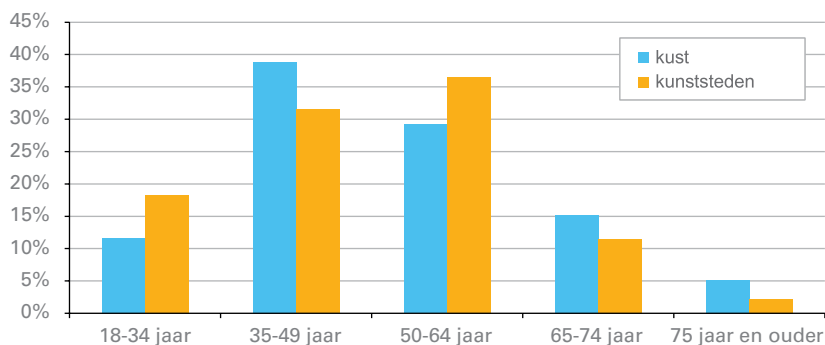
Bijna de helft van de Duitsers in de kunststeden is afkomstig van Nordrhein-Westfalen. Hessen is goed voor 12%. Inwoners uit andere Duitse regio's komen minder en zijn her en der verspreid over de andere deelstaten.

4.3.1 Profielbeschrijving

De ondervraagde Duitse toerist aan de kust is gemiddeld 51 jaar oud, in de kunststeden 49. Aan de kust zijn de Nederlanders de Fransman jonger, in de kunststeden behoort de Duitser dan weer tot de oudste toeristen.

Aan de kust zijn de 35- tot 49-jarigen met 39% de best vertegenwoordigde leeftijdscategorie. Daarna volgen de medioren (29%) en de 65- tot 74-jarigen. In de kunststeden is de top twee net omgekeerd en komen de jongeren als derde.

Figuur 38: Leeftijd van de ondervraagde Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



De grootste groep van de Duitse toeristen aan de kust woont in een gezin met een bediende als gezinshoofd. Een kwart van de gezinshoofden is gepensioneerd. Bij geen enkele andere nationaliteit aan de kust komt bediende er zo sterk uit. Ook in de kunststeden is bediende de meest voorkomende beroepscategorie, gevolgd door de gepensioneerden. De verdeling voor de beide bestemmingen is vrij gelijkaardig.

Naar opleidingsniveau van de Duitse gezinshoofden is er echter wel een duidelijk verschil tussen beide bestemmingen. Aan de kust hebben de vier opleidingsniveaus elk een aandeel van ongeveer

een kwart. In de kunststeden daarentegen zorgen de voortgezette opleidingen samen voor ruim 80%. Duitsers met het laagste opleidingsniveau komen er bijna niet voor.

Tabel 63: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kust	kunststeden
Arbeider	7%	4%
Bediende	39%	37%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	17%	21%
Zelfstandige	8%	14%
(Brug)gepensioneerde	25%	22%
Overige niet-actieven	3%	2%
Totaal	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd		
Lager onderwijs of lagere humaniora	23%	3%
Hogere humaniora	24%	16%
Hoger niet-universitair onderwijs	27%	44%
Universitair onderwijs	26%	37%
Totaal	100%	100%

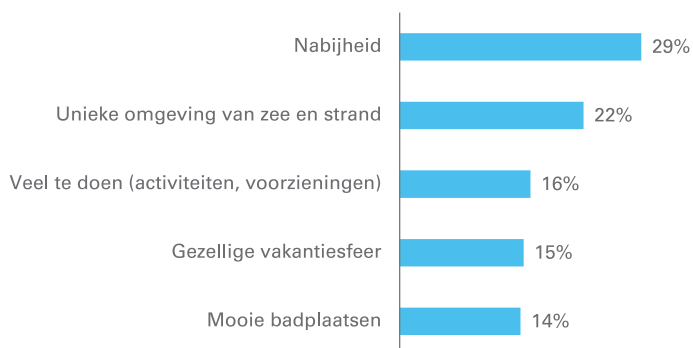
4.3.2 Concurrentiepositie en motivatie

Zowel aan de kust als in de kunststeden waren de meeste Duitsers zeker van hun keuze. Voor de kust had slechts 20% een alternatief, voor de kunststeden zelfs een te verwaarlozen 1%.

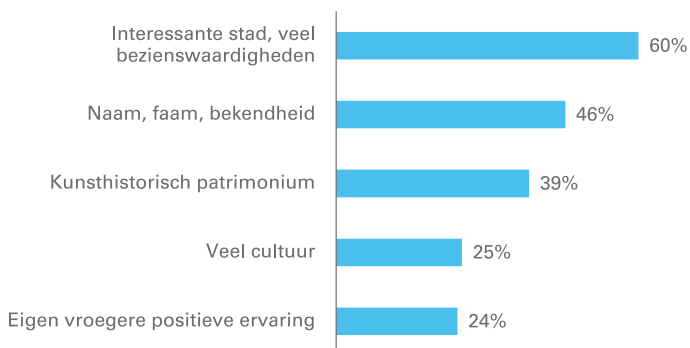
Gevraagd naar hun motivatie noemen de Duitsers gemiddeld 1,8 redenen om naar zee op vakantie te gaan. Het aantal is vergelijkbaar met de andere markten. De belangrijkste reden om naar de kust te gaan voor de Duitsers is de nabijheid (29%). Op de tweede plaats komt het feit dat de kust een unieke omgeving biedt. Geen enkele nationaliteit hecht hier zo veel belang aan. Op de derde plaats komt het feit dat er veel te doen is. De sfeer die daarmee gepaard gaat komt als vierde meest genoemde reden naar boven. Ook de mooie badplaatsen trekken aan. Dit is beter dan bij welke andere nationaliteit ook aan de kust.

Voor de kunststeden noemen de Duitsers meer motivaties dan voor de kust, gemiddeld 3. Dit komt overeen met het gemiddelde van alle toeristen. 60% van de Duitse stadsbezoekers komt omdat de bezochte Vlaamse kunststad veel bezienswaardigheden te bieden heeft. Dit percentage is veel hoger dan bij de meeste andere nationaliteiten. De naam en de faam van de steden trekt 46% van de Duitsers aan. Ook het kunsthistorisch patrimonium is zeer belangrijk (39%). Dan volgen drie motivaties met elk ongeveer een aandeel van een kwart. Het gaat om het grote cultuuraanbod en, opvallend, zowel de groep die wil terugvallen op vroegere positieve ervaringen als de groep die een nieuwe ervaring wil opdoen is vrij groot. Deze laatste haalt een percentage van 24%.

Figuur 39: Top 5 motivaties van de Duitse toeristen aan de kust



Figuur 40: Top 5 motivaties van de Duitse toeristen in de kunststeden



4.3.3 Kenmerken van de trip

37% van de Duitse toeristen aan de kust is er op vakantie in het gezelschap van kinderen. In de kunststeden is dit beperkt tot 7%. Bijgevolg is de gemiddelde gezins- en gezelschaps grootte groter aan de kust dan in de kunststeden. De Duitsers wijken op vlak van reisgezelschap weinig af van de doorsnee toerist.

Tabel 64: Reisgezelschap van de Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Gezin/gezelschap met kinderen	37%	7%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	63%	93%
Totaal	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,4	1,9
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,9	2,2

Net zoals de meeste andere toeristen reist ook de Duitser vooral met de auto naar de kust. Enkel de gewone trein speelt nog een zekere rol.

Bij de kunststeden is er een grotere variatie aan vervoersmodi. Absolute topper is eveneens de wagen met bijna 70%. Op de tweede plaats komt de gewone trein en op de derde plaats de touringcar. Enkel bij de Spanjaarden is het aandeel van de touringcar groter. Opvallend is het lage percentage van HST/Thalys ondanks rechtstreekse verbindingen. De Fransen gebruiken de hogesnelheidstrein daarentegen wel veel om onze kunststeden te bereiken.

Tabel 65: Transportmiddel van de Duitse recreatieve verblijfstoerist naar Vlaanderen

	kust	kunststeden
Wagen	88%	69%
(Gewone) trein	6%	14%
HST/Thalys/Eurostar	1%	3%
Touringcar	2%	12%
Vliegtuig	0%	2%
Kampeerauto	1%	0%
Ander	0%	0%
Totaal	100%	100%

Het boekingsgedrag van de Duitse toerist verschilt heel sterk naargelang de bestemming. De meesten boeken hun logies wel op voorhand. Aan de kust gaat het om 97% en in de kunststeden om 90%.

Bij wie ze boeken verschilt sterk naargelang ze voor de kust of voor een kunststad kiezen. Aan de kust heeft 73% rechtstreeks geboekt en 24% via een bemiddelaar. Het toeristische verhuurkantoor, online travel agents en het traditionele (al dan niet online-) reisbureau verdelen respectievelijk 9%, 8% en 7% van de markt. In de kunststeden heeft een derde van de Duitse toeristen zijn trip rechtstreeks bij de uitbater vastgelegd en 58% via bemiddeling. Binnen de bemiddelaars domineren de boekingssites zoals booking.com en hotels.com. Ze zijn goed voor 35% van alle Duitse citytrips. De reisbureaus en touroperators voor 17%.

Aan de kust maakt een kwart gebruik van het internet om te boeken, wat relatief weinig is in vergelijking met de andere buurlanden. In de kunststeden gaat het om 64%, wat gemiddeld is.

Tabel 66: Logiesboeking van de Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Niet op voorhand geboekt	3%	10%
Rechtstreeks bij de uitbater	73%	32%
Via bemiddeling:	24%	58%
Boekingssite, online travel agent	8%	35%
Reisbureau, touroperator	7%	17%
Toeristisch verhuurkantoor	9%	0%
Andere	0%	6%
Totaal	100%	100%

4.3.4 Geraadpleegde informatiebronnen

Voor een kustvakantie vertrouwen Duitsers meer op hun vroegere ervaring dan voor een citytrip. Aan de kust is 61% vooraf geïnformeerd, los van de eigen ervaring, in de kunststeden 84%. De belangrijkste bronnen zijn voor beide bestemmingen het internet, met telkens iets meer dan de helft, gevolgd door de familie, vrienden en kennissen. Voorts spelen voor de kust enkel nog 'andere informatiebronnen' een zekere rol, in dit geval voornamelijk het weerbericht. In de kunststeden gebruikt een vijfde van de toeristen nog de klassieke media als bron en nog eens een vijfde maakt gebruik van brochures en folders. Bij de Duitsers is er geen enkel informatiekanaal dat opvalt tegenover de andere markten.

Tabel 67: Informatiebronnen van de Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	39%	16%
Wel geïnformeerd	61%	84%
Totaal	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):		
Online informatie en websites	52%	53%
TV, radio of geschreven pers	3%	19%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	21%	32%
Brochures, folders, drukwerk	6%	19%
Reisgids, toeristische gids	1%	6%
Andere informatie	10%	3%

4.3.5 Activiteiten

Gemiddeld doen de Duitse kusttoeristen 5,5 activiteiten frequent tijdens hun vakantie. Topactiviteit is rusten met 78%. Geen enkele andere markt houdt hier meer van. Op de tweede plaats komt wandelen op de dijk met 67%. Dit wordt met 65% op de voet gevolgd door het bezoeken van een café, terras of tearoom. Winkelen en restaurantbezoek worden elk door 57% van de Duitsers aan de kust genoemd.

Naast deze frequente activiteiten zijn er ook activiteiten die men minder vaak doet tijdens de va-

kantie. Duitsers gebruiken hun vakantieplaats aan de kust graag als uitvalsbasis om eens een andere plaats te bezoeken. 58% bezoekt een andere kustgemeente en 30% een stad of dorp in het hinterland. Beide scores bij geen enkele andere markt zo hoog. Ook fietstochten maken van meer dan een uur is bij geen enkele andere nationaliteit zo populair (16%).

De Duitse toerist in de kunststeden doet gemiddeld bijna 6 activiteiten tijdens een dag. Wandelen in de binnenstad doen ze zo goed als allemaal. Drie kwart van de Duitse citytrippers gaat op restaurant en nog eens drie kwart bezoekt ook monumenten en historische gebouwen. Kerken en kathedralen bezoeken sluit hier nauw bij aan en wordt nog eens door 71% van de Duitse toeristen in de steden genoemd. De Duitsers komen duidelijk voor het cultuurhistorische karakter van de kunststeden. Andere activiteiten zijn veel minder populair. Enkel terrasjes doen wordt nog door meer dan de helft genoemd.

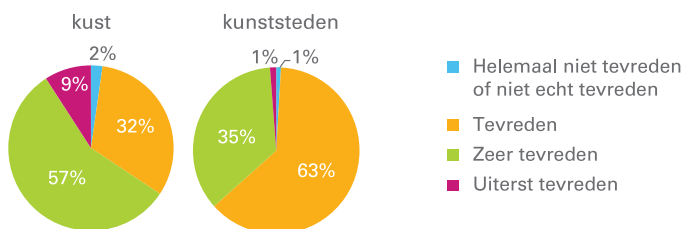
Naast deze activiteiten in de kunststad zelf, ondernemen de Duitsers ook excursies. 29% gaat op daguitstap, voornamelijk naar een andere kunststad (25%). De Duitsers zijn echter ook de enige nationaliteit waar de kust een zekere rol speelt als excursiebestemming. 9% van hen in de kunststeden gaat een dagje naar zee.

4.3.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

Twee derde van de Duitse kusttoeristen is zeer tot uiterst tevreden. Het aandeel ontevreden blijft beperkt tot 2%. Dit zorgt voor een tevredenheidsscore van 3,7 op 5.

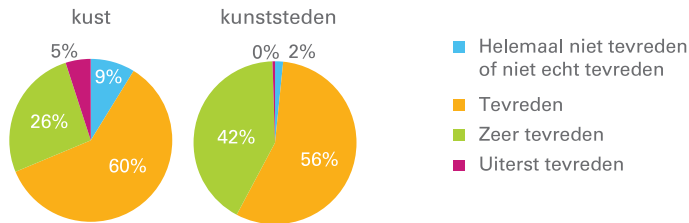
In de kunststeden zijn alle toeristen kritischer. De Duitsers vormen hier geen uitzondering op. De grootste groep noemt zich tevreden. Het aantal ontevreden blijft ook in de kunststeden minimaal. Samen resulteert dit in een gemiddelde score van 3,4.

Figuur 41: Tevredenheid van de Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



Het logies aan de kust scoort gemiddeld 3,2 op 5 voor de prijs-kwaliteit. 60% is er tevreden over en een kwart zeer tevreden. Toch oordeelt één op tien negatief over de prijs-kwaliteitsverhouding. De prijs-kwaliteit van de gehele vakantie in de kunststeden scoort gemiddeld 3,4 op 5. 56% van de Duitsers is tevreden over de prijs-kwaliteit in de kunststeden en 42% is er zeer tevreden over.

Figuur 42: Evaluatie van de prijs-kwaliteitverhouding* door de Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



*Aan de kust enkel logies

Bijna twee derde van de Duitse vakantiegangers aan de kust was er de afgelopen drie jaar al eens eerder op reis. Van de buitenlandse kusttoeristen zijn enkel de Luxemburgers trouwere klanten. De kunststeden krijgen meer nieuwe bezoekers. 44% van de Duitsers was de afgelopen vijf jaar al eens in een van de zes steden op vakantie geweest. Van alle buitenlandse toeristen zijn enkel Nederlanders nog meer teruggekomen.

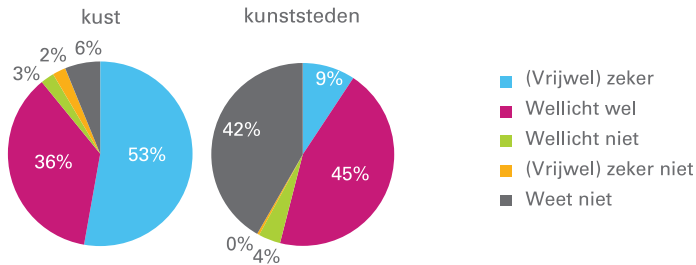
Tabel 68: Herhaalbezoek van de Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Kust	64%	in de laatste 3 jaar
Kunststeden	44%	in de laatste 5 jaar

Dat de kust een trouwer publiek heeft dan de kunststeden blijkt ook uit het intentioneel herhaalbezoek. Meer dan de helft van de Duitse kusttoeristen komt vrijwel zeker terug de komende drie jaar en 36% wellicht wel.

Naar de kunststeden komt 9% vrijwel zeker terug, maar toch ook 45% wellicht wel. Zoals bij de meeste citytrippers is er ook bij de Duitsers een grote groep die het nog niet weet.

Figuur 43: Herhaalbezoek* gepland door de Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



*Binnen 3 jaar

4.3.7 Bestedingen

De Duitser besteedt tijdens zijn vakantie aan de kust gemiddeld 69 euro per persoon per nacht. De grootste hap uit het budget gaat naar het logies. Hij geeft er net een euro meer aan uit dan aan eten en drinken. De Duitse kusttoerist spendeert meer dan het gemiddelde van 62 euro.

In de kunststeden geven de Duitse toeristen heel wat meer uit dan aan de kust: 145 euro per persoon per nacht. Meer dan een derde gaat naar maaltijden, drank en voeding. 47 euro per persoon per nacht betaalt de Duitser gemiddeld voor zijn logies. Ook shopping heeft een belangrijk aandeel met 33 euro. Aan attracties wordt 9 euro uitgegeven. De Duitse citytripper benadert op vlak van bestedingen heel goed de gemiddelde toerist.

Tabel 69: Gemiddelde bestedingen van de Duitse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust	kunststeden
Logies	29	47
Maaltijden, drank en voeding	28	51
Attracties en ontspanning	2	9
Shopping	8	33
Verplaatsingen	1	4
Andere uitgaven	0	0
Totaal	69	145

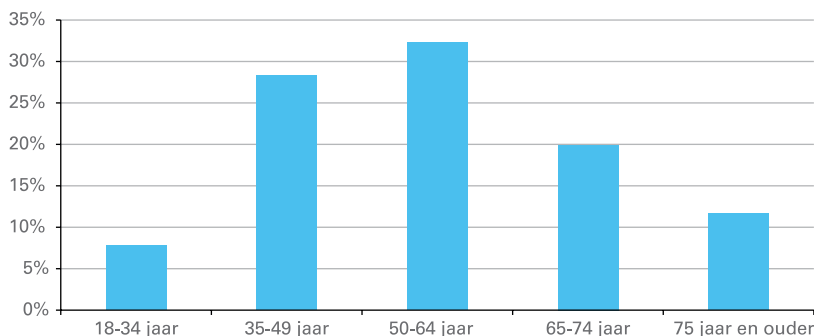
4.4 De Luxemburgse markt

Luxemburg is ons kleinste buurland en zorgt voor ongeveer 225.000 overnachtingen waarvan 190.000 overnachtingen met een vrijetijdsdoel. Het aantal overnachtingen stijgt de afgelopen jaren. Luxemburg is als markt enkel echt van belang aan de kust waar 150.000 recreatieve Luxemburgse overnachtingen geteld zijn in 2011. Het is dan ook enkel daar dat de Luxemburgers bevraagd zijn in dit onderzoek.

4.4.1 Profielbeschrijving

De gemiddelde leeftijd van de ondervraagde Luxemburger aan de kust bedraagt 55 jaar. Enkel de Britten zijn ouder. In de verdeling over de leeftijdscategorieën valt de zwakke vertegenwoordiging van de jongste groep op. De middelste leeftijdsgroepen zijn het sterkst vertegenwoordigd. De 65-plussers zijn echter nog goed voor 30%. Bij geen enkele andere markt zijn de 75-plussers beter vertegenwoordigd.

Figuur 44: Leeftijd van de ondervraagde Luxemburgse recreatieve verblijfstoerist aan de kust



Het grootste deel van de Luxemburgse toeristen komt uit een gezin waarvan het gezinshoofd gepensioneerd is (44%). 27% van de gezinshoofden is bediende. Bij geen enkele andere nationaliteit ligt het aandeel gepensioneerden zo hoog.

De grootste groep heeft maximum een diploma humaniora. Een kwart heeft een diploma lager onderwijs of lagere humaniora, wat meer is dan gemiddeld over alle markten.

Tabel 70: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Luxemburgse recreatieve verblijfstoerist aan de kust

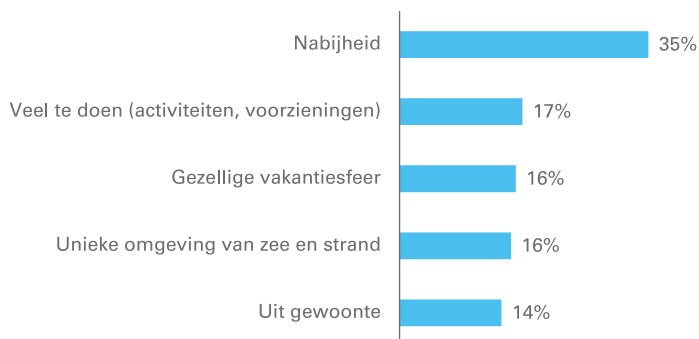
Beroep gezinshoofd	kust
Arbeider	7%
Bediende	27%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	17%
Zelfstandige	3%
(Brug)gepensioneerde	44%
Overige niet-actieven	1%
Totaal	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd	
Lager onderwijs of lagere humaniora	26%
Hogere humaniora	39%
Hoger niet-universitair onderwijs	18%
Universitair onderwijs	18%
Totaal	100%

4.4.2 Concurrentiepositie en motivatie

De Luxemburgers die op vakantie komen naar de kust zijn zeker van hun keuze. Slechts 14% heeft een andere bestemming overwogen. Dit is vergelijkbaar met de binnenlandse toeristen.

Zoals de meeste andere toeristen geven de Luxemburgers gemiddeld 1,9 redenen om de vakantie door te brengen aan de kust. De meest genoemde reden is de nabijheid (35%). De eerstvolgende motivator: 'de vele activiteiten en voorzieningen', wordt door maar half zo veel Luxemburgers genoemd. De gezellige vakantiesfeer en de unieke omgeving die de zee en het strand bieden, komen gedeeld op de derde plaats met elk 16%. De gewoonte is voor 14% van de Luxemburgse kusttoeristen een reden. Dit laatste is vergelijkbaar met de Belgische kusttoeristen maar wijkt af van de andere buitenlandse kusttoeristen.

Figuur 45: Top 5 motivaties van de Luxemburgse toeristen aan de kust



4.4.3 Kenmerken van de trip

De meeste Luxemburgse gezelschappen aan de kust zijn zonder kinderen op reis. Het gaat om 72%. Enkel Britten zijn nog minder vaak in het gezelschap van kinderen.

De gemiddelde gezelschapsgrootte is ook aan de lage kant: gemiddeld 2,7 personen. Dit aantal sluit nauw aan bij de gemiddelde grootte van het gezin dat 2,3 bedraagt. Dit wijst er op dat de Luxemburgse toerist meestal als koppel reist.

Tabel 71: Reisgezelschap van de Luxemburgse recreatieve verblijfstoerist aan de kust

	kust
Gezin/gezelschap met kinderen	28%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	72%
Totaal	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,3
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,7

Vier vijfde van de Luxemburgse toeristen komt met de wagen naar de kust. De trein is goed voor 10% en de touringcar voor 7%. Hoewel deze laatste twee transportmiddelen eerder beperkt gebruikt worden in vergelijking met de auto zijn ze toch opvallend. Enkel de Belgen komen vaker met de trein en voor de andere markten is de trein heel wat minder belangrijk. Behalve de Britten komt geen enkele andere nationaliteit zo vaak met de touringcar. Bij de Britten is de touringcar wel nog heel wat populairder, maar bij hen speelt ongetwijfeld ook de kanaalovertocht een rol waardoor men sneller voor georganiseerd vervoer kiest.

Tabel 72: Transportmiddel van de Luxemburgse recreatieve verblijfstoerist naar de kust

	kust
Wagen	80%
Gewone trein	10%
Touringcar	7%
Andere	3%
Totaal	100%

Alle Luxemburgers reserveren hun logies vooraf. 71% van de Luxemburgse toeristen boekt rechtstreeks bij de eigenaar, de anderen maken gebruik van bemiddeling. In meer dan helft van de gevallen is dat een huurvakantiewoning boeken via een verhuurkantoor (16% van alle boekingen). Bij geen enkele andere nationaliteit ligt het aandeel van de verhuurkantoren zo hoog. 8% van de Luxemburgers legt zijn verblijf aan zee vast via een reisbureau of touroperator. Online boekingsites worden dan weer amper gebruikt.

Slechts 13% van de Luxemburgse kusttoeristen boekt via het internet al dan niet rechtstreeks of via bemiddeling. Dit sluit nauw aan bij de Belgen maar is heel wat minder dan bij de andere buurlanden.

Tabel 73: Logiesboeking van de Luxemburgse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust
Niet op voorhand geboekt	0%
Rechtstreeks bij de uitbater	71%
Via bemiddeling:	29%
Boekingssite, online travel agent	4%
Reisbureau, touroperator	8%
Toeristisch verhuurkantoor	16%
Andere	1%
Totaal	100%

4.4.4 Geraadpleegde informatiebronnen

De Luxemburgers zijn samen met de Belgen diegenen die het meest op hun eigen ervaring rekenen voor de invulling van hun kustvakantie, 51% van hen doet dit. Het internet is, net zoals bij de andere nationaliteiten de belangrijkste bron. Daarnaast spelen de informele kanalen ook nog een zekere rol.

Tabel 74: Informatiebronnen van de Luxemburgse recreatieve verblijfstoerist aan de kust

	kust
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	51%
Wel geïnformeerd	49%
Totaal	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):	
Online informatie en websites	34%
TV, radio of geschreven pers	3%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	10%
Brochures, folders, drukwerk	6%
Reisgids, toeristische gids	0%
Andere informatie	4%

4.4.5 Activiteiten

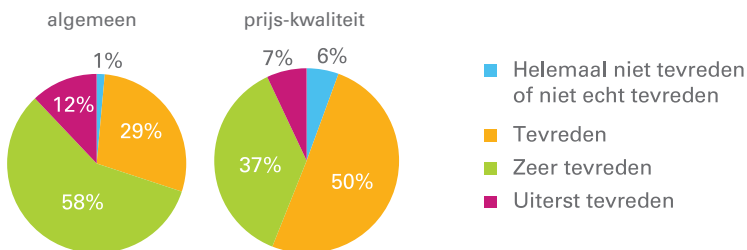
De meest genoemde activiteit van de Luxemburgse kusttoeristen is het bezoeken van een café, terras of tearoom (79%). Bij geen enkele andere nationaliteit komt dit zo frequent voor. Ook uitrusten is, met 76%, een populaire 'activiteit'. Restaurantbezoek komt met 71% op de derde plaats. Geen enkele andere markt gaat meer op restaurant aan de kust. Voorts zijn ook wandelen op de dijk en winkelen geliefkoosde activiteiten. Twee derde van de Luxemburgse kustgangers wandelt en winkelt.

Bij de minder frequente activiteiten zijn enkel de bezoeken aan andere plaatsen van belang. Naar een andere kustgemeente gaat 45% van de Luxemburgers wel eens tijdens zijn vakantie, naar een plaats in het hinterland 22%.

4.4.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

Bijna geen enkele Luxemburger is ontevreden over zijn vakantie aan de kust. Zeven op de tien zijn zelfs zeer tot uiterst tevreden. Gemiddeld zorgt dit voor een score van 3,8 op 5. De Luxemburgers zijn tevreden over de prijs-kwaliteit die ze krijgen in hun logies aan de kust. Gemiddeld komt dit op een score van 3,4 op 5. 44% van hen is zelfs zeer tot uiterst tevreden. Zes op de honderd tonen zich ontevreden.

Figuur 46: Tevredenheid algemeen en over de prijs-kwaliteitverhouding van de logies van de Luxemburgse recreatieve verblijfstoerist aan de kust



De hoge tevredenheid vertaalt zich dan ook in het feit dat 92% van de Luxemburgse kusttoeristen wellicht of vrijwel zeker zal terugkomen in de komende drie jaren. Overigens bracht 80% de afgelopen drie jaar al eens een vakantie door aan de kust.

Figuur 47: Intentioneel herhaalbezoek* door de Luxemburgse recreatieve verblijfstoerist aan de kust



* Binnen 3 jaar

4.4.7 Bestedingen

De Luxemburger besteedt gemiddeld precies 100 euro per persoon per nacht tijdens zijn vakantie aan de kust. Hiermee is hij veruit de gulste besteder, deels veroorzaakt door een groot aandeel hotelvakanties. Maar eigenlijk spendeert de Luxemburger op bijna elke uitgavenpost veel. Enkel de Britse toerist besteedt meer aan maaltijden, drank en voeding en enkel aan attracties geeft de Luxemburger minder uit dan gemiddeld. Voor elke andere categorie is hij de meest vrijgeveige. De Luxemburgse toerist aan de kust shopt zelfs voor het dubbele in vergelijking met de gemiddelde toerist.

Tabel 75: Gemiddelde bestedingen van de Luxemburgse recreatieve verblijfstoerist aan de kust

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust
Logies	39
Maaltijden, drank en voeding	40
Attracties en ontspanning	1
Shopping	18
Verplaatsingen	2
Andere uitgaven	0
Totaal	100

4.5 De Franse markt

Frankrijk is goed voor iets meer dan 1,9 miljoen overnachtingen in commercieel logies in Vlaanderen. 1,4 miljoen overnachtingen zijn van recreatieve aard. De Franse markt neemt in vergelijking met de andere buurlanden sterk toe het laatste decennium. 60% van de Franse overnachtingen is voor rekening van de kunststeden. De kust is goed voor iets minder dan 20%.

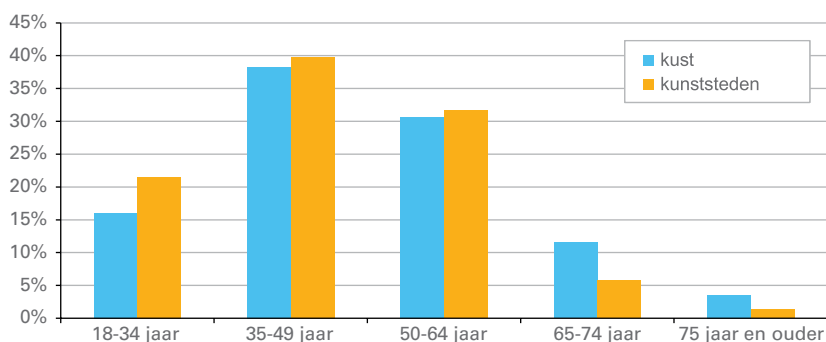
Aan de kust komt iets meer dan de helft van de Fransen uit de naburige regio Nord - Pas de Calais, 14% komt uit de Parijse regio en 11% uit Lorraine.

In de kunststeden komt 40% van de Franse toeristen uit Ile de France. Op de tweede plaats komt de grensregio Nord-Pas de Calais met 14%. Andere Franse regio's zijn veel minder belangrijk voor onze kunststeden.

4.5.1 Profielbeschrijving

De Franse respondent in de kunststeden is gemiddeld 45 jaar oud. Hiermee is hij jonger dan de doorsnee toerist in de kunststeden en de jongste van de buurlanden. Aan de kust is de Franse ondervraagde toerist iets ouder, namelijk 48 jaar, maar wel een pak jonger dan alle markten aan zee. Het jongere profiel in de kunststeden wordt duidelijk wanneer we kijken naar de verdeling over de leeftijdscategorieën. De categorie 35 tot 49 jaar vormt in beide bestemmingen de grootste groep maar is in de kunststeden wat sterker vertegenwoordigd dan aan de kust. De medioren zijn ongeveer even sterk aanwezig in beide bestemmingen. De 65-plussers wegen dan weer sterker door aan de kust dan in de steden. Voor de jongeren geldt het omgekeerde.

Figuur 48: Leeftijd van de ondervraagde Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



35% van de Franse kusttoeristen woont in een gezin waarvan het gezinshoofd kaderlid of ondernemer is of een vrij beroep uitoefent. Hiermee vormen zij de grootste beroepscategorie van de Franse toeristen aan de kust. Bedienden en gepensioneerden zijn elk goed voor net geen kwart. De andere categorieën zijn veel minder sterk aanwezig. De sterke vertegenwoordiging van de kaderleden, ondernemers en vrije beroepen valt ook op in vergelijking met de andere nationaliteiten aan de kust. In de kunststeden vormen de bedienden de grootste groep. Bij meer dan vier op de tien Franse

toeristen is het gezinshoofd bediende. Ongeveer een kwart is kaderlid, ondernemer of heeft een vrij beroep. In vergelijking met de kust zijn de gepensioneerden opvallend minder sterk aanwezig. In de kunststeden komt meer dan de helft van de toeristen uit een gezin waarvan het gezinshoofd een hogere niet-universitaire studie heeft afgewerkt. Enkel de Italianen scoren hier nog iets hoger. Ongeveer een kwart heeft universiteit gedaan. Aan de kust is het anders. Hogere humaniora en universiteit zijn ongeveer even sterk aanwezig, tussen 35% en 40%. Geen enkele andere markt aan de kust telt zoveel gezinnen met een gezinshoofd dat universitaire studies deed. De andere opleidingsniveaus zijn veel minder sterk aanwezig.

Tabel 76: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kust	kunststeden
Arbeider	10%	4%
Bediende	23%	42%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	35%	24%
Zelfstandige	8%	13%
(Brug)gepensioneerde	23%	14%
Overige niet-actieven	1%	2%
Totaal	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd		
Lager onderwijs of lagere humaniora	12%	4%
Hogere humaniora	39%	15%
Hoger niet-universitair onderwijs	12%	55%
Universitair onderwijs	37%	26%
Totaal	100%	100%

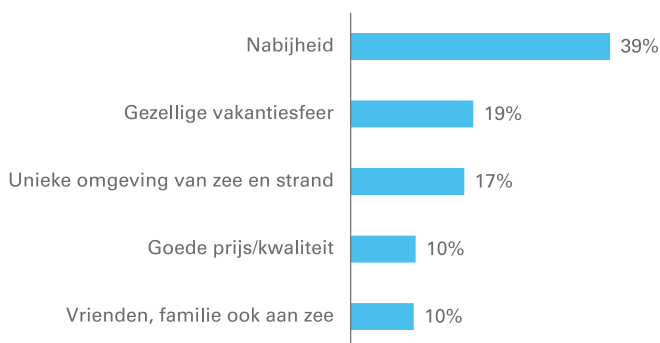
4.5.2 Concurrentiepositie en motivatie

Weinig Franse toeristen hadden een alternatief voor hun verblijf in Vlaanderen. Van de Franse toeristen aan de kust overwoog een vijfde een alternatief. De kunststeden hebben een nog sterkere positie. Slechts 1% van de Fransen had een andere bestemming overwogen.

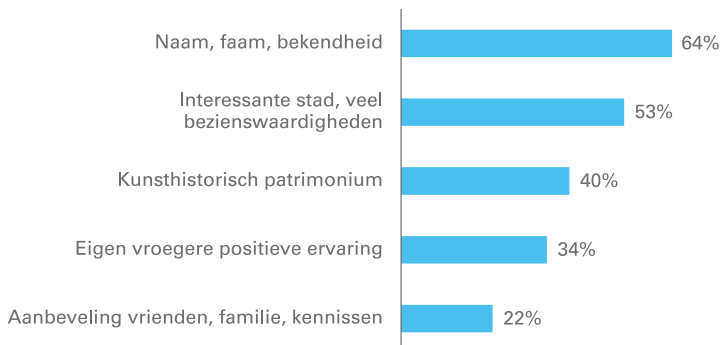
Voor de kust speelt qua motivatie vooral de nabijheid. 39% van de Franse toeristen noemt deze reden. Geen enkele andere nationaliteit vindt nabijheid zo belangrijk, zelfs de Belgen niet. De gezellige vakantiesfeer wordt door 19% genoemd. De unieke omgeving die de zee en het strand bieden, lokt 17% van de Franse toeristen naar zee.

Voor een vakantie in een van de kunststeden noemen de Fransen gemiddeld 3,5 motivaties. Dit is het hoogste aantal van alle nationaliteiten. De meest genoemde reden is de faam van de steden. Voor 64% van de Franse citytrippers is dit een reden. Iets meer dan de helft zakt af naar de kunststeden voor de vele bezienswaardigheden. Daarmee samenhangend komt het kunsthistorisch patrimonium op de derde plaats met 40%. Eigen ervaringen wordt door 34% genoemd en 22% komt ook op aanraden van vrienden en kennissen, wat heel hoog is in vergelijking met andere nationaliteiten. 22% van de Fransen vermeldt ook de aangename vakantiesfeer. Opvallend is dat de Fransen de markt bij uitstek vormen voor gastronomie (13%).

Figuur 49: Top 5 motivaties van de Franse toeristen aan de kust



Figuur 50: Top 5 motivaties van de Franse toeristen in de kunststeden



4.5.3 Kenmerken van de trip

De groep Franse toeristen die in de kunststeden op reis is met zijn kinderen is, net zoals bij de andere toeristen, klein, slechts 7%. De gemiddelde grootte van het gezelschap in de kunststeden is 2,3 personen, het aantal gezinsleden bedraagt 1,8. De kust toont een ander beeld. Daar is 44% van de respondenten op vakantie met de kinderen. De gezelschappen aan de kust zijn dan ook groter dan in de kunststeden. Ze bestaan gemiddeld uit 3,4 personen. Ook de gezinnen zijn er groter, 2,7 personen. De Franse toeristen aan de kust zijn in vergelijking met de andere markten met het grootste gezelschap en met het grootste gezin op vakantie.

Tabel 77: Reisgezelschap van de Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Gezin/gezelschap met kinderen	44%	7%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	56%	93%
Totaal	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	2,7	1,8
Gemiddelde grootte van het gezelschap	3,4	2,3

Meer nog dan de andere nationaliteiten verkiest de Fransman om met de auto naar de kust te komen. De andere transportmiddelen zijn verwaarloosbaar. In de kunststeden ligt dit anders. 58% komt met de wagen en 28% met de HST. Dit heeft duidelijk te maken met het feit dat Parijs, het belangrijkste herkomstgebied van de Franse toeristen, een frequente HST-verbinding heeft met Brussel en de andere kunststeden. Enkel de Britten maken nog meer gebruik van de HST.

Tabel 78: Transportmiddel van de Franse recreatieve verblijfstoerist naar Vlaanderen

	kust	kunststeden
Wagen	94%	58%
(Gewone) trein	2%	7%
HST/Thalys/Eurostar	2%	28%
Touringcar	1%	5%
Vliegtuig	0%	2%
Kampeerauto	0%	0%
Ander	1%	0%
Totaal	100%	100%

De meeste Franse toeristen leggen hun logies in Vlaanderen voor vertrek vast. Voor de kust gaat het om 99% en voor de kunststeden om 92%.

Vakanties aan zee boeken de Fransen massaal rechtstreeks bij de eigenaar, 82%. Geen enkele andere nationaliteit doet dit meer. 17% maakt gebruik van bemiddeling. Daarvan komt de helft op rekening van de boekingssites. In de kunststeden daarentegen boekt slechts 34% het logies rechtstreeks bij de uitbater en maakt 57% gebruik van bemiddeling. Net zoals bij de andere nationaliteiten beheersen de boekingssites en online travel agents ook bij de Fransen de markt. Bijna 70% van de boekingen via bemiddeling verloopt langs die kanalen, dit is 39% van alle Franse citytrips. De invloed van internet als boekingsmedium is groot. 38% van de Franse kusttoeristen boekt via een website, al dan niet van de eigenaar. Geen enkele andere nationaliteit aan de kust maakt meer gebruik van het internet. Bij de citytrippers loopt dit aandeel op tot 68% wat iets bovengemiddeld is.

Tabel 79: Logiesboeking van de Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Niet op voorhand geboekt	1%	8%
Rechtstreeks bij de uitbater	82%	34%
Via bemiddeling:	17%	57%
Boekingssite, online travel agent	8%	39%
Reisbureau, touroperator	1%	15%
Toeristisch verhuurkantoor	6%	0%
Andere	2%	4%
Totaal	100%	100%

4.5.4 Geraadpleegde informatiebronnen

Net zoals de andere toeristen uit de buurlanden hebben Franse citytrippers zich vaker geïnformeerd dan de kustgangers. Voor een kustvakantie informeert 66% zich vooraf, los van de eigen ervaring. In de kunststeden is dit drie kwart. Voor de kust gebruikt 57% het internet en 19% informele kanalen. Andere bronnen zijn veel minder van tel. In de kunststeden wordt een ruimer pallet gebruikt. Op de eerste plaats komt ook hier het webgebeuren, door ongeveer de helft gebruikt. De vrienden, familie en kennissen komen ook hier op de tweede plaats met 31%. Een vijfde heeft gebruik gemaakt van drukwerk. De Fransen behoren ook tot een van de markten waar de reisgids voor een citytrip relevant is.

Tabel 80: Informatiebronnen van de Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	34%	25%
Wel geïnformeerd	66%	75%
Totaal	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):		
Online informatie en websites	57%	49%
TV, radio of geschreven pers	0%	9%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	19%	31%
Brochures, folders, drukwerk	7%	22%
Reisgids, toeristische gids	1%	11%
Andere informatie	4%	2%

4.5.5 Activiteiten

De favoriete activiteit aan zee, met 78% van de Franse kusttoeristen, is wandelen op de dijk. Enkel bij de Belgen scoort dit nog beter. 73% van de Fransen komt naar zee om uit te rusten. Andere activiteiten zijn minder populair. 62% pikt een terrasje mee en 60% bezoekt een restaurant. Ook winkelen wordt door iets meer dan de helft gedaan.

Buiten deze frequente activiteiten bezoeken de Franse toeristen vanuit hun verblijfplaats ook wel eens graag een andere plaats. 48% gaat op daguitstap naar een andere badplaats en 24% naar een plaats in het hinterland.

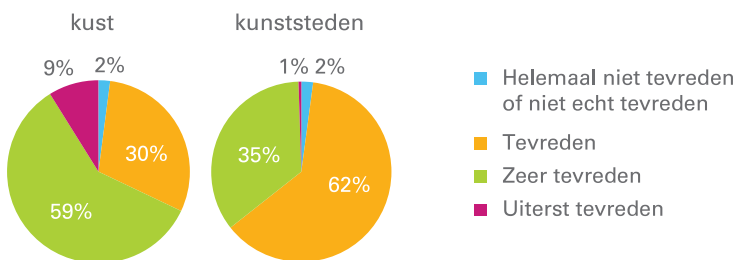
Gemiddeld doen de Fransen 6 activiteiten in onze kunststeden. Zo goed als allemaal gaan ze wandelen in de binnenstad. De tweede meest genoemde activiteit is restaurantbezoek (81%). Het bezoeken van historische gebouwen, shoppen en terrasjes doen, wordt telkens door ongeveer 60% van de Franse toeristen in de kunststeden gedaan. Tegenover de andere nationaliteiten vallen de Fransen hier niet op.

Van de Franse citytrippers onderneemt 13% een excursie naar ergens anders in Vlaanderen, voornamelijk naar een andere kunststad.

4.5.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

Aan de kust is 68% van de Franse toeristen zeer tot uiterst tevreden over zijn vakantie. 2% is niet tevreden. De kust haalt hiermee een score van 3,7 op 5. In de kunststeden ligt de tevredenheid lager met een score van 3,3. Daar zijn een goede zes van de tien Franse toeristen tevreden. Het aandeel dat niet tevreden is blijft beperkt tot 2%. Dat toeristen in de kunststeden wat minder tevreden zijn dan aan de kust komt voor bij alle nationaliteiten. In de steden vinden we eerder een hoog opgeleid en erg kritisch publiek.

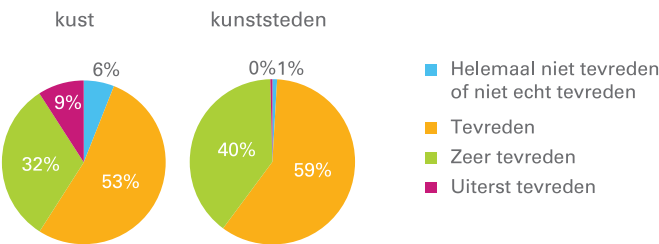
Figuur 51: Tevredenheid van de Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



De Fransen geven gemiddeld 3,4 op 5 voor de prijs-kwaliteit van hun logies aan de kust. Meer dan de helft is tevreden over wat ze krijgen voor hun geld. Vier op tien is zelfs meer dan tevreden. Een klein aandeel van 6% is niet tevreden.

De kunststeden halen eveneens een 3,4 op 5 voor de prijs-kwaliteit, hier wel voor alle aspecten van de bestemming. 35% is zeer tevreden, bijna alle anderen noemen zich tevreden over de prijs-kwaliteit.

Figuur 52: Evaluatie van de prijs-kwaliteitverhouding* door de Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



*Aan de kust enkel logies

Aan de kust is 44% van de Franse toeristen een nieuwe bezoeker, de andere 56% bezochten de kust reeds gedurende de laatste drie jaar. In de kunststeden was 43% de afgelopen vijf jaar al eens op vakantie geweest.

In vergelijking met de andere markten behoren de Fransen voor de kust tot de minder trouwe toeristen, maar voor de kunststeden tot de trouwere toeristen.

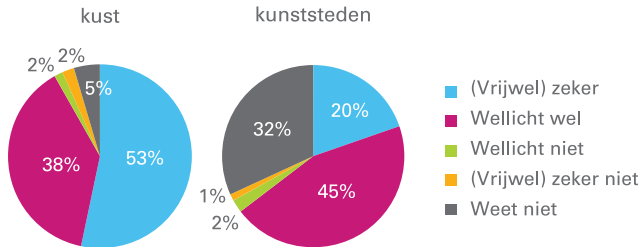
Tabel 81: Herhaalbezoek van de Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Kust	56%	in de laatste 3 jaar
Kunststeden	43%	in de laatste 5 jaar

Dat de kust een trouwer Frans publiek heeft dan de kunststeden wordt bevestigd door het antwoord op de vraag of ze binnen de drie jaar wensen terug te komen. Naar de kust keert iets meer dan de helft vrijwel zeker terug. In de kunststeden is dit een vijfde. Het aandeel dat wellicht terugkeert ligt aan de kust op 38% en in de kunststeden op 45%. De groep die het niet weet is in de kunststeden groot, een derde. Aan de kust blijft deze groep beperkt tot 5%. Het aandeel dat niet zal terugkeren is voor beide bestemmingen beperkt.

In vergelijking met de andere toeristen valt het op dat de Fransen aan de kust, na de Belgen, het vaakst aangeven wellicht of vrijwel zeker terug te zullen keren. Ook in de kunststeden geven ze relatief veel aan wellicht tot zeker terug te keren. Daar is enkel bij de Belgen en de Nederlanders het aandeel nog groter.

Figuur 53: Intentioneel herhaalbezoek* van de Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



*Binnen dit en 3 jaar

4.5.7 Bestedingen

Aan de kust besteedt de Franse vakantieganger gemiddeld 62 euro per persoon per nacht. Het grootste deel daarvan, bijna de helft, gaat naar logies. Uitgaven aan maaltijden, drank of voeding komen op de tweede plaats. De andere categorieën zijn van veel minder belang. In vergelijking met de andere toeristen zitten ze op het gemiddelde.

In de kunststeden wordt heel wat meer gspenderd: 174 euro per persoon per nacht. Hier gaat het grootste deel naar maaltijden, drank en voeding, op de tweede plaats komt shopping en dan pas het logies. Geen enkele andere toerist geeft in de kunststeden zo veel uit als de Franse. Het verschil wordt gemaakt in de bedragen die hij betaalt voor het eten en voor shopping. Aan logies spendeert hij niet meer dan de anderen.

Tabel 82: Gemiddelde bestedingen van de Franse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kust	kunststeden
Logies	28	48
Maaltijden, drank en voeding	24	62
Attracties en ontspanning	1	10
Shopping	8	51
Transport ter plaatse	1	3
Andere	0	0
Totaal	62	174

4.6 De Britse markt

De Britse markt genereert 1,6 miljoen overnachtingen in Vlaanderen. 1,1 miljoen daarvan zijn recreatieve overnachtingen. De Britse markt kent echter sinds 2001 een dalende trend met een kleine heropleving in 2011. Twee derde van de overnachtingen is voor de kunststeden. De kust ontvangt ongeveer 10%.

De Britten aan de kust komen niet uit een specifieke regio. 17% is afkomstig uit South-East en 16% uit Wales. Anglia komt op drie met 14%.

In de kunststeden is het herkomstgebied van de Britten veel duidelijker. 40% woont in Londen of ruimer South-East. North-West England is goed voor 14%. Andere regio's zitten onder de 10%.

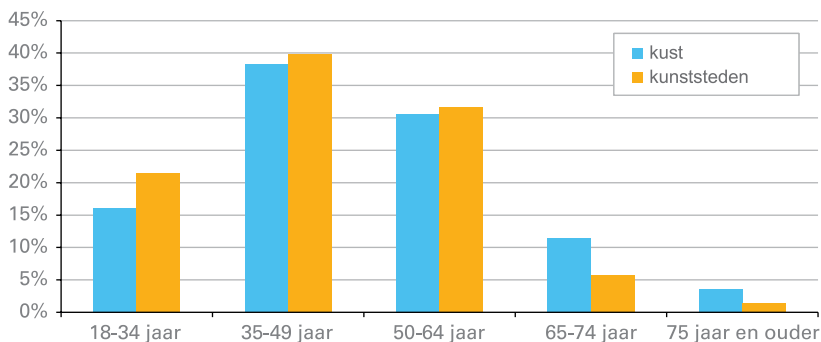
4.6.1 Profielbeschrijving

Zowel aan de kust als in de kunststeden is de Britse ondervraagde toerist bij de oudsten. Aan de kust is hij gemiddeld 57 jaar, in de kunststeden 49, wat telkens drie jaar ouder is dan de gemiddelde leeftijd in de desbetreffende bestemming.

Het verschil in leeftijdsverdeling tussen de kusttoerist en de citytripper is ook bij de Britten duidelijk. De grootste groep aan de kust zijn de medioren, met 40%. De 65- tot 74-jarigen zijn met iets meer dan een kwart de tweede grootste groep. De jongeren zijn schaars met een aandeel van 5%. Bij geen enkele andere nationaliteit aan de kust zijn jongeren zo zwak vertegenwoordigd en 65-plussers zo sterk.

Ook onder de Britten in de kunststeden vinden we het meest medioren, een goede 40% behoort tot deze leeftijdscategorie. Iets meer dan een kwart is tussen 35 en 49 jaar, terwijl een vijfde jonger is dan 35. Britse 65-plussers kom je niet zo snel tegen in de kunststeden. In vergelijking met de andere nationaliteiten zijn vooral de medioren zeer sterk aanwezig. Enkel bij de Amerikanen is hun aandeel nog iets groter.

Figuur 54: Leeftijd van de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



Zoals te verwachten valt door de hoge gemiddelde leeftijd is een groot deel van de Britse toeristen aan de kust lid van een gezin met een gepensioneerd als gezinshoofd. Een kwart is bediende en 17% is arbeider. Wat opvalt tegenover de andere markten is het grote aandeel van de arbeiders. Het aandeel van de gepensioneerden is vergelijkbaar met dat bij de Luxemburgers en de Belgen, maar ligt heel wat hoger dan dat bij de andere buurlanden.

In de kunststeden zijn veel meer verschillende beroepscategorieën aanwezig. Een derde van de Britse gezinshoofden is bediende; bijna een kwart is kaderlid, ondernemer of oefent een vrij beroep uit. Zelfstandigen en gepensioneerden zijn elk goed voor ongeveer een vijfde. Arbeiders zijn zeldzaam, net zoals bij de meeste andere markten.

Ook naar opleidingsniveau van het gezinshoofd verschillen de kust en de kunststeden duidelijk. Aan de kust heeft de helft van de Britse gezinshoofden maximaal een diploma lager onderwijs of lagere humaniora. Dit is dubbel zoveel als het gemiddelde. Bij geen enkele andere markt is het laagste opleidingsniveau zo sterk aanwezig. Een universitair diploma heeft bijna een vijfde van de Britse gezinshoofden aan de kust.

De kunststeden trekken eerder toeristen aan uit gezinnen met een gezinshoofd dat een hogere opleiding genoten heeft. Meer dan drie kwart heeft een voortgezette studie, al dan niet universitair, afgewerkt.

Tabel 83: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Beroep gezinshoofd	kust	kunststeden
Arbeider	17%	2%
Bediende	25%	32%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	10%	24%
Zelfstandige	5%	20%
(Brug)gepensioneerde	40%	21%
Overige niet-actieven	2%	1%
Totaal	100%	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd		
Lager onderwijs of lagere humaniora	50%	7%
Hogere humaniora	15%	18%
Hoger niet-universitair onderwijs	16%	39%
Universitair onderwijs	19%	37%
Totaal	100%	100%

4.6.2 Concurrentiepositie en motivatie

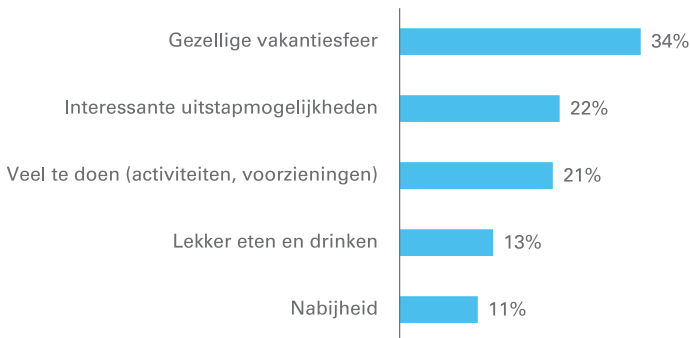
Net zoals bij de andere nationaliteiten twijfelen de Britten maar weinig over hun bestemmingskeuze. Voor de kust had 20% een alternatief. Voor de kunststeden overwoog maar 3% een andere bestemming.

De Britten geven gemiddeld 1,8 redenen voor een kustvakantie. Op één staat de gezellige vakantie sfeer. Een derde van de Britten noemt dit een drijfveer. Geen enkele andere nationaliteit vernoemt

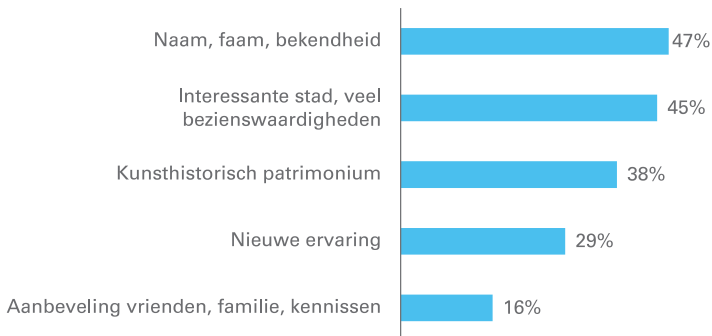
dit zo vaak. Dit geldt ook voor de nummer twee: de interessante uitstapmogelijkheden. De nabijheid van de Westhoek met zijn oorlogsverleden heeft hier zeker mee te maken. De vele activiteiten trekken ongeveer een vijfde van de Britse kusttoeristen aan. Nabijheid speelt voor de Britten veel minder dan voor de andere nationaliteiten, ze hebben dan ook een fysieke barrière, het Kanaal, over te steken.

Voor de kunststeden gelden uiteraard andere motivaties. Gemiddeld geeft de vakantieganger er ook meer: 2,6. De faam van de steden en het feit dat ze interessant zijn met veel bezienswaardigheden prijken op plaatsen één en twee. Respectievelijk 47% en 45% van de Britten noemt dit een reden om op vakantie te komen in de kunststad waar hij of zij verblijft. Het kunsthistorisch patrimonium dat er mee samenhangt komt op de derde plaats. Ook een nieuwe ervaring willen opdoen en de aanbeveling van vrienden en familie spelen een belangrijke rol in het beslissingsproces van de Britten. Zij nestelen zich op dit vlak dicht tegen de gemiddelden, maar wijken daardoor wel af van de andere buurlanden waar bijvoorbeeld eigen vroegere ervaringen of de bereikbaarheid een grotere rol spelen. We zullen nog laten zien dat Britten een lager herhaalbezoek vertonen dan de andere buurlanden.

Figuur 55: Top 5 motivaties van de Britse toeristen aan de kust



Figuur 56: Top 5 motivaties van de Britse toeristen in de kunststeden



4.6.3 Kenmerken van de trip

Zowel de kust als de kunststeden trekken Britse toeristen aan die komen zonder kinderen. Voor beide bestemmingen gaat het om ongeveer negen op de tien gezelschappen. Aan de kust zelfs iets minder dan in de kunststeden, wat zeer atypisch is in vergelijking met de andere markten aan zee. Andere zijn veel vaker in het gezelschap van kinderen, gemiddeld 41%. Maar, gezien de hogere leeftijd van de Britse toerist aan de kust is dit dan weer minder verrassend.

Het gemiddelde Britse gezin aan de kust is net iets groter dan in de kunststeden. Voor de gezelschaps grootte geldt het omgekeerde. Dit wijst er op dat de Britse toerist aan de kust voornamelijk als koppel komt, terwijl hij naar de kunststeden ook met vrienden of andere familieleden komt.

Tabel 84: Reisgezelschap van de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Gezin/gezelschap met kinderen	8%	6%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	92%	94%
Totaal	100%	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	1,9	1,8
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,1	2,3

Bij het transportmiddel is gevraagd naar het vervoermiddel waarmee men de grootste reisweg heeft afgelegd. Voor de kust domineert, heel opvallend, de touringcar met 60% van alle Britse kustvakanties. De overigen komen bijna allemaal met de wagen, slechts een klein deel komt met de hoge snelheidstrein. Dit wijkt compleet af van alle andere kusttoeristen, wat uiteraard komt door de specifieke eilandsituatie van de Britse markt.

Voor de kunststeden is de verdeling totaal anders. Enkel het aandeel dat met de wagen komt, een derde, is vergelijkbaar met dat van de kust. De goede verbinding met Brussel via de hoge snelheidstrein mist zijn effect niet. 42% van de Britse toeristen maakt er gebruik van. 16% komt met het vliegtuig. Het aandeel van de touringcar blijft hier beperkt tot 7%.

Tabel 85: Transportmiddel van de Britse recreatieve verblijfstoerist naar Vlaanderen

	kust	kunststeden
Wagen	30%	33%
(Gewone) trein	0%	2%
HST/Thalys/Eurostar	7%	42%
Touringcar	60%	7%
Vliegtuig	0%	16%
Kampeerauto	0%	0%
Ander	2%	0%
Totaal	100%	100%

Zo goed als alle Britten, of ze nu naar de kust of naar de kunststeden gaan, boeken hun logies vooraf. De bemiddelaars zijn voor beide bestemmingen veruit het belangrijkste met een aandeel van respectievelijk 70% en 73%. De Britten boeken veel minder rechtstreeks bij de logiesuitbaters dan de andere buurlanden. Welke bemiddelaar ze kiezen verschilt wel sterk tussen beide bestemmingen. Voor de kust domineert het klassieke reisbureau. 61% van alle Britse verblijven aan de kust wordt via een reisbureau of touroperator vastgelegd. Op dit vlak is het boekingsgedrag van de Britten aan de kust atypisch. Voor een citytrip is de verdeling tussen het reisbureau en de boekingsites eerder gelijkmatig, zij het met een licht overwicht voor de laatste. In vergelijking met de andere buurlanden is het aandeel van de reisbureaus en touroperators voor een verblijf in de kunststeden groot. Aan de kust boekt 37% via een website, in de steden ligt dit aandeel hoger: 63%.

Tabel 86: Logiesboeking van de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Niet op voorhand geboekt	1%	5%
Rechtstreeks bij de uitbater	29%	22%
Via bemiddeling:	70%	73%
Boekingssite, online travel agent	4%	34%
Reisbureau, touroperator	61%	30%
Toeristisch verhuurkantoor	0%	0%
Andere	4%	8%
Totaal	100%	100%

4.6.4 Geraadpleegde informatiebronnen

In de kunststeden informeren de Britten zich meer dan aan de kust. In de kunststeden raadpleegt 89% vooraf informatie en aan de kust 69%. 31% van de Britse kusttoeristen vertrouwt op de vroegere ervaring. Voor een verblijf aan zee is het internet het meest gebruikt. 35% van de Britse kusttoeristen die zich informeren, surft op het net. Op de tweede plaats komen brochures en drukwerk met 21%. Dit is enkel bij de Britten van belang. 17% raadpleegt informele kanalen en 11% noemt ook andere kanalen, voornamelijk het weerbericht. Voor vakanties naar de kunststeden worden meer bronnen gebruikt. Meer dan de helft van zij die zich informeren, gaat online op zoek. Ook hier komen brochures en ander drukwerk op de tweede plaats, op de voet gevolgd door info van de vrienden, familie en kennissen, respectievelijk 28% en 27%. De pers en reisgidsen zijn elk goed voor 13%. De Britten behoren hiermee tot de groep toeristen voor wie de reisgids relevant is voor de voorbereiding van de citytrip.

Tabel 87: Informatiebronnen van de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

	kust	kunststeden
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	31%	12%
Wel geïnformeerd	69%	89%
Totaal	100%	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):		
Online informatie en websites	35%	54%
TV, radio of geschreven pers	3%	13%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	17%	27%
Brochures, folders, drukwerk	21%	28%
Reisgids, toeristische gids	1%	13%
Andere informatie	11%	2%

4.6.5 Activiteiten

De Britse kusttoeristen doen dagelijks veel minder activiteiten dan de anderen. Met een gemiddelde van 4 staan ze helemaal onderaan. De populairste activiteit is wandelen op de dijk (75%). Ook een terrasje meepikken of cafébezoek is een geliefde activiteit (72%). Enkel de Luxemburgers noemen dit nog meer. 62% van de Britten winkelt ook tijdens zijn verblijf aan zee en exact de helft noemt restaurantbezoek als activiteit.

Behalve frequente activiteiten zijn er nog activiteiten die men maar een of twee keer doet tijdens zijn verblijf. Britten gebruiken hun vakantieplaats graag als uitvalsbasis voor verdere verkenning. Zij zijn daarmee geen uitzondering, maar de Britten wijken wel af op het vlak van de bestemming. Een vijfde van de Britse kusttoeristen maakt een uitstap naar een andere badplaats. Dit is weinig, voor de andere nationaliteiten varieert dit percentage tussen 45% en 58%. De Britten kiezen daarentegen eerder voor een daguitstap naar het hinterland. 53% van hen doet dit, wat veel hoger is dan bij de andere markten waar het percentage minimum 11% en maximum 31% bedraagt. De interesse in het WOI-erfgoed in de Westhoek speelt hier zeker een belangrijke rol.

Gemiddeld onderneemt een Brit 6,3 activiteiten tijdens zijn verblijf in de kunststeden. Wandelen in de binnenstad doet bijna iedereen, ongeveer vier op de vijf bezoeken monumenten of historische gebouwen. In dezelfde lijn blijkt ook het bezoek van kerken en kathedralen populair. Driekwart strijkt ook neer op een terrasje. Geen enkele andere toerist houdt zo veel van een terrasje doen. Opvallend in vergelijking met de andere nationaliteiten is de populariteit van boottochtjes. Een kwart van de Britten in de kunststeden doet dit, uiteraard in Brugge of Gent. Dit aandeel wordt enkel door de Amerikanen geëvenaard.

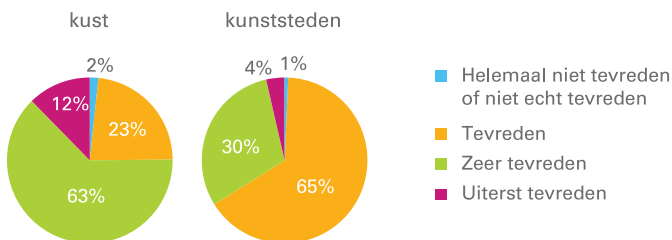
Vanuit een kunststad kan men ook een andere plaats bezoeken (33%). Een kwart van alle Britse citytrippers heeft een kunststad bezocht. De kust trekt maar een klein percentage aan (4%). Opvallend in vergelijking met de andere nationaliteiten is dat een niet te verwaarlozen deel van de Britten (7%) ook nog andere bestemmingen in Vlaanderen aandoet. Ook hier speelt de Westhoek een belangrijke rol.

4.6.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

De Britse kusttoeristen zijn duidelijk tevreden over hun vakantie. Gemiddeld geven zij 3,9 op 5. Dit is de hoogste tevredenheidsscore van alle toeristen aan de kust. Algemeen noemt driekwart zich zeer tot uiterst tevreden, slechts 2% is niet tevreden.

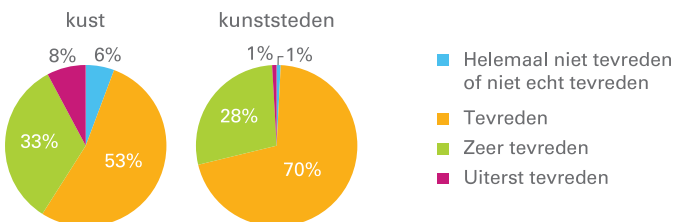
In de kunststeden zijn de toeristen wat minder tevreden, of hebben ze een kritischere bril. De score bij de Britten komt op 3,4 op 5, vergelijkbaar met de doorsnee toerist in de kunststeden. 34% van de Britse toeristen is er zeer tot uiterst tevreden. Het aandeel dat niet tevreden is, blijft beperkt tot 1%.

Figuur 57: Tevredenheid van de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



De Britten kunnen tevreden genoemd worden voor de kwaliteit die ze krijgen voor wat ze betalen in hun logies aan de kust. Ze geven 3,4 op 5. Vier op de tien van hen zijn meer dan tevreden en 53% is tevreden. Het aandeel dat niet tevreden is over de prijs-kwaliteit van hun logies is beperkt tot 6%. De Britten in de kunststeden is gevraagd de prijs-kwaliteit van de bestemming te beoordelen. Ze geven hier gemiddeld 3,3 op 5. 70% is er tevreden en 29% van de Britse citytrippers is zeer tot uiterst tevreden over wat ze krijgen voor hun geld. Het aandeel dat niet tevreden is, is verwaarloosbaar.

Figuur 58: Evaluatie van de prijs-kwaliteitverhouding* door de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



* Aan de kust enkel logies

Aan de kust was iets meer dan de helft van de Britten de afgelopen drie jaar al eens op vakantie geweest. In vergelijking met de andere nationaliteiten is dit eerder laag; enkel de Nederlanders kennen een nog lager herhaalbezoek.

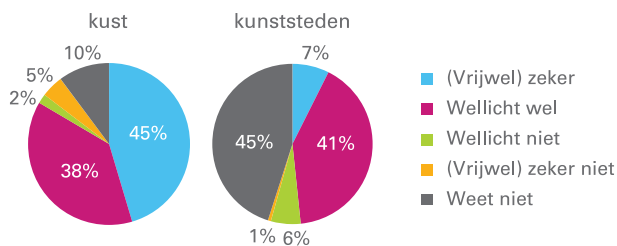
Kunststeden kennen een minder trouw publiek. Een kwart was er al eens eerder de afgelopen vijf jaar. De Britten blijken minder trouw aan onze kunststeden dan de andere buurlanden.

Tabel 88: Herhaalbezoek van de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Kust	54%	in de laatste 3 jaar
Kunststeden	25%	in de laatste 5 jaar

Het intentioneel herhaalbezoek geeft een vergelijkbaar beeld. 83% van de Britse toeristen aan de kust zegt wellicht of vrijwel zeker terug te komen op vakantie binnen de drie jaar. Hoewel dit een hoog percentage is, zijn enkel de Nederlanders minder zeker dat ze terugkomen. Een tiende van de Britten is nog onbeslist. Het minder trouwe publiek in de kunststeden vertaalt zich ook hier in lagere intenties tot herhaalbezoek. Net niet de helft van de Britse citytrippers komt wellicht of vrijwel zeker terug. Bijna een even groot deel zegt het niet te weten.

Figuur 59: Herhaalbezoek* van de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen



* Binnen dit en 3 jaar

4.6.7 Bestedingen

De Britse toeristen aan de kust besteden 95 euro per persoon per nacht. Dit is 33 euro meer dan het algemene gemiddelde. Hun uitgave gaat voornamelijk naar maaltijden, drank en voeding en in tweede instantie naar logies. Enkel de Luxemburgers spenderen nog meer. Beide markten verblijven hoofdzakelijk op hotel. De Britse citytrippers betalen 136 euro per persoon per nacht. Ook hier gaat het grootste deel naar eten, gevolgd door logies. Het bedrag uitgegeven aan shopping is echter ook niet te verwaarlozen. Geen enkele bestedingscategorie springt er uit tegenover de andere markten.

Tabel 89: Gemiddelde bestedingen van de Britse recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Bestedingen per persoon per nacht (euro)	kust	kunststeden
Logies	37	45
Maaltijden, drank en voeding	46	53
Attracties en ontspanning	2	9
Shopping	9	25
Verplaatsingen	1	4
Andere uitgaven	0	0
Totaal	95	136

4.7 De Spaanse markt

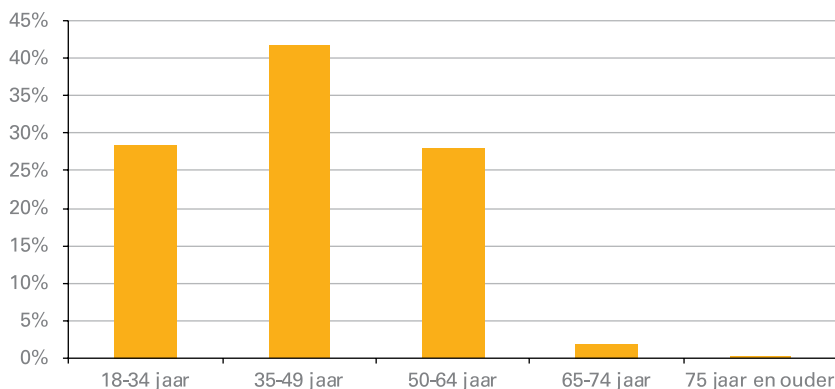
De Spanjaarden zijn in 2011 goed voor 687.000 overnachtingen in Vlaanderen. Daarvan hebben er 488.000 een vrijetijdsmotief. De Spaanse markt is na de buurlanden de belangrijkste buitenlandse markt voor Vlaanderen. De trend van de Spaanse overnachtingen is de afgelopen jaren sterk positief met een gemiddelde jaarlijkse groei van +7% de afgelopen vijf jaar. 93% van de Spaanse overnachtingen vindt plaats in de kunststeden, waarvan het merendeel in Brussel.

De belangrijkste herkomstmarkt van de Spanjaarden is de regio Catalonië. 40% komt uit deze regio. Ook de regio Madrid is een belangrijk herkomstgebied met 27% van de Spaanse toeristen. De andere Spaanse regio's zijn van minder belang.

4.7.1 Profielbeschrijving

De ondervraagde Spaanse toerist in de kunststeden behoort samen met de Italianen tot de jongere toeristen. De gemiddelde leeftijd bedraagt 42 jaar. De Italianen zijn nog iets jonger. Het grootste deel, van de Spanjaarden (42%) is tussen 35 en 49 jaar oud. De jongeren en medioren zijn even sterk vertegenwoordigd, 28%. De oudere leeftijdscategorieën komen zo goed als niet voor.

Figuur 60: Leeftijd van de ondervraagde Spaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



Bijna de helft van de Spaanse toeristen leeft in een gezin waarvan het gezinshoofd bedienende is. Een vierde is kaderlid, ondernemer of heeft een vrij beroep. De andere beroepscategorieën zijn beperkter, maar ongeveer even sterk aanwezig met 8 à 9%. Bij geen enkele andere nationaliteit zijn de arbeiders zo sterk aanwezig.

45% van de gezinshoofden heeft een diploma van hoger niet-universitair onderwijs, 34% heeft de universiteit afgewerkt. In vergelijking met de andere markten scoren het lager onderwijs en de lagere humaniora met 10% opvallend hoog.

Tabel 90: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Spaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

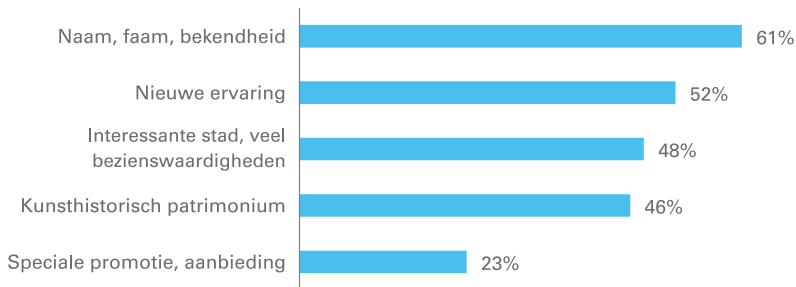
Beroep gezinshoofd	kunststeden
Arbeider	9%
Bediende	49%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	24%
Zelfstandige	8%
(Brug)gepensioneerde	8%
Overige niet-actieven	2%
Totaal	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd	
Lager onderwijs of lagere humaniora	10%
Hogere humaniora	11%
Hoger niet-universitair onderwijs	45%
Universitair onderwijs	34%
Totaal	100%

4.7.2 Concurrentiepositie en motivatie

Van de Spanjaarden had slechts 2% een alternatieve bestemming in gedachten.

Gemiddeld hebben de Spanjaarden ongeveer drie redenen om naar de kunststeden te reizen. 61% van de Spanjaarden in onze kunststeden zegt onder andere te komen omwille van de naam en bekendheid van de steden. Dit is de meest genoemde reden. 52% vernoemt een nieuwe ervaring willen opdoen. Het patrimonium en de vele bezienswaardigheden zijn eveneens belangrijke motivaties. De score voor het kunsthistorisch patrimonium is opvallend hoog tegenover de andere nationaliteiten. De Spanjaarden blijken prijsgevoelig te zijn. Voor 23% van hen was een promotie doorslaggevend om een Vlaamse kunststad te bezoeken. Enkel voor Italianen en Scandinaviërs is dit eveneens een beslissende factor. Verder zijn aanbevelingen van familie en vrienden nog voor 22% van de Spaanse toeristen een motivatie, wat een hoog percentage is.

Figuur 61: Top 5 motivaties van de Spaanse toeristen in de kunststeden



4.7.3 Kenmerken van de trip

De overgrote meerderheid van de Spaanse gezelschappen is in de kunststeden zonder kinderen. De gemiddelde grootte van het gezelschap is 2,4 personen. 1,8 personen van het gezelschap behoren tot hetzelfde gezin.

Tabel 91: Reisgezelschap van de Spaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Gezin/gezelschap met kinderen	7%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	93%
Totaal	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	1,8
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,4

De Spanjaarden komen, zoals verwacht, hoofdzakelijk met het vliegtuig naar onze bestemming. 65% van hen komt via de luchthaven van Zaventem en bijna 30% via Charleroi. Buitenlandse luchthavens spelen zo goed als geen rol. Het op een na belangrijkste vervoermiddel is de touringcar met 18%. Dit is opvallend hoog in vergelijking met de andere nationaliteiten. Verder komt 12% van de Spaanse toeristen met de wagen.

Tabel 92: Transportmiddel van de Spaanse recreatieve verblijfstoerist naar de kunststeden

	kunststeden
Wagen	12%
Gewone trein	1%
HST,Thalys of Eurostar	1%
Touringcar	18%
Vliegtuig	69%
Totaal	100%

Zo goed als alle Spanjaarden leggen hun logies voor vertrek vast. Slechts 8% neemt hiervoor direct contact op met de eigenaar. De rest boekt via een intermediair. Meer dan de helft van de Spaanse toeristen die naar onze kunststeden komen, boekt zijn reis via een reisbureau. Dit is een erg hoog percentage voor de Europese toeristen. 31% heeft geboekt via een online travel agency of boekingsite.

Hoewel veel geboekt wordt bij het reisbureau, gebruiken de Spanjaarden toch ook vaak het internet. 63% boekt zijn reis online. In 38% van de online boekingen gebeurt de reservatie via booking.com, en 20% via atrapalo.com, een speler die alleen in Spanje marktaandeel heeft.

Tabel 93: Logiesreservatie van de Spaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet op voorhand geboekt	2%
Rechtstreeks bij de uitbater	8%
Via bemiddeling:	91%
Boekingsite, online travel agent	31%
Reisbureau, touroperator	53%
Andere	7%
Totaal	100%

4.7.4 Geraadpleegde informatiebronnen

Zo goed als alle Spanjaarden hebben zich vooraf geïnformeerd. Internet is de belangrijkste bron; 68% van de Spanjaarden maakt hier gebruik van. Op de tweede plaats komen brochures en ander drukwerk. Bij geen enkele andere nationaliteit scoort deze bron zo hoog. Vrienden, familie en kennissen worden ook door meer dan de helft van de Spaanse toeristen als informatiebron genoemd.

Tabel 94: Informatiebronnen van de Spaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	2%
Wel geïnformeerd	98%
Totaal	100%
Details wel geïnformeerd op totale basis:	
Online informatie en websites	68%
TV, radio of geschreven pers	15%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	53%
Brochures, folders, drukwerk	55%
Reisgids, toeristische gids	5%
Andere informatie	2%

4.7.5 Activiteiten

Geen enkele andere toerist doet zo veel activiteiten als de Spaanse, gemiddeld 6,8. Zo goed als alle Spaanse toeristen gaan wandelen in de binnenstad. Ook het bezoeken van monumenten en historische gebouwen en van monumentale kerken wordt door meer dan negen op de tien van hen gedaan. 71% van de Spanjaarden in de kunststeden geniet van de gastronomie, 58% pikt een terrasje mee en 57% bezoekt een museum. In vergelijking met de andere nationaliteiten gaan de Spanjaarden ook graag streekspecialiteiten proeven (33%).

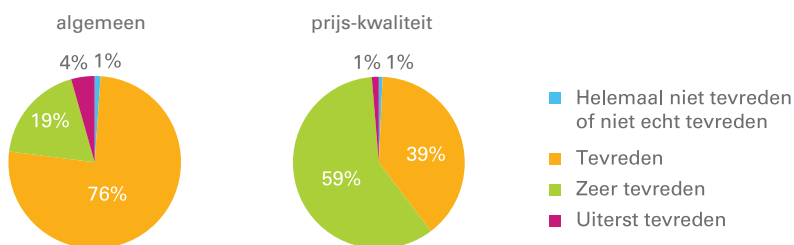
Daarnaast onderneemt 56% van de Spaanse toeristen een excursie naar een andere plaats in Vlaanderen. Dit is bijna altijd naar een andere kunststad.

4.7.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

Zo goed als alle Spaanse toeristen zijn minstens tevreden over hun verblijf in de kunststeden. 23% is zelfs zeer tot uiterst tevreden. Dit komt neer op een score van 3,3 op 5.

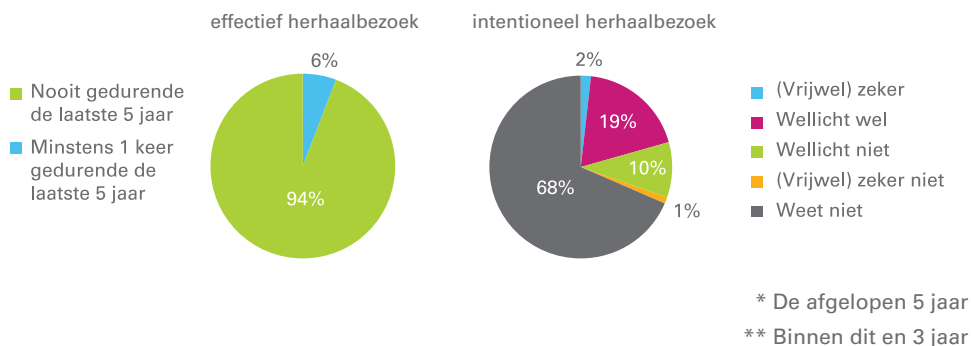
Ook de prijs-kwaliteit van de kunststeden wordt positief geëvalueerd. Zo goed als geen enkele Spanjaard is hierover ontevreden, terwijl 60% zeer tot uiterst tevreden is. Hiermee zijn de Spanjaarden van alle toeristen het meest tevreden over de prijs-kwaliteit in de kunststeden. Zij geven 3,6 op 5 wat meer is dan gelijk welke andere markt. Het feit dat heel wat Spaanse toeristen beïnvloed zijn door een promotie speelt hier waarschijnlijk een rol.

Figuur 62: Tevredenheid, algemeen en over de prijs-kwaliteitverhouding, van de Spaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



Wanneer gevraagd wordt of zij de komende drie jaar zullen terugkeren naar een van de Vlaamse kunststeden is 68% nog onbeslist. De groep die 'wellicht wel' of 'zeker' antwoordt, is groter dan 20%. Deze groep is dubbel zo groot als de groep die zegt niet te zullen terugkeren. Uit het effectieve herhaalbezoek blijkt dat 6% van de Spaanse toeristen in de kunststeden de afgelopen 5 jaar al een van de Vlaamse kunststeden had bezocht.

Figuur 63: Effectief* en intentioneel** herhaalbezoek van de Spaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



4.7.7 Bestedingen

Een Spanjaard geeft gemiddeld bijna 118 euro per persoon per nacht uit tijdens zijn verblijf in de kunststeden. Dit is vrij weinig ten opzichte van de andere markten. Uit de motivatie bleek al dat ze prijsbewust zijn. De Spaanse toerist geeft het meest uit aan maaltijden en dranken, gevolgd door logies. Vooral voor logies zijn de bestedingen lager dan gemiddeld. Ook shopping is een belangrijke bestedingscategorie.

Tabel 95: Gemiddelde bestedingen van de Spaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kunststeden
Logies	31
Maaltijden/drank	47
Attracties	11
Verplaatsingen	5
Shopping	25
Andere	0
Totaal	118

4.8 De Italiaanse markt

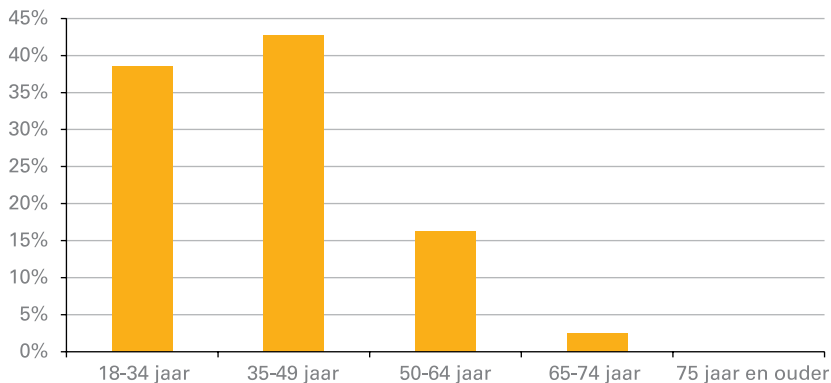
Het aantal Italiaanse overnachtingen in Vlaanderen ligt in 2011 op 466.000. Ongeveer de helft daarvan heeft als motief vrije tijd. De afgelopen vijf jaren is het aantal recreatieve overnachtingen met gemiddeld +6% per jaar toegenomen. 84% van alle Italiaanse overnachtingen in Vlaanderen worden geregistreerd in de kunststeden.

Een vierde van de Italiaanse toeristen in de kunststeden is afkomstig uit de stad Milaan, Lombardije als regio (inclusief Milaan) is goed voor 45%. Andere belangrijke herkomstregio's zijn Lazio (15%) en Veneto (14%).

4.8.1 Profielbeschrijving

De Italiaanse toerist in Vlaanderen is heel duidelijk een jonge toerist. De respondent is gemiddeld 39 jaar. Hiermee zijn de Italianen de jongste toeristen van alle markten waar het gemiddelde 46 jaar bedraagt. Vier vijfde is jonger dan 50 jaar. Meer dan een derde is zelfs jonger dan 35. Italianen ouder dan 65 komen quasi niet naar de kunststeden.

Figuur 64: Leeftijd van de ondervraagde Italiaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



Bijna 60% van de Italiaanse toeristen maakt deel uit van een gezin waarvan het gezinshoofd be-diende is, dit is het hoogste aandeel van alle nationaliteiten. Arbeiders en gepensioneerden komen veel minder voor. Hoewel kaderleden, ondernemers en vrije beroepen toch 15% uitmaken, is dit in vergelijking met andere nationaliteiten relatief weinig.

Het opleidingsniveau van het gezinshoofd ligt in de lijn van het beroep. 83% van de Italiaanse toeristen leeft in een gezin waarvan het gezinshoofd een hogere studie gedaan heeft. Twee derde van deze groep heeft hoger niet-universitair onderwijs gevolgd, het andere derde universitaire studies.

Tabel 96: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Italiaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

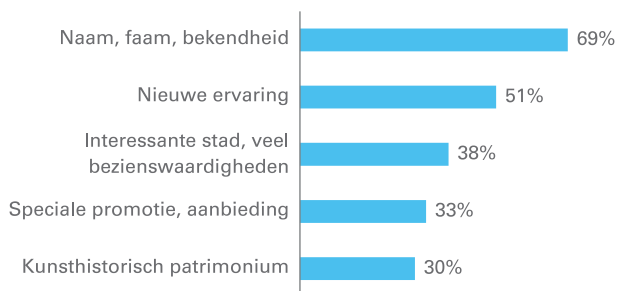
Beroep gezinshoofd	kunststeden
Arbeider	3%
Bediende	59%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	15%
Zelfstandige	16%
(Brug)gepensioneerde	6%
Andere	2%
Totaal	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd	
Lager onderwijs of lagere humaniora	3%
Hogere humaniora	15%
Hoger niet-universitair onderwijs	57%
Universitair onderwijs	26%
Totaal	100%

4.8.2 Concurrentiepositie en motivatie

Net zoals de andere toeristen hadden ook maar weinig Italiaanse toeristen een alternatief voor de kunststeden (4%).

Gemiddeld geven de Italianen 3 motivaties om onze steden te bezoeken. Ze komen in de eerste plaats omwille van de bekendheid van de steden. 69% vernoemt dit als een reden om te komen. De helft reist ook om een nieuwe ervaring op te doen. Op de derde plaats komen de bezienswaardigheden. Een vierde belangrijke drijfveer vormen promoties, 33%. Dit is in vergelijking met de meeste andere markten zeer hoog en toch wel opvallend; enkel Spanjaarden en Scandinaviërs zijn ook in hoge mate beïnvloed door promoties. Verder speelt ook het kunsthistorisch patrimonium een niet onbelangrijke rol.

Figuur 65: Top 5 motivaties van de Italiaanse toeristen in de kunststeden



4.8.3 Kenmerken van de trip

Zoals bij de meeste gezelschappen in de kunststeden zijn ook de Italianen zo goed als allemaal op reis zonder kinderen. Het gezelschap bestaat uit gemiddeld 2,3 personen, terwijl het reizend gezin gemiddeld uit 1,6 personen bestaat.

Tabel 97: Reisgezelschap van de Italiaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Gezin/gezelschap met kinderen	7%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	93%
Totaal	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	1,6
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,3

Drie vierde van de Italiaanse toeristen komt met het vliegtuig naar Vlaanderen. Ongeveer twee derde van hen komt via de luchthaven van Zaventem, het andere derde via de luchthaven van Charleroi. Relatief gezien komen Italianen (35%) iets meer via Charleroi dan Spanjaarden (29%). Buitenlandse luchthavens spelen nauwelijks een rol. 14% van de Italianen is met de wagen gekomen en 10% met de touringcar. Dit is een opvallend hoog percentage, vergelijkbaar met de Duitse toerist. Enkel de Spanjaarden komen nog vaker met de touringcar.

Tabel 98: Transportmiddel van de Italiaanse recreatieve verblijfstoerist naar de kunststeden

	kunststeden
Wagen	14%
Gewone trein	1%
HST, Thalys of Eurostar	0%
Touringcar	10%
Vliegtuig	74%
Totaal	100%

Het aantal Italiaanse toeristen dat zijn logies niet op voorhand gereserveerd heeft, is te verwaarlozen. Een overgrote meerderheid heeft zijn logies gereserveerd via een online travel agency of boekingsite. Ook het reisbureau en de touroperator blijven met een aandeel van 21% belangrijk. Om bij een van deze kanalen zijn logies te boeken, heeft 80% van de Italiaanse toeristen in de kunststeden het internet gebruikt als medium. Bij geen enkele andere nationaliteit ligt dit aandeel zo hoog. De jonge leeftijd van de Italianen is waarschijnlijk een bepalende factor.

Tabel 99: Logiesreservatie van de Italiaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet op voorhand geboekt	3%
Rechtstreeks bij de uitbater	8%
Via bemiddeling:	89%
Boekingssite, online travel agent	62%
Reisbureau, touroperator	21%
Andere	7%
Totaal	100%

4.8.4 Geraadpleegde informatiebronnen

95% van de Italiaanse toeristen heeft een informatiebron vooraf geraadpleegd. De meest vernoemde informatiebron met 72%, is online informatie. Enkel de Scandinaviërs maken nog meer gebruik van het web. Informele bronnen worden door iets meer dan de helft gebruikt. Brochures en folders komen op de derde plaats met 43%, enkel de Spanjaarden gebruiken dit nog meer. Met 12% gebruikers behoren de Italianen ook tot de markten met een relatief grote interesse in reisgidsen.

Tabel 100: Informatiebronnen van de Italiaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	5%
Wel geïnformeerd	95%
Totaal	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):	
Online informatie en websites	72%
TV, radio of geschreven pers	8%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	54%
Brochures, folders, drukwerk	43%
Reisgids, toeristische gids	12%
Andere informatie	1%

4.8.5 Activiteiten

De favoriete activiteit van de Italiaanse toerist in de kunststeden is wandelen in de binnenstad. Ook het bezoeken van cultuurhistorische bezienswaardigheden scoort hoog: 75% voor monumenten, 69% voor monumentale kerken. Ook musea zijn aantrekkelijk (53%). In vergelijking met de andere markten scoren ze niet uitzonderlijk hoog. Shoppen in de kunststeden is bij heel wat Italianen populair (63%), net zoals gastronomie (67%). De Italianen geven van alle toeristen het vaakst aan dat ze zijn gaan shoppen, alhoewel dit voor hen geen reden was om naar Vlaanderen te komen. Waarschijnlijk omdat Italië zelf een shoppingbestemming is, zien ze dit niet als motivatie om te reizen, maar shoppen ze wel.

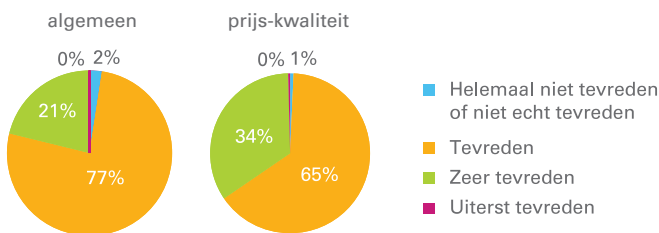
Naast deze activiteiten ter plaatse onderneemt ook een derde van de Italiaanse toeristen een daguitstap naar een andere plaats in Vlaanderen. Dit is zo goed als altijd een andere kunststad.

4.8.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

Bijna alle Italianen geven aan dat ze tevreden of zeer tevreden zijn over hun vakantie in de kunststeden. Geen enkele Italiaan geeft echter aan dat hij uiterst tevreden is. Het aandeel dat helemaal niet of niet echt tevreden is, is hier het hoogst van alle markten, al blijft 2% een heel laag percentage. In totaal geven de Italianen een score van 3,2 op 5, wat lager dan het gemiddelde van 3,4.

Een derde van de Italiaanse toeristen is zeer tevreden over de geboden prijs-kwaliteitverhouding van hun vakantie in de kunststeden. De andere twee derde is tevreden. In totaal zorgt dit voor een score van 3,3 op 5.

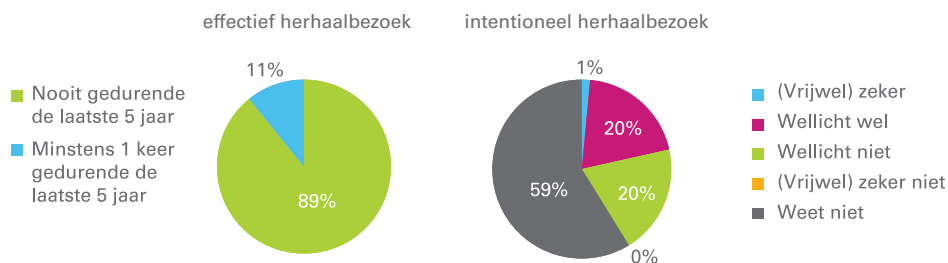
Figuur 66: Tevredenheid, algemeen en over de prijs-kwaliteitverhouding, van de Italiaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



Wat het effectieve herhaalbezoek betreft, blijkt 11% van de Italianen de afgelopen 5 jaar in minstens een van de kunststeden te zijn geweest, wat eerder een doorsnee percentage is.

De meeste Italianen weten niet of ze nog zullen terugkeren naar de kunststeden in de komende drie jaren. Een vijfde geeft aan dat ze wellicht wel terugkeren. Een ander vijfde geeft aan dat ze wellicht niet terugkeren. Dit is een opvallend hoog percentage in vergelijking met de andere Europese toeristen. Mogelijk heeft het hoge aandeel dat koos voor deze bestemming vanwege een promotie hiermee te maken.

Figuur 67: Effectief* en intentioneel** herhaalbezoek van de Italiaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



* De afgelopen 5 jaar

** Binnen dit en 3 jaar

4.8.7 Bestedingen

Een Italiaanse toerist geeft in onze kunststeden gemiddeld 134 euro per persoon per nacht uit. Het grootste deel hiervan besteedt hij aan maaltijden en drank, gevolgd door logies en shopping. In vergelijking met de andere nationaliteiten doen de Italianen geen opvallend hoge uitgaven. Hun bestedingen liggen lager dan het gemiddelde van 142 euro per persoon en per nacht. Verrassend is dit niet aangezien uit de motivatie blijkt dat het prijsbewuste toeristen zijn.

Tabel 101: Gemiddelde bestedingen van de Italiaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kunststeden
Logies	38
Maaltijden/drank	47
Attracties	9
Verplaatsingen	6
Shopping	33
Andere	0
Totaal	134

4.9 De Amerikaanse markt

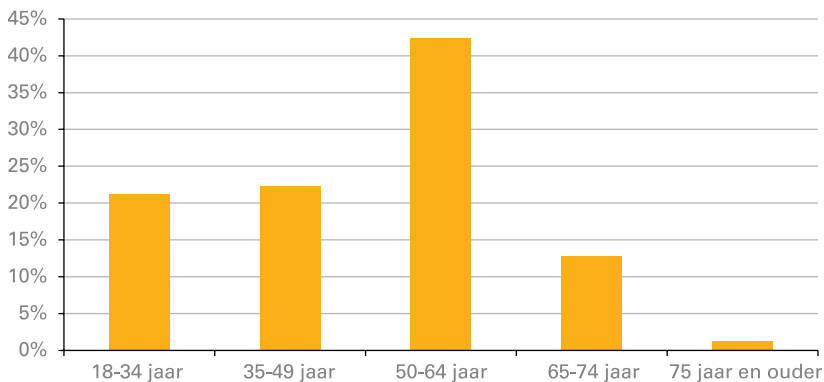
De Amerikaanse markt komt met 625.000 overnachtingen op de zesde plaats van buitenlandse markten in Vlaanderen. De vrijetijdsovernachtingen zijn goed voor 275.000 overnachtingen. Het gros van de Amerikanen is dus om zakelijke redenen in Vlaanderen. Over de laatste vijf jaar is er een beperkte jaarlijkse groei van gemiddeld +1% geweest. Deze groei werd echter enkel gegeneerd gedurende de twee recentste jaren. De meeste Amerikaanse overnachtingen vinden we in de kunststeden (87%).

Het grootste deel van de Amerikanen, 23%, is afkomstig van New York en haar omgeving. Chicago is het tweede belangrijkste herkomstgebied met 18%.

4.9.1 Profielbeschrijving

De bevraagde Amerikanen behoren met een gemiddelde leeftijd van 49 jaar tot de oudste toeristen in de kunststeden, samen met de Britten en de Duitsers. 43% van de Amerikaanse toeristen is medior. Bij geen enkele andere markt ligt dit aandeel zo hoog. Ook de 65-plussers zijn bijna bij geen enkele andere markt zo sterk vertegenwoordigd. Hun aandeel bij de Amerikanen bedraagt 14%. Hoewel de groep 35- tot 50 jarigen de op een na grootste is, is het vooral deze die in vergelijking met de andere nationaliteiten minder goed is vertegenwoordigd.

Figuur 68: Leeftijd van de ondervraagde Amerikaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



Het grootste deel van de Amerikaanse toeristen, ongeveer een derde, leeft in een gezin waarvan het gezinshoofd kaderlid of ondernemer is of een vrij beroep uitoefent. 27% is bediende. Zelfstandigen en gepensioneerden hebben ongeveer een even groot aandeel.

Van die gezinshoofden heeft 63% universitaire studies genoten. Nog eens een derde heeft verder gestudeerd buiten de universiteit. 96% van de Amerikaanse toeristen in de kunststeden leeft dus in een gezin met een gezinshoofd dat een diploma hoger dan het middelbaar behaald heeft. Enkel de Japanse toeristen evenaren dit.

Tabel 102: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Amerikaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

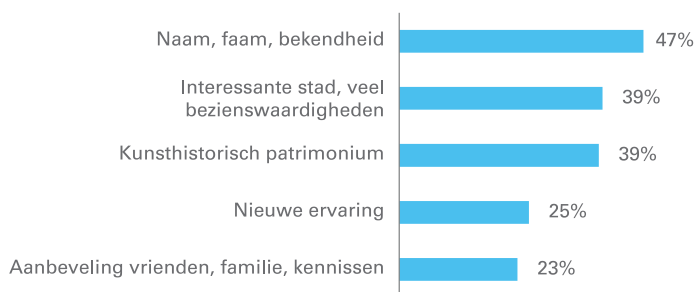
Beroep gezinshoofd	kunststeden
Arbeider	1%
Bediende	27%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	34%
Zelfstandige	17%
(Brug)gepensioneerde	16%
Andere	5%
Totaal	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd	
Lager onderwijs of lagere humaniora	0%
Hogere humaniora	3%
Hoger niet-universitair onderwijs	33%
Universitair onderwijs	63%
Totaal	100%

4.9.2 Concurrentiepositie en motivatie

De Amerikanen zijn heel zeker over hun keuze voor de Vlaamse kunststeden. Slechts 1% had een alternatief.

Bijna de helft van de Amerikaanse toeristen vernoemt de bekendheid van de steden als motivatie om naar de kunststeden te komen. Bij verschillende andere nationaliteiten zien we een gelijkaardig percentage. De bezienswaardigheden en het kunsthistorisch patrimonium worden elk door bijna 40% van de Amerikaanse respondenten genoemd. Een vierde wil een nieuwe ervaring opdoen en 23% komt op aanraden van vrienden, familie of kennissen. Opvallend is ook dat 21% zegt dat ze in de steden zijn omdat het in het reispakket zit, zonder er echt specifiek voor te hebben gekozen.

Figuur 69: Top 5 motivaties van de Amerikaanse toeristen in de kunststeden



4.9.3 Kenmerken van de trip

Net zoals de andere toeristen reizen ook zo goed als alle Amerikanen zonder kinderen naar de kunststeden. Gemiddeld bestaat het gezelschap uit 2,2 leden waarvan er 1,7 tot hetzelfde gezin behoren.

Tabel 103: Reisgezelschap van de Amerikaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Gezin/gezelschap met kinderen	4%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	96%
Totaal	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	1,7
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,2

De belangrijkste luchthaven van aankomst voor de Amerikanen is Zaventem met 39%. Ook Schiphol wordt veel gebruikt, in 27% van de gevallen. Parijs en Londen spelen eveneens een niet onbelangrijke rol. De Duitse luchthavens daarentegen zijn zo goed als verwaarloosbaar.

Tabel 104: Luchthaven van aankomst in Europa van de Amerikaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Brussels Airport – Zaventem	39%
Amsterdam Airport – Schiphol	27%
Frankfurt Airport	3%
Düsseldorf – International	1%
Parijs – Orly/Charles de Gaulle	15%
Londen – Heathrow/Gatwick/Stansted	11%
Andere luchthaven	3%
Totaal	100%

96% van de Amerikaanse toeristen in de steden heeft het logies vooraf geboekt. De rechtstreekse boekingen zijn goed voor 14%. De overige 82% boekt via bemiddeling. De helft van alle Amerikanen heeft geboekt via een reisbureau en 30% via een online travel agency zoals booking.com of hotels.com. De meeste andere nationaliteiten boeken minder via een reisbureau, de Spanjaarden zijn vergelijkbaar en de Japanners doen dit nog frequenter.

59% van de Amerikanen heeft voor het maken van zijn boeking gebruik gemaakt van het internet.

Tabel 105: Logiesreservatie van de Amerikaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet op voorhand geboekt	4%
Rechtstreeks bij de uitbater	14%
Via bemiddeling:	82%
Boekingssite, online travel agent	30%
Reisbureau, touroperator	50%
Andere	2%
Totaal	100%

4.9.4 Geraadpleegde informatiebronnen

Vier vijfde van de Amerikaanse toeristen heeft zich voorbereid op zijn trip naar de kunststeden en heeft dus minstens een informatiebron geraadpleegd.

De belangrijkste informatiebron is online informatie. 61% van de Amerikanen gebruikt het internet. De op een na meest genoemde informatiebron is vrienden, familie en kennissen, met 38%. Meer dan een vierde heeft gebruik gemaakt van een brochure of ander drukwerk. De enige andere bron die nog belang heeft, is de reisgids. Met 12% behoren de Amerikanen tot de groep nationaliteiten die hier relatief veel gebruik van maakt.

Tabel 106: Informatiebronnen van de Amerikaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	21%
Wel geïnformeerd	79%
Totaal	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):	
Online informatie en websites	61%
TV, radio of geschreven pers	3%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	38%
Brochures, folders, drukwerk	28%
Reisgids, toeristische gids	12%
Andere informatie	1%

4.9.5 Activiteiten

De Amerikanen doen in de kunststeden gemiddeld 6,5 activiteiten. Enkel de Spanjaarden en Scandinaviërs zijn nog actiever. Zoals ook bij alle andere nationaliteiten wordt wandelen in de binnenstad bijna door alle Amerikaanse toeristen genoemd. Historische gebouwen (87%) en kathedralen (80%) worden ook zeer veel bezocht. De Amerikaanse toeristen houden tevens van musea bezoeken, terrasjes doen en proeven van de gastronomie. Deze drie activiteiten worden elk door ongeveer zes op de tien Amerikanen genoemd. Vooral het bezoeken van musea ligt hoog in vergelijking met de meeste andere markten. In vergelijking met de andere markten in de kunststeden

maken de Amerikanen ook het vaakst een boottochtje (25%).

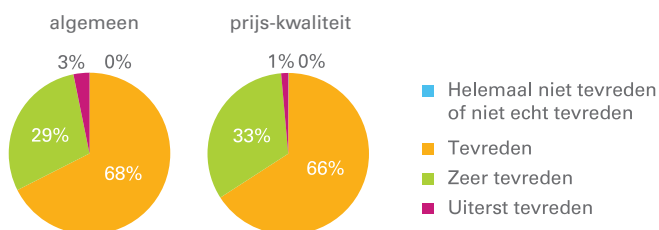
De Amerikanen zijn ook fervente excursionisten. 58% gaat op daguitstap naar ergens anders in Vlaanderen, zo goed als altijd een andere kunststad. Enkel de Japanse toeristen gaan nog meer op excursie.

4.9.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

Geen enkele Amerikaan is ontevreden over zijn verblijf in de kunststeden. 68% zegt tevreden te zijn en 29% is zeer tevreden. Dit levert een score van 3,4 op 5. Enkel de Nederlanders geven een hogere score.

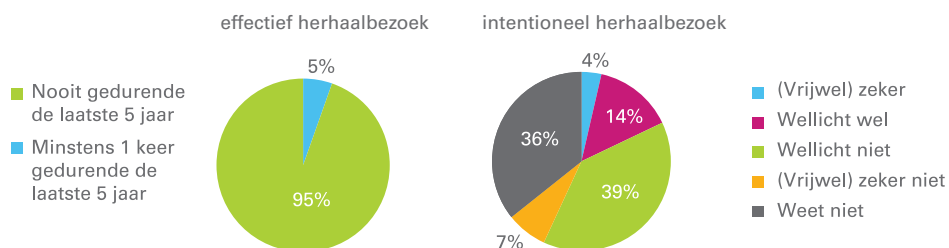
Een derde van de Amerikaanse toeristen is zeer tevreden over de geboden prijs-kwaliteitverhouding van hun vakantie in de kunststeden. De andere twee derde is tevreden. In totaal zorgt dit voor een score van 3,4 op 5.

Figuur 70: Tevredenheid, algemeen en over de prijs-kwaliteitverhouding, van de Amerikaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



De meeste Amerikaanse toeristen zijn voor het eerst in een van de kunststeden. 5% was hier de voorbije 5 jaar al eens op vakantie, het laagste percentage van alle markten. Het grootste deel zal niet meteen terugkeren. 46% zal zeker of wellicht niet terugkeren. Verrassend is dit niet gezien de grote afstand. Slechts 18% zal wellicht of vrijwel zeker terugkeren.

Figuur 71: Effectief* en intentioneel** herhaalbezoek van de Amerikaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



* De afgelopen 5 jaar

** Binnen dit en 3 jaar

4.9.7 Bestedingen

De Amerikaanse toeristen geven in de kunststeden gemiddeld 128 euro per persoon per nacht uit. Het grootste deel hiervan gaat naar maaltijden, drank en voeding. Op de tweede plaats komen de uitgaven voor het logies. In vergelijking met de andere nationaliteiten is 128 euro eerder laag, het gemiddelde is 142 euro. Enkel Spaanse en Scandinavische toeristen spenderen nog minder.

Tabel 107: Gemiddelde bestedingen van de Amerikaanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kunststeden
Logies	35
Maaltijden, drank en voeding	51
Attracties en ontspanning	13
Verplaatsingen	3
Shopping	26
Andere uitgaven	0
Totaal	128

4.10 De Japanse markt

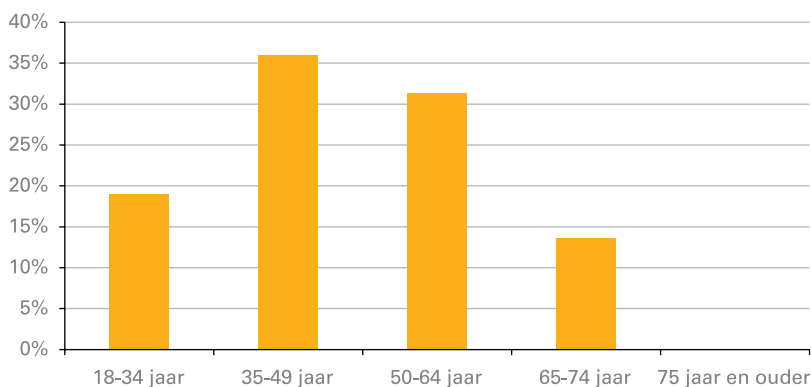
De Japanners genereren in 2011 172.000 overnachtingen in Vlaanderen waarvan 99.000 vrijetijds-overnachtingen. Het laatste decennium kent de Japanse markt een aanzienlijke daling. Maar in 2011 werd die trend gebroken en is er weer een toename. 90% van de Japanse overnachtingen vindt plaats in de kunststeden.

Een overgrote meerderheid van de Japanse toeristen in de kunststeden, 70%, is afkomstig uit Tokyo en omgeving. De regio Osaka is goed voor 11% en de regio Nagoya voor 9%.

4.10.1 Profielbeschrijving

De Japanse respondent in de kunststeden is gemiddeld 48 jaar oud. De Japanners die de kunststeden bezoeken, behoren meestal tot de middelste leeftijdscategorieën. Wel is het zo dat in vergelijking met de andere leeftijdscategorieën de oudere groep 65- tot 75-jarigen het best vertegenwoordigd is. Japanners van 75 en ouder komen dan weer niet naar de kunststeden.

Figuur 72: Leeftijd van de ondervraagde Japanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



Meer dan de helft (53%) van de Japanse toeristen in de kunststeden leeft in een gezin waarvan het gezinshoofd kaderlid of ondernemer is of een vrij beroep uitoefent. Bij geen enkele andere nationaliteit is dit aandeel zo groot. Een vierde van de gezinshoofden is bediende. De zelfstandigen hebben dan weer een opvallend laag aandeel.

Zo goed als alle gezinshoofden hebben een studie afgewerkt hoger dan het humaniora. 70% heeft zelfs een universitair diploma.

Tabel 108: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Japanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

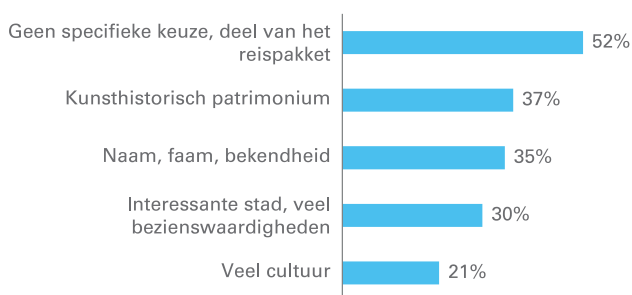
Beroep gezinshoofd	kunststeden
Arbeider	1%
Bediende	25%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	53%
Zelfstandige	6%
(Brug)gepensioneerde	15%
Andere	0%
Totaal	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd	
Lager onderwijs of lagere humaniora	0%
Hogere humaniora	3%
Hoger niet-universitair onderwijs	27%
Universitair onderwijs	70%
Totaal	100%

4.10.2 Concurrentiepositie en motivatie

Onder de Japanse toeristen was er geen enkele die een andere bestemming overwogen had. Bij geen enkele andere nationaliteit komt dit voor.

De Japanse toeristen geven gemiddeld 2,2 motivaties om te komen naar de kunststeden, het minst van alle markten. Opvallend, meer dan de helft van hen bezoekt onze kunststeden omdat het in het reispakket zit. Het kunsthistorisch patrimonium is de tweede meest genoemde reden. De bekendheid van de steden komt op de derde plaats. Ook de vele bezienswaardigheden zijn van belang.

Figuur 73: Top 5 motivaties van de Japanse toeristen in de kunststeden



4.10.3 Kenmerken van de trip

Zo goed als alle Japanse reisgezelschappen zijn op reis zonder kinderen. De gemiddelde grootte van het gezelschap bedraagt 2,1 personen. Gemiddeld 1,9 personen behoren tot hetzelfde gezin. Japanners hebben de grootste groep soloreizigers, 15% is alleen op pad.

Tabel 109: Reisgezelschap van de Japanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Gezin/gezelschap met kinderen	5%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	95%
Totaal	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	1,9
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,1

Japanners komen uiteraard met het vliegtuig naar Europa. Door het ontbreken van een rechtstreekse verbinding en door het grote aandeel georganiseerde groepsreizen in Europa komen velen via andere landen. Het grootste deel van de Japanse toeristen (43%) komt via Schiphol. Ver daarachter volgen Parijs en Düsseldorf. Daarna pas komt Zaventem. Zij die op Zaventem landden maakten minstens een tussenstop in een andere luchthaven.

Tabel 110: Luchthaven van aankomst in Europa van de Japanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Brussels Airport – Zaventem	10%
Amsterdam Airport – Schiphol	43%
Frankfurt Airport	4%
Düsseldorf – International	13%
Parijs – Orly/Charles de Gaulle	17%
Londen – Heathrow/Gatwick/Stansted	7%
Andere luchthaven	4%
Totaal	100%

Alle Japanners hebben hun logies vooraf geboekt. Slechts 3% heeft zijn verblijf rechtstreeks bij de logiesuitbater vastgelegd. De anderen, bijna iedereen dus, rekenen op een bemiddelaar. 77% heeft gebruik gemaakt van het klassieke reisbureau en 18% van een online travel agency. Bij geen enkele andere nationaliteit is het reisbureau zo belangrijk.

Minder dan de helft van de Japanse toeristen, slechts 44%, heeft voor zijn boeking gebruik gemaakt van het internet. Toeristen uit andere markten boeken veel meer online.

Tabel 111: Logiesreservatie van de Japanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet op voorhand geboekt	0%
Rechtstreeks bij de uitbater	3%
Via bemiddeling:	97%
Boekingssite, online travel agent	18%
Reisbureau, touroperator	77%
Andere	1%
Totaal	100%

4.10.4 Geraadpleegde informatiebronnen

De Japanse toeristen bereiden zich niet zo vaak voor op hun trip, waarschijnlijk deels doordat de reis in vele gevallen onder begeleiding gebeurt. Net niet de helft heeft een bron geraadpleegd. 27% heeft informatie opgezocht op internet, de belangrijkste informatiebron. In vergelijking met de andere nationaliteiten is dit weinig. Een kwart van wie zich voorbereidt, gebruikt een brochure. Andere bronnen zijn minder van belang.

Tabel 112: Informatiebronnen van de Japanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	52%
Wel geïnformeerd	48%
Totaal	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):	
Online informatie en websites	27%
TV, radio of geschreven pers	1%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	10%
Brochures, folders, drukwerk	26%
Reisgids, toeristische gids	8%
Andere informatie	0%

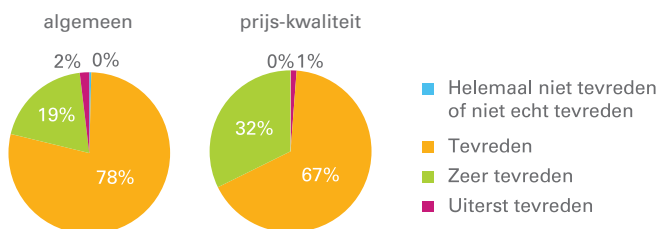
4.10.5 Activiteiten

Opvallend is dat Japanners eerder kathedralen (95%) en historische gebouwen (94%) bezoeken dan gaan wandelen in de binnenstad (92%). Bij geen enkele andere markt staat wandelen in de binnenstad niet op de eerste plaats. Ook bezoeken ze vaak musea (65%). Een terrasje meepikken en genieten van de gastronomie worden door iets minder dan de helft van de Japanse toeristen in de kunststeden genoemd. Voor deze laatste activiteiten is dit in vergelijking met de andere markten een lage score. De 45% die begeleid heeft rondgewandeld in de stad is dan weer relatief hoog. Japanse toeristen zijn ook fervente excursionisten. 61% gaat op daguitstap in Vlaanderen, zo goed als altijd naar een kunststad. Bij geen enkele andere markt zijn excursies zo populair.

4.10.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

Alle Japanse toeristen zijn minstens tevreden over hun verblijf in de kunststeden. Het grootste deel (78%) is gewoon tevreden. Dit zorgt voor een score van 3,2 op 5, iets lager dan het gemiddelde. Ongeveer een derde van de Japanse toeristen is zeer tevreden over de geboden prijs-kwaliteitverhouding van hun vakantie in de kunststeden. Bijna al de anderen zijn tevreden. In totaal zorgt dit voor een score van 3,3 op 5.

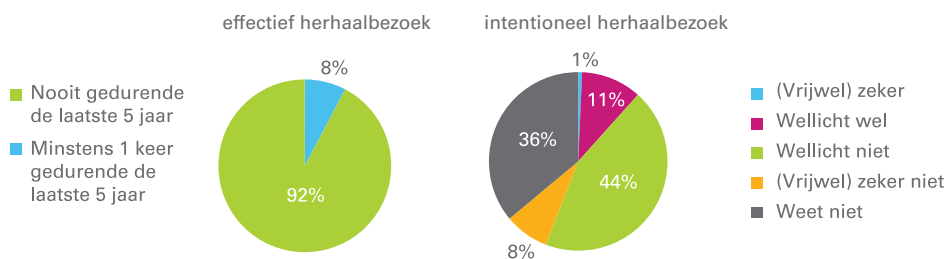
Figuur 74: Tevredenheid, algemeen en over de prijs-kwaliteitverhouding, van de Japanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



92% van de Japanners is voor het eerst in de kunststeden.

Slechts 12% zegt wellicht of zeker wel terug te keren. Meer dan de helft weet nu al dat ze wellicht of zeker niet zullen terugkeren.

Figuur 75: Effectief* en intentioneel** herhaalbezoek van de Japanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



* De afgelopen 5 jaar

** Binnen dit en 3 jaar

4.10.7 Bestedingen

De Japanse toeristen besteden gemiddeld 135 euro per persoon per nacht in de Vlaamse kunststeden. Het grootste deel hiervan gaat naar logies. Weinig andere nationaliteiten spenderen hier meer aan, bovendien zijn er maar weinig nationaliteiten die meer uitgeven aan logies dan aan maaltijden, drank en voeding. 38 euro spenderen de Japanse toeristen aan maaltijden, drank en voeding. Aan shopping geven ze 26 euro uit.

Tabel 113: Gemiddelde bestedingen van de Japanse recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kunststeden
Logies	55
Maaltijden, drank en voeding	38
Attracties en ontspanning	15
Verplaatsingen	0
Shopping	26
Andere uitgaven	0
Totaal	135

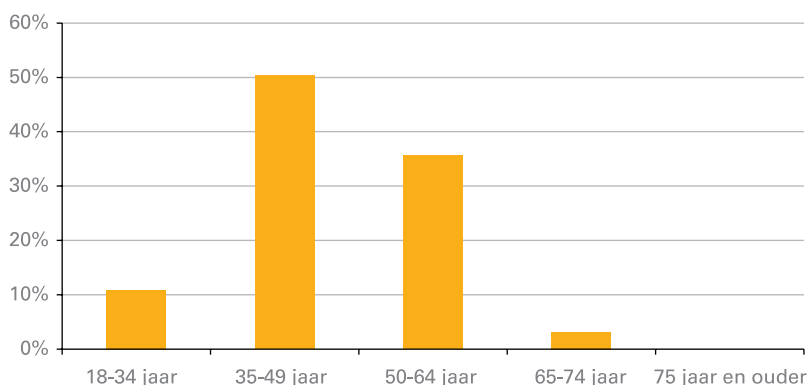
4.11 De Scandinavische markt

De Scandinavische markt die hier onderzocht is, bestaat uit Zweden en Denemarken. De Zweedse en Deense markt zorgen samen voor 226.000 overnachtingen in 2011 in Vlaanderen. Hiervan is Zweden goed voor 54%. Van de 226.000 overnachtingen zijn er 101.000 met vrije tijd als motief. De afgelopen jaren kent de Zweedse markt een licht dalende trend, terwijl die voor Denemarken stijgt. Meer dan vier vijfde van de Scandinavische overnachtingen vindt plaats in de kunststeden. 33% van de Scandinavische toeristen is afkomstig uit de regio Kopenhagen, de regio Stockholm is goed voor 23% en Göteborg voor 22%.

4.11.1 Profielbeschrijving

De gemiddelde leeftijd van de bevroagde Scandinaviërs in onze kunststeden is 45 jaar. De helft van de Scandinavische respondenten is tussen 35 en 50 jaar oud. De groep 50 tot en met 64 jaar oud is ook sterk vertegenwoordigd met 35%. Zowel de jongeren als de ouderen zijn veel minder aanwezig in onze kunststeden.

Figuur 76: Leeftijd van de ondervraagde Scandinavische recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



Meer dan de helft van de Scandinaviërs in onze kunststeden leeft in een gezin met een bediende als gezinshoofd. Enkel bij de Italiaanse toeristen zijn de bedienden nog sterker vertegenwoordigd. Een vierde van de gezinshoofden is kaderlid, ondernemer of heeft een vrij beroep. Opmerkelijk is de lage score voor de gepensioneerden. Geen enkele andere nationaliteit telt minder gepensioneerde gezinshoofden.

Negen op de tien gezinshoofden heeft hogere studies gedaan. Universiteit en hogeschool zijn daarbij ongeveer evenwaardig.

Tabel 114: Beroep en opleidingsniveau gezinshoofd van de Scandinavische recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

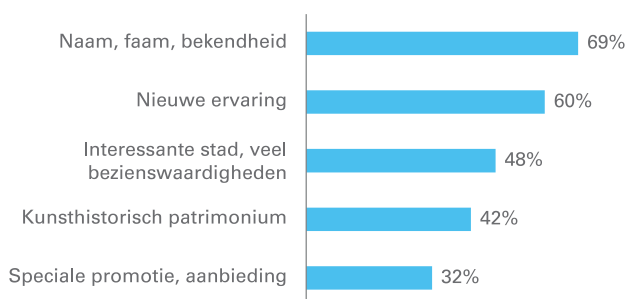
Beroep gezinshoofd	kunststeden
Arbeider	1%
Bediende	54%
Kaderlid, ondernemer, vrij beroep	26%
Zelfstandige	9%
(Brug)gepensioneerde	7%
Andere	3%
Totaal	100%
Opleidingsniveau gezinshoofd	
Lager onderwijs of lagere humaniora	3%
Hogere humaniora	7%
Hoger niet-universitair onderwijs	46%
Universitair onderwijs	44%
Totaal	100%

4.11.2 Concurrentiepositie en motivatie

De Zweden en de Denen zijn zeker van de keuze voor hun bestemming. Slechts 2% overwoog een alternatief.

Gemiddeld noemen de Scandinaviërs 3 motivaties om naar de kunststeden af te zakken. De naam en faam van de steden en een nieuwe ervaring opdoen zijn de meest genoemde motivaties om te komen. Beide worden door meer dan 60% van de Scandinavische toeristen genoemd, wat veel is in vergelijking met de meeste andere markten. Ook de vele bezienswaardigheden en het kunsthistorisch patrimonium hebben een sterke aantrekkingskracht. Tegenover de meeste andere markten valt ook de invloed van promoties op. Enkel Italianen zijn hierdoor nog iets meer beïnvloed.

Figuur 77: Top 5 motivaties van de Scandinavische toeristen in de kunststeden



4.11.3 Kenmerken van de trip

De overgrote meerderheid van de Scandinavische toeristen in onze kunststeden is op stap zonder kinderen. De gemiddelde grootte van het gezelschap bedraagt 2,2 personen waarvan 1,7 personen tot hetzelfde gezin behoren. Dit zijn gezelschappen van gemiddelde grootte.

Tabel 115: Reisgezelschap van de Scandinavische recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Gezin/gezelschap met kinderen	7%
Gezin/gezelschap zonder kinderen	93%
Totaal	100%
Gemiddelde grootte van het gezin	1,7
Gemiddelde grootte van het gezelschap	2,2

Vier vijfde van de Scandinavische verblijfstoeristen heeft het vliegtuig genomen om naar Vlaanderen te komen. Meer dan negen op de tien van hen vlogen op Zaventem. Charleroi ontving slechts 6%. 15% is zelf met de wagen gekomen.

Tabel 116: Transportmiddel van de Scandinavische recreatieve verblijfstoerist naar de kunststeden

	Kunststeden
Wagen	15%
Gewone trein	0%
HST, Thalys of Eurostar	0%
Touringcar	4%
Vliegtuig	80%
Totaal	100%

Alle Scandinavische toeristen hebben hun logies in de kunststeden vooraf geboekt. 19% van de Zweden en Denen heeft dit rechtstreeks bij de uitbater gedaan, 81% via een of andere intermediair. Meer dan de helft boekte via een online travel agency. Het reisbureau is ook belangrijk met een aandeel van 22%.

Om te boeken heeft 70% gebruik gemaakt van het internet.

Tabel 117: Logiesreservatie van de Scandinavische recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet op voorhand geboekt	0%
Rechtstreeks bij de uitbater	19%
Via bemiddeling:	81%
Boekingssite, online travel agent	54%
Reisbureau, touroperator	22%
Andere	4%
Totaal	100%

4.11.4 Geraadpleegde informatiebronnen

96% van de Scandinavische toeristen komt voorbereid naar onze kunststeden.

Meer dan vier vijfde gebruikte hiervoor het internet. Opvallend, 63% heeft gebruik gemaakt van een website van Toerisme Vlaanderen. Geen enkele andere nationaliteit maakt zo veel gebruik van deze site. Dat kan gelinkt zijn aan het feit dat ook een kwart van hen zich een artikel in een magazine of tijdschrift herinnert. In totaal noemt 29% de pers als een informatiebron. In vergelijking met de andere nationaliteiten is dit een hoog percentage. Ook familie, vrienden en kennissen zijn informatiebronnen voor 59% van de Scandinavische toeristen. Nergens speelt deze bron een grotere rol. 42% van de reizende Scandinaviërs in Vlaanderen gebruikt brochures en folders.

Tabel 118: Informatiebronnen van de Scandinavische recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden

	kunststeden
Niet geïnformeerd/Eigen ervaring	4%
Wel geïnformeerd	96%
Totaal	100%
Details wel geïnformeerd (op totale basis):	
Online informatie en websites	83%
TV, radio of geschreven pers	29%
Informele kanalen (familie, vrienden en kennissen)	59%
Brochures, folders, drukwerk	42%
Reisgids, toeristische gids	1%
Andere informatie	3%

4.11.5 Activiteiten

Scandinaviërs ondernemen gemiddeld 6,8 activiteiten. Enkel de Spanjaarden evenaren dit hoge aantal. Zo goed als alle Scandinavische toeristen gaan wandelen in de binnenstad. Het bezoeken van monumenten (91%), kerken en kathedralen (69%) en musea (69%) scoren hoog. Ook begeleide stadswandelingen (35%) en stadsrondritten per koets of bus (24%) doen het heel goed in vergelijking met de andere markten. Opvallend is de heel hoge score van gastronomie, 87%. Geen enkele

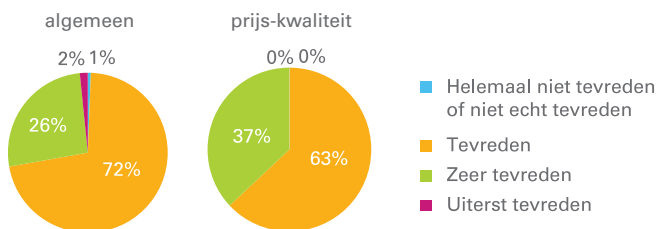
andere markt vernoemt deze activiteit zo vaak. Daaraan gerelateerd houden de Scandinavische toeristen ook duidelijk van terrasjes (67%). Enkel bij de Britten ligt dit percentage hoger. Ook degustatie van streekspecialiteiten is populair bij de Scandinaviërs (32%) in vergelijking met de andere toeristen. Naast de activiteiten in de kunststad waar ze verblijven, onderneemt een derde een excursie naar een andere plaats in Vlaanderen. Dit is zo goed als altijd naar een andere kunststad.

4.11.6 Tevredenheid en herhaalbezoek

72% van de Scandinavische toeristen is tevreden over zijn verblijf in de kunststeden, 26% is zeer tevreden en 2% is uiterst tevreden. Bijna niemand is niet tevreden. Dit zorgt voor een score van 3,3 op 5.

Alle Scandinavische verblijfstoeristen zijn tevreden over de prijs-kwaliteit in de kunststeden. 63% is hier gewoon tevreden over en 37% is zeer tevreden. Niemand is uiterst tevreden. Hiermee wordt niet afgeweken van de doorsnee toerist. De kunststeden krijgen dan ook een doorsnee score van 3,4 op 5.

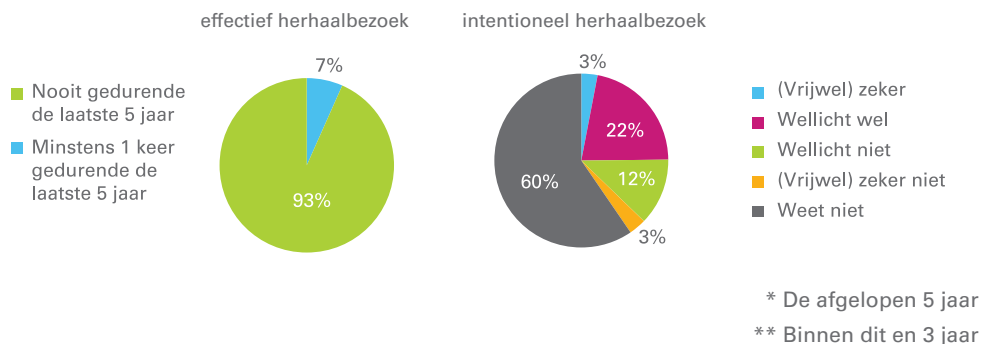
Figuur 78: Tevredenheid, algemeen en over de prijs-kwaliteitverhouding, van de Scandinavische recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



Van de Scandinavische toeristen in onze kunststeden is 93% er voor de eerste keer. Dit is hoog in vergelijking met de andere markten.

60% weet niet of ze nog zullen terugkeren. Ook dit is een hoog percentage. Enkel de Spanjaarden zijn hierover nog onzekerder.

Figuur 79: Effectief* en intentioneel** herhaalbezoek van de Scandinavische recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden



4.11.7 Bestedingen

De Scandinavische toeristen spenderen gemiddeld 92 euro per persoon per nacht. Het grootste deel, 30 euro, gaat naar maaltijden en dranken. Nog geen 2 euro minder besteden ze aan hun logies. Ook aan shopping wordt een groot deel uitgegeven.

De Scandinaviërs besteden van alle nationaliteiten het minst, zelfs 25 euro minder dan de op een na laagste, de Spanjaarden. De lage besteding geldt voor alle categorieën. Uit de motivatie bleek al dat de Scandinaviërs gevoelig zijn voor promoties.

Tabel 119: Gemiddelde bestedingen van de Scandinavische recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen

Bestedingen, per persoon per nacht (euro)	kunststeden
Logies	28
Maaltijden/drank	30
Attracties	8
Verplaatsingen	4
Shopping	23
Andere	0
Totaal	92

4.12 De Oostenrijkse, Russische en Indische markt

Om een zo goed en compleet mogelijk beeld te hebben van de toerist in Vlaanderen, werden ook Oostenrijkse, Russische en Indische toeristen bevroegd. Toerisme Vlaanderen voert op deze markten eveneens een actieve marktwerking maar de steekproefgrootte is kleiner, waardoor we minder in detail resultaten kunnen tonen. In dit hoofdstuk willen we een aantal opvallende feiten over deze toeristen meegeven. Het gaat om een aantal indicatieve conclusies op basis van de vergelijking met de andere markten.

4.12.1 De Oostenrijkse markt

De Oostenrijkers komen niet specifiek uit één regio van het land. Ze zorgen voor 75.000 overnachtingen waarvan bijna de helft een vrijtijdsmotief heeft.

De Oostenrijkers hebben geen opvallende profielkenmerken. Meer dan de andere nationaliteiten komen de Oostenrijkers omdat ze de steden interessant vinden met veel bezienswaardigheden en om een nieuwe ervaring op te doen.

Om te boeken maken de Oostenrijkers zeer veel gebruik van een online travel agent. Ze informeren zich meer dan anderen via internet (70% ten opzichte van 54% gemiddeld), en de helft van de Oostenrijkers bezocht een website van Toerisme Vlaanderen. Maar ook de klassieke media zijn belangrijk. Geen enkele andere nationaliteit maakt meer gebruik van de geschreven pers. Ook de informele bronnen en de reisgids spelen in vergelijking met de andere nationaliteiten een grote rol. Eens in de kunststeden houden de Oostenrijkers in vergelijking met de andere nationaliteiten, duidelijk minder van shoppen en terrasjes doen. Oostenrijkers besteden gemiddeld wat meer dan de meeste andere markten, vooral aan logeren en attracties.

4.12.2 De Russische markt

De Russische toeristen in de Vlaamse kunststeden zijn hoofdzakelijk afkomstig uit de hoofdstad en haar omgeving. In totaal zijn er in 2011 163.000 Russische overnachtingen in Vlaanderen geteld, waarvan 94.000 in het kader van vakantie.

De Russen hebben een opvallend profiel. Bij geen enkele andere nationaliteit is de leeftijdscategorie 35 tot 49 jaar zo sterk vertegenwoordigd, bijna zes op de tien. Ze komen uit een gezin waarvan het gezinshoofd heel hoog opgeleid is met de op een na sterkste vertegenwoordiging van universitaires (65%). Enkel de Japanners scoren nog hoger. Dit komt ook naar voor bij het beroep van het gezinshoofd. Het gaat veelal om kaderleden, ondernemers of beoefenaars van een vrij beroep. De Russische toerist valt niet op bij de redenen om te komen. Ook de activiteiten die hij of zij doet springen niet in het oog.

De Russen blijken, samen met de Indiërs, het minst tevreden over de prijs-kwaliteit. Zij geven de kunststeden een 3,0 op 5, wat minder is dan het gemiddelde van 3,4.

De Russen zijn de op twee na hoogste besteders (158 euro per persoon per nacht). Het bedrag voor shopping (42 euro per persoon per nacht) is relatief hoog maar niet het hoogste van alle markten. Fransen en Belgen geven hier nog meer aan uit.

4.12.3 De Indische markt

De Indische markt is goed voor 94.000 overnachtingen in Vlaanderen. Bijna de helft heeft een vrijetijdsmotief. De Indische toeristen in de kunststeden wonen voornamelijk in Mumbai of Delhi.

Bij geen enkele andere nationaliteit zijn de 65- tot 74-jarigen zo goed vertegenwoordigd (16% tegenover 9% gemiddeld). Toch is de gemiddelde leeftijd niet afwijkend. Bij geen enkele andere nationaliteit spelen familie, vrienden en kennissen zo'n belangrijke rol als motivatiebron (34%). De Indiërs noemen deze ook als belangrijkste informatiebron. Indiërs raadplegen wel gemiddeld weinig bronnen. Het boeken van hun reis doen ze dan weer opvallend weinig via het internet. Op het vlak van activiteiten vallen ze niet op.

De Indiërs blijken, samen met de Russen, het minst tevreden te zijn over de prijs-kwaliteit. Zij geven de kunststeden een 3,0 op 5, wat minder is dan het gemiddelde van 3,4.

Indiërs geven het meest van alle toeristen uit aan hun logies (68 euro per persoon per nacht). Op andere vlakken geven ze echter weinig uit waardoor het totale bestede bedrag eerder laag is.

Verklarende woordenlijst

Camping – Een camping is een terrein of een deel van een terrein, dat uitgerust is om met een eigen tent, kampeervrouwwagen, toercaravan of motorhome voor korte periodes te verblijven en te overnachten met toeristisch oogmerk. Een camping valt in het logiesdecreet onder de categorie van openluchtrecreatief terrein.

Ook vaste constructies zoals stacaravans en chalets kunnen deel uitmaken van de camping of kunnen het geheel van de camping uitmaken, voor zover de campingeigenaar deze vaste constructies in eigendom heeft of verhuurgemachtigde is en deze voor kortere periodes aan toeristen te huur aanbiedt.

Aan dezelfde voorwaarde kunnen bungalows deel uitmaken van de camping voor zover het aantal van dergelijke bungalowstandplaatsen minder dan de helft van het totale aantal standplaatsen uitmaakt dat voor korte periodes aan toeristen aangeboden wordt.

De camping wordt beheerd als een integraal geheel, is voor het seizoen of het ganse jaar toegankelijk en beschikt over de nodige permanente sanitaire en utilitaire voorzieningen.

Gastenkamer – Een gastenkamerexploitatie telt één tot maximum 15 afgescheiden en uitgeruste kamers waar maximum 32 toeristen kunnen overnachten. De gastenkamers maken deel uit van de ééngezinswoning van de exploitant of ze liggen in de aanpalende bijgebouwen van die woning.

De exploitant heeft zijn hoofdverblijfplaats in het toeristisch logies.

De ruimte waar de logerende toeristen terecht kunnen voor hun ontbijt en eventueel andere maaltijden, is niet toegankelijk voor derden. Deze ruimte kan dus geen enkele vorm van café of restaurant aannemen.

Hotel – Een hotel beschikt over minstens vier kamers. De kamers en de sanitaire voorzieningen worden dagelijks onderhouden.

Er is ontbijtmogelijkheid. Andere maaltijden dan het ontbijt worden in een afzonderlijke ruimte geserveerd. Toeristen hebben geen toegang tot de keuken.

Het hotel is tijdens de openingsperiode permanent toegankelijk.

De exploitant of iemand van het management staat permanent ter beschikking van de toeristen tijdens hun verblijf.

Hostel – Deze logiescategorie is een onderdeel van Toerisme voor Allen - logies en maakt in de overnachtingsstatistieken deel uit van de 'jeugdlogies' binnen de 'logies voor doelgroepen'. Jeugdlogies kan worden omschreven als verblijfstoeristische accommodatie waarin overwegend door de jeugd gelogeed wordt. Bij hostels zijn individuele jongeren een belangrijke doelgroep. Binnen het Toerisme voor Allen - decreet krijgen hostels een aparte erkenning.

Logiesdecreet - Het Vlaamse Toeristische Logiesdecreet (2010) zorgt voor één overkoepelende regelgeving voor alle vormen van verblijfsaccommodatie op de toeristische markt. Het streeft naar een kwaliteitsverhoging en kwaliteitsgarantie van het hele toeristische logiesaanbod. Het Toeristische Logiesdecreet onderscheidt en definieert vijf categorieën: hotels, openluchtrecreatieve terreinen,

gastenkamers, vakantiewoningen en vakantie-logies. Het vervangt het Hoteldecreet (1984) en het Kampeerdecreet (1993).

Logies voor doelgroepen – Dit is de verzamelnaam voor het logies dat erkend wordt binnen het Toerisme voor Allen - decreet. Het gaat hier om vakantiecentra en jeugdlogies. Deze logies vallen niet onder het logiesdecreet.

Macrobestemmingen – Dit is de groepeerende term die in de huidige marketing van Vlaanderen wordt gebruikt voor de differentiatie van de verschillende exclusieve toeristische bestemmingen. Concreet wordt Vlaanderen opgedeeld in 3 macrobestemmingen, namelijk: de kust, de kunststeden (Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen) en de Vlaamse regio's.

Medioren – Binnen dit onderzoek is dit de groep van mensen van 50 tot 64 jaar. De term medioren wordt vaak gebruikt binnen de marketing.

n.b. – betekent 'niet beschikbaar'

Online Travel Agent (OTA) – Dit zijn organisaties waarbij een vakantie of logies kan geboekt worden maar die enkel actief zijn op het internet.

Primaire onderzoeksgegevens – Primaire onderzoeksdata zijn menselijke of materiële bronnen voor diepgaand, eigen, onderzoek. In een normale marktonderzoekplanning volgt het verzamelen van primaire gegevens op het exploratief onderzoek waarbij al secundaire bronnen geraadpleegd zijn.

Secundaire onderzoeksgegevens – Secundaire onderzoeksdata zijn menselijke of materiële bronnen die tijdens de exploratieve fase van een marktonderzoek worden geraadpleegd. Het gaat om gegevens die al beschikbaar zijn omdat ze voor een ander doel dan ons specifiek probleem werden verzameld. Voorbeelden zijn: reeds uitgevoerde studies, publicaties, gespreksresultaten met experts, Internet, literatuur, ... Als alle informatiebehoeften kunnen voldaan worden aan de hand van secundaire gegevens, is het verzamelen van primaire gegevens niet noodzakelijk.

Vakantiecentrum – Een vakantiecentrum is een groepering van vaste constructies onder de vorm van kamers, studio's, appartementen en/of bungalows, welke als een integraal geheel beheerd wordt. Zij krijgen een erkenning binnen het Toerisme voor Allen - decreet.

Vakantiewoning – Een vakantiewoning is een uitgeruste woning, studio of appartement, waarvoor een persoonlijk gebruiksrecht wordt verleend. De toerist krijgt de mogelijkheid om zelf zijn maaltijden te bereiden.

Vakantiepark – Een vakantiepark is een architecturaal geheel van vaste verblijven onder de vorm van studio's, appartementen en/of bungalows. Een vakantiepark valt in het logiesdecreet onder de categorie van openlucht recreatieve terreinen.

Het wordt beheerd als een integraal geheel met de bedoeling deze verblijven tijdens het jaar voor korte periodes te verhuren aan toeristen.

Vlaamse kunststeden – Het concept ‘kunststeden’ is één van de drie macrobestemmingen. De zes Vlaamse kunststeden zijn: Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen.

Vlaamse regio’s – Het concept Vlaamse regio’s is één van de drie macrobestemmingen. Geografisch gezien vormen de Vlaamse regio’s het gebied in Vlaanderen dat niet tot de kust of één van de zes kunststeden behoort.

Vlaanderen – De term Vlaanderen staat in dit rapport voor het Vlaamse plus het Brusselse Gewest.

