



TOERISME
VLAANDEREN



REPUTATIEONDERZOEK VLAANDEREN 2024

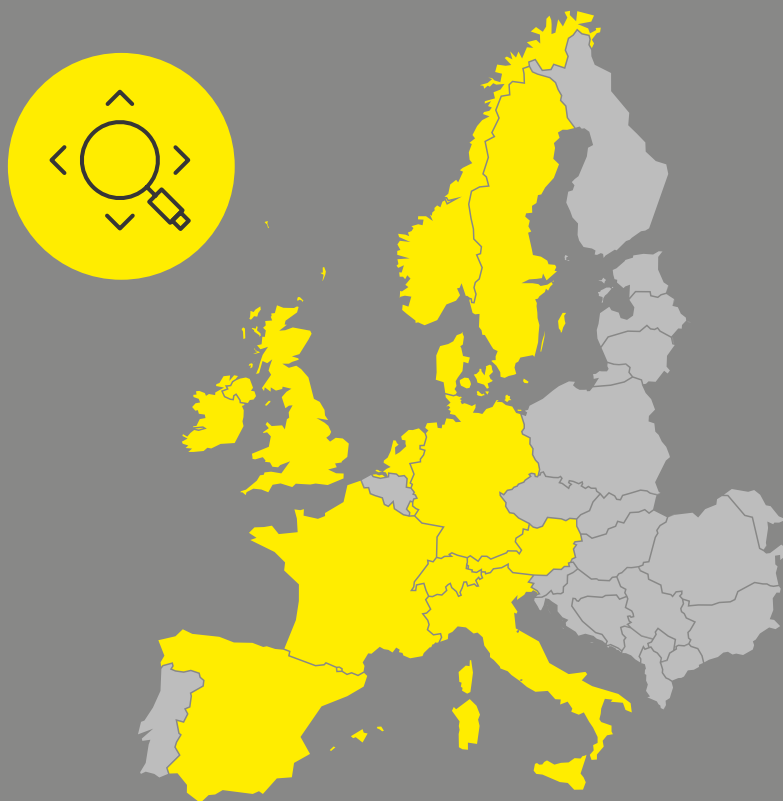


REPUTATIE- ONDERZOEK Vlaanderen 2024

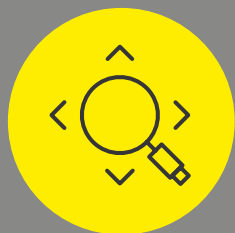
Het Reputatieonderzoek Vlaanderen biedt een helder beeld van hoe Vlaanderen als bestemming wordt gepercipieerd door buitenlandse reizigers. De focus ligt op algemene percepties en motivaties bij reizigers uit twaalf Europese landen en de Verenigde Staten. In deze samenvatting krijgt de lezer een duidelijk overzicht van de sterke punten van Vlaanderen als toeristische regio.



— ONDERZOEKSMETHODOLOGIE



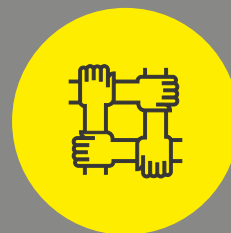
ONLINE ONDERZOEK IN
12 EUROPESE LANDEN + VS



MENSEN DIE NAAR HET BUITENLAND
REISDEN IN DE VOORBIJE 3 JAAR
(N = 1.000 PER MARKT)



RESULTATEN ZIJN
REPRESENTATIEF GEWOGEN
(SOCIO DEMOGRAFISCH + PER MARKT)



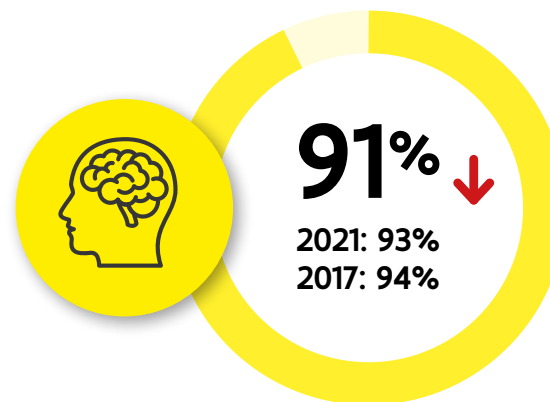
TOTAAL IS DE SOM VAN
DE EUROPESE MARKTEN
(EXCLUSIEF IERLAND)

BEKENDHEID EN BEZOEK: — hoge cijfers met lichte daling

Bij het peilen naar de bekendheid van Vlaanderen, werd een onderscheid gemaakt tussen enerzijds Vlaanderen als regio en bepaalde (kunst)steden (zoals Antwerpen, Brugge en Gent) of regio's (zoals Flanders Fields en Belgisch Limburg). Wanneer we in het vervolg spreken over de bekendheid van Vlaanderen, bedoelen we hiermee Vlaanderen of minstens één stad of regio in Vlaanderen.

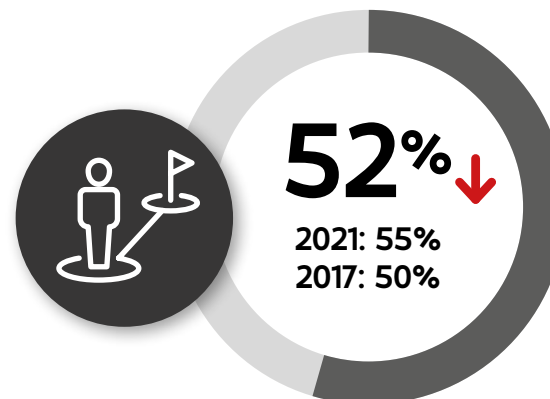
De overgrote meerderheid van de Europese respondenten kent Vlaanderen: 91% geeft aan de regio te kennen. Dit cijfer is licht gedaald ten opzichte van 2021 (toen 93%). Vooral in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk is de bekendheid wat afgenomen. De bekendheid van steden als Antwerpen en Brugge bleef stabiel, terwijl Brussel als bestemming een significante stijging kende. De bekendheid van de kleinere steden in Vlaanderen, zoals Gent, Leuven en Mechelen, daalde ten opzichte van 2021.

Wat het effectieve bezoek betreft, zegt 52% van de respondenten al eens in Vlaanderen geweest te zijn. Ook dit is een lichte daling tegenover 2021 (55%). Die daling is voornamelijk toe te schrijven aan een terugval in bezoek vanuit grote Europese markten, zoals Spanje, Duitsland, Frankrijk en het VK. In het algemeen blijft de bezoekgraad wel hoog.



BEKEND

% dat Vlaanderen, Brussel of een stad in Vlaanderen kent.



BEZOCHT

% dat Vlaanderen of Brussel al eens bezocht heeft.

SPONTANE ASSOCIATIES:

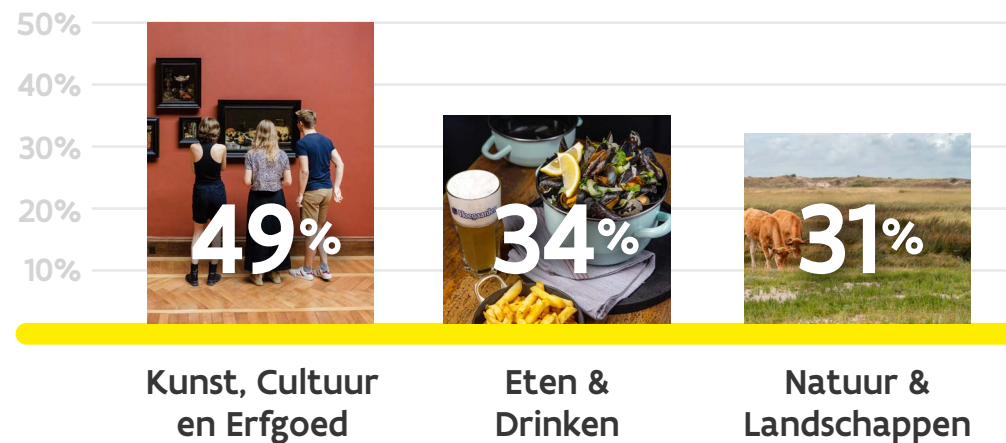
— erfgoed, culinair en natuur als sterkhouders

De helft van alle Europese reizigers associeert Vlaanderen spontaan met kunst, cultuur en erfgoed. Binnen deze categorie worden vooral historische steden, architectuur, oorlogserfgoed en iconische figuren zoals Rubens genoemd.

Eten en drinken wordt door één op drie reizigers spontaan genoemd, met klassiekers als bier, chocolade en gastronomie als kernwoorden. De categorie natuur en landschappen wordt door 31% van de respondenten spontaan genoemd, met nadruk op het vlakke landschap, de kust en natuur. De accenten verschillen wel sterk tussen landen.

Wanneer respondenten spontaan Vlaamse personen of figuren noemen, worden vooral bekende schilders zoals Rubens, Van Eyck en Bruegel genoemd. Ook sporticoon Eddy Merckx en Manneke Pis behoren tot de meest genoemde namen.

Als men respondenten een lijst voorlegt van mogelijke associaties met Vlaanderen, bevestigen de resultaten het dominante culturele imago van de regio. Historische steden en erfgoed, mooie landschappen, en eten en drinken vormen ook hier de meest aangeklikte antwoorden. Minder vaak worden verbanden gelegd met hedendaagse thema's zoals evenementen, mode & design en spirituele beleving. De associatie met de Eerste Wereldoorlog blijft opvallend sterk aanwezig in het Verenigd Koninkrijk en Ierland.



PERCEPTIE VAN VLAANDEREN:

— veilig, welkom en toegankelijk

In het algemeen wordt Vlaanderen gezien als een veilige en gastvrije bestemming. Reizigers percipiëren de regio als familievriendelijk, met een ruim aanbod aan bezienswaardigheden en activiteiten. Vlaanderen wordt beschouwd als een plek waar iedereen welkom is. Dat positieve beeld is het sterkst bij de buurlanden, maar blijft ook elders overeind.

Toch zijn er nuances: Scandinavische respondenten ervaren de veiligheid minder uitgesproken, terwijl reizigers uit Zuid-Europa Vlaanderen eerder als een dure bestemming beschouwen.

Het imago van de Vlaming onder buitenlandse reizigers is overwegend positief. Men beschrijft de inwoners van Vlaanderen als gastvrij, respectvol en trots op hun cultuur. Ook meertaligheid word sterk met de Vlaming in verband gebracht.



AANTREKKINGSKRACHT EN BEZOEKINTENTIE:

— kansrijke combinatie van erfgoed en steden

De aantrekkingskracht van Vlaanderen als vakantiebestemming is de voorbije jaren toegenomen. Zowel voor korte verblijven (1 tot 3 nachten) als langere vakanties ziet men Vlaanderen als een aantrekkelijke optie. Voor een langere vakantie is de effectieve bezoekingintentie licht gedaald.

Brussel en Brugge blijven de populairste steden qua bezoekingintentie, en er is een duidelijk potentieel wanneer steden in een gecombineerde reis aangeboden worden. Omwille van de korte afstanden tussen de verschillende steden leent Vlaanderen zich uitstekend als “multi-city”

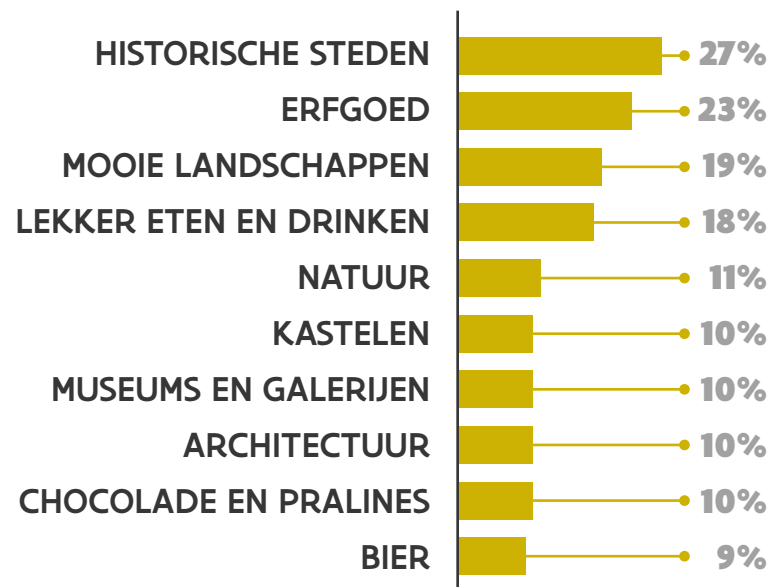
vakantiebestemming. Meer dan 7 op 10 geeft aan meerdere steden of regio's te willen combineren bij een volgend bezoek aan Vlaanderen.

Wat opvalt, is dat de gemiddelde reiziger Vlaanderen waardeert om zijn culturele authenticiteit, maar dat er tegelijk vraag is naar meer uitgesproken unieke troeven. De beleving mag gerust intenser, innovatiever of verrassender zijn. Hier ligt dan ook een belangrijke opportuniteit om Vlaanderen als regio en vakantiebestemming nog beter op de kaart te zetten in het buitenland.

MOTIEVEN VOOR BEZOEK:

— erfgoed, eten en natuur

De belangrijkste motieven om Vlaanderen te bezoeken blijven grotendeels onveranderd ten opzichte van eerdere metingen. Historisch erfgoed – met steden, gebouwen en monumenten– is en blijft de absolute hoofdreden voor een bezoek. Daarnaast zijn ook het landschap en het culinaire aanbod sterke troeven.



REISERVARINGEN:

— wat zoekt de reiziger vandaag?

Tenslotte werden alle reizigers bevroegd over hun vakanties de voorbije drie jaar en de reiservaringen die ze opzoeken tijdens een vakantie. Deze resultaten staan **los van bestemming Vlaanderen**.

Buitenlandse reizigers gaan op zoek naar een mix van culturele en ontspannende ervaringen. Citytrips, strandvakanties en culturele uitstappen behoren tot de meest populaire reistypes. In hun keuze voor een bestemming hechten reizigers het meeste

belang aan prijs, veiligheid en het weer. Natuurbeleving – zoals wandelen, parken en landschappen – en proeven van de lokale keuken vormen vaste waarden. Voor een deel van de markt zijn actieve vakanties belangrijk, met nadruk op korte fiets- en wandeltochten.

CONCLUSIE

Vlaanderen heeft een sterke reputatie als culturele en culinaire bestemming, met hoge bekendheid en een positieve perceptie van zowel de regio als haar inwoners. Om bezoekers aan te trekken, is het belangrijk om de unieke kwaliteiten van Vlaanderen nog sterker in de kijker te zetten. Een heldere communicatie over wat Vlaanderen écht anders maakt dan andere bestemmingen, gecombineerd met het versterken van minder bekende troeven, kan het verschil maken.

TOERISMEVLAANDEREN



TOERISME
VLAANDEREN



Verantwoordelijke Uitgever (V.U.)

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen, Grasmarkt 61, 1000 Brussel

Wettelijk depot

D/2025/5635/22

Meer informatie

www.toerismevlaanderen.be

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