De vakantieganger in commercieel logies aan de Vlaamse Kust 2011

Deel 1
Globaal rapport

20 augustus 2012

Westtoer
West-Vlaams provinciebedrijf voor Toerisme en Recreatie

de Kust
met de steun van de Vlaamse regering
in het kader van het Impulsprogramma Kust

toerisme vlaanderen

Inhoudstafel

1. Doelstellingen van het onderzoek 7
2. Onderzoeksmethodologie 8
2.1. Methode van gegevensverzameling 8
2.1.1. Steekproef 8
2.1.2. Bevraging 10
2.2. Verwerking van gegevens 11
2.2.1. Datacleaning 11
2.2.2. Weging van de resultaten 11
2.2.3. Berekening van activiteiten 14
2.2.4. Berekening van bestedingen 15
2.2.5. Nauwkeurigheid van de resultaten 16
3. Profiel 17
3.1. Leeftijd van de respondenten 17
3.1.1. Evolutie van de leeftijd van de respondenten 17
3.1.2. Leeftijd van de respondenten, 2011 18
3.1.3. Leeftijd van de respondenten naar herkomst 19
3.1.4. Leeftijd van de respondenten naar logiesvorm 20
3.1.5. Leeftijd van de respondenten naar seizoen 20
3.1.6. Leeftijd van de respondenten naar grootte van vakantiegezelschap 21
3.1.7. Leeftijd van de respondenten naar type vakantiegezelschap 22
3.1.8. Leeftijd van de respondenten naar type vakantie 23
3.1.9. Leeftijd van de respondenten naar type beroep gezinshoofd 25
3.1.10. Leeftijd van de respondenten naar initieel of herhaalbezoek 26
3.1.11. Leeftijd van de respondenten naar subregio van de kust 26
3.2. Vakantiegezelschap 27
3.2.1. Grootte van vakantiegezelschap 27
3.2.2. Type van vakantiegezelschap 33
3.2.3. Leeftijd van de vakantiegangers 52
3.3. Beroep van gezinshoofd 64
3.3.1. Evolutie van beroep van gezinshoofd, 2005-2011 64
3.3.2. Beroep van het gezinshoofd, 2011 64
3.3.3. Beroep van gezinshoofd naar herkomst 65
3.3.4. Beroep van gezinshoofd naar logiesvorm 66
3.3.5. Beroep van gezinshoofd naar seizoen 67
3.3.6. Beroep van het gezinshoofd naar grootte van het gezelschap 68
3.3.7. Beroep van het gezinshoofd naar type gezelschap 68
3.3.8. Beroep van gezinshoofd naar type vakantie 70
3.3.9. Beroep van gezinshoofd naar herhaal- of initieel bezoek 71
3.3.10. Beroep van gezinshoofd naar subregio Kust 71
3.4. Herhaal- en initieel bezoek 72

3.4.1. Evolutie herhaal- en initieel bezoek, 2005- 2011 72
3.4.2. Herhaal- en initieel bezoek, 2011 72
3.4.3. Herhaal- en initieel bezoek naar herkomst 73
3.4.4. Herhaal en initieel bezoek naar logiesvorm 74
3.4.5. Herhaal- en initieel bezoek naar seizoen 74
3.4.6. Herhaal- en initieel bezoek naar grootte van vakantiegezelschap 75
3.4.7. Herhaal- en initieel bezoek naar type van vakantiegezelschap 75
3.4.8. Initieel of herhaalbezoek naar type vakantie 76
3.4.9. Herhaal- en initieel bezoek naar beroep van gezinshoofd 77
3.4.10. Herhaal- en initieel bezoek naar subregio kust 78
3.5. Profiel van respondent naar gebruik van digitale communicatie 78
3.5.1. Gebruik van internet voor privé-doeleinden 79
3.6. Gebruik van sociale netwerken 83
3.6.1. Gebruik van sociale netwerken 83
3.6.2. Gebruik van sociale netwerken naar herkomst 84
3.7. Profiel van de respondent naar gebruik van digitale toestellen 90
3.7.1. Gebruik van een smartphone in vrije tijd 90
3.7.2. Gebruik van draagbare GPS voor fietsen en wandelen 94
4. Vakantiegedrag 98
4.1. Logiesvorm 98
4.1.1. Logiesvorm naar diverse variabelen 98
4.1.2. Type kampeermiddel op kortkampeerplaats 103
4.2. Logiesformule 110
4.2.1. Evolutie logiesformule, 2005-2011 110
4.2.2. Logiesformule, 2011 111
4.2.3. Logiesformule naar herkomst 111
4.2.4. Logiesformule naar logiesvorm 112
4.2.5. Logiesformule naar seizoen 113
4.2.6. Logiesformule naar grootte van het vakantiegezelschap 114
4.2.7. Logiesformule naar type van vakantiegezelschap 115
4.2.8. Logiesformule naar type vakantie 117
4.2.9. Logiesformule naar beroep van gezinshoofd 118
4.2.10. Logiesformule naar herhaal- en initieel bezoek 119
4.3. Type vakantie 119
4.3.1. Type vakantie naar herkomst 119
4.3.2. Type vakantie naar logiesvorm 120
4.3.3. Type vakantie naar seizoen 121
4.3.4. Type vakantie naar grootte van vakantiegezelschap 122
4.3.5. Type vakantie naar type van vakantiegezelschap 123
4.3.6. Type vakantie naar beroep van gezinshoofd 126
4.3.7. Type vakantie naar initieel of herhaalbezoek 127
4.3.8. Type vakantie naar subregio kust 127

4.4. Transportmiddel naar de Kust 128
4.4.1. Evolutie van transportmiddel naar de Kust, 2005-2011 128
4.4.2. Transportmiddel naar de Kust, 2011 128
4.4.3. Transportmiddel naar de kust naar herkomst 129
4.4.4. Transportmiddel naar de kust naar logiesvorm 130
4.4.5. Transportmiddel naar seizoen 131
4.4.6. Transportmiddel naar grootte van gezelschap 131
4.4.7. Transportmiddel naar grootte van gezelschap 133
4.4.8. Transportmiddel naar de kust naar type vakantie 135
4.4.9. Transportmiddel naar de kust naar herhaal- of initieel bezoek 136
4.4.10. Transportmiddel naar subregio kust 136
5. Activiteiten 137
5.1. Participatie aan activiteiten 137
5.1.1. Participatie aan activiteiten, 2011 137
5.1.2. Participatie aan activiteiten naar herkomst 140
5.1.3. Participatie aan activiteiten naar logiesvorm 144
5.1.4. Participatie aan activiteiten naar leeftijdsgroep 147
5.1.5. Participatie aan activiteiten naar seizoen 151
5.1.6. Participatie aan activiteiten naar grootte van vakantiegezelschap 154
5.1.7. Participatie aan activiteiten naar type vakantiegezelschap 157
5.1.8. Participatie aan activiteiten naar type vakantie 161
5.1.9. Participatie aan activiteiten naar beroep van gezinshoofd 164
5.1.10. Participatie aan activiteiten naar herhaal- of initieel bezoek 167
5.1.11. Participatie aan activiteiten naar subregio kust 169
5.1.12. Participatiegraad bij daguitstappen naar specifieke kustgemeenten 171
5.2. Volume van minder frequente activiteiten 174
5.3. Gebruik diverse fietsproducten 175
5.3.1. Gebruik diverse fietsproducten, 2011 175
5.3.2. Gebruik fietsproducten naar herkomst 176
5.3.3. Gebruik fietsproducten naar logiesvorm 177
5.3.4. Gebruik fietsproducten naar leeftijd van de vakantieganger 178
5.3.5. Gebruik fietsproducten naar gezelschap met of zonder kinderen 179
5.3.6. Gebruik fietsproducten naar type vakantie 180
5.3.7. Gebruik fietsproducten naar beroep van gezinshoofd 181
5.3.8. Gebruik fietsproducten naar herhaal- of initieel bezoek 182
5.3.9. Gebruik fietsproducten naar subregio kust 182
6. Motivatie en informatie 183
6.1. Motivatie voor keuze van vakantie of weekend aan Vlaamse Kust 183
6.1.1. Evolutie in motivatie voor keuze, 2005-2011 183
6.1.2. Motivatie, 2011 184
6.1.3. Motivatie naar herkomst 186
6.1.4. Motivatie naar logiesvorm 189

6.1.5. Motivatie naar seizoen 192
6.1.6. Motivatie naar typologie van gezelschap 194
6.1.7. Motivatie naar type gezelschap 196
6.1.8. Motivatie naar type vakantie 201
6.1.9. Motivatie naar beroep van gezinshoofd 203
6.1.10. Motivatie naar herhaal- of initieel bezoek 206
6.1.11. Motivatie naar subregio Kust 208
6.2. Inspiratie- en informatiebronnen vóór vertrek 210
6.2.1. Inspiratie-en informatiebronnen vóór vertrek, 2011 210
6.2.2. Inspiratie- en informatiebronnen naar herkomst 214
6.2.3. Inspiratie- en informatiebronnen naar logiesvorm 217
6.2.4. Inspiratie- en informatiebronnen naar leeftijd van de respondent 220
6.2.5. Inspiratie- en informatiebronnen naar type vakantie 223
6.2.6. Inspiratie- en informatiebronnen naar beroep van gezinshoofd 226
6.2.7. Inspiratie- en informatiebronnen naar initieel of herhaalbezoek 229
6.3. Informatie ingewonnen ter plaatse 231
6.3.1. Informatie ingewonnen ter plaatse, 2011 231
6.3.2. Informatie ingewonnen ter plaatse naar herkomst 232
6.3.3. Informatie ingewonnen ter plaatse naar logiesvorm 234
6.3.4. Informatie ingewonnen ter plaatse naar leeftijd van de respondent 235
6.3.5. Informatie ingewonnen ter plaatse naar type vakantie 235
6.3.6. Informatie ingewonnen ter plaatse naar herhaal- en intieel bezoek 238
7. Reserveringsgedrag 239
7.1. Moment van reservering van logies 239
7.1.1. Moment van reservering: globaal 239
7.1.2. Moment van reservering van logies naar herkomst 239
7.1.3. Moment van reservering naar logiesvorm 241
7.1.4. Moment van reservering naar seizoen 242
7.1.5. Moment van reservering naar leeftijd van de respondent 243
7.1.6. Moment van reservering naar type vakantie 243
7.2. Kanaal van reservering 245
7.2.1. Kanaal van reservering, 2011 245
7.2.2. Kanaal van reservering naar herkomst 245
7.2.3. Kanaal van reservering naar logiesvorm 246
7.2.4. Kanaal van reservering naar leeftijd van de respondent 247
7.2.5. Kanaal van reservering naar type vakantie 248
7.2.6. Kanaal van reservering naar subregio Kust 249
7.2.7. Verhuurkanaal voor vakantiewoning 250
7.3. Methode van reserveren 258
7.3.1. Methode van reserveren, 2011 258
7.3.2. Methode van reserveren naar logiesvorm 261
7.3.3. Methode van reserveren naar leeftijd van respondent 262

7.3.4. Methode van reserveren naar type vakantie 263
8. Graad van tevredenheid over de vakantie aan zee 266
8.1. Tevredenheid over de vakantie aan zee 266
8.1.1. Tevredenheid over vakantie aan zee 266
8.1.2. Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar herkomst 268
8.1.3. Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar logiesvorm 270
8.1.4. Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar seizoen 271
8.1.5. Algemene tevredenheid over vakantie naar type vakantiegezelschap 272
8.1.6. Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar type vakantie 274
8.1.7. Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar beroep van gezinshoofd 275
8.1.8. Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar initieel of herhaalbezoek 276
8.1.9. Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar subregio kust 276
8.2. Tevredenheid over kenmerken van de kust als vakantiebestemming 277
8.2.1. Beoordeling van kenmerken 277
8.2.2. Appreciatie van kenmerken van de kust als vakantiebestemming, 2011 278
8.2.3. Tevredenheid over kenmerken kust als vakantiebestemming naar herkomst . 281
8.2.4. Tevredenheid over kenmerken van de kust als vakantiebestemming naar logiesvorm 283
8.2.5. Tevredenheid over kenmerken van de kust als vakantiebestemming naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen 284
8.3. Tevredenheid over logies 285
8.3.1. Globale tevredenheid over logies 285
8.3.2. Tevredenheid over logies naar herkomst 285
8.3.3. Tevredenheid over logies naar type vakantiegezelschap 287
8.4. Tevredenheid over specifieke kenmerken van het logies 289
8.4.1. Beoordeling specifieke kenmerken van het logies 289
8.4.2. Appreciatie van specifieke kenmerken logies, 2011 290
8.5. Intentie tot herhaalvakantie naar de Vlaamse Kust 292
8.5.1. Intentie tot herhaalvakantie, 2011 292
8.5.2. Intentie tot herhaalvakantie naar herkomst 293
8.5.3. Intentie tot herhaalvakantie naar type vakantiegezelschap 294
8.6. Intentie tot vakantie elders in Vlaanderen 296
8.6.1. Intentie tot vakantie elders in Vlaanderen 296
8.6.2. Intentie tot vakantie elders in Vlaanderen naar herkomst 297
9. Bestedingen door vakantiegangers 299
9.1. Evolutie van bestedingen 2005-2011 299
9.2. Bestedingen, 2011 300
9.3. Bestedingen naar herkomst 301
9.4. Bestedingen naar logiesvorm 303
9.5. Bestedingen naar seizoen 306
Gedetailleerde bestedingen 306

9.6. Bestedingen naar grootte vakantiegezelschap 307
Gedetailleerde bestedingen 308
9.7. Bestedingen naar type vakantiegezelschap 310
9.8. Bestedingen naar type vakantie 314
9.9. Bestedingen naar beroep van gezinshoofd 316
9.10. Bestedingen naar herhaal- of initieel bezoek 318
9.11. Bestedingen naar subregio kust 319
10. Omzet uit recreatief verblijfstoerisme in commercieel logies 320
10.1. Volumes van recreatief verblijfstoerisme 320
10.2. Totale omzet naar logiesvorm, 2011 321
10.3. Totale omzet in recreatief verblijftoerisme naar herkomst (inclusief jeugdlogies en gastenkamers), 2011 322
11. Bijlage: Vragenlijst (Nederlandstalige versie) 323

1. Doelstellingen van het onderzoek

Met de steun van de Vlaamse regering in het kader van het Impulsprogramma Kust organiseerde Westtoer in 2011 een grootschalig marktonderzoek bij de actuele vakantiegangers in commercieel logies aan de Vlaamse Kust.

Het onderzoek heeft als doel relevante informatie te verzamelen over het recreatieve verblijfstoerisme in commercieel logies aan de Vlaamse Kust. Deze actuele marktinformatie is zowel voor Westtoer als voor Toerisme Vlaanderen van groot belang voor het uitstippelen en evalueren van het marketingbeleid voor de bestemmingsregio Kust zowel in het binnen- als in het buitenland. Het onderzoek geeft tevens informatie over noodzakelijke aanpassingen van het toeristisch kustproduct.

De *binnenlandse markt* wordt in de rapportering opgedeeld in de Vlaamse en Waals/Brusselse markt die een zekere mate van differentiatie vertonen.
Voor de *buitenlandse markten* werden enkel vakantiegangers uit de belangrijkste herkomstmarkten bevraagd namelijk: Nederland, Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië en het Groot-Hertogdom Luxemburg.

Dit onderzoek is een vervolgstudie op eerdere onderzoeken in 1999 en 2005. Zo is het mogelijk om deze onderzoeken te actualiseren en de gegevens te vergelijken over de jaren heen. In het globale rapport wordt enkel vergeleken met 2005, in de andere deelrapporten wordt zoveel als mogelijk 1999 in de vergelijking betrokken.

Het marktonderzoek peilt naar:
- het profiel van de vakantiegangers
- het vakantiegedrag
- de motivatie om op vakantie te komen naar de kust
- het informatiegedrag
- het reserveringsproces
- de tevredenheid
- de bestedingen en de omzet die hieruit voortkomt.

De rapportering van het onderzoek wordt opgesplitst in drie delen:
- Deel 1: De vakantieganger in commercieel logies aan de Vlaamse Kust: globaal
- Deel 2: De vakantieganger in commercieel logies aan de Vlaamse Kust naar herkomstlanden met aparte rapporten per markt
- Deel 3: De vakantieganger in commercieel logies aan de Vlaamse Kust naar logiestype (ook jeugdlogies) met aparte rapporten per logiestype

In deel 1 komt de gevolgde onderzoeksmethodologie aan bod waarna de diverse karakteristieken van de vakantiemarkt voor de Kust in haar geheel aan bod komen.

In deel 2 wordt ingezoomd op de specifieke karakteristieken van de vakantiegangers aan de kust naar herkomstland. De analyses zijn meer of minder uitgebreid naargelang het aantal cases per markt dit toelaat.

Deel 3 bekijkt de vakantieganger aan de Kust vanuit de diverse logiestypes.

2. Onderzoeksmethodologie

2.1. Methode van gegevensverzameling

2.1.1. Steekproef

Om pragmatische redenen werd de steekproef beperkt tot de belangrijkste combinaties van markten en logiesvormen aan de Kust. Aanvankelijk werd uitgegaan van de cijfers voor 2009 gezien de cijfers voor 2010 op het ogenblik van de opmaak van de steekproef nog niet 2010 gebruikt hoewel de bevraging slaat op 2011. Op het ogenblik van de verwerking waren de cijfers voor 2011 nog niet door FOD-economie gefinaliseerd. We gaan ervan uit dat de gewichten voor 2010 niet erg afwijken van die van 2011.

Tabel 1 geeft het aantal aankomsten weer in 2009 voor de in het onderzoek opgenomen combinaties van herkomstland en logiesvorm. De bevraagde combinaties vertegenwoordigen (voor 2009) 97,5 % van alle recreatieve aankomsten in de onderzoeksperiode april-november. We refereren hiervoor naar de KiTS-cijfers van Westtoer die het commercieel verblijfstoerisme aan de Kust volledig in kaart brengen.

Tabel 1
Aantal recreatieve aankomsten aan de Vlaamse Kust gedurende de maanden van het onderzoek (april t.e.m. november) vanuit België en de buurlanden in vakantiewoningen, hotels, campings, vakantiecentra en vakantieparken in 2009, KiTS-cijfers, 2009

Logiesvorm	België	Nedl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Vak.woning	701 573	22 707	29 165	17 558	7 233	-	778 236
Hotel	551 322	61 112	42 899	26 540	20 785	35 377	738 035
Vak.centra	270 620	-	-	-	-	-	270 620
Vak.park	71 270	39 835	21 748	15 626	-	-	148 479
Camping	85 498	14 563	11 548	-	-	-	111 609
Totaal	1 680 283	138 217	105 360	59 724	28 018	35 377	2 046 979

Er werd geopteerd, in navolging van de onderzoeken in 1999 en 2005, voor een **quotasteekproef** om binnen elke combinatie van logiestype en land van herkomst voldoende respondenten te bekomen om er statistisch zinvolle uitspraken te kunnen over doen.

Tabel 2 geeft de quota weer die werden gehanteerd om de steekproef samen te stellen naar logiesvorm en land van herkomst.

Tabel 2
Quota gehanteerd bij het onderzoek bij vakantiegangers in commercieel logies aan de Vlaamse Kust in 2011, naar logiesvorm en land van herkomst.

Logiesvorm	België	Nedl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Hotel	350	200	200	100	100	200	1 150
Vak.woning	400	100	150	50	50	-	750
Vak.park	150	150	100	100	-	-	500
Camping	200	100	100	-	-	-	400
Vak.centra	200	-	-	-	-	-	200
Totaal	1 300	550	550	250	150	200	3 000

Naast de quota op land van herkomst en logiesvorm, werden tijdens het veldwerk ook quota met betrekking tot de verblijfsperiode gehanteerd, gebaseerd op de spreiding van de aankomsten voor elk logiestype in de KiTS-cijfers. Tabel 3 toont de quota naar periode en land van herkomst.

Tabel 3
Quota gehanteerd bij het onderzoek bij vakantiegangers in commercieel logies aan de Vlaamse Kust in 2011, naar periode en land van herkomst.

Logiesvorm	België	Nedl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
April-juni	501	200	190	102	57	75	1 125
Juli-augustus	461	226	202	78	54	48	1 069
September-november	338	124	158	70	439	77	806
Totaal	1 300	550	550	250	150	200	3 000

Bij de organisatie van het veldwerk werd ook rekening gehouden met de spreiding van de aankomsten over de verschillende kustgemeenten. Er werden binnen elke combinatie logiestype-herkomstland quota naar kustgemeente opgesteld. Deze quota naar kustgemeente werden louter als richtlijn gehanteerd, aangezien het de bedoeling is om uitspraken te doen op kustniveau en subregioniveau en niet op niveau van de kustgemeenten afzonderlijk.

Net als in 1999 en 2005 werd - omwille van de beperkte logiescapaciteit - Zeebrugge niet in de quota opgenomen.

Bij de selectie van respondenten voor het onderzoek werden volgende criteria gehanteerd:

- Vakantiegangers in commercieel logies;
- Reeds minimum 2 overnachtingen achter de rug;
- 18 jaar of ouder.

Volgende categorieën werden bijgevolg uitgesloten:

- Vakantiegangers in commercieel logies die slechts één nacht verblijven.
- Personen die gratis logeren bij vrienden of familie, die in een tweede verblijf logeren, in gastenkamers, op een vaste standplaats op een camping (seizoens- of jaarplaats) of in een kampeerauto die op de openbare weg staat (niet op een camping).
- Zakentoeristen en deelnemers aan congressen, seminaries of teambuildingactiviteiten.
- Dagtoeristen.

Het selectiecriterium dat respondenten reeds 2 nachten hebben verbleven, is noodzakelijk voor een correcte inschatting van de bestedingen. De vakantiegangers aan de Kust verblijven gemiddeld relatief lang aan de Kust, anders dan bij de vakantiegangers in Vlaamse regio's of in Vlaamse Kunststeden waar het veeleer gaat om korte vakanties. Het is daarom niet mogelijk om aan de vakantieganger die aan de Kust verbleef na de vakantie te vragen hoeveel hij heeft uitgegeven over een ganse vakantie die soms tot twee weken of meer kan duren. De vakantieganger kan zich niet meer herinneren hoeveel hij precies heeft besteed. Daarom wordt de bevraging face-to-face georganiseerd op het moment zelf van de vakantie. Om de gemiddelde besteding per persoon per nacht op een correcte manier te kunnen inschatten, verzamelen we informatie over de bestedingen tijdens één volledige dag, namelijk de dag voorafgaand aan het interview. Dit is slechts een volledige dag wanneer de respondent reeds minimum 2 nachten ter plaatse is. Dit vertekent in zekere mate de resultaten gezien de korte vakanties van 1 nacht niet in het onderzoek zijn weerhouden. De gemiddelde duur van de vakanties uit de bevraging april-november 2011 (gemiddeld 7,6 nachten) wijkt daardoor af van deze uit de KiTS-cijfers (gemiddeld 6,2 nachten voor vakanties in dezelfde periode in 2011). Bij interpretatie van de resultaten moet daarmee rekening worden gehouden. De gemiddelde duur van vakanties uit de steekproef van 2011 ligt echter lager dan de gemiddelde duur uit de steekproef van 2005 (9,0 nachten). Dit wijst erop dat de duur van de vakanties in vijf jaar sterk is gedaald. Dit fenomeen vinden we ook terug in de KiTS- én FOD-cijfers.

2.1.2. Bevraging

De ondervraging gebeurde **'face-to-face'** van **9 april tot en met 15 november 2011** waarbij voor het eerst de paasvakantie werd meegenomen in de bevragingsperiode. Dit was niet het geval voor de onderzoeken van 1999 en 2005. Door het meenemen van de paasvakantie is het onderzoek representatiever voor het volledige jaar 2011. Bij vergelijking met 2005 nemen we echter de cases uit de paasvakantie van 2011 niet mee zodat we toch evoluties op een correcte manier kunnen vaststellen.

De vragenlijst werd voor het grootste gedeelte gelijk gehouden aan deze van 1999 en 2005. Zij werd toch voor bepaalde delen aangepast om aan nieuwe vraagstellingen te kunnen beantwoorden (bv. sociale media, informatiekanalen). Een exemplaar van de vragenlijst is opgenomen in bijlage.

De enquêteurs werden van nabij opgevolgd door Westtoer. Een steekproef van ondervraagde respondenten werd door Westtoer achteraf telefonisch gecontacteerd om na te gaan of de bevraging door de enquêteurs correct was verlopen.

Na datacontrole bleven er **3 066** bruikbare gerealiseerde **enquêtes** over. Daarmee werd informatie verzameld met betrekking tot **9 891 vakantiegangers** aan de Kust, aangezien de bevraging grotendeels betrekking had op het reisgezelschap in haar geheel en het gemiddelde reisgezelschap uit 3,2 personen bestond.

Tabel 4 toont het aantal gerealiseerde enquêtes binnen elke combinatie van logiestype-herkomstland. Voor de buitenlandse toeristen (vooral Duitse) bleken de vooropgestelde quota moeilijk haalbaar. Toch is het gerealiseerde aantal enquêtes voldoende om uitspraken te doen over alle herkomstmarkten en alle logiesvormen.

Tabel 4
Aantal gerealiseerde enquêtes in het onderzoek bij vakantiegangers in commercieel logies aan de Vlaamse Kust in 2011, naar logiesvorm en land van herkomst.

Logiesvorm	België	Nedl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Hotel	472	120	145	74	120	160	1 091
Vak.woning	495	50	92	35	22	-	694
Vak.park	196	185	94	102	-	-	577
Camping	265	129	61	-	-	-	455
Vak.centra	249	-	-	-	-	-	249
Totaal	1 677	484	392	211	142	160	3 066

2.2. Verwerking van gegevens

2.2.1. Datacleaning

Na het invoeren van de gegevens in het dataverwerkingsprogramma, werd de datafile aan een zeer uitgebreide controle onderworpen. In geval van ontbrekende antwoorden, extreme waarden of inconsistente antwoordpatronen werd teruggegrepen naar de oorspronkelijke vragenlijst, ten einde fouten bij het invoeren van de gegevens te kunnen uitsluiten.

2.2.2. Weging van de resultaten

De quotasteekproef werd zodanig opgesteld, dat voor elke combinatie van logiesvorm-herkomstland voldoende respondenten werden bevraagd om uitspraken mogelijk te maken. Uiteraard is dit aantal bevraagde respondenten per herkomstland en logiestype niet proportioneel met het aandeel van elke combinatie in de populatie. Om globale uitspraken mogelijk te maken over alle logiestypes en herkomstlanden heen, moet er worden gewogen.

Afhankelijk van het voorwerp van de analyse, wordt de weging gebaseerd op het aantal aankomsten of het aantal overnachtingen in de populatie:

- voor alle tabellen, uitgezonderd de tabellen met betrekking tot de bestedingen, is de weging gebaseerd op de **aankomsten**;
- voor de tabellen met betrekking tot de bestedingen is de weging gebaseerd op de **overnachtingen**. De reden hiervoor is, dat we de gemiddelde besteding per persoon per nacht inschatten, zodat het aantal overnachtingen van elke groep van doorslaggevend belang is.

Als populatiebasis voor de weging werden de **recreatieve** aankomsten en overnachtingen aan de Kust gebruikt voor **2010** (KiTS-cijfers). Daarbij werden enkel de maanden waarin het onderzoek liep (april tot en met november) in rekening gebracht.
Het berekenen van de wegingscoëfficiënten gebeurde in drie stappen:

- Omwille van een ondervertegenwoordiging van de Westkust in de maanden september tot november werd eerst een **voorweging uitgevoerd op basis van de subregio's** van de Kust (Westkust met De Panne, Koksijde en Nieuwpoort, Middenkust met Middelkerke, Oostende en Bredene en Oostkust met De Haan, Blankenberge en Knokke-Heist). Dit gebeurde naar maand (waarbij de maanden mei-juni en oktober-november werden samengenomen omwille van verschillend vallende vakantie- of feestdagen in 2010 versus 2011). De wegingscoëfficiënten na deze stap bevinden zich tussen 0,7 en 1,5 voor aankomsten en tussen 0,4 en 1,8 voor overnachtingen.

- In een tweede stap werd het aandeel van de **verschillende combinaties herkomstland en logiestype** in onze steekproef (na voorweging) vergeleken met de KiTS-cijfers van 2010 (hulpweging) om de steekproef in overeenstemming te brengen met de populatiecijfers. De wegingscoëfficiënten na deze stap bevinden zich tussen 0,2 en 2,3 voor aankomsten en tussen 0,3 en 1,5 voor overnachtingen.

- Vervolgens werd per herkomstland, over alle logiesvormen heen, **de verdeling over de kustgemeenten / subregio's** van de Kust bekeken, waarbij de in stap 2 berekende weging reeds werd toegepast. Voor elk herkomstland werd (zowel voor aankomsten als overnachtingen) het gewogen aandeel in de steekproef vergeleken met het aandeel in de KiTS-cijfers. Voor de Belgen werd dit bekeken op kustgemeenteniveau, voor de Duitsers, de Nederlanders, de Luxemburgers en de Fransen op subregioniveau (Westkust, Middenkust, Oostkust) en voor de Britten op het niveau Oostende versus overige kustgemeenten. Er werden bijkomende wegingscoëfficiënten berekend om de steekproef in overeenstemming te brengen met de KiTS-cijfers. Vermenigvuldiging van de hiervoor bekomen wegingsvariabelen met deze bijkomende wegingscoëfficiënten, levert de totale wegingsvariabele op.

- De totale wegingscoëfficiënten bevinden zich tussen 0,6 en 1,8 voor aankomsten (met één uitzondering voor de Britten in de overige kustgemeenten: wegingscoëfficiënt van 3,1) en tussen 0,8 en 1,5 voor overnachtingen. De verhoudingen in het onderzoek zijn derhalve de weerspiegeling van de verhoudingen in de populatie.

Resultaten uit de gewogen steekproef naar herkomstland

Tabel 5 geeft het resultaat van de weging naar herkomstland. Gezien er een wijziging plaatsvond in de samenstelling van de logiesvorm (bij de Fransen werden in 2011 de vakantieparken meegenomen en in 2005 niet) en gezien de paasvakantie werd meegenomen in 2011, is het niet zinvol om de evolutie van de steekproef te vergelijken met die van 2005.

Tabel 5
Logiestype naar herkomstland, gewogen steekproef van het onderzoek vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)

Logiesvorm	België	Nedl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Vak.woning	43,6	16,1	27,3	26,6	24,4	0,0	39,3
Hotel	31,3	42,6	42,8	44,2	75,6	100,0	34,9
Vak.centra	16,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	13,4
Vak.park	3,3	28,6	20,1	29,2	0,0	0,0	6,7
Camping	5,3	12,7	9,8	0,0	0,0	0,0	5,7
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 677	484	392	211	142	160	3 066

Voor de Belgen hebben we in de FOD-cijfers geen opdeling naar herkomst van Vlamingen en Walen/Brusselaars. Deze opdeling is nochtans belangrijk voor het formuleren van gerichte marketinginitiatieven op deze twee, toch de onderscheiden, binnenlandse markten. Dit onderscheid kan alleen gemaakt worden op basis van het onderzoek zelf: door zo random mogelijk de Belgen aan de Kust te bevragen naar taal (instructie die heel expliciet werd opgedragen aan de enquêteurs) krijgen we een indicatie van de opdeling van de binnenlandse markt en kunnen we vergelijken met eerdere onderzoeken. De verhouding die voortkomt uit het onderzoek ligt op 69% Vlamingen en 31% Walen/Brusselaars. Dit ligt in de lijn van het onderzoeken in 2005 zoals aangegeven in tabel 6. In de KiTS blitsenquêtes vinden we dezelfde grootteorde terug voor verhuringen van vakantiewoningen (69% van de Belgische huurders bij toeristische verhuurkantoren is Vlaming).

Tabel 6
Aandeel Vlamingen en Walen/Brusselaars bij de Belgische vakantiegangers in commercieel logies, 1999-2005-2011

Jaar	Vlamingen	Walen/Brusselaars	Belgen
2005	66,6	33,4	100,0
2011	69,0	31,0	100,0

2.2.3. *Berekening van activiteiten*

Bij de verwerking van de resultaten met betrekking tot de activiteiten dienen een aantal opmerkingen te worden gemaakt:

- De vragen met betrekking tot de activiteiten werden voorgelegd aan de persoon van het aanwezige reisgezelschap die het eerst verjaarde vanaf de datum van ondervraging en die minstens 12 jaar oud was. Dit kan dus een andere persoon zijn dan degene die de rest van de vragenlijst beantwoordde. De bedoeling van deze regel is om ervoor te zorgen dat we, over alle interviews heen, een beeld krijgen van de activiteiten van de diverse leden van de reisgezelschappen, niet enkel van de 'woordvoerders' van de gezelschappen. Op deze manier komen ook de leeftijdsgebonden activiteiten van min 18-jarigen aan bod.

- De vragenlijst gaat enerzijds in op de frequente activiteiten en deze worden bevraagd van de dag ervoor. Voor de minder frequente activiteiten als het aantal excursies, fietstochten en bezoeken aan musea, attractiepunten en evenementen worden de activiteiten bevraagd tot op het ogenblik van ondervraging. Om de minder frequente activiteiten gedurende het volledige verblijf in te schatten, werd een correctiefactor toegepast. Voor elke categorie van respondenten waarover we een uitspraak willen doen (bv. totaalresultaat, Belgen, hotelgasten,...) werd deze correctiefactor op geaggregeerd niveau berekend als de verhouding tussen het gemiddeld aantal nachten van de volledige verblijfsduur tegenover het gemiddeld aantal nachten tot op het moment van ondervraging. Voor het totaalresultaat, over alle nationaliteiten en logiestypes heen, bedraagt deze correctiefactor 1,9. Deze correctiefactor wordt toegepast op de bruto participatiegraad: het aantal ondernomen excursies, fietstochten of bezoeken per 100 vakantiegangers. Toepassing van deze correctiefactor houdt in dat we veronderstellen dat, wanneer iemand bv. halverwege zijn verblijf een bepaald aantal excursies heeft ondernomen, hij tijdens de tweede helft van zijn verblijf nog eens precies evenveel excursies zal ondernemen. Deze correctiefactor heeft echter geen invloed op respondenten die een bepaalde activiteit op het moment van ondervraging nog niet hebben ondernomen: er wordt van uitgegaan dat zij dit na de ondervraging evenmin zullen doen. Dit zorgt voor een zekere onderschatting van het aantal ondernomen activiteiten per vakantieganger. Het aantal ondernomen activiteiten per vakantieganger wordt anderzijds ook overschat, omdat de gemiddelde verblijfsduur in de bevraging een stuk hoger ligt dan in de populatie. Verblijfstoeristen die slechts voor één nacht aan de Kust verbleven werden immers uitgesloten uit het onderzoek. Bovendien hebben vakantiegangers met een langere verblijfsduur meer kans om opgenomen te worden in het onderzoek, aangezien ze langer ter plaatse zijn en dus meer kans maken om een enquêteur te kruisen. We gaan ervan uit dat deze overschatting gecompenseerd wordt door de hierboven vermelde onderschatting.

- De gecorrigeerde bruto participatiegraad wordt toegepast op het aantal aankomsten van vakantiegangers, om het totaal aantal ondernomen excursies, fietstochten en bezoeken in de populatie te ramen. Hiervoor werden de KiTS-cijfers van de aankomsten in 2010 gebruikt. Deze raming is beperkt tot de in het onderzoek bevraagde combinaties van logiesvorm-land van herkomst.

- De dalende verblijfsduur bij vakanties aan de kust beïnvloedt de structuur van de activiteiten bij een vakantie aan de kust. Bij een lange vakantie gaat men vaker in het hinterland op bezoek, bij een kortere vakantie blijft men per vakantie meer aan de Kust en minder in het hinterland. Dit heeft een impact op de correctiefactor waarmee het volume van de activiteiten wordt berekend. De correctiefactor lag in 2005 op 2,2 en is afgenomen tot 1,9 in 2011. Daardoor daalt ook het volume van de minder frequente activiteiten.

2.2.4. Berekening van bestedingen

Bij de verwerking van de resultaten met betrekking tot de bestedingen dienen volgende opmerkingen te worden gemaakt:

- De inschatting van gemiddelde bestedingen wordt gemakkelijk vertekend door de invloed van extreme waarden. Om dit te vermijden, werd bij de berekening van de gemiddelde uitgaven voor het logies gebruik gemaakt van de 'trimmed mean'-techniek. Binnen elke combinatie van logiesvorm-land van herkomst werden de respondenten met de 5% hoogste en 5% laagste waarden buiten beschouwing gelaten, met betrekking tot hun uitgave per persoon per nacht aan het logies (exclusief maaltijden in half/vol pension). Om dezelfde reden werden ook voor de inschatting van de overige bestedingen de respondenten met de 2,5% hoogste en de 2,5% laagste waarden buiten beschouwing gelaten, met betrekking tot hun totale variabele uitgaven aan de kust en in het hinterland. Hiermee volgen we de methodologie die in 2005 werd uitgewerkt.

- Respondenten die in een hotel of vakantiecentrum logeren in een formule met half of vol pension, weten niet hoeveel ze betalen voor het logies afzonderlijk. Ook respondenten die een arrangementsprijs betaald hebben waarin onder meer half of vol pension is inbegrepen, kennen de afzonderlijke prijs van deze component niet. We gaan uit van volgende gemiddelden voor half en vol pension, gebaseerd op brochures en websites van hotels, vakantiecentra en vakantieparken uit 2011:

  - hotel, half pension: 24,40 euro per persoon per nacht;
  - hotel, half pension in arrangement: 19,52 euro per persoon per nacht;
  - hotel, vol pension: 33,60 euro per persoon per nacht;
  - hotel, vol pension in arrangement: 26,88 euro per persoon per nacht;
  - vak.centrum, half pension: 13,22 euro per persoon per nacht;
  - vak.centrum, half pension in arrangement: 10,58 euro per persoon per nacht;
  - vak.centrum, vol pension: 23,66 euro per persoon per nacht;
  - vak.centrum, vol pension in arrangement: 18,93 euro per persoon per nacht;
  - vak.park, half pension in arrangement: 16,30 euro per persoon per nacht.

- Een aantal respondenten boekten *een arrangement* waarin naast logies en half of vol pension ook het transport naar de Kust is inbegrepen. Er zit ook een commissie voor de touroperator inbegrepen die in het herkomstland blijft. Deze kosten worden niet uitgegeven aan de Kust en moeten dus afgezonderd en afgetrokken worden. We gaan uit van volgende commissies voor touroperators en transportkosten binnen deze arrangementen (die voor 2011 geverifieerd werden bij de sector):

  - Britten op 'coach holiday':
    - 15% van het arrangement wordt aangezien als touroperatorcommissie en wordt afgetrokken om bestedingen aan de kust te bekomen;
    - 556 euro per dag per bus voor gemiddeld 38 personen;
    - 553 euro per bus voor de ferry, met gemiddeld 38 personen per bus.
  - Britten in een 'selfdrive formule':
    - 15% van het arrangement wordt aangezien als touroperatorcommissie en wordt afgetrokken om bestedingen aan de kust te bekomen;
    - 84 euro per wagen voor de ferry.
  - Belgen in autocar: 410 euro per dag + 1,0 euro per km, voor een bus met gemiddeld 38 personen.
  - Andere herkomstlanden in autocar: 440 euro per dag + 1,0 euro per km, voor een bus met gemiddeld 38 personen.

- Om de geraamde omzet te berekenen, maken we gebruik van de KiTS-cijfers met betrekking tot de overnachtingen in 2011 (die ter beschikking waren op moment van finaliseren van het onderzoek). Voor de combinaties van logiesvorm-land van herkomst die niet bevraagd werden in het onderzoek, gingen we uit van de volgende veronderstellingen:

  - Duitsland (vakantiecentra), Nederland (vakantiecentra), Frankrijk (vakantiecentra, campings), G.H.-Luxemburg (vakantieparken, vakantiecentra en campings), Verenigd Koninkrijk (vakantieparken, vakantiecentra, individuele huurvakantiewoningen en campings): we nemen per logiesvorm de gemiddelde bestedingen van de onderzochte markten in die logiesvorm over
  - Andere markten dan België, Duitsland, Nederland, Frankrijk, G.H.-Luxemburg en het Verenigd Koninkrijk: we nemen per logiesvorm de gemiddelde bestedingen van alle onderzochte markten in die logiesvorm over.

Merk wel op dat deze niet bevraagde combinaties logiesvorm-land van herkomst op jaarbasis slechts 2% uitmaken van het totaal aantal overnachtingen in 2010.

2.2.5. Nauwkeurigheid van de resultaten

Bij de interpretatie van de resultaten dient men rekening te houden met de statistische nauwkeurigheid van de resultaten. Percentages die gemeten worden in een steekproef, kunnen in bepaalde mate afwijken van de werkelijke percentages in de populatie. De nauwkeurigheid hangt in de eerste plaats af van de steekproefgrootte. In de tweede plaats hangt de nauwkeurigheid ook af van de grootte van de percentages: de meetfout op percentages rond 50% is groter dan de meetfout op percentages in de buurt van 0% of 100%. Tabel 7 toont het betrouwbaarheidsinterval voor verschillende steekproefgroottes en percentages, bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Deze tabel dient als volgt te worden geïnterpreteerd. Wanneer in een steekproef van 100 mensen een percentage van 50% wordt gemeten, dan hebben we 95% zekerheid dat de werkelijke waarde in de populatie binnen het interval ligt van 50% ± 9,8%, dus tussen 40,2% en 59,8%.

Tabel 7
Betrouwbaarheidsinterval voor verschillende steekproefgroottes en percentages bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%

N	± % bij 50%	± % bij 30% of 70%	± % bij 10% of 90%	± % bij 5% of 95%	± % bij 1% of 99%
50	13,9	12,7	8,3	6,0	2,8
100	9,8	9,0	5,9	4,3	2,0
200	6,9	6,4	4,2	3,0	1,4
300	5,7	5,2	3,4	2,5	1,1
400	4,9	4,5	2,9	2,1	1,0
500	4,4	4,0	2,6	1,9	0,9
750	3,6	3,3	2,1	1,6	0,7
1 000	3,1	2,8	1,9	1,4	0,6
1 500	2,5	2,3	1,5	1,1	0,5
2 000	2,2	2,0	1,3	1,0	0,4
2 500	2,0	1,8	1,2	0,9	0,4
3 000	1,8	1,6	1,1	0,8	0,4

Bij de aanmaak van de tabellen is ervoor gekozen om in de deelrapporten naar herkomstland en naar logiesvorm bepaalde categorieën die slechts een beperkt aantal respondenten bevatten, meestal toch te behouden, en ze niet toe te voegen aan een grotere groep, zodat de betekenis van de categorieën duidelijk blijft. Stel bijvoorbeeld dat de steekproef 74 gezelschappen telt waarvan het jongste kind tussen 12 tot 17 jaar is, en 35 gezelschappen waarvan het jongste kind 6-11 jaar is. In een dergelijk geval geven we er de voorkeur aan beide groepen afzonderlijk te rapporteren, liever dan een 'verwaterde' categorie van 109 gezelschappen met kinderen tussen 6 en 17 jaar te creëren, waarvan de betekenis minder duidelijk is. Het gevolg van deze keuze is wel, dat bepaalde tabellen percentages tonen die gebaseerd zijn op een beperkt aantal respondenten. Bij de interpretatie hiervan moet rekening gehouden worden met de hierboven omschreven nauwkeurigheid.

3. Profiel

3.1. Leeftijd van de respondenten

3.1.1. Evolutie van de leeftijd van de respondenten

Om te kunnen vergelijken met 2005 halen we de cases van de paasvakantie uit het databestand van 2011 zodat we vergelijkbare data hebben om na te gaan welke ontwikkelingen zich hebben voorgedaan (tabel 8).

Tegenover 2005 is de respondent gemiddeld iets ouder (54,5 jaar). De medioren zijn in aandeel gestegen tot 32% en de jongere leeftijdsgroepen zijn iets afgenomen.

Tabel 8
Leeftijd van de respondenten, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, zonder paasvakantie 2011 (in % van respondenten)

Leeftijdscategorie	2005	2011 (zonder paasvakantie)
18-24 j	4,3	1,9
25-34 j	10,9	8,7
35-49 j	28,1	27,6
50-64 j	27,9	32,3
65-74 j	18,3	20,0
75 j en meer	10,6	9,5
Totaal (in %)	100,0	100,0
Gemiddelde leeftijd	52,8	54,5
Aantal ongewogen cases	2 692	2 614

Om een lange termijn trend te kunnen maken met 1999 moeten we de leeftijdscategorieën aanpassen gezien die in 1999 nog anders bevraagd werden.

Tabel 9
*Leeftijd van de respondenten, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 1999-2005-2011, **zonder paasvakantie 2011** (in % van respondenten)*

Leeftijdscategorie	1999	2005	2011 (zonder paasvakantie)
18-24 j	5,9	4,3	1,9
25-34 j	17,1	10,9	8,7
35-44 j	21,7	20,0	17,2
45-54 j	15,1	16,7	20,0
55-64 j	16,8	19,3	22,6
65-74 j	18,2	18,3	20,0
75 j en meer	5,2	10,6	9,5
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde leeftijd	49,1*	52,8	54,5
Aantal ongewogen cases	2 975	2 692	2 614

* *Gemiddelde leeftijd werd berekend op basis van de middenwaarde van elke leeftijdscategorie gezien in 1999 enkel categorieën bevraagd werden.*

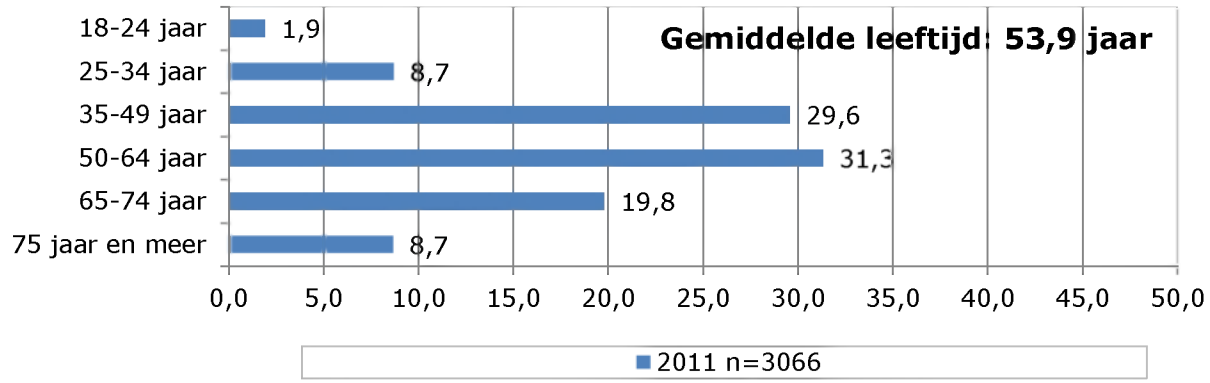
De lange termijn trend toont duidelijk een groei bij de leeftijdscategorie van respondenten van 55 tot 64 jaar en een sterke afname bij de 18 tot 34 jarigen.

3.1.2. Leeftijd van de respondenten, 2011

Voor de verdere bespreking van de resultaten wordt telkens de paasvakantie van 2011 wel meegenomen om de actuele situatie ii 2011 zo goed mogelijk te beschrijven.

- De gemiddelde leeftijd van de respondent ligt in de onderzoeksperiode 2011 mét paasvakantie op **53,9 jaar**.
- De medioren vormen de grootste groep van respondenten (31%), van nabij gevolgd door de groep van 35 tot 49 jaar (30%) en deze van 65 tot 74 jaar (20%).
- De groep van bejaarden ouder dan 75 jaar haalt een niet onbelangrijk aandeel van 8,7% van de respondenten.
- De jongere respondenten van 18 tot 24 jaar vertegenwoordigen nog geen 2%.

Grafiek 1
Leeftijd van de respondenten, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op 100)

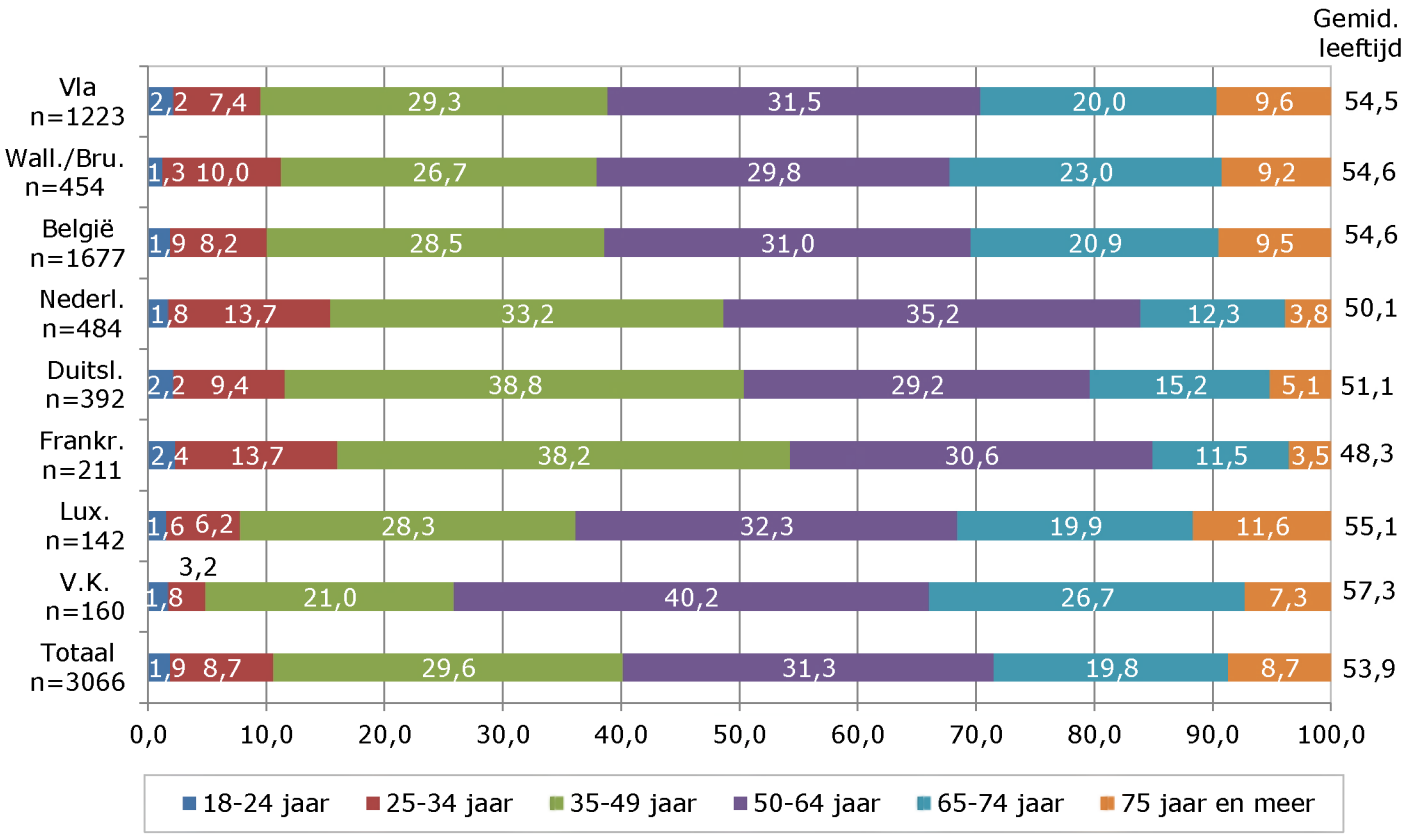


3.1.3. Leeftijd van de respondenten naar herkomst

Grafiek 2 geeft de leeftijdsgroepen van de respondenten naar markt.

- Vlamingen, Walen/Brusselaars en Luxemburgers hebben een relatief groot aandeel van bejaarden van 75 jaar en meer.
- Bij de Britten zijn de medioren en personen tussen 65 en 74 jaar sterk vertegenwoordigd.
- Duitsers en Fransen hebben relatief meer respondenten in hun midlife (35-49 jaar).
- De respondenten tussen 25-34 jaar komen meer voor bij de Nederlanders en de Fransen.
- In alle markten zijn de respondenten van 18 tot 24 jaar zeer beperkt.

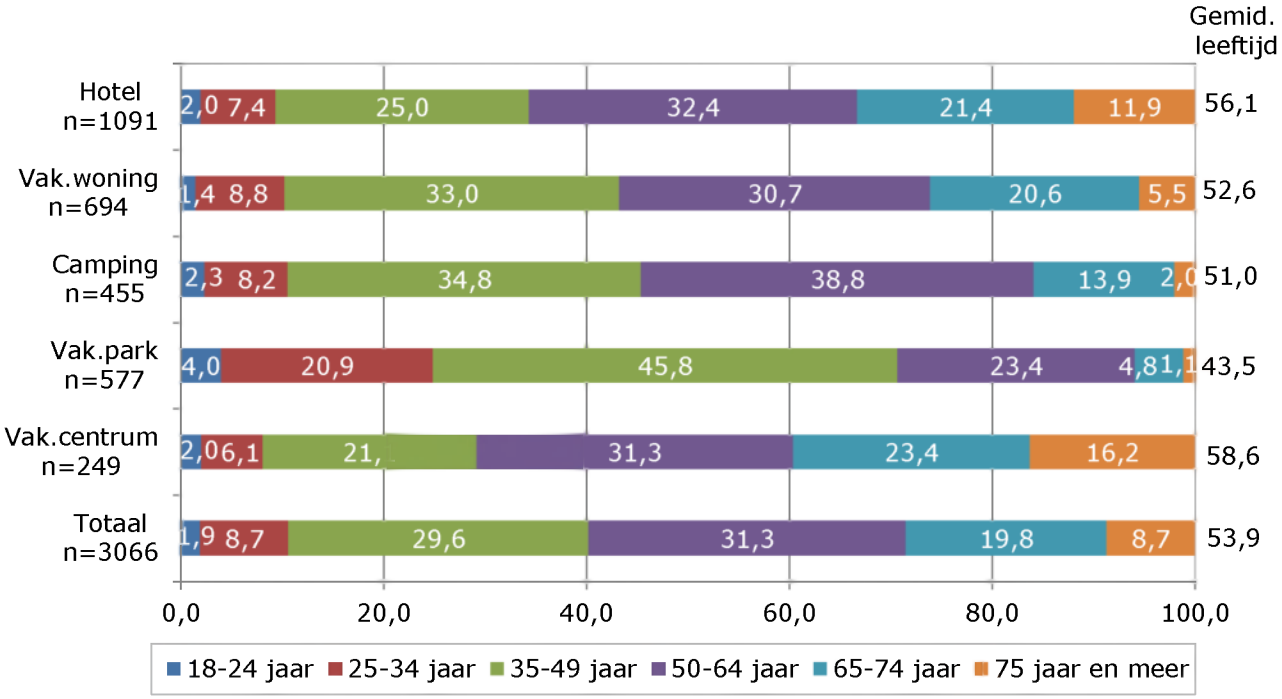
Grafiek 2
Gemiddelde leeftijd van de respondenten naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in% van respondenten op 100)



3.1.4. *Leeftijd van de respondenten naar logiesvorm*

- De respondent is het jongst (43,5 jaar) in de vakantieparken en het oudst (58,6 jaar) in de vakantiecentra.
- De bejaarden van 75 jaar en meer komen het vaakst voor in vakantiecentra maar zijn ook goed vertegenwoordigd in de kusthotels.
- De medioren zijn in alle logiesvormen goed aanwezig (ongeveer een derde van de cliënteel) met uitzondering van de vakantieparken waar ze wat minder voorkomen (slechts 23%).
- In de vakantieparken zijn er relatief meer respondenten tussen 35 en 49 jaar en tussen 25 en 34 jaar (46% en 21%).
- De jongeren van 18 tot 24 jaar vormen in elk van de behandelde logiesvormen slechts een beperkte groep (jeugdlogies is hier niet in meegenomen).

Grafiek 3
Leeftijd van de respondenten naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in% van respondenten op 100)

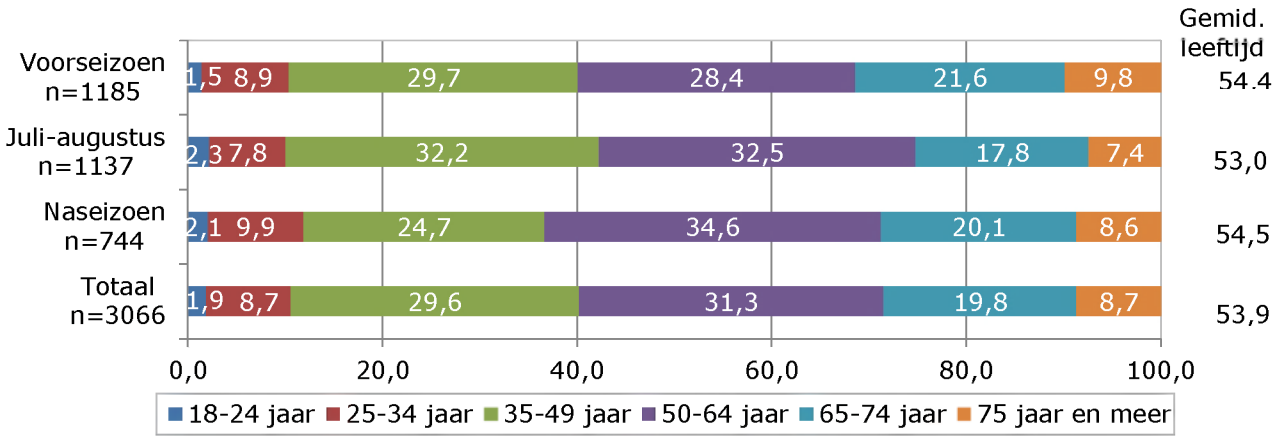


3.1.5. *Leeftijd van de respondenten naar seizoen*

De gemiddelde leeftijd van de respondent verschilt niet erg veel naar seizoen (grafiek 4).

- De medioren zijn iets meer aanwezig in het najaar en in de zomervakantie.
- De respondenten die in een midlifeperiode zitten tussen 35 en 49 jaar komen meer voor in de zomervakantie.
- In het voor- en najaar zijn de 65-plussers iets sterker vertegenwoordigd dan in de zomervakantie.

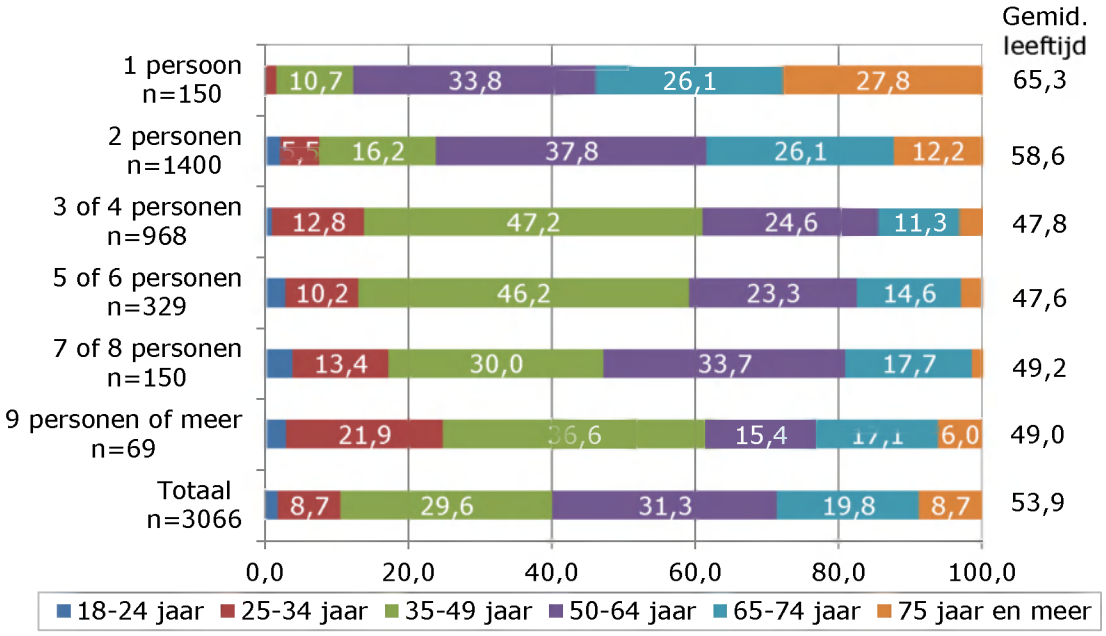
Grafiek 4
Gemiddelde leeftijd van respondenten naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011



3.1.6. *Leeftijd van de respondenten naar grootte van vakantiegezelschap*

- De éénpersoonsgezelschappen situeren zich meer dan gemiddeld in de medioren- en seniorengroep. Dit is ook het geval voor koppels of gezelschappen van twee personen.
- Gezelschappen van 3 of 4 personen of van 5 tot 6 personen (wellicht gezelschappen met kinderen) halen de hoogste percentages bij respondenten van 35 tot 49 jaar.
- Grotere gezelschappen van 7 personen en meer zijn meer dan gemiddeld te vinden in de leeftijdscategorie van 25 tot 34 jaar maar komen ook vrij veel voor bij respondenten van 35-49 jaar.

Grafiek 5
Leeftijd van de respondent naar grootte van het vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % respondenten)

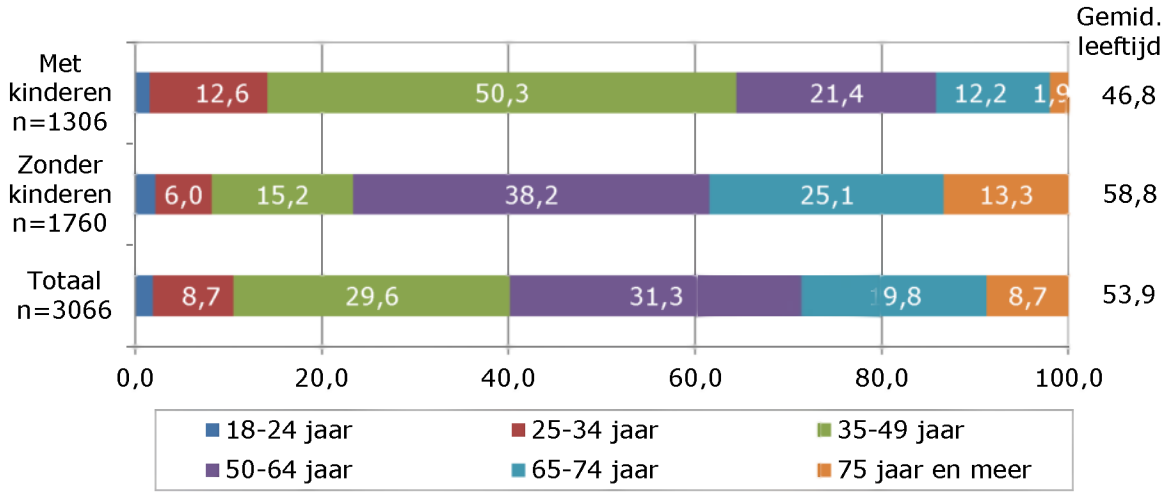


3.1.7. Leeftijd van de respondenten naar type vakantiegezelschap

Naar met of zonder kinderen

- De gemiddelde leeftijd van de respondenten met kinderen ligt lager dan deze zonder kinderen.
- In de groep respondenten met kinderen komt de leeftijdscategorie 35 tot 49 jaar het meest voor (bijna de helft heeft deze leeftijd).
- Toch is er een vrij belangrijke groep medioren in een gezelschap met kinderen op vakantie (21%). 14% van de respondenten met kinderen is ouder dan 65 (dit zijn wellicht oma's en opa's).
- Bij de gezelschappen zonder kinderen is de grootste groep respondenten tussen 50 en 64 aar gevolgd door de senioren tussen 65 en 74 jaar.
- Respondenten onder 35 jaar komen heel weinig zonder kinderen naar de kust (8%).

Grafiek 6
Leeftijd van de respondenten naar gezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



Naar typologie van vakantiegezelschap

Tabel 10 geeft de leeftijd van de respondent naar een meer gedetailleerde typologie van het vakantiegezelschap naar leeftijd van jongste kind of leeftijd van oudste persoon.

- De respondenten met kleine kinderen (< 6 jaar) situeren zich meer dan gemiddeld in de leeftijdsgroep 25-34 jaar maar ook nog in de categorie 35-49 jaar.
- De respondenten tussen 35-49 jaar zijn nog sterker vertegenwoordigd bij de gezelschappen met grotere kinderen tussen 6 en 17 jaar.

Tabel 10
Leeftijd van de respondent naar typologie van het vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Leeftijds-categorie	Met kinderen			Zonder kinderen					
	Jongste kind < 6 j	Jongste kind 6 -11 j	Jongste kind 12 -17 j	Oudste pers. 18-34 j	Oudste pers. 35-49 j	Oudste pers. 50-64 j	Oudste pers. 65-74 j	Oudste pers. 75 j en >	Totaal
18-24 jaar	0,7	1,2	5,3	27,7	2,9	0,6	0,0	0,0	1,9
25-34 jaar	23,2	2,1	0,1	72,3	5,9	1,8	0,9	1,3	8,7
35-49 jaar	41,3	61,7	55,6	0,0	91,2	7,8	1,0	4,1	29,6
50-64 jaar	25,1	16,1	20,9	0,0	0,0	89,8	12,9	11,4	31,3
65-74 jaar	8,7	17,1	13,1	0,0	0,0	0,0	85,1	13,8	19,8
75 jaar en >	1,0	1,9	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	69,5	8,7
Gemiddelde leeftijd	44,7	48,6	50,1	26,9	42,5	55,5	67,2	73,7	53,9
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	729	377	200	114	234	683	447	282	3 066

3.1.8. Leeftijd van de respondenten naar type vakantie

De vakanties werden opgedeeld in diverse types van vakantie.

- Als weekend definiëren we alle mogelijkheden tussen vrijdag aankomen en maandag vertrekken, evenals de verlengde weekends (paasmaandag, 1 mei, O.L.H. Hemelvaart, Pinkstermaandag, 11 juli, 21 juli, O.L.V. Hemelvaart en Allerheiligen/Allerzielen).
- Midweeks zijn vakanties van 4 nachten met aankomst op maandag en vertrek op vrijdag).

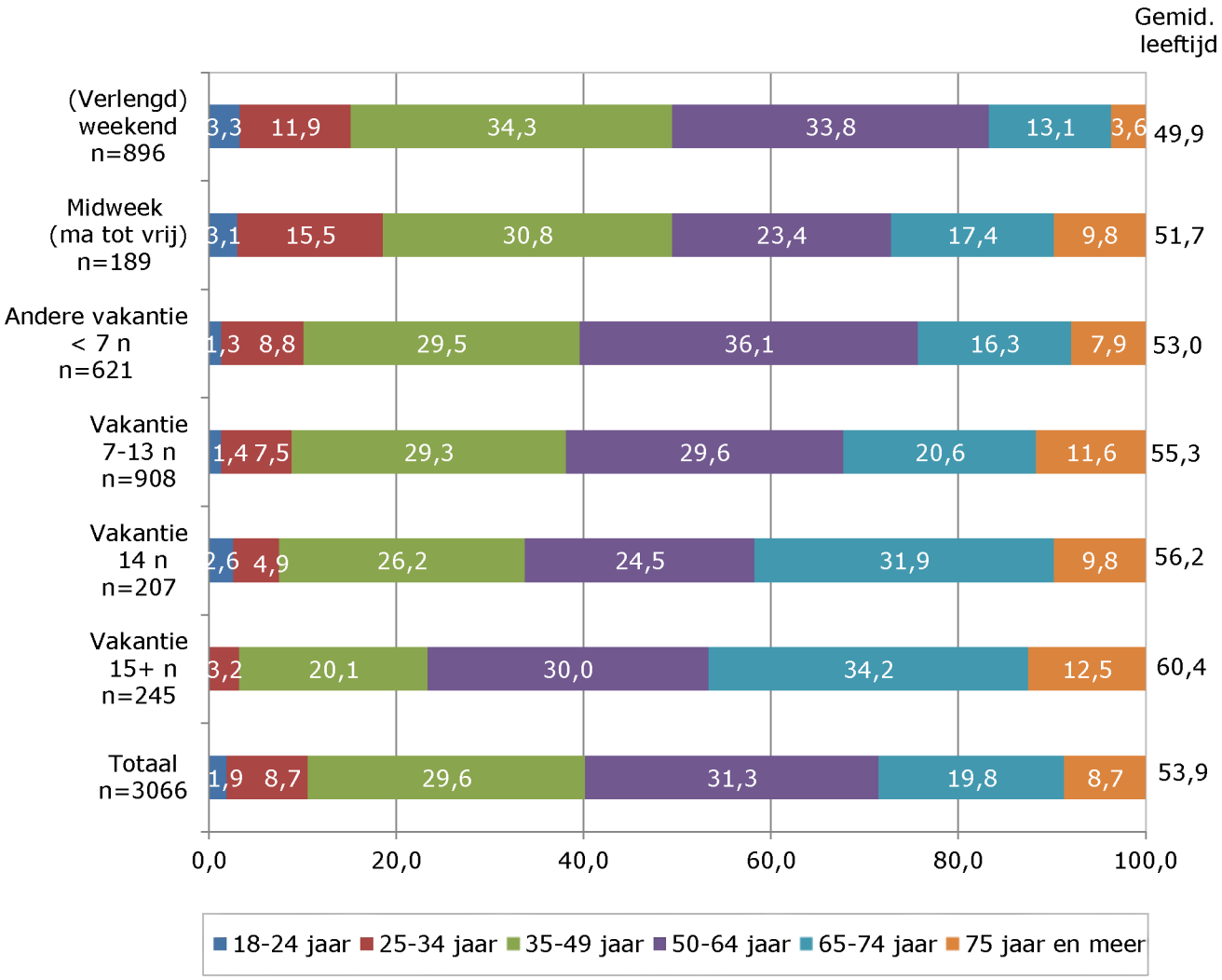
Bij de interpretatie van de resultaten moet ermee rekening gehouden worden dat, omwille van de aangewende methodologie, de weekends van 1 nacht niet zijn opgenomen. De verdeling naar type vakanties in grafiek 7 onderschat daarom de weekends. Toch krijgen we op basis van deze opdeling een indicatie over de graad van populariteit van de diverse opgesomde type vakanties naar diverse variabelen zoals dit verder gebeurt in het rapport.

- Hoe langer de vakantie, hoe ouder de leeftijd van de respondent. De leeftijd is het laagst bij de (verlengde)weekends en het hoogst bij de vakanties van meer dan 2 weken.

- Met (verlengde) weekends (minimum 2 nachten) en midweeks kunnen iets meer jonge respondenten worden aangetrokken van 25 tot 34 jaar en van 35 tot 49 jaar.

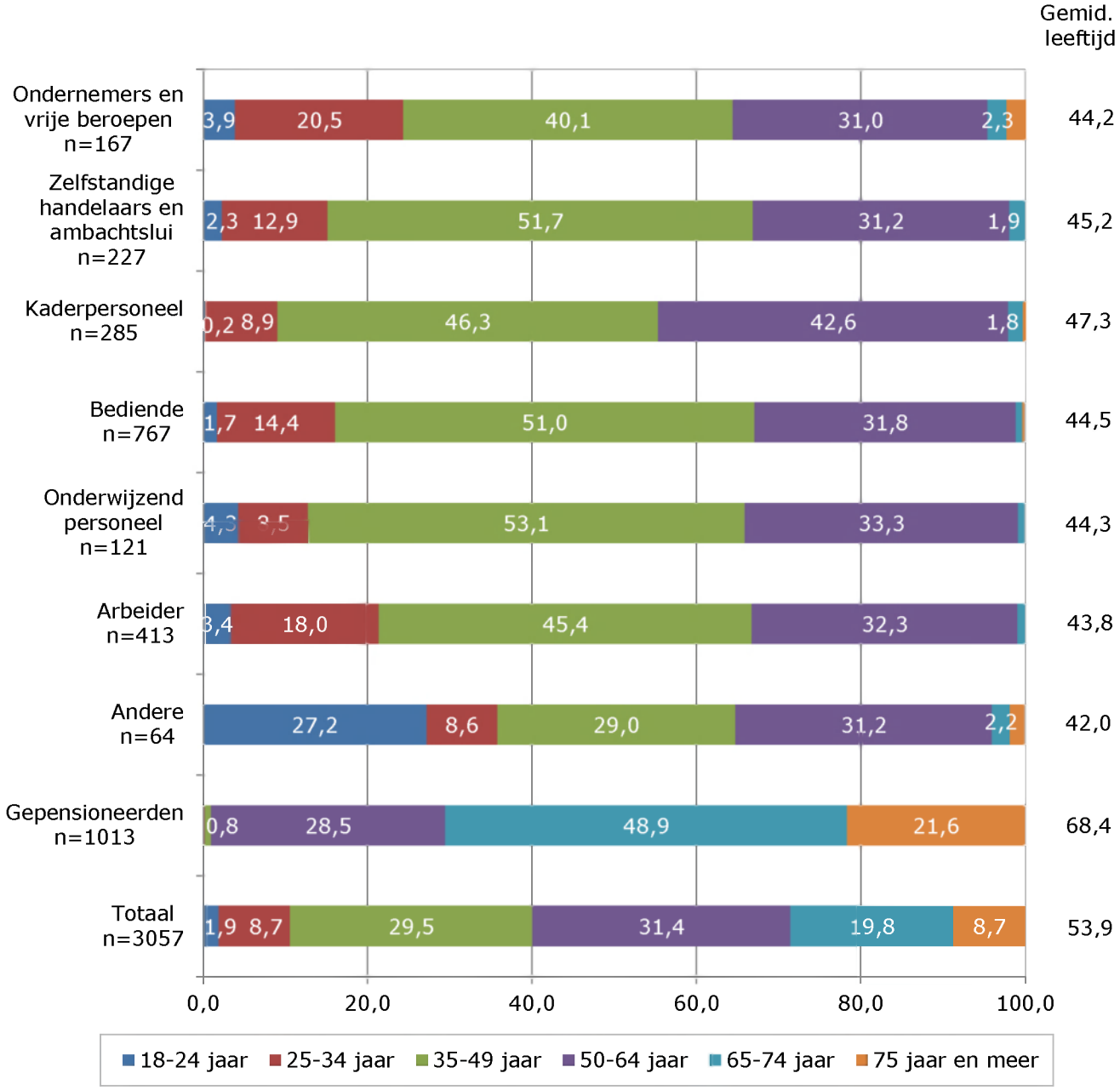
- Vakanties van 2 weken en meer spreken meer de 65-plussers aan.

Grafiek 7
Leeftijd van de respondenten naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011



3.1.9. Leeftijd van de respondenten naar type beroep gezinshoofd

Grafiek 8
Leeftijd van de respondenten naar type beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

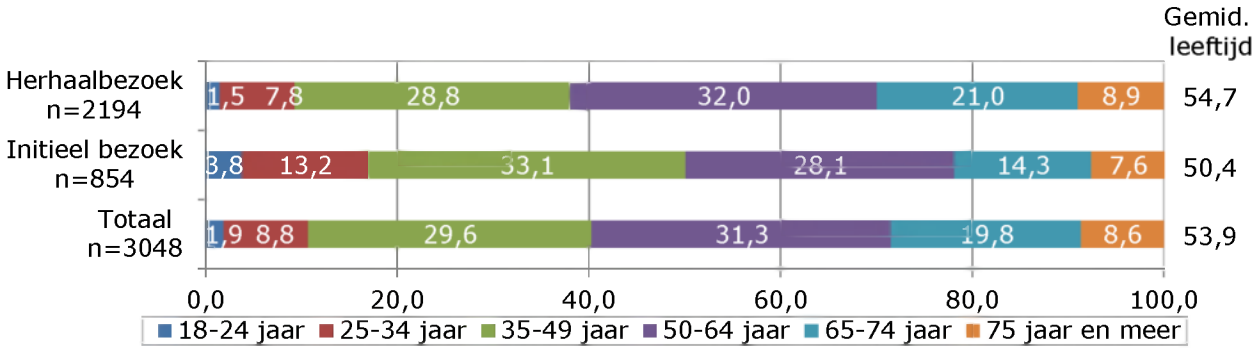


- Respondenten waarvan het gezinshoofd gepensioneerd is zijn uiteraard het oudst met gemiddeld 68,4 jaar.
- Er is verder niet zoveel differentiatie naar beroep van gezinshoofd. Enkel bij kaderpersoneel ligt de gemiddelde leeftijd van de respondent hoger en zijn de senioren meer vertegenwoordigd.

3.1.10. Leeftijd van de respondenten naar initieel of herhaalbezoek

- De initiële bezoekers zijn iets jonger dan de herhaalbezoekers: 50,4 jaar tegenover 54,7 jaar.
- Bij de herhaalbezoekers is de leeftijdsgroep van medioren en senioren sterker vertegenwoordigd.
- Bij initiële bezoekers is de groep van 25 tot 34 jarigen iets meer aanwezig.

Grafiek 9
Leeftijd van de respondenten naar herhaal- of initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

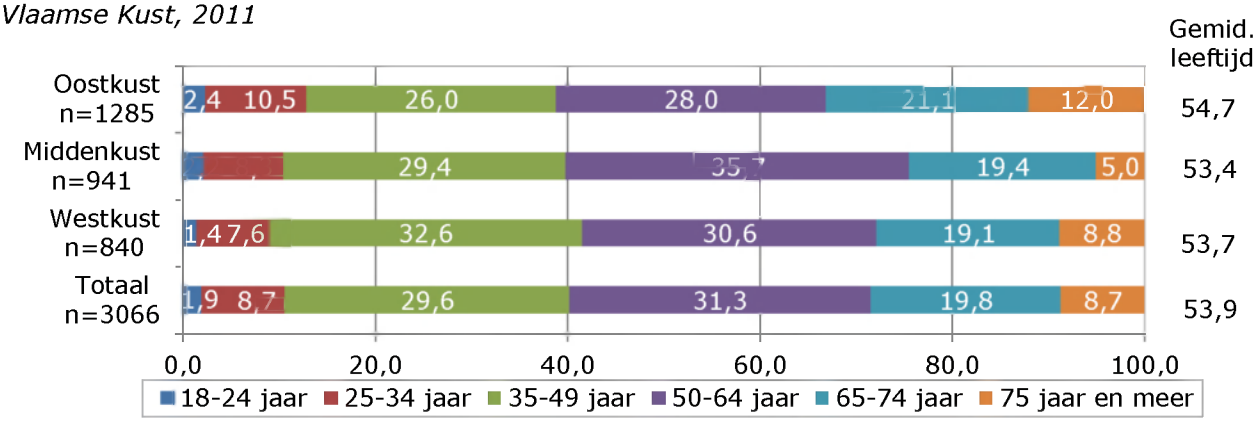


3.1.11. Leeftijd van de respondenten naar subregio van de kust

De kust wordt opgedeeld in de Oostkust, Middenkust en Westkust met volgende afbakening:
- Oostkust: Knokke-Heist, Blankenberge, De Haan;
- Middenkust: Bredene, Oostende, Middelkerke;
- Westkust: Nieuwpoort, Koksijde en De Panne.

- De respondenten aan de Oostkust zijn gemiddeld iets ouder dan in de twee andere kust-regio's
- De Middenkust heeft een groter aandeel medioren.
- Aan de Westkust komen iets meer respondenten tussen 35 en 49 jaar.

Grafiek 10
Leeftijd van de respondenten naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011



3.2. Vakantiegezelschap

3.2.1. Grootte van vakantiegezelschap

3.2.1.1. Evolutie naar grootte van het vakantiegezelschap

Er is niet echt veel veranderd in de grootte van de vakantiegezelschappen tegenover 2005.

Tabel 11
Grootte van het vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, ***zonder paasvakantie 2011*** *(in % van respondenten)*

Grootte van gezelschap	2005	2011
1 persoon	8,2	6,3
2 personen	49,5	51,7
3 - 4 personen	29,5	28,5
5 - 6 personen	9,3	7,9
7 - 8 personen	1,8	3,8
9 personen of >	1,6	1,8
Totaal (in %)	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,0	3,0
Aantal ongewogen cases	2 768	2 614

3.2.1.2. Grootte van het vakantiegezelschap, 2011

Wanneer de paasvakantie meegenomen wordt, zien we de gezelschappen met meer dan 2 personen toenemen en is ook de gemiddelde grootte hoger

Tabel 12
Grootte van het vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Grootte van gezelschap	2011 (met paasvakantie)
1 persoon	5,4
2 personen	46,9
3 - 4 personen	30,4
5 - 6 personen	10,7
7 - 8 personen	4,5
9 personen of meer	2,1
Totaal (in %)	100,0
Gemiddelde grootte	3,2
Aantal ongewogen cases	3 066

3.2.1.3. Grootte van het vakantiegezelschap naar herkomst

Tabel 13 toont de grootte van de vakantiegezelschappen in de verschillende markten.

- De grootste gezelschappen zijn te vinden bij de Nederlanders, Fransen en Belgen. De Britten hebben de kleinste gezelschappen met 2,1 personen. Ook de Luxemburgers en de Duitsers komen in kleinere gezelschappen dan gemiddeld (2,7 en 2,9 personen).

- Bij de Britten en Luxemburgers zijn 16 en 11% van de vakantiegangers alleen op vakantie.

- De Britten halen het hoogste percentage (70%) van vakantiegangers die met 2 personen Ook de Duitsers zijn iets meer met 2 personen.

Tabel 13
Grootte van het vakantiegezelschap naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Grootte van gezelschap	Vla.	Wall. Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
1 pers.	4,4	7,8	*5,5*	3,3	4,4	3,3	10,6	15,7	5,4
2 pers.	48,7	41,2	*46,4*	45,5	51,8	41,1	52,7	70,0	46,9
3 - 4 pers.	29,8	31,6	*30,4*	31,7	32,2	36,7	28,0	10,5	30,4
5 - 6 pers.	10,5	11,9	*10,9*	12,3	8,4	11,6	5,3	1,9	10,7
7 - 8 pers.	4,4	5,1	*4,6*	4,6	2,7	5,4	3,3	2,0	4,5
9 pers. of >	2,3	2,3	*2,3*	2,7	0,6	1,9	0,0	0,0	2,1
Totaal (in %)	100,0	100,0	*100,0*	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,2	3,3	*3,2*	3,4	2,9	3,4	2,7	2,1	3,2
Aantal onge-wogen cases	1 223	454	*1 677*	484	392	211	142	160	3 066

3.2.1.4. Grootte van gezelschappen naar logiesvorm

De grootte van de gezelschappen naar logiesvorm is weergegeven in tabel 14.

- Hotels trekken de kleinste gezelschappen aan: gemiddeld 2,5 personen met twee derden van de gezelschappen met twee personen.

- Vakantieparken herbergen de grootste gezelschappen: gemiddeld 4,8 personen met twee derden van de gezelschappen tussen 3 en 6 personen.

- Ook vakantiewoningen zijn populair bij relatief grote gezelschappen met 3,7 personen gemiddeld maar er zijn toch nog een relatief belangrijk aandeel van gezelschappen met 2 personen in vergelijking met de vakantieparken. Dit gemiddeld aantal personen ligt volledig in de lijn met het onderzoek dat tweejaarlijks wordt uitgevoerd door Westtoer bij gebruikers van vakantiewoningen binnen het KiTS-project.

- De gezelschappen in *vakantiecentra* (sociaal toerisme) halen gemiddeld 3,1 personen en hebben een opvallend hoog aandeel van bejaarden van 75 jaar en meer (20%).

- Vakantiecentra halen gemiddeld 3,1 personen per gezelschap. De groep van 2 personen is relatief groot zoals bij de hotels maar ook groepen van 3 tot 4 personen nemen een belangrijker aandeel in (28%) dan bij de hotels (19%). Vakantiecentra appelleren blijkbaar aan diverse types van gezelschappen.

- Campings hebben relatief veel gezelschappen van 2 personen maar ook van 3 tot 4 personen en halen een gemiddelde grootte van 3 personen.

Tabel 14
Grootte van het vakantiegezelschap naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Grootte van gezelschap	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
1 pers.	8,9	2,8	1,1	0,1	8,5	5,4
2 pers.	66,4	34,2	49,6	14,2	48,3	46,9
3 - 4 pers.	18,6	37,8	39,3	44,7	28,4	30,4
5 - 6 pers.	3,3	16,0	7,9	21,7	9,8	10,7
7 - 8 pers.	1,5	6,7	1,4	13,5	2,6	4,5
9 pers. of meer	1,2	2,5	0,7	5,8	2,4	2,1
Gemiddelde grootte	2,5	3,7	3,0	4,8	3,1	3,2
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal onge-wogen cases	1 091	694	455	577	249	3 066

3.2.1.5. Grootte van gezelschappen naar seizoen

In tabel 15 zien we de invloed van seizoenen op de grootte van gezelschappen.

- In het najaar zijn er meer gezelschappen (60%) met twee personen dan in de andere seizoenen.

- In het voorjaar en zomer zijn er relatief iets meer gezelschappen met 3 en 4 personen. Dergelijke gezelschappen zijn minder aanwezig in het najaar. Grotere gezelschappen van 5 personen en meer komen iets meer voor in het voorjaar.

Tabel 15
Grootte van het vakantiegezelschap naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Grootte van gezelschap	Voorseizoen	Juli-augustus	Naseizoen	Totaal
1 pers.	4,6	6,6	5,0	5,4
2 pers.	42,0	44,8	59,5	46,9
3 - 4 pers.	32,1	33,0	22,7	30,4
5 - 6 pers.	14,3	9,8	5,6	10,7
7 - 8 pers.	4,6	3,8	5,4	4,5
9 pers. of >	2,5	2,0	1,8	2,1
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,4	3,2	2,9	3,2
Aantal ongewogen cases	1 185	1 137	744	3 066

3.2.1.6. Grootte van gezelschappen naar type vakantie

Ook het type vakantie heeft invloed op de grootte van de gezelschappen (tabel 16).

- De gezelschappen met twee personen zijn het meest aanwezig in de korte vakanties.
- Grotere gezelschappen zijn er dan weer meer in de langere vakanties.

Tabel 16
Grootte van het vakantiegezelschap naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Grootte van gezelschap	(Verlengd) weekend	Midweek (ma - vrij)	Andere vakantie < 7 n	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 en + n	Totaal
1 pers.	4,5	4,6	5,2	6,4	6,9	4,4	5,4
2 pers.	55,1	48,6	50,8	42,8	28,2	44,3	46,9
3 - 4 pers.	23,9	32,0	32,7	31,5	39,8	30,2	30,4
5 - 6 pers.	7,1	6,6	8,2	14,3	17,8	10,2	10,7
7 - 8 pers.	6,0	4,9	2,2	3,8	3,5	8,2	4,5
9 pers. of >	3,3	3,3	0,9	1,2	3,8	2,8	2,1
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,2	3,4	2,9	3,2	3,7	3,5	3,2
Aantal onge-wogen cases	896	189	621	908	207	245	3 066

3.2.1.7. Grootte van gezelschappen naar beroep van gezinshoofd

Tabel 17
Grootte van het vakantiegezelschap naar beroep gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Grootte gezelschap	Ondern./ vrije beroep	Zelfst. handelaar/ ambacht	Kader	Bediende	Onder-wijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepensio-neerd	Totaal
1 pers.	1,5	1,0	4,1	1,7	10,7	3,8	4,7	9,2	5,4
2 pers.	30,8	35,6	36,4	36,6	31,6	38,7	39,8	63,6	47,0
3 - 4 pers.	45,5	35,5	39,6	42,2	34,7	36,4	30,6	16,5	30,4
5 - 6 pers.	11,5	16,7	13,8	13,1	14,8	13,0	7,9	6,3	10,6
7 - 8 pers.	9,7	10,0	4,5	3,6	6,6	5,8	9,6	2,6	4,4
9 pers. of >	1,1	1,2	1,5	2,8	1,6	2,2	7,4	1,8	2,1
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,8	3,8	3,4	3,5	3,4	3,5	4,1	2,7	3,2
Aantal ongewogen cases	167	227	285	767	121	413	64	1 013	3 057

- Gepensioneerden komen met de kleinste gezelschappen (2,7 personen) . Bijna twee derden zijn gezelschappen met 2 personen.
- Er zijn iets grotere gezelschappen bij de categorie ondernemers/vrije beroepen en zelfstandigen, ambachtslui.

3.2.1.8. Grootte van gezelschappen naar herhaal- of initieel bezoek

Er is geen groot onderscheid in de grootte van de gezelschappen naar herhaal- of initieel bezoek.

Tabel 18
Grootte van het vakantiegezelschap naar herhaal- en initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011, (in % van respondenten)

Grootte van het gezelschap	Herhaalbezoek	Initieel bezoek	Totaal
1 pers.	5,3	6,3	5,5
2 pers.	47,2	45,7	46,9
3 - 4 pers.	30,6	29,5	30,4
5 - 6 pers.	10,6	10,2	10,5
7 - 8 pers.	4,2	5,7	4,5
9 pers. of >	2,1	2,5	2,2
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,2	3,3	3,2
Aantal ongewogen cases	2 194	854	3 048

3.2.1.9. Grootte van gezelschappen naar subregio kust

- Aan de Westkust zijn er relatief grotere gezelschappen van drie of meer personen.
- Aan de Oostkust en Middenkust bestaan meer dan de helft van de gezelschappen uit 2 personen.

Tabel 19
Grootte van het vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011, (in % van respondenten)

Grootte van het gezelschap	Oostkust	Middenkust	Westkust	Totaal
1 pers.	6,7	5,4	4,4	5,4
2 pers.	52,4	52,5	38,3	46,9
3 - 4 pers.	26,2	27,6	35,8	30,4
5 - 6 pers.	8,1	9,7	13,5	10,7
7 - 8 pers.	4,9	3,9	4,6	4,5
9 pers. of >	1,8	0,9	3,4	2,1
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,0	3,0	3,6	3,2
Aantal ongewogen cases	1 285	941	840	3 066

3.2.2. Type van vakantiegezelschap

3.2.2.1. Evolutie van typologie van vakantiegezelschap

We bespreken telkens eerst of het vakantiegezelschap bestaat uit enerzijds enkel het gezin of anderzijds een ruimer gezelschap. Daarna kijken we naar het aandeel van gezelschappen met en zonder kinderen waarna we nog verder in detail gaan naar typologie van gezelschappen.

Enkel gezinsverband of ruimer gezelschap

In vergelijking met 2005 zijn er in 2011 iets meer vakantiegangers in een ruimer gezelschap naar de Kust gekomen.

Tabel 20
*Enkel gezinsverband of ruimer gezelschap, vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, **zonder paasvakantie 2011** (in % van respondenten)*

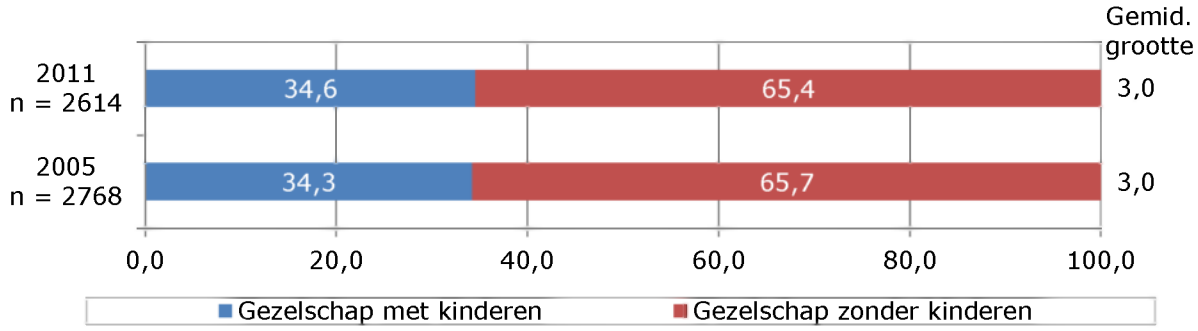
Gezinsverband of ruimer gezelschap	2005	2011
In gezinsverband In ruimer gezelschap	78,3 21,7	73,4 26,6
Totaal (in %)	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,0	3,0
Aantal ongewogen cases	2 768	2 607

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Om een vergelijking te kunnen maken met het onderzoek van 2005 is een herberekening gebeurd voor kinderen en volwassenen (toen werden 18-24 jarigen die met ouders op vakantie kwamen ingedeeld bij kinderen) en werden de cases van de paasvakantie niet meegenomen voor 2011. De paasvakantie is een schoolvakantie en trekt typisch gezinnen met kinderen naar de Kust.

De verhouding met kinderen is ongeveer gelijk gebleven tegenover dezelfde periode in 2005. Ook de gemiddelde grootte van de gezelschappen is gelijk gebleven op 3 personen.

Grafiek 11
*Vakantiegezelschap met of zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, **zonder paasvakantie 2011** (in % van respondenten)*



Typologie van vakantiegezelschappen

Binnen gezelschappen met kinderen wordt een onderverdeling gemaakt naar de leeftijd van het jongste kind gezien we ervan uitgaan dat het jongste kind in het gezelschap het
Voor gezelschappen zonder kinderen nemen we de leeftijd van de oudste persoon om het gezelschap te typeren. Ook hier gaan we ervan uit dat de oudste persoon sterk beïnvloedend is voor het vakantiegedrag. Volwassenen worden gerekend vanaf 18 jaar.

Bij vergelijking van de typologie van vakantiegezelschappen kunnen ook geen grote verschuivingen worden vastgesteld.

Het aandeel van jongeren zonder kinderen tussen 18 en 24 jaar is iets verder afgekalfd en dat van de medioren is iets toegenomen.

Tabel 21
*Typologie van vakantiegezelschappen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, **zonder paasvakantie 2011** (in % van respondenten)*

Vakantiegezelschap	2005	2011 (zonder paasvakantie)
Met kinderen		
Jongste kind <6 j	18,2	17,5
Jongste kind 6-11 j	10,8	10,9
Jongste kind 12-17 j	5,3	6,2
Zonder kinderen		
Oudste persoon 18-24 j	2,7	0,6
Oudste persoon 25-34 j	3,6	3,2
Oudste persoon 35-49 j	8,7	7,9
Oudste persoon 50-64 j	21,2	23,5
Oudste persoon 65-74 j	16,8	17,6
Oudste persoon 75 j en meer	12,7	12,4
Totaal (in %)	100,0	100,0
Gemiddelde grootte van vakantiegezelschap	3,0	3,0
Aantal ongewogen cases	2 768	2 614

3.2.2.2. Typologie van vakantiegezelschap, 2011

Gezinsverband/ruimer gezelschap, 2011

70% van de gezelschappen komt op vakantie naar de kust in gezinsverband. 30% zijn ruimere gezelschappen met familie en vrienden.

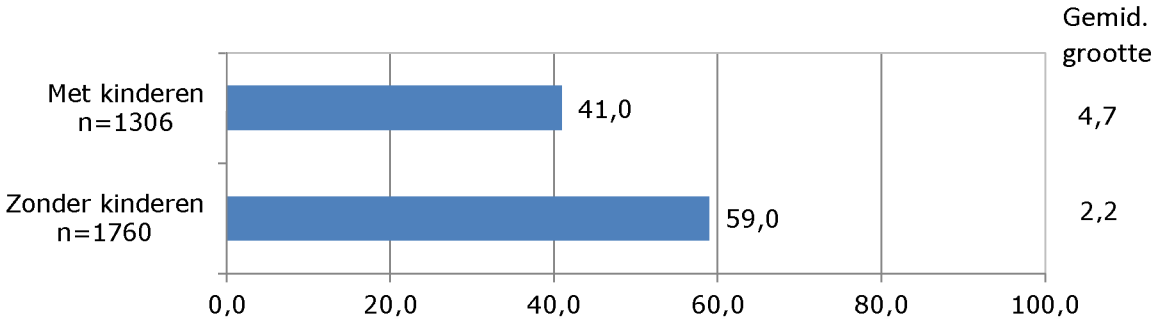
Tabel 22
Enkele gezinsverband of ruimer gezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Gezinsverband of ruimer gezelschap	2011 (met paasvakantie)
In gezinsverband	69,8
In ruimer gezelschap	30,2
Totaal (in %)	100,0
Aantal ongewogen cases	3 058

Vakantiegezelschappen met en zonder kinderen, 2011

In 2011, wanneer we de paasvakantie meenemen, zijn 59% gezelschappen zonder kinderen en 41% met kinderen op vakantie aan de kust.
Vakantiegezelschappen aan de Kust bestaan gemiddeld uit 3,2 personen.

Grafiek 12
Typologie en grootte van vakantiegezelschap met of zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Typologie van vakantiegezelschappen, 2011

Met de paasvakantie erbij is het percentage van gezelschappen met kinderen jonger dan 11 jaar iets hoger.

Tabel 23
Typologie van vakantiegezelschappen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Vakantiegezelschap	2011 (met paasvakantie)
Met kinderen	
Jongste kind <6 j	21,1
Jongste kind 6-11 j	13,5
Jongste kind 12-17 j	6,4
Zonder kinderen	
Oudste persoon 18-24 j	0,6
Oudste persoon 25-34 j	2,8
Oudste persoon 35-49 j	7,3
Oudste persoon 50-64 j	21,4
Oudste persoon 65-74 j	15,6
Oudste persoon 75 j en >	11,3
Totaal (in %)	100,0
Gemiddelde grootte van vakantiegezelschap	3,2
Aantal ongewogen cases	3 066

3.2.2.3. Typologie van vakantiegezelschap naar herkomst

Enkel gezinsverband of ruimer gezelschap

- De Belgen, zowel Walen/Brusselaars én Vlamingen, komen meer dan de buitenlanders in een ruimer gezelschap dan enkel het gezin.

- Luxemburgers en Britten komen het meest in gezinsverband.

Tabel 24
Enkel gezinsverband of ruimer gezelschap naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Gezinsverband/ ruimer gezelschap	Vla.	Wall. Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Gezinsverband	69,9	65,2	*68,4*	74,2	76,1	74,6	81,4	80,9	69,8
Ruimer gezelschap	30,1	34,8	*31,6*	25,8	23,9	25,4	18,6	19,1	30,2
Totaal (in %)	100,0	100,0	*100,0*	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 221	451	*1 672*	483	392	211	141	159	3 058

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Grafiek 13 toont aan dat er grote verschillen zijn in type van vakantiegezelschappen naargelang het herkomstland.

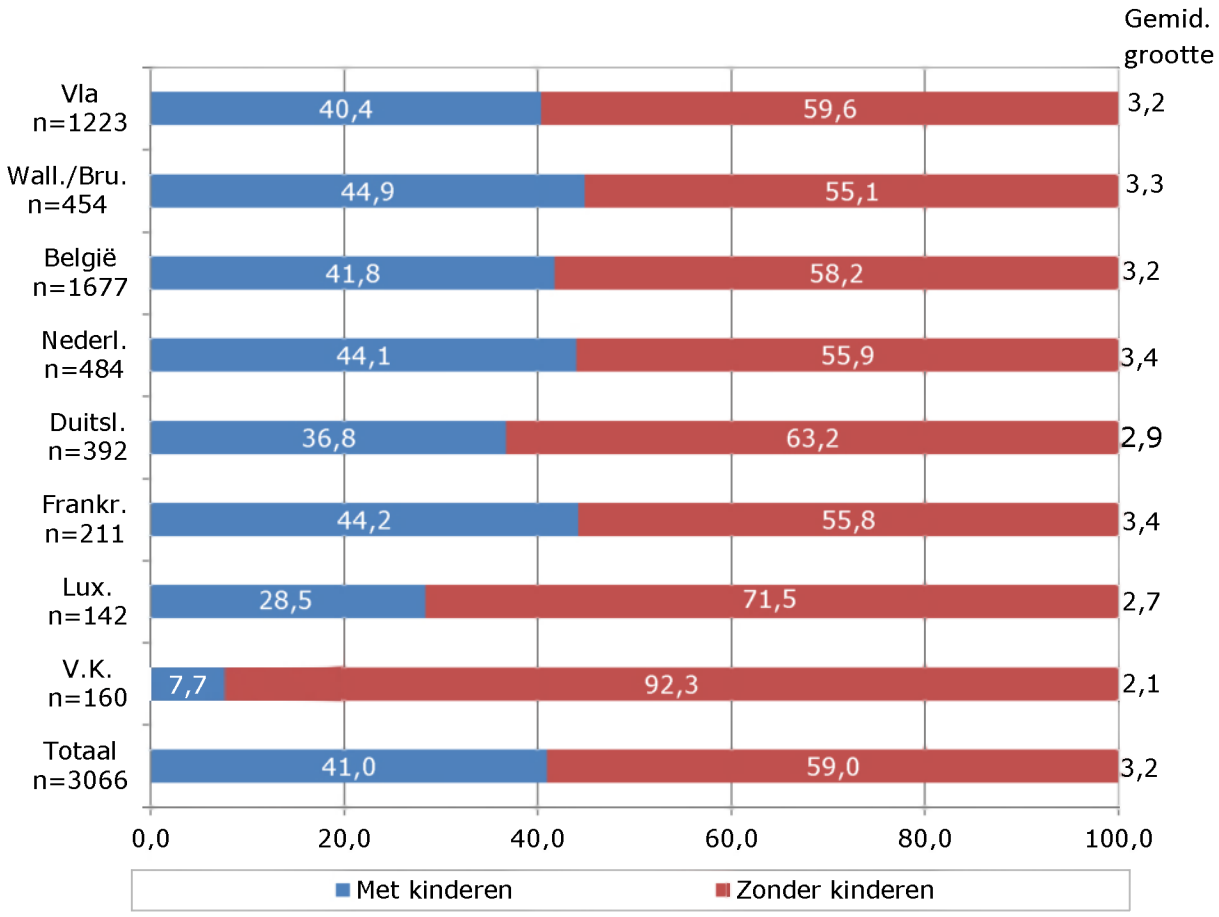
- De *Britten* komen bijna allemaal zonder kinderen en met gemiddeld slechts 2,1 personen in het gezelschap.

- Ook de *Luxemburgers* en *Duitsers* komen minder met kinderen en hebben gemiddeld een lager aantal personen in het gezelschap.

- *Nederlanders, Fransen* en *Walen/Brusselaars* komen het meest met kinderen op vakantie naar de Kust en vertoeven er dan ook gemiddeld met iets meer personen in het gezelschap.

- *De Vlamingen* komen in 40% van de gezelschappen met kinderen.

Grafiek 13
Vakantiegezelschap met of zonder kinderen naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Typologie van vakantiegezelschap

Tabel 25 geeft aan wat de gedetailleerde typologie is van de vakantiegezelschappen naar herkomst.

Bij alle markten zijn de gezelschappen zonder kinderen met de oudste persoon tussen 18 en 34 jaar zwak vertegenwoordigd.

Verder zijn er volgende verschillen:

- De *Britten* bestaan voor 76% uit gezelschappen waarvan de oudste persoon 50 jaar is of ouder.
- De *Luxemburgers* en *Duitsers* komen minder met kinderen. Waar de Luxemburgers relatief ouder zijn, zijn er bij de Duitsers meer midlife- en mediorengezelschappen.
- Bij de *Nederlanders* komt bijna één derde van de gezelschappen met kleine kinderen onder 6 jaar op vakantie aan de Vlaamse Kust. Ze zijn met 3,4 personen per vakantiegezelschap.
- *De Vlamingen* vallen er tussenin en bepalen door hun volume voor een groot stuk het gemiddelde van 3,2 personen.

Tabel 25
Typologie van vakantiegezelschappen naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Vakantie-gezelschap	Vla.	Wall./ Bruss.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Met kinderen									
Jongste kind <6 j	19,4	23,7	*20,7*	31,5	18,9	25,8	8,8	1,7	21,1
Jongste kind 6-11 j	13,6	16,0	*14,4*	8,4	11,8	11,3	11,8	3,7	13,5
Jongste kind 12-17 j	7,4	5,1	*6,7*	4,2	6,2	7,0	7,8	2,3	6,4
Zonder kinderen									
Oudste pers. 18-24 j	0,6	0,4	*0,5*	0,2	1,9	0,2	1,0	1,4	0,6
Oudste pers. 25-34 j	2,0	4,0	*2,6*	3,3	3,9	4,0	4,4	0,7	2,8
Oudste pers. 35-49 j	7,2	5,2	*6,6*	7,7	12,2	12,3	7,4	13,8	7,3
Oudste pers. 50-64 j	21,4	18,2	*20,4*	27,7	24,1	21,8	23,0	36,3	21,4
Oudste pers. 65-74 j	15,9	15,3	*15,8*	12,4	13,6	12,5	20,0	28,0	15,6
Oudste pers. 75 j en >	12,5	11,9	*12,3*	4,6	7,6	4,9	15,7	12,2	11,3
Totaal (in %)	100,0	100,0	*100,0*	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 223	454	*1 677*	484	392	211	142	160	3 066

3.2.2.4. Typologie van vakantiegezelschap naar logiesvorm

Gezinsverband/ruimer gezelschap

- Bij campings en hotels zijn er minst ruimere gezelschappen.
- In vakantieparken vakantiewoningen en in vakantiecentra zijn een derde of meer van de gezelschappen ruimere gezelschappen.

Tabel 26
Gezinsverband of ruimer gezelschap naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust,2011 (in % van respondenten)

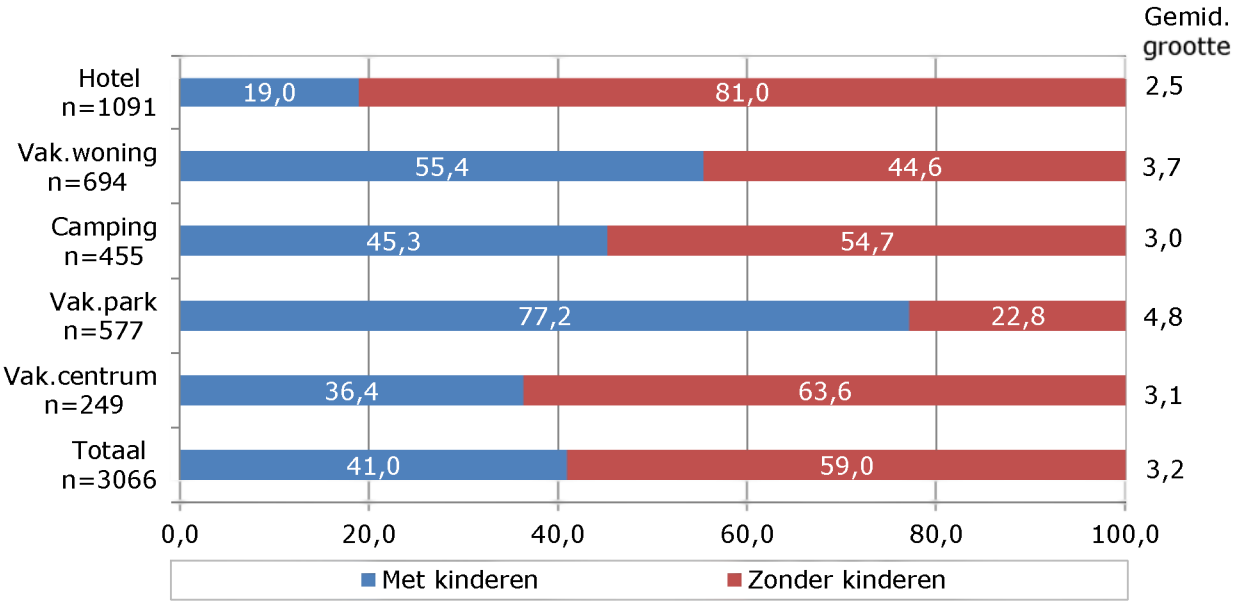
Gezinsverband of ruimer gezelschap	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak park	Vak. centrum	Totaal
Enkel gezinsverband	79,0	62,4	83,0	61,0	66,6	69,8
Ruimer gezelschap	21,0	37,6	17,0	39,0	33,4	30,2
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 086	693	455	576	248	3 058

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Grafiek 14 geeft het aandeel van gezelschappen met en zonder kinderen per logiesvorm.

- Vakantieparken trekken een zeer hoog aandeel (77%) van gezelschappen aan met kinderen.
- Ook in vakantiewoningen zijn de gezelschappen voor iets meer dan de helft van de gezelschappen op vakantie met kinderen (55%).
- Hotels hebben slechts 19% van hun gezelschappen met kinderen.
- Er zijn op campings opmerkelijk veel gezelschappen met kinderen (45%).
- De gezelschappen in vakantiecentra (sociaal toerisme) hebben een groot aandeel van gezelschappen zonder kinderen. Toch hebben 36% van de gezelschappen kinderen. Dit percentage ligt een stuk hoger dan dat van de hotels.

Grafiek 14
Vakantiegezelschapen met en zonder kinderen naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Typologie van vakantiegezelschap

In tabel 27 wordt meer detail gegeven over de vakantiegezelschappen.

- Vakantieparken voor een groot deel gezelschappen met kleine kinderen onder 6 jaar (57%).
- Ook in vakantiewoningen is bijna een derde (29%) van de gezelschappen met kleine kinderen onder 6 jaar.
- Hotels zijn vooral aantrekkelijk voor 50-plussers.

- Bij kortkamperen op campings zijn opmerkelijk veel gezelschappen met kinderen uit alle leeftijdsgroepen.

- De gezelschappen in vakantiecentra (sociaal toerisme hebben een opvallend hoog aandeel bejaarden van 75 jaar en meer (20%). Ook bij hotels zijn 15% van de gezelschappen bejaard.

Tabel 27
Typologie van vakantiegezelschappen naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Vakantiegezelschap	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
Met kinderen						
Jongste kind <6 j	7,5	28,5	19,8	57,2	17,1	21,1
Jongste kind 6-11 j	7,2	19,5	13,3	14,0	12,3	13,5
Jongste kind 12-17 j	4,2	7,5	12,2	5,9	7,0	6,4
Zonder kinderen						
Oudste pers. 18-24 j	0,9	0,2	1,1	1,3	0,4	0,6
Oudste pers. 25-34 j	4,1	2,4	2,1	2,2	1,0	2,8
Oudste pers. 35-49 j	13,0	3,8	8,4	3,8	4,0	7,3
Oudste pers. 50-64 j	26,7	17,8	27,8	10,0	21,5	21,4
Oudste pers. 65-74 j	21,8	12,1	12,1	4,0	16,5	15,6
Oudste pers. 75 j en >	14,5	8,3	3,2	1,5	20,3	11,3
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 091	694	455	577	249	3 066

3.2.2.5. Typologie van vakantiegezelschap naar seizoen

Enkel in gezinsverband of in ruimer gezelschap

- Vooral in het voorjaar zijn er relatief meer ruimere en grotere gezelschappen.

- In de zomermaanden en het najaar zijn er relatief meer gezelschappen die enkel met het gezin komen. In het najaar zijn de gezelschappen ook kleiner.

Tabel 28
Enkel gezinsverband of ruimer gezelschap naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Gezinsverband of ruimer gezelschap	Voorseizoen (april-juni)	Juli-augustus	Naseizoen (sept.-nov.)	Totaal
Gezinsverband Ruimer gezelschap	64,9 35,1	72,9 27,1	73,4 26,6	69,8 30,2
Gemiddelde grootte	3,4	3,2	2,9	3,2
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 182	1 132	744	3 058

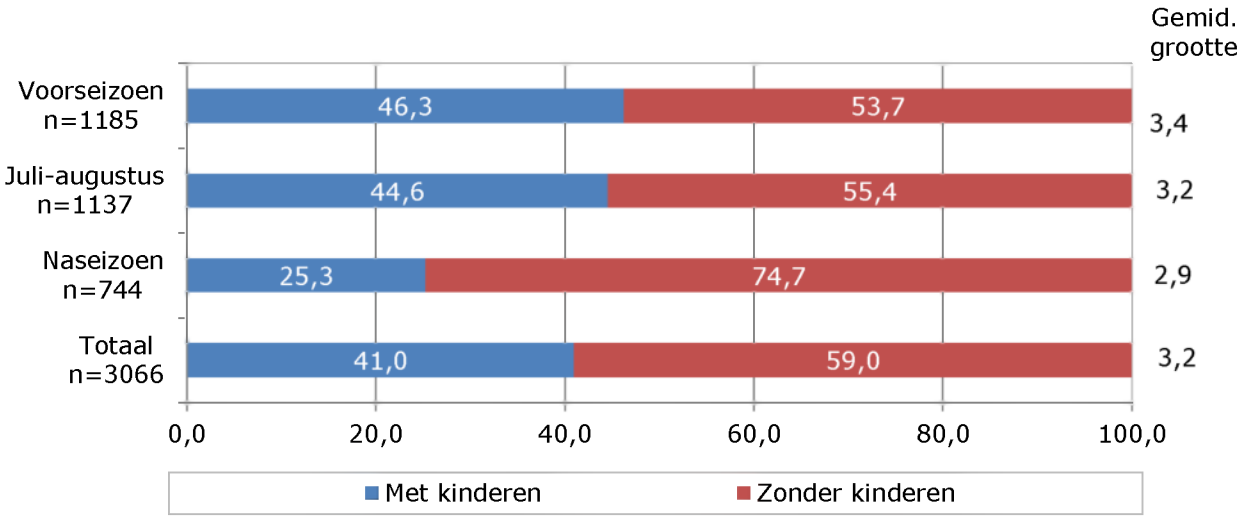
Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

- Het *voorjaar* heeft relatief grote vakantiegezelschappen met een hoog aandeel van gezelschappen met kinderen (46%).

- De *zomervakantie* trekt verhoudingsgewijs bijna evenveel gezelschappen met kinderen aan als in het voorjaar, maar er zijn iets mindere (3,2) personen in het gezelschap.

- In het *najaar* zijn de gezelschappen gemiddeld kleiner (2,9 personen) en is het aandeel van gezelschappen zonder kinderen groter (75% is 50 jaar).

Grafiek 15
Vakantiegezelschappen met en zonder kinderen naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Typologie van vakantiegezelschap

Uit de gedetailleerde informatie in tabel 29 zijn volgende conclusies te trekken.

- Het *voorjaar* heeft relatief grote vakantiegezelschappen met een hoog aandeel van gezelschappen met heel jonge kinderen (25%).

- De *zomervakantie* trekt verhoudingsgewijs iets meer kinderen die iets ouder zijn (26% is tussen 6 en 17 jaar).

- In het *najaar* zijn de gezelschappen gemiddeld kleiner (2,9 personen) en is het aandeel van oudere gezelschappen zonder kinderen groter (60% is 50 jaar of ouder).

Tabel 29
Typologie van vakantiegezelschappen naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Vakantiegezelschap	Voorseizoen (april-juni)	Juli-augustus	Naseizoen (sept.-nov.)	Totaal
Met kinderen				
Jongste kind <6 j	25,4	18,7	17,3	21,1
Jongste kind 6-11 j	15,2	16,6	5,1	13,5
Jongste kind 12-17 j	5,7	9,2	2,9	6,4
Zonder kinderen				
Oudste persoon 18-34 j	2,2	3,8	4,6	3,4
Oudste persoon 35-49 j	5,9	6,9	10,5	7,3
Oudste persoon 50-64 j	18,4	21,1	27,7	21,4
Oudste persoon 65-74 j	14,6	13,8	20,3	15,6
Oudste persoon 75 j en >	12,6	9,9	11,6	11,3
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,4	3,2	2,9	3,2
Aantal ongewogen cases	1 185	1 137	744	3 066

3.2.2.6. Typologie van vakantiegezelschap naar type vakantie

Enkel gezinsverband of ruimer gezelschap

Ruimere gezelschappen zijn iets sterker aanwezig bij de langere vakanties.

Tabel 30
Gezinsverband of ruimer gezelschap naar type vakantie, , vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Gezinsverband of ruimer gezelschap	(Verlengd) weekend	Midweek (ma - vrij)	Andere vakantie < 7 n	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 en + n	Totaal
Gezinsverband	73,3	66,9	71,5	70,3	59,9	65,2	69,8
Ruimer gezelschap	26,7	33,1	28,5	29,7	40,1	34,8	30,2
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,2	3,4	2,9	3,2	3,7	3,5	3,2
Aantal ongewogen cases	895	188	619	906	206	244	3 058

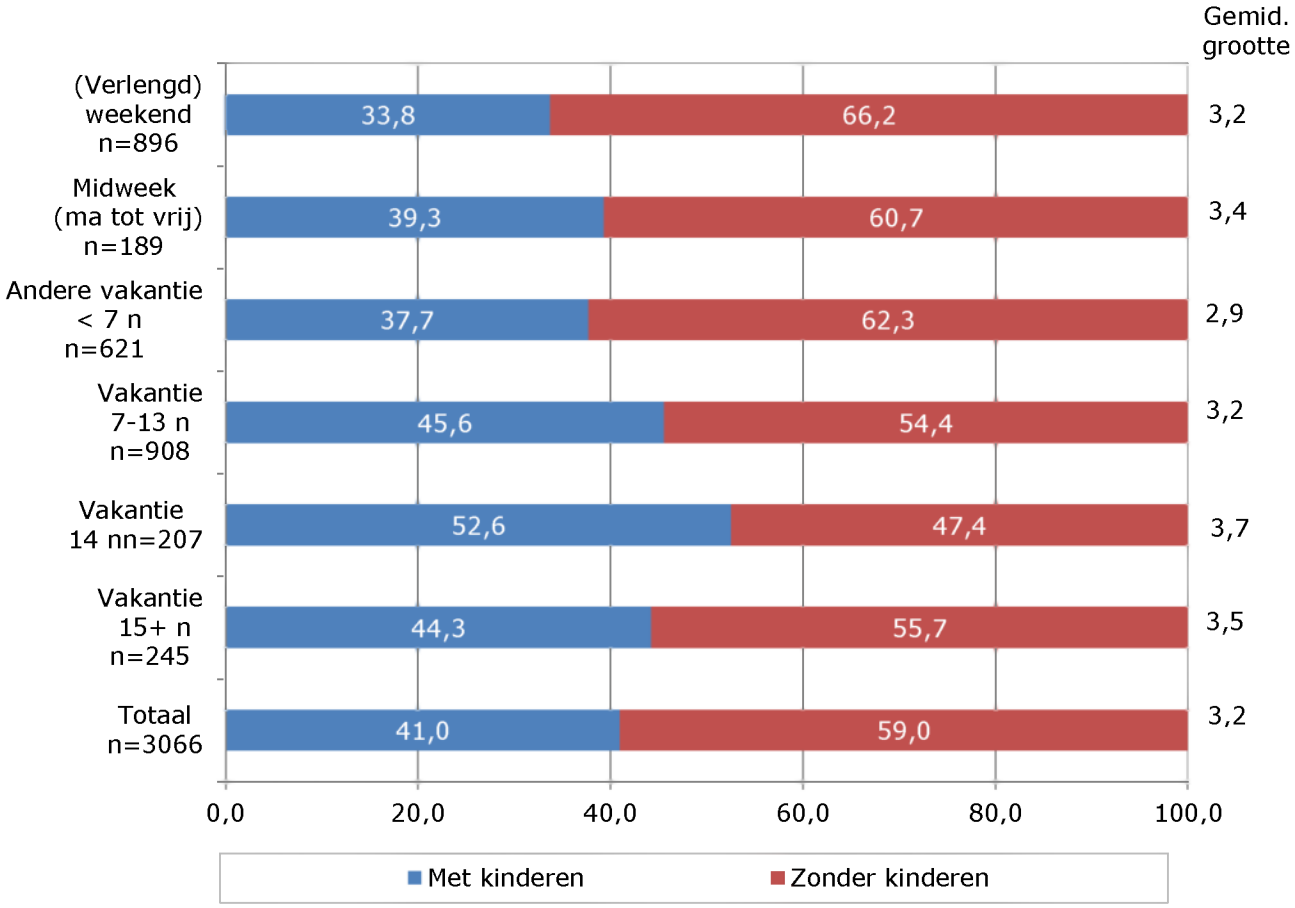
Vakantiegezelschappen met en zonder kinderen

- *De kortere types van vakanties* hebben een iets groter aandeel van gezelschappen zonder kinderen. Toch trekken ook korte vakanties een niet te verwaarlozen aandeel gezelschappen met kinderen (34%).

- De *vakanties van veertien dagen* trekken het hoogste aandeel van vakantiegezelschappen met kinderen aan.

- Bij *de vakanties van meer dan 14 dagen* zijn relatief meer gezelschappen van 65-plussers te vinden.

Grafiek 16
Vakantiegezelschappen met of zonder kinderen naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Typologie van vakantiegezelschappen

Tabel 31 toont aan dat de medioren maar ook de gezelschappen met oudste persoon tussen 35 en 49 jaar iets meer dan gemiddeld vertegenwoordigd zijn in de (verlengde) weekends.

Tabel 31
Typologie van vakantiegezelschap naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Vakantie-gezelschap	(Verlengd) weekend	Midweek ma - vrij	Andere vakantie < 7 n	Vakantie 7 - 13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 en +	Totaal
Met kinderen							
Jongste kind <6 j	20,2	18,6	18,7	23,2	25,2	19,8	21,1
Jongste kind 6-11 j	8,7	15,2	13,6	14,7	19,5	16,5	13,5
Jongste kind 12-17 j	4,8	5,5	5,4	7,7	8,0	8,0	6,4
Zonder kinderen							
Oudste pers. 18-34 j	6,3	4,8	4,1	2,1	0,2	0,0	3,4
Oudste pers. 35-49 j	15,5	6,0	7,7	3,4	2,3	1,8	7,3
Oudste pers. 50-64 j	28,5	18,9	23,4	17,8	15,0	16,5	21,4
Oudste pers 65-74 j	12,3	16,5	15,1	15,8	19,1	20,9	15,6
Oudste pers. 75 j en >	3,7	14,5	12,0	15,2	10,7	16,5	11,3
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,2	3,4	2,9	3,2	3,7	3,5	3,2
Aantal onge-wogen cases	896	189	621	908	207	245	3 066

3.2.2.7. Typologie van vakantiegezelschap naar beroep van gezinshoofd

Gezinsverband/ruimer gezelschap

Tabel 32
Gezinsverband of ruimer gezelschap naar beroep gezinshoofd, , vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

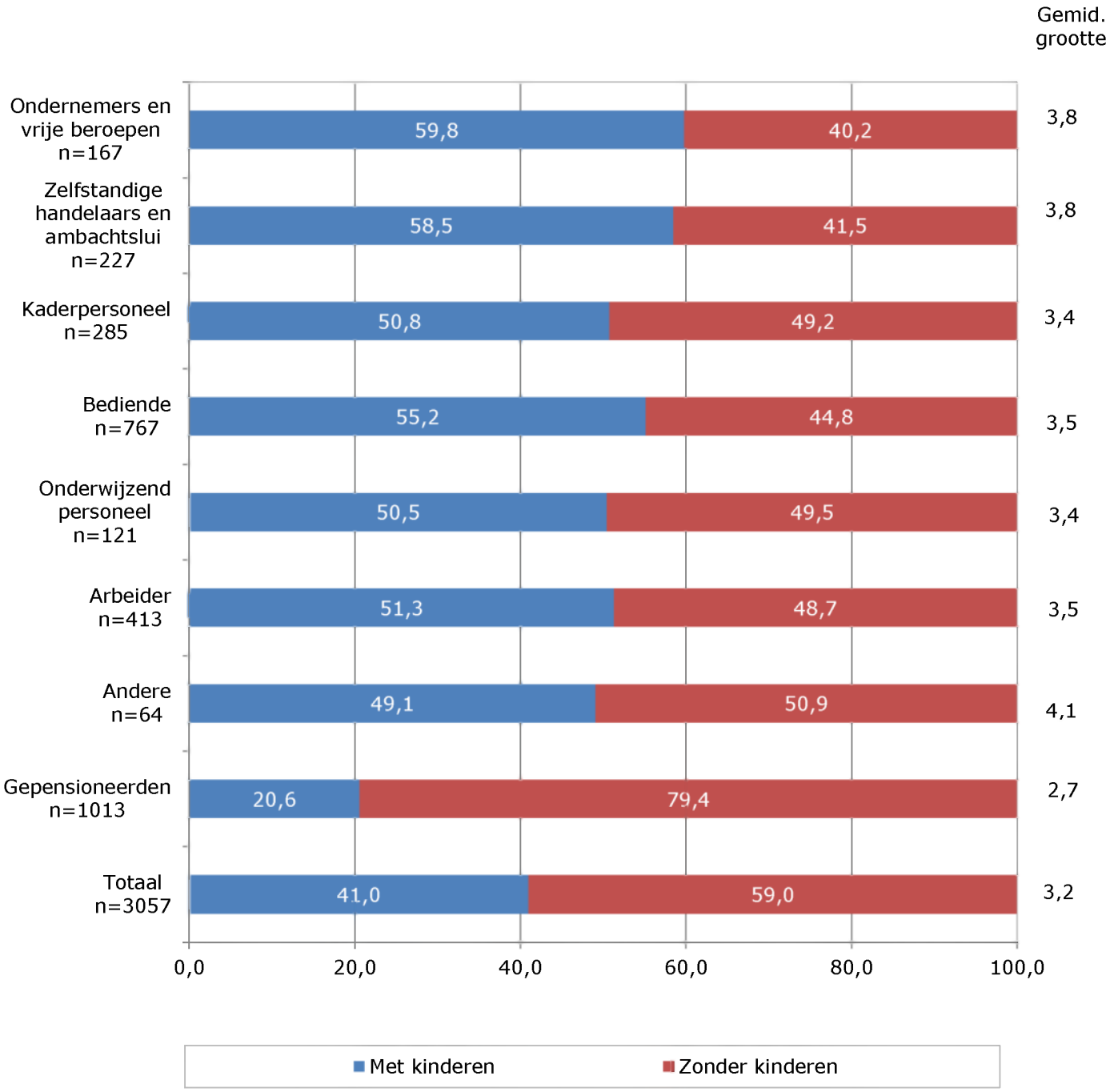
Gezinsverband of ruimer gezelschap	Ondernemers en vrije beroepen	Zelfstandige handelaars en ambachtslui	Kader-personeel	Bediende	Onderwijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepen-sioneerden	Totaal
Gezinsverband	69,8	66,6	73,3	70,1	73,3	72,2	56,5	69,1	69,8
Ruimer gezelschap	30,2	33,4	26,7	29,9	26,7	27,8	43,5	30,9	30,2
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,8	3,8	3,4	3,5	3,4	3,5	4,1	2,7	3,2
Aantal ongewogen cases	167	226	285	764	121	412	64	1 010	3 049

De andere beroepscategorieën (inclusief de niet-actieven) komen iets meer voor in een ruimer gezelschap.

Vakantiegezelschappen met en zonder kinderen

Ondernemers/vrije beroepen en zelfstandige handelaars/ambachtslui komen meer met kinderen op vakantie naar de kust. Gepensioneerden komen in 79% van de gezelschappen zonder kinderen. Toch kom ook 21% met kinderen.

Grafiek 17
Vakantiegezelschappen met en zonder kinderen naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Typologie van vakantiegezelschappen

Tabel 33
Typologie van vakantiegezelschap naar beroep gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Vakantiegezelschap	Ondern./ vrije beroepen	Zelfst. handelaars/ ambacht	Kader	Bediende	Onderwijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepen-sioneerden	Totaal
Met kinderen									
Jongste kind <6 j	40,4	30,7	28,1	27,9	20,7	28,2	23,9	9,3	21,0
Jongste kind 6-11 j	15,0	22,2	16,0	17,3	19,7	14,7	14,0	8,1	13,5
Jongste kind 12-17 j	4,4	5,5	6,7	10,0	10,1	8,4	11,2	3,3	6,4
Zonder kinderen									
Oudste pers.18-24 j	0,0	0,4	0,1	0,3	2,5	0,9	13,8	0,0	0,6
Oudste pers.25-34 j	5,7	2,9	1,4	4,8	4,2	6,1	5,7	0,0	2,8
Oudste pers.35-49 j	5,6	13,0	14,6	10,4	12,7	14,7	13,1	0,0	7,3
Oudste pers.50-64 j	22,9	21,7	25,9	25,1	27,1	24,8	11,5	17,0	21,5
Oudste pers.65-74 j	0,8	1,4	3,0	2,5	1,6	1,2	2,2	36,8	15,6
Oudste pers. 75 j en >	5,2	2,2	4,3	1,8	1,4	0,9	4,6	25,5	11,3
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,8	3,8	3,4	3,5	3,4	3,5	4,1	2,7	3,2
Aantal ongewogen cases	167	227	285	767	121	413	64	1 013	3 057

- Ondernemers/vrije beroepen en zelfstandige handelaars/ambachtslui komen relatief meer met kleine kinderen.

- Bij de gepensioneerden is 17% van de gezelschappen een gezelschap met de oudste persoon in de leeftijdscategorie 50-64 jaar, 37% uit gezelschappen met oudste persoon tussen 65 en 74 jaar. 26% van de gepensioneerden komt uit een gezelschap waarbij de oudste persoon 75 jaar of ouder.

3.2.2.8. Typologie van vakantiegezelschap naar herhaal- en initieel bezoek

Gezinsverband/ruimer gezelschap

Er is weinig onderscheid naar type gezelschap naar herhaal- of initieel bezoek van de vakantiegangers.

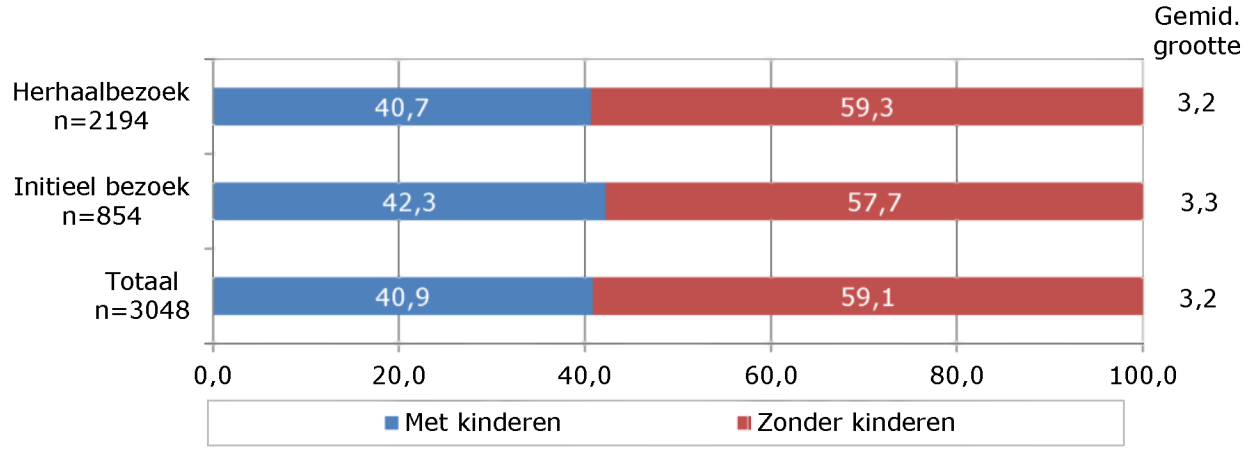
Tabel 34
Enkel gezinsverband of ruimer gezelschap naar initieel en herhaalbezoek, , vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Gezinsverband of ruimer gezelschap	Herhaalbezoek	Initieel bezoek	Totaal
Gezinsverband	69,3	72,0	69,8
Ruimer gezelschap	30,7	28,0	30,2
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	2 188	852	3 040

Vakantiegezelschappen met en zonder kinderen

Er is ook weinig onderscheid naar gezelschap met en zonder kinderen naar herhaal- of initieel bezoek van de vakantiegangers.

Grafiek 18
Vakantiegezelschappen met en zonder kinderen naar herhaal- of initieel bezoeker, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Typologie van vakantiegezelschappen

- Bij initiële bezoekers zijn er iets meer gezelschappen met kleine kinderen jonger dan 6 jaar (tabel 35).
- Bij herhaalbezoekers zijn er iets meer senioren.

Tabel 35
Typologie van vakantiegezelschap naar herhaal- en initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Vakantiegezelschap	Herhaalbezoek	Initieel bezoek	Totaal
Met kinderen			
Jongste kind <6 j	20,0	25,3	21,0
Jongste kind 6-11 j	13,7	12,7	13,5
Jongste kind 12-17 j	6,9	4,4	6,5
Zonder kinderen			
Oudste persoon 18-34 j	2,7	6,5	3,4
Oudste persoon 35-49 j	6,8	9,7	7,3
Oudste persoon 50-64 j	21,5	21,0	21,5
Oudste persoon 65-74 j	16,8	10,2	15,7
Oudste persoon 75 j en meer	11,5	10,3	11,3
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	3,2	3,3	3,2
Aantal ongewogen cases	2 194	854	3 048

3.2.2.9. Typologie van vakantiegezelschap naar subregio kust

Gezinsverband/ruimer gezelschap

Aan de Westkust komt men meer dan gemiddeld in ruimere gezelschappen

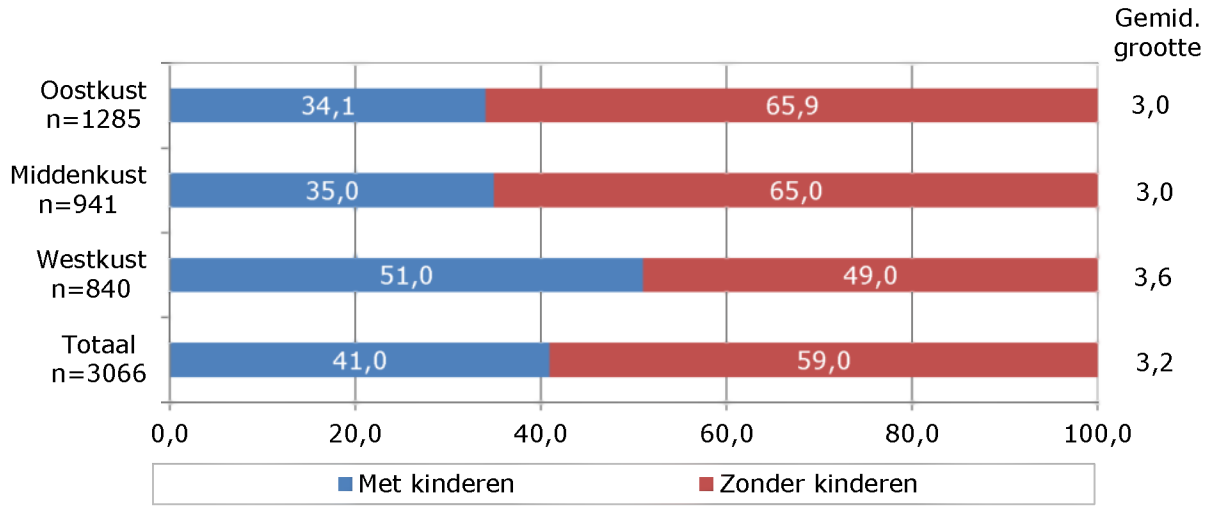
Tabel 36
Gezinsverband of ruimer gezelschap naar initieel en herhaalbezoek, , vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Gezinsverband of ruimer gezelschap	Oostkust	Middenkust	Westkust	Totaal
Gezinsverband	73,7	71,8	65,2	69,8
Ruimer gezelschap	26,3	28,2	34,8	30,2
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 283	939	836	3 058

Vakantiegezelschappen met en zonder kinderen

De *Westkust* is iets meer georiënteerd op gezelschappen met kinderen en heeft dan ook grotere gezelschappen.

Grafiek 19
Vakantiegezelschappen met en zonder kinderen naar subregio Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Naar typologie van vakantiegezelschappen

- De *Westkust* is iets meer georiënteerd op gezelschappen met kleine kinderen jonger dan 11 jaar en heeft dan ook grotere gezelschappen.
- De *Oostkust* trekt iets meer gezelschappen aan van 65-plussers.
- De Middenkust is meer populair bij mediorengezelschappen.

Tabel 37
Typologie en grootte van vakantiegezelschap naar subregio Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Vakantiegezelschap	Westkust	Middenkust	Oostkust	Totaal
Met kinderen				
Jongste kind <6 j	27,5	16,0	17,8	21,1
Jongste kind 6-11 j	17,0	11,1	11,4	13,5
Jongste kind 12-17 j	6,5	7,9	4,9	6,4
Zonder kinderen				
Oudste persoon 18-34 j	2,0	3,6	4,8	3,4
Oudste persoon 35-49 j	5,2	9,1	8,2	7,3
Oudste persoon 50-64 j	17,5	27,5	20,7	21,4
Oudste persoon 65-74 j	13,9	16,2	17,0	15,6
Oudste persoon 75 j en meer	10,4	8,6	15,2	11,3
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte van vakantiegezelschap	3,6	3,0	3,0	3,2
Aantal ongewogen cases	840	941	1 285	3 066

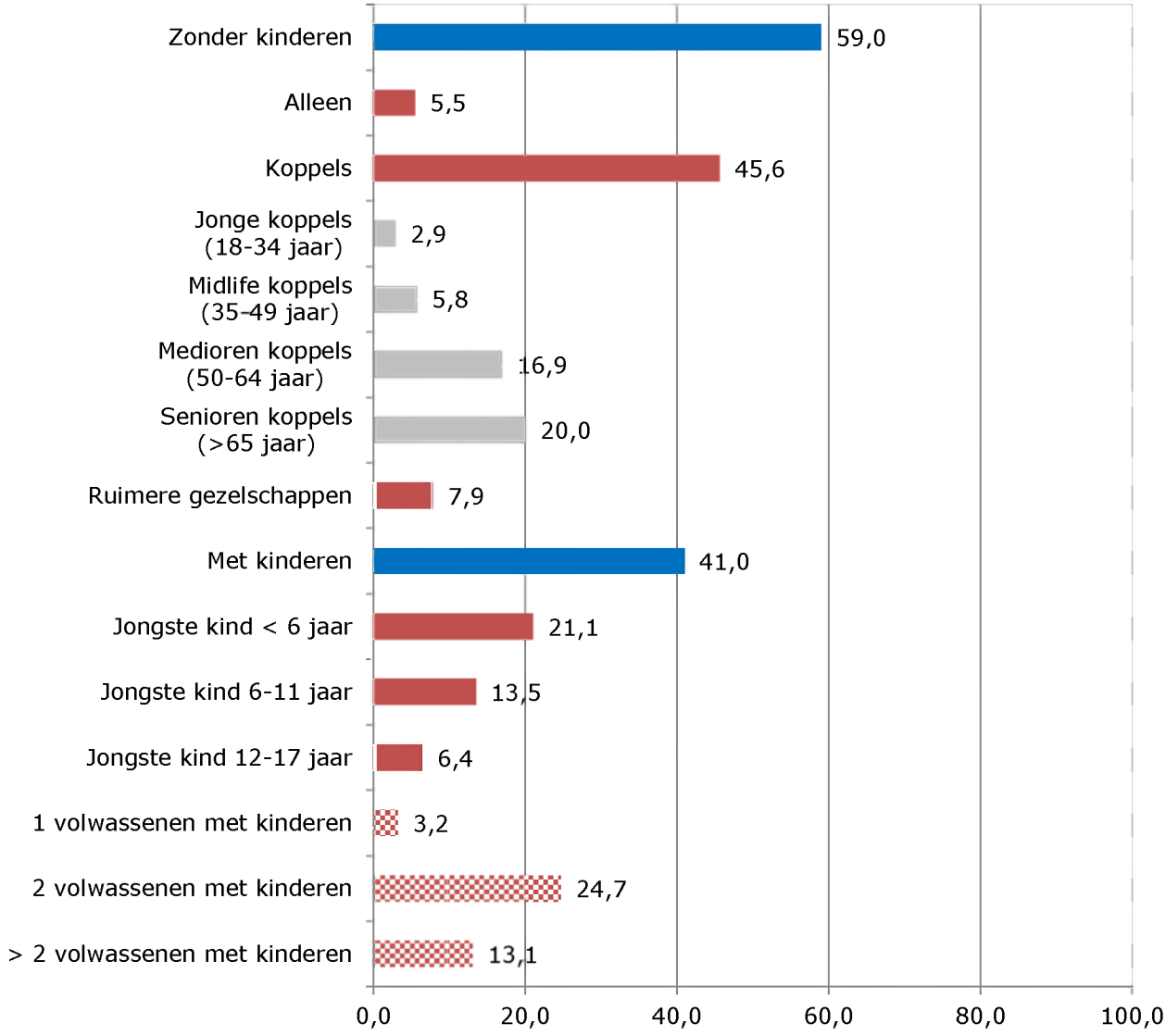
3.2.2.10. Typologie van vakantiegezelschap naar koppels en ruimere gezelschappen

We kunnen de gezelschappen ook op een andere manier bekijken waarbij we onderscheid maken naar koppels en ruimere gezelschappen en naar hoeveel volwassenen de kinderen vergezellen.

- In totaal bestaan 46 % van de vakantiegezelschappen aan zee uit koppels. 37% van alle gezelschappen zijn koppels waarvan oudste persoon ouder is dan 50 jaar.

- 25% van de vakantiegezelschappen aan zee zijn gezinnen met twee volwassenen en kinderen. 13% zijn ruimere gezelschappen met kinderen.

Grafiek 20
Typologie van vakantiegezelschappen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



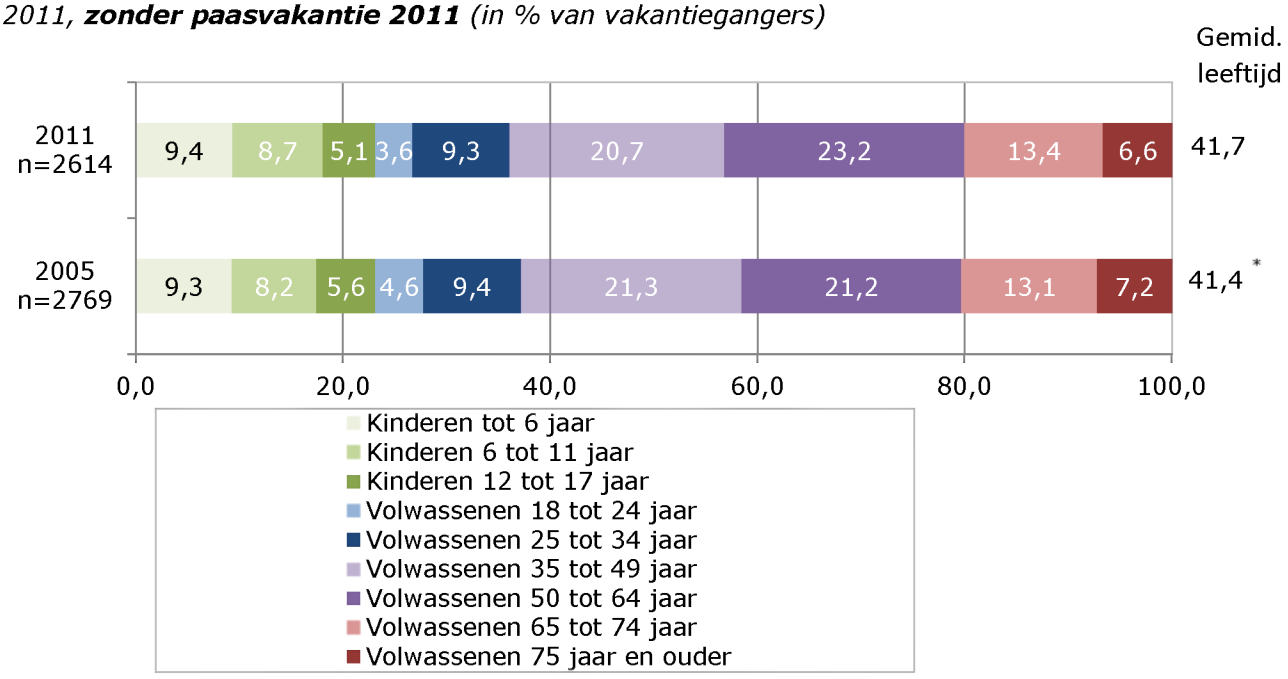
3.2.3. Leeftijd van de vakantiegangers

De vakantiegezelschappen resulteren uiteindelijk in een aantal vakantiegangers die kunnen opgedeeld worden in leeftijdsgroepen. Op deze manier kunnen we de evolutie volgen van het aantal jonge kinderen, jongeren of ouderen die op vakantie komen aan de Vlaamse Kust.

3.2.3.1. Evolutie van de vakantiegangers naar leeftijd, 2005-2011

In grafiek 21 wordt 2011 vergeleken met 2005. De structuur van de vakantiegangers naar leeftijd is niet veel gewijzigd wanneer we 2011 zonder de paasvakantie vergelijken met 2005.

Grafiek 21
*Vakantiegangers naar leeftijd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, **zonder paasvakantie 2011** (in % van vakantiegangers)*



* *Gemiddelde leeftijd werd berekend op basis van de middenwaarde van elke leeftijdscategorie gezien in 2005 enkel categorieën bevraagd werden.*

3.2.3.2. Leeftijd van de vakantiegangers naar leeftijd, 2011

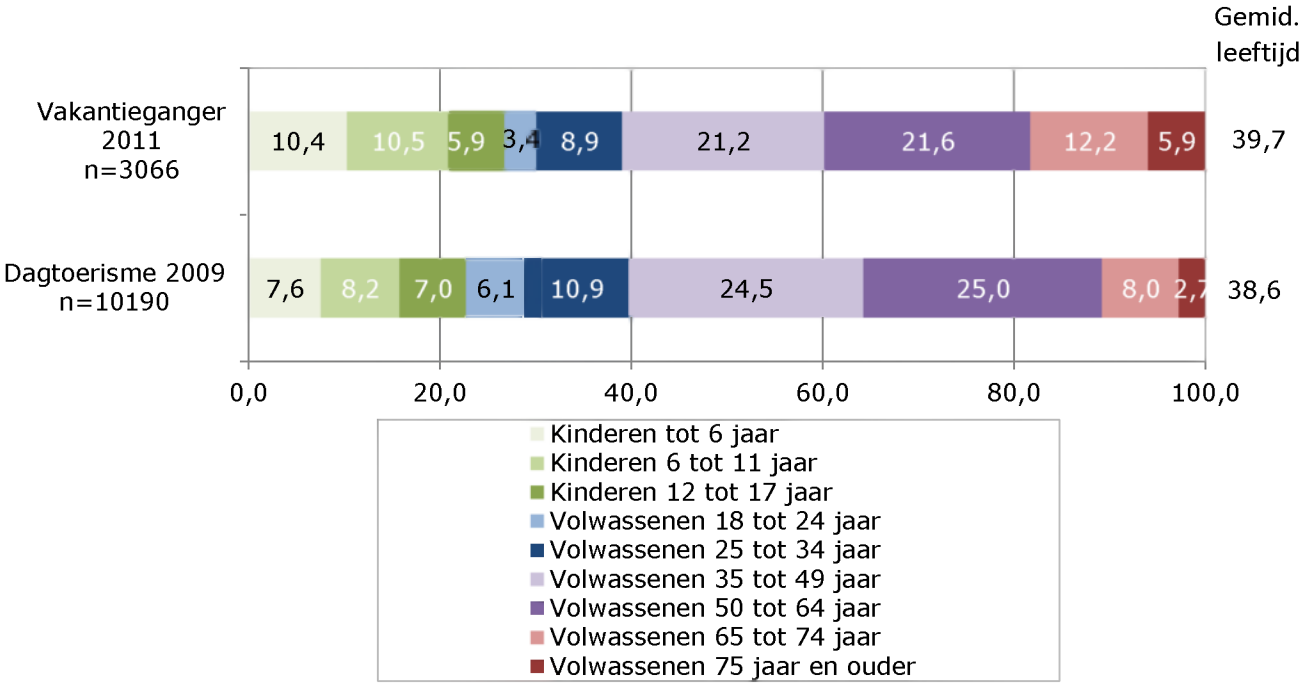
De gemiddelde leeftijd van de vakantieganger aan de Kust ligt op **39,7 jaar.** In totaal resulteren de 41% gezelschappen met kinderen slechts in **27% kinderen** in het totaal aantal vakantiegangers aan de Kust in de onderzoeksperiode.

In grafiek 22 wordt de leeftijd van de vakantiegangers in commercieel logies in 2011 vergeleken met deze van de dagtoeristen naar de Kust uit onderzoek van 2009. We kunnen vaststellen dat de structuur niet zo veel afwijkt.

- Bij de dagtoeristen zijn er minder gezelschappen met kinderen maar zijn de jongeren tussen 18 en 24 jaar iets sterker vertegenwoordigd.

- Bij de vakantiegangers zijn er relatief meer 65-plussers.

Grafiek 22
Leeftijd van vakantiegangers in commercieel logies en deze van dagtoeristen aan de Vlaamse Kust (in % van totaal aantal vakantiegangers of dagtoeristen)



3.2.3.3. Leeftijd van de vakantiegangers naar herkomst

De leeftijd van de vakantiegangers is verschillend naar herkomstland.

- De gemiddelde leeftijd van *de Britse vakantieganger* ligt het hoogst op 54,3 jaar. 69% van de Britse vakantiegangers is ouder dan 50 jaar.
- *De Franse vakantiegangers* zijn het jongst met gemiddeld 35,6 jaar: ze hebben een groot aandeel kinderen maar tevens een groot aandeel vakantiegangers tussen 25 en 49 jaar. Ze hebben heel wat minder dan gemiddeld ouderen.
- *Nederlanders en Walen* zijn eveneens vrij jong (37,0 jaar en 38,2 jaar). Zij hebben ook hoge aandelen kinderen van 17 jaar en jonger. De Nederlanders hebben een opvallend hoog aandeel van kleine kinderen in het vakantiegezelschap (15% jonger dan 6 jaar) terwijl de Walen iets meer komen met grotere kinderen.
- De leeftijd van de *Vlaamse vakantiegangers* ligt daar ergens tussenin.

Tabel 38
Leeftijd van vakantiegangers naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)

Leeftijds-categorie	Vla.	Wall./ Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Jonger dan 6 j	9,5	11,7	*10,2*	14,7	8,7	11,9	4,3	1,0	10,4
6-11 j	10,1	13,2	*11,1*	7,8	8,7	9,2	9,6	1,7	10,5
12-17 j	6,0	6,3	*6,1*	4,2	5,1	5,6	7,2	4,2	5,9
18-24 j	4,1	2,2	*3,5*	2,7	2,7	3,8	3,7	1,5	3,4
25-34 j	8,2	9,1	*8,5*	12,6	9,0	13,3	7,7	4,5	8,9
35-49 j	21,0	18,8	*20,3*	24,3	27,3	27,1	21,5	18,3	21,2
50-64 j	21,9	19,4	*21,1*	23,2	24,1	19,9	24,0	36,4	21,6
65-74 j	12,6	13,3	*12,8*	7,8	10,3	6,4	14,1	23,2	12,2
75 j en ouder	6,6	6,0	*6,4*	2,7	4,1	2,8	8,0	9,2	5,9
Totaal (in %)	100,0	100,0	*100,0*	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde leeftijd	40,6	38,2	*39,8*	37,0	40,6	35,6	43,8	54,3	39,7
Aantal ongewogen cases	1 223	454	*1 677*	484	392	211	142	160	3 066

Het is interessant om de leeftijd van de vakantiegangers in commercieel logies te vergelijken met de leeftijdsverdeling van de totale bevolking. In tabel 39 doen we dit voor de Belgen.

We merken dat vooral de oudere leeftijdsgroepen tot 74 jaar maar ook de kinderen tot en met 11 jaar sterker aanwezig zijn bij de cliënteel van de Kust en dat de jongeren van 18 tot 34 jaar minder sterk vertegenwoordigd zijn.

Tabel 39
Leeftijd van Belgische vakantiegangers aan de Vlaamse Kust in vergelijking met de totale Belgische bevolking, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)

Leeftijdscategorie	Vakantiegangers aan de Vlaamse Kust	Belgische bevolking (per 01/01/2010)
Jonger dan 6 j	10,2	6,9
6-11 j	11,1	6,6
12-17 j	6,1	6,9
18-24 j	3,5	8,6
25-34 j	8,5	12,8
35-49 j	20,3	21,7
50-64 j	21,1	19,3
65-74 j	12,8	8,5
75 j en ouder	6,4	8,7
Totaal (in %)	100,0	100,0
Gemiddelde leeftijd van vakantieganger	39,8	40,4
Aantal ongewogen cases	1 677	10 839 902

3.2.3.4. Leeftijd van de vakantiegangers naar logiesvorm

De leeftijd van de vakantiegangers is verschillend naar logiesvorm zoals weergegeven in grafiek 23

- De vakantieganger in een *vakantiepark* is het jongst: 28,5 jaar gemiddeld. 20% van de vakantiegangers is er jonger dan 6 jaar en 37% is jonger dan 17 jaar. Er logeert een relatief grote groep van jonge volwassenen (16% is tussen 25 en 34 jaar). Medioren en 65-plussers zijn hier slechts beperkt aanwezig. Jongeren tussen 18 en 24 jaar zijn beperkt maar komen hier nog het meest voor aan de Kust (6% tegenover gemiddeld 3%).

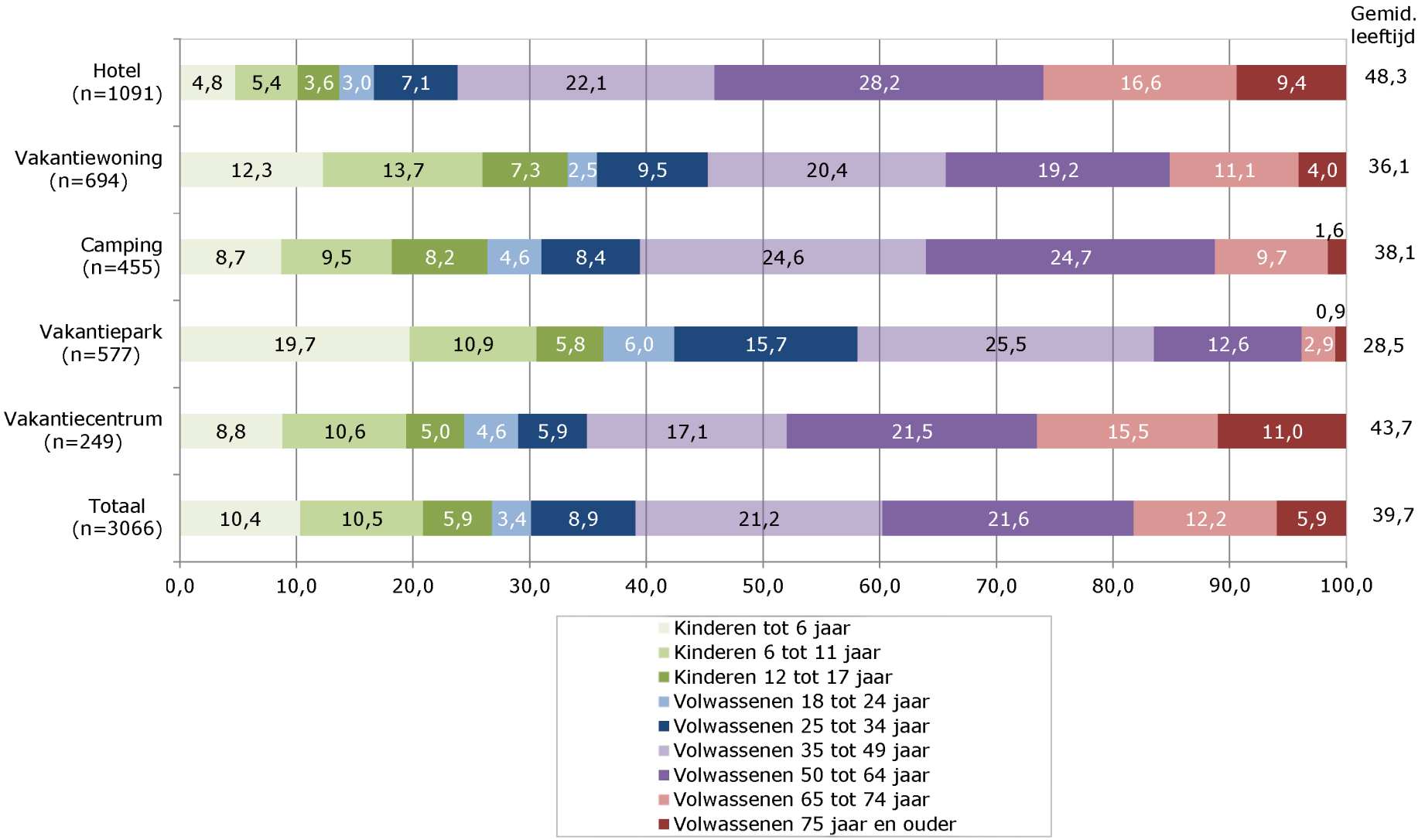
- Ook de vakantieganger in een *vakantiewoning* is relatief jong met gemiddeld 36,1 jaar. Men gaat echter iets meer met oudere kinderen op vakantiewoning dan in een vakantiepark. Vakantiegangers in een vakantiewoning zijn meer gediversifieerd dan deze in een vakantiepark en zijn ook te vinden bij oudere leeftijdscategorieën.

- *De kortkampeerplaatsen* op campings hebben relatief veel midlifers en jonge ouderen en ook iets meer oudere kinderen en jongeren tussen 18 en 24 jaar. 75-plussers voelen zich niet meer aangetrokken tot deze logiesvorm.

- In v*akantiecentra* logeren veel 50-plussers. Ze hebben vooral een hoog aandeel van bejaarden ouder dan 75 jaar.

- De gemiddelde leeftijd van vakantiegangers in *hotels* ligt het hoogst met 48,3 jaar gemiddeld. Er logeren weinig kinderen en de bulk van het cliënteel is tussen 35 en 74 jaar oud met een relatief grote groep van medioren en jongbejaarden.

Grafiek 23
Leeftijd van vakantiegangers naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)



3.2.3.5. Leeftijd van de vakantiegangers naar seizoen

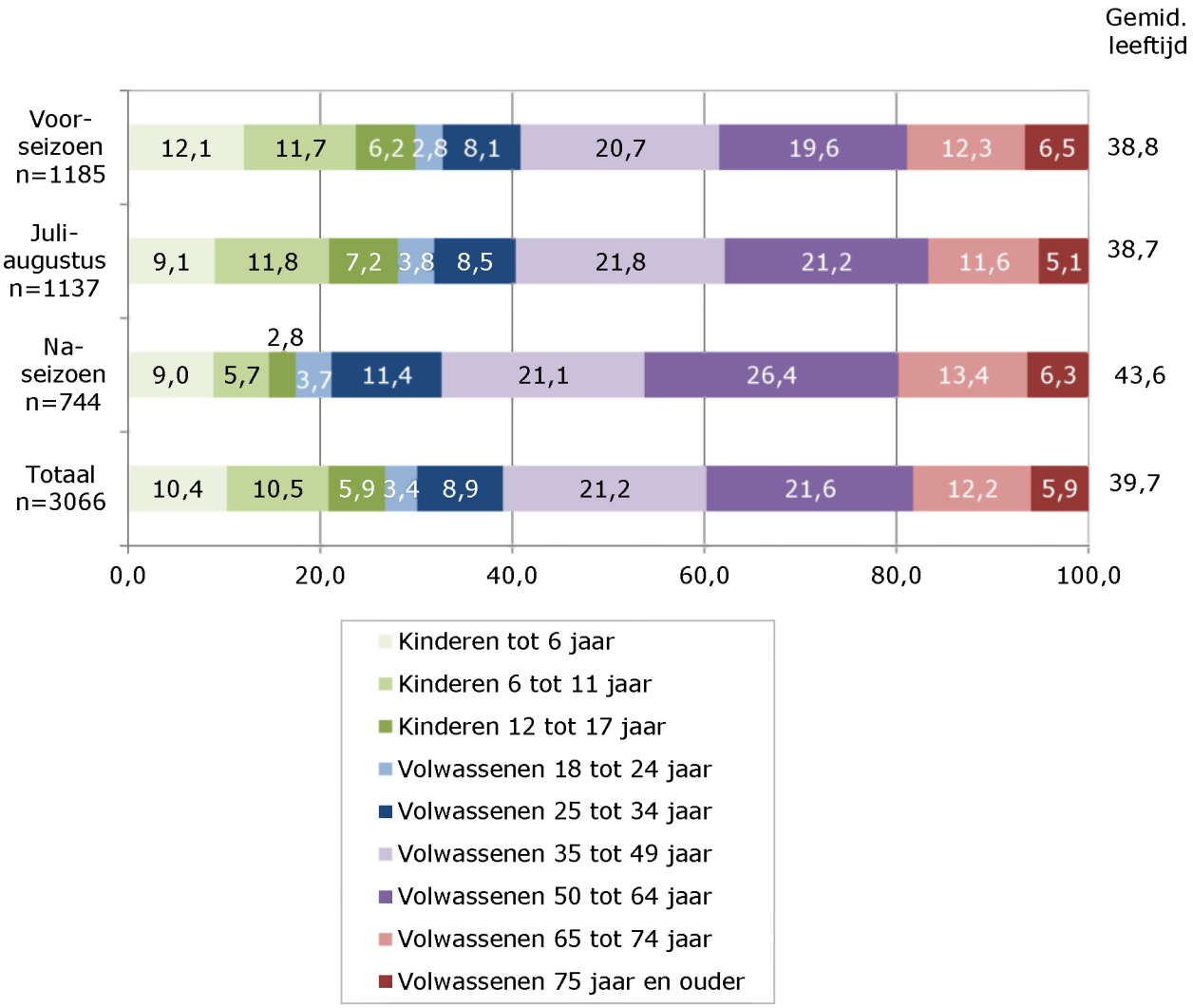
De leeftijd van de vakantiegangers differentieert naar seizoen.

- De gemiddelde leeftijd van vakantiegangers ligt het hoogst in het *najaar* met 43,6 jaar gemiddeld. Er logeren weinig kinderen in die periode. In dit seizoen is de groep van medioren is het grootst.

- In het *voorjaar* ligt de gemiddelde leeftijd op 38,8 jaar met een iets hoger aandeel van kinderen zowel onder 6 jaar als tussen 6 en 12 jaar.

- De leeftijd in de *zomervakantie* verschilt niet erg van deze in het voorjaar met 38,7 jaar gemiddeld. De reden is dat de paasvakantie in 2005 meegenomen werd en dat deze wellicht een gelijkaardig patroon vertoont als de zomervakantie wat leeftijdscategorieën betreft.

Grafiek 24
Leeftijd van vakantiegangers naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)



3.2.3.6. Leeftijd van de vakantiegangers naar grootte van de vakantie-gezelschappen

- De single vakantiegangers zijn vooral te situeren in de groep van 50-plussers met een zeer grote groep bejaarden van 75 jaar en meer.
- De twee persoonsgezelschappen hebben meest medioren (38%) maar ook nog veel 65-plussers (37%).
- Alle grotere gezelschappen hebben een relatief groot aantal kinderen mee op vakantie.

Tabel 40
Leeftijd van de vakantiegangers naar grootte van de vakantiegezelschappen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)

Leeftijdscategorie	1 pers.	2 pers.	3 - 4 pers.	5 - 6 pers.	7 - 8 pers.	9 pers. of >	Totaal
Jonger dan 6 j	0,0	0,3	13,2	16,4	15,6	17,7	10,4
6-11 j	0,0	0,4	14,5	15,4	15,5	16,3	10,5
12-17 j	0,0	0,7	8,0	8,8	8,1	8,1	5,9
18-24 j	0,0	2,6	2,8	4,0	4,5	7,0	3,4
25-34 j	1,7	5,7	9,4	8,5	16,4	12,1	8,9
35-49 j	10,7	15,4	26,3	23,5	17,2	22,9	21,2
50-64 j	33,8	38,0	15,8	14,0	13,7	9,5	21,6
65-74 j	26,1	24,4	7,0	7,5	7,5	3,6	12,2
75 j en ouder	27,8	12,7	3,1	2,0	1,4	2,9	5,9
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde leeftijd	65,3	57,9	33,2	30,6	29,6	28,0	39,7
Aantal ongewogen cases	150	1 400	968	329	150	69	3 066

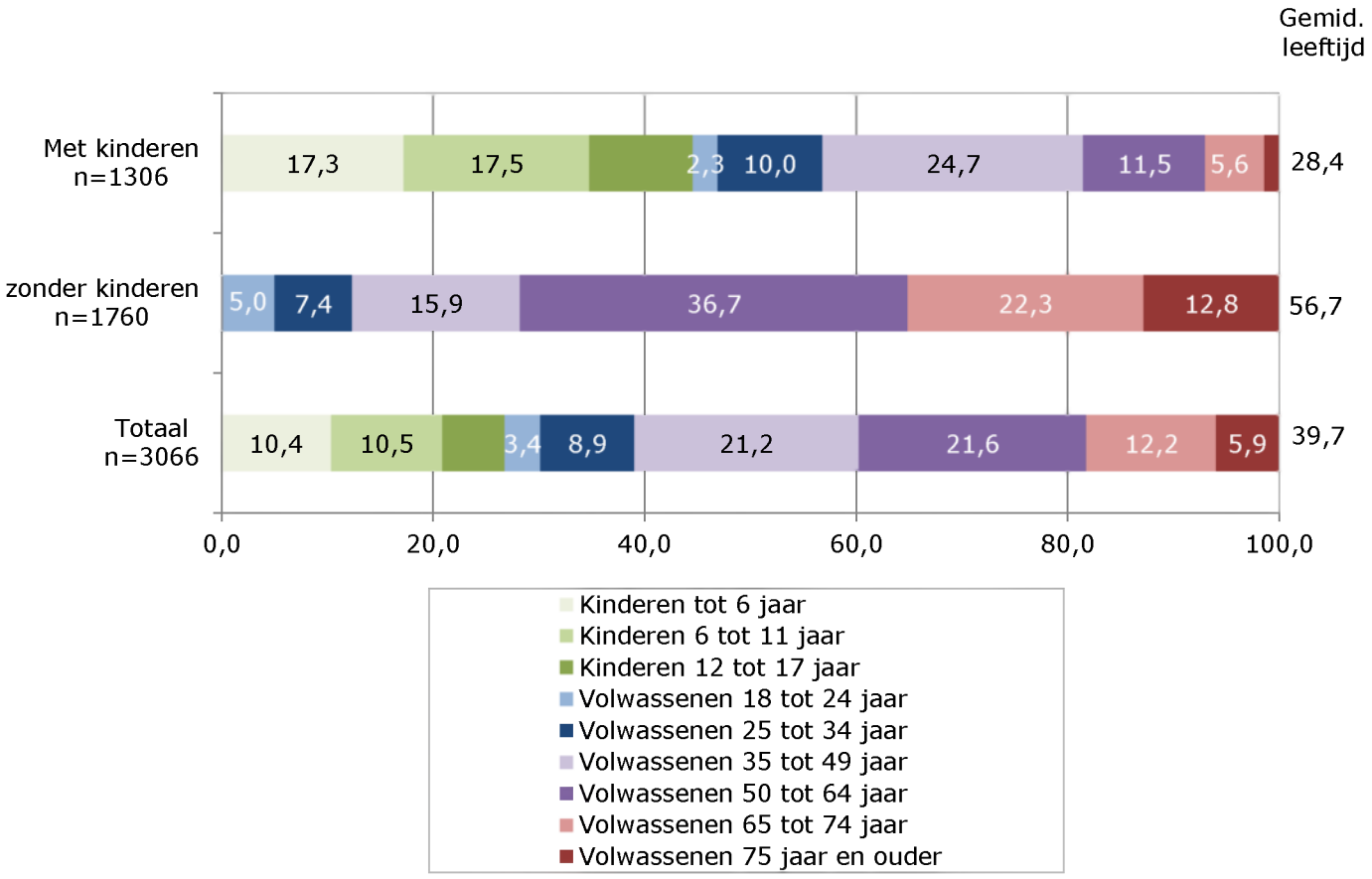
3.2.3.7. Leeftijd van de vakantiegangers naar typologie van vakantiegezelschappen

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Grafiek 25 geeft de leeftijd van de vakantiegangers naargelang vakantiegezelschappen met en zonder kinderen.

De gemiddelde leeftijd van de vakantiegangers in gezelschappen met kinderen ligt logischerwijze veel lager dan deze van gezelschappen zonder kinderen.

Grafiek 25
Leeftijd van vakantiegangers naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Naar typologie van vakantiegezelschap

Logischerwijs neemt de gemiddelde leeftijd van de vakantiegangers gestaag toe naarmate het jongste kind in het gezelschap of de oudste persoon in het gezelschap ouder worden.

Bij gezelschappen met kinderen zijn er weinig personen van 65 jaar en ouder, vooral bij gezelschappen waarbij het jongste kind nog geen zes jaar oud is.

Bij gezelschappen zonder kinderen zijn de meeste metgezellen van ongeveer dezelfde leeftijdscategorie (meer dan 80%). Enkel bij de gezelschappen waarbij de oudste persoon 65 jaar of ouder is, reizen er een groter aandeel jongere metgezellen mee. Bij de gezelschappen waarbij de oudste persoon 75 jaar en ouder is, is ongeveer één derde jonger dan 75 jaar.

Tabel 41
Leeftijd van vakantiegangers naar typologie van vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

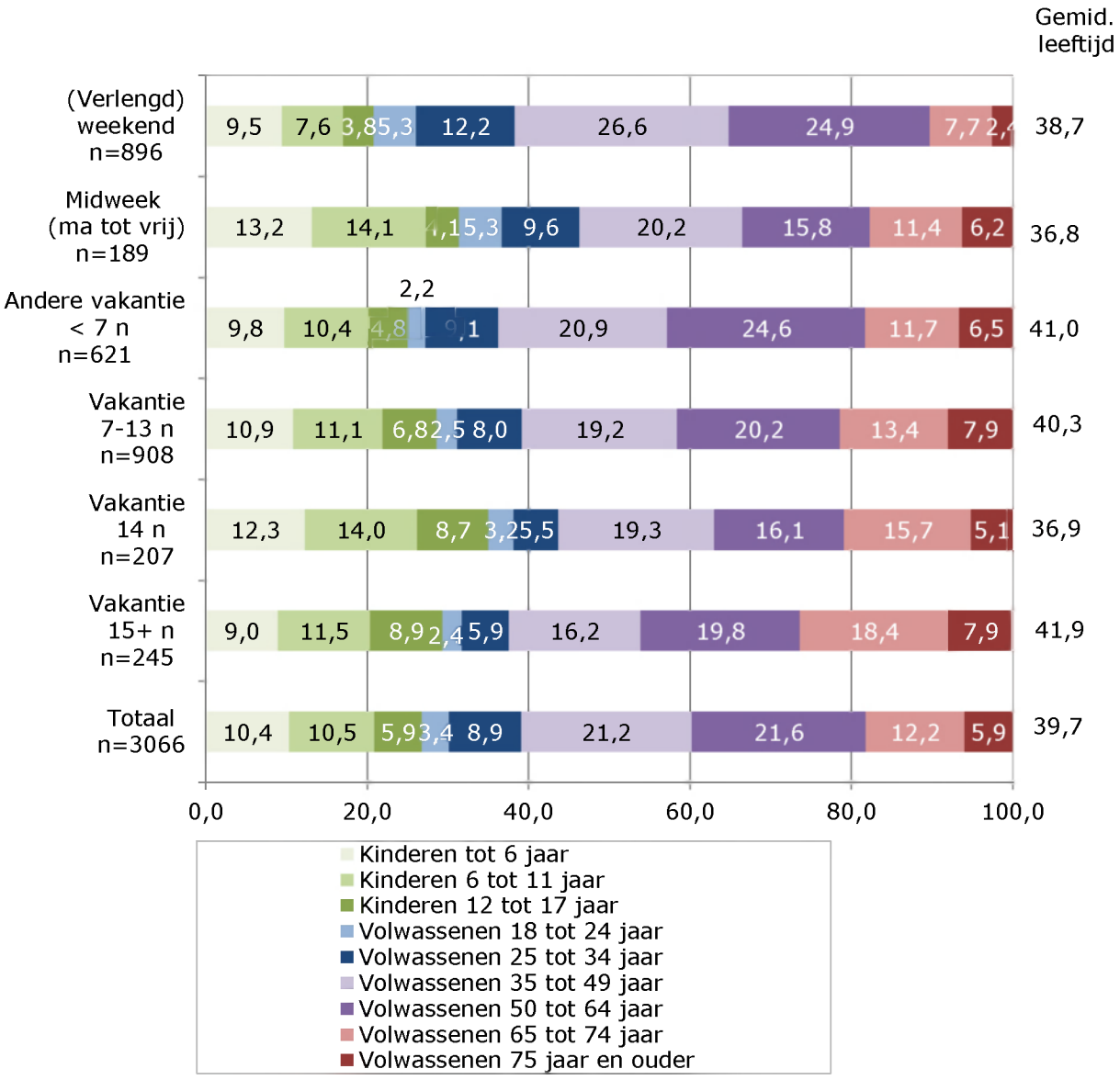
Leeftijds-categorie	Met kinderen			Zonder kinderen					
	Jongste kind < 6 j	Jongste kind 6 -11 j	Jongste kind 12 - 17 j	Oudste persoon 18-34 j	Oudste persoon 35-49 j	Oudste persoon 50-64 j	Oudste persoon 65-74 j	Oudste persoon 75 j en >	Totaal
-6 j	31,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,4
6-11 j	11,5	35,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,5
12-17 j	2,2	12,1	36,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,9
18-24 j	1,4	1,7	7,7	31,2	8,4	3,8	1,3	2,3	3,4
25-34 j	16,4	2,6	0,2	68,8	9,1	4,6	1,1	1,6	8,9
35-49 j	20,8	29,1	30,7	0,0	82,5	9,4	3,8	5,3	21,2
50-64 j	12,2	9,2	14,0	0,0	0,0	82,2	18,7	10,5	21,6
65-74 j	3,3	8,8	7,4	0,0	0,0	0,0	75,1	13,1	12,2
75 j en >	1,0	1,4	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	67,3	5,9
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde leeftijd	25,7	30,2	35,8	26,4	40,2	53,1	65,2	72,0	39,7
Aantal ongewogen cases	729	377	200	114	234	683	447	282	3 066

3.2.3.8. Leeftijd van de vakantiegangers naar type vakantie

Ook het type van vakantie is bepalend voor de leeftijd van de vakantiegangers (grafiek 26).

- De leeftijd is het laagst bij *midweeks*, (verlengde) *weekends (minstens 2 nachten)* en een vakantie van *exact twee weken.*
- *Midweeks* liggen goed in de markt bij kinderen van 11 jaar en jonger. Dit is ook het geval voor vakanties van exact 2 weken.
- *Weekends of verlengde weekends* spreken goed aan bij een grote groep van vakantiegangers met leeftijd tussen 25 en 64 jaar
- De gemiddelde leeftijd van vakantiegangers ligt het hoogst *bij vakanties van meer dan 14 dagen* (41,9 jaar) en bij andere korte vakanties.

Grafiek 26
Leeftijd van vakantieganger naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)



3.2.3.9. Leeftijd van de vakantiegangers naar beroep van gezinshoofd

Tabel 42
Leeftijd van vakantieganger naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)

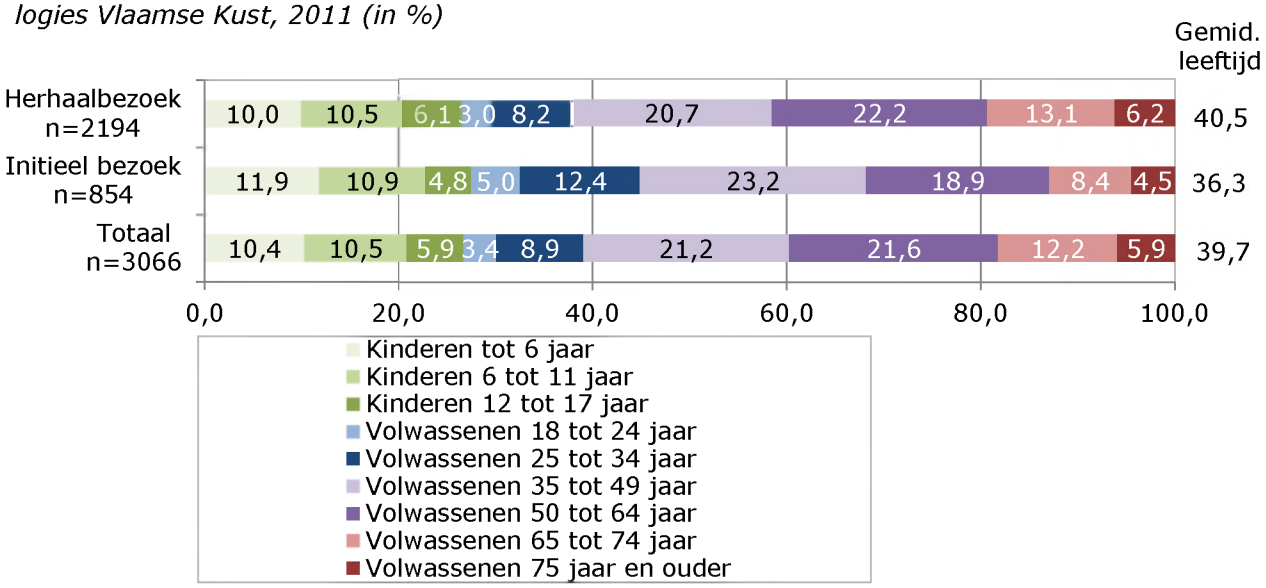
Leeftijdscategorie	Ondernemers en vrije beroepen	Zelfstandige handelaars en ambachtslui	Kader-personeel	Bediende	Onderwijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepen-sioneerden	Totaal
Jonger dan 6 j	16,6	12,0	12,8	14,0	8,3	12,5	9,6	4,8	10,4
6-11 j	12,9	13,9	12,0	10,9	14,1	10,2	19,0	7,8	10,5
12-17 j	4,5	8,2	6,2	7,5	10,0	4,9	5,7	4,0	5,9
18-24 j	2,6	2,7	3,9	3,3	5,4	5,2	21,6	1,0	3,4
25-34 j	17,1	9,7	9,6	11,1	10,8	15,9	7,8	2,4	8,9
35-49 j	24,3	30,5	26,8	28,0	30,0	28,1	16,5	8,0	21,2
50-64 j	18,3	19,6	24,8	21,0	18,4	20,4	16,0	23,6	21,6
65-74 j	1,2	2,4	2,1	3,0	1,9	2,2	2,2	32,7	12,2
75 j en ouder	2,5	0,9	1,8	1,2	1,2	0,6	1,7	15,7	5,9
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde leeftijd	30,8	32,3	33,8	32,9	32,0	33,0	28,9	54,6	39,7
Aantal ongewogen cases	167	227	285	767	121	413	64	1 013	3 066

De ondernemers/vrije beroepen, zelfstandige handelaars/ambachtslui en kaderpersoneel komen meer met kinderen van 11 jaar of jonger.

3.2.3.10. Leeftijd van de vakantiegangers naar herhaal- of initieel bezoek

De initiële bezoekers zijn gemiddeld jonger: er zijn meer kinderen maar vooral meer volwassenen van 25-34 jaar. Er zijn onder hen minder ouderen.

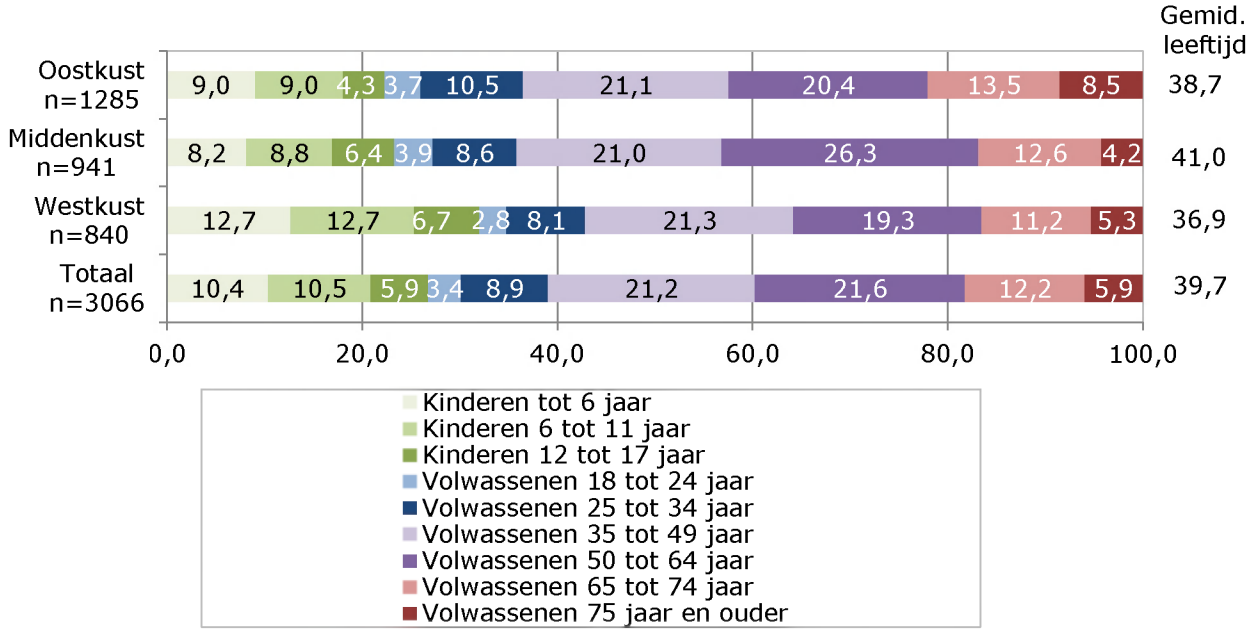
Grafiek 27
Leeftijd van vakantieganger naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)



3.2.3.11. Leeftijd van de vakantiegangers naar subregio kust

- De leeftijd is het laagst aan de Westkust met zeer hoge aandelen van kinderen -12 jaar.
- De Oostkust en de Middenkust hebben een iets ouder cliënteel met meer medioren aan de Middenkust en meer 65-plussers aan de Oostkust.

Grafiek 28
Leeftijd van vakantiegangers naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in %)

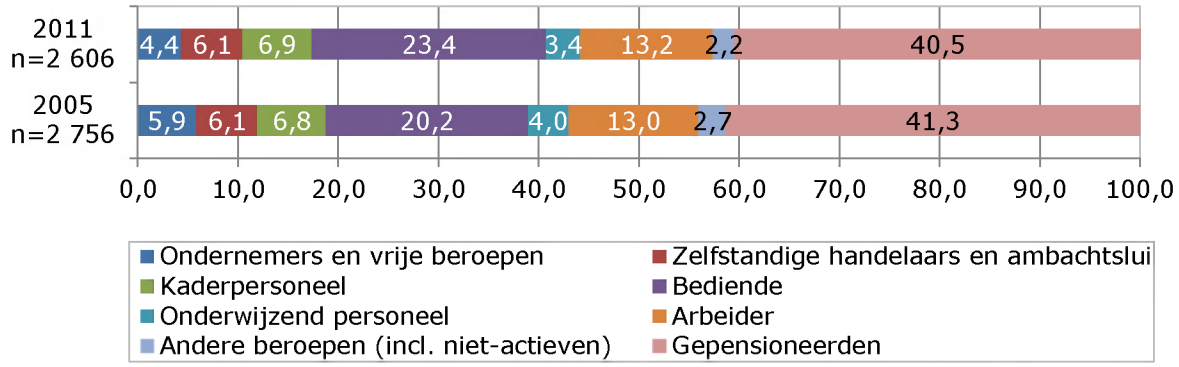


3.3. Beroep van gezinshoofd

3.3.1. Evolutie van beroep van gezinshoofd, 2005-2011

Grafiek 29 toont aan dat er weinig veranderd is in de structuur van de vakantiegangers naar beroepscategorie wanneer we vergelijken voor een vergelijkbare periode, zonder paasvakantie met 2005.

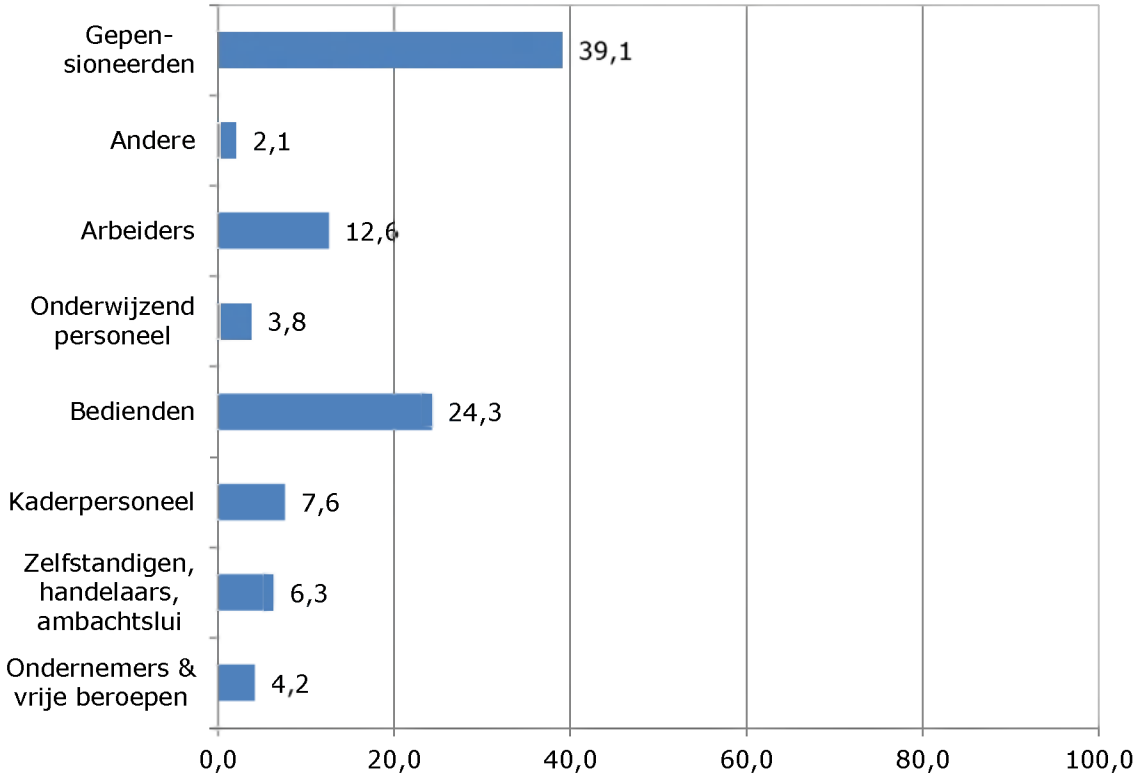
Grafiek 29
Beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, ***zonder paasvakantie 2011*** *(in % van respondenten)*



3.3.2. Beroep van het gezinshoofd, 2011

In 2011 vormen de gepensioneerden de grootste groep met 39%. De tweede groep is de bedienden gevolgd door de arbeiders.

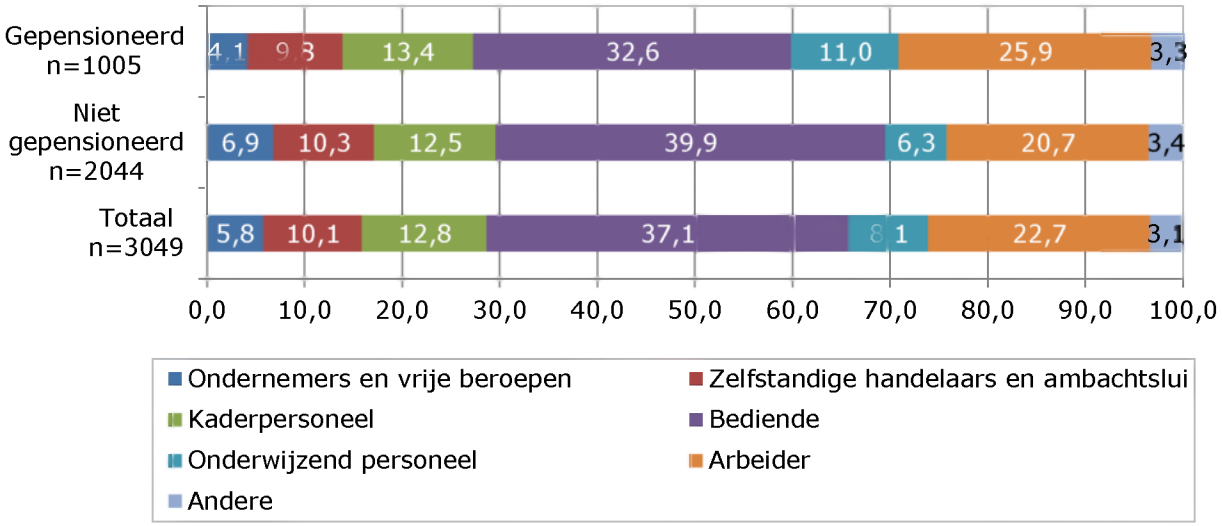
Grafiek 30
Beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies, Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Gezien het belang van de groep gepensioneerden is het interessant om na te gaan tot welke beroepscategorie zij behoorden wanneer ze nog actief waren.

De structuur naar vroegere beroepscategorie bij respondenten met gepensioneerde gezinshoofden wijkt niet erg veel af van de structuur naar actuele beroepscategorie bij de actieven. Bij de gepensioneerden zijn er enkel iets meer arbeiders en onderwijsmensen en wat minder bedienden dan bij de actieven.

Grafiek 31
Vergelijking structuur naar beroepscategorie van actieven en gepensioneerden, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



3.3.3. Beroep van gezinshoofd naar herkomst

Tabel 43 bespreekt de beroepscategorieën naar herkomstland.

- De hoogste aantallen gezelschappen met een gepensioneerd gezinshoofd komen voor bij de Luxemburgers, Walen/Brusselaars en de Britten. Allen hebben meer dan 40% gezelschappen met een gepensioneerd gezinshoofd. De buurlanden Nederland, Duitsland en Frankrijk hebben een beduidend kleiner aandeel gepensioneerden.

- De Vlaamse vakantiegangers zijn meer te situeren in de beroepscategorie van bedienden en arbeiders. Bij de Waalse/Brusselse vakantiegangers zijn er verhoudingsgewijs minder arbeiders en meer ondernemers/vrije beroepen, kaderpersoneel en onderwijzend personeel.

- De Duitse vakantiegezelschappen aan onze Kust zijn vooral te situeren bij de middenklasse met een hoog percentage van bedienden (34%).

- De Nederlandse en Franse vakantiegezelschappen zijn meer toe te wijzen aan hogere beroepscategorieën als ondernemers/vrije beroepen, zelfstandigen/handelaars/ ambachtslui en kaderpersoneel.

- De Britten, die voor een belangrijk deel gepensioneerd zijn, komen relatief meer uit arbeiders- en bediendenmiddens.

Tabel 43
Beroep van gezinshoofd naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

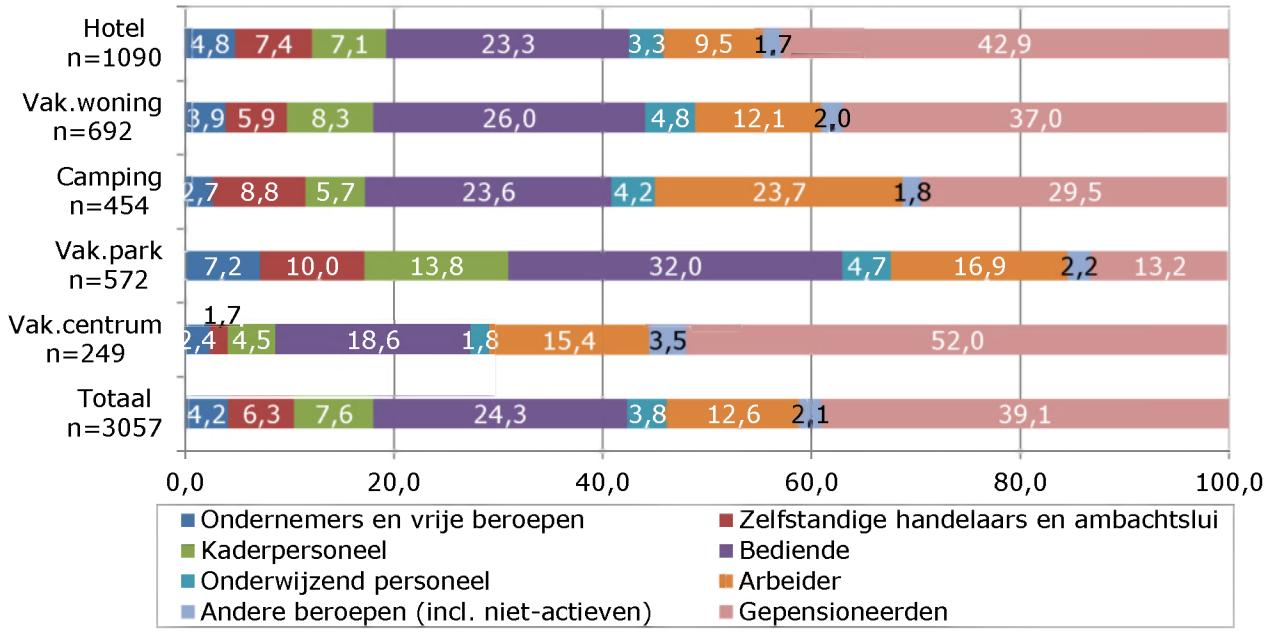
Beroep	Vla.	Wall./ Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Ondernemers & vrije beroepen	1,9	5,5	*3,0*	11,0	7,4	12,5	4,8	4,8	4,2
Zelfstandigen, handelaars, ambachtslui	5,9	5,3	*5,7*	11,9	8,3	7,8	3,2	5,0	6,3
Kaderpersoneel	5,6	7,4	*6,1*	15,7	9,3	22,8	12,5	5,5	7,6
Bedienden	23,9	24,9	*24,2*	21,0	34,2	21,1	23,2	19,4	24,3
Onderwijzend personeel	3,2	5,1	*3,8*	3,8	5,3	2,0	4,2	6,0	3,8
Arbeiders	15,4	8,5	*13,3*	10,5	7,3	9,6	7,4	17,3	12,6
Andere beroepen (niet actieven + andere)	2,3	1,6	*2,1*	1,8	3,4	1,3	1,0	1,6	2,1
Gepensioneerden	41,8	41,7	*41,8*	24,3	24,8	22,9	43,7	40,4	39,1
Totaal (in %)	100,0	100,0	*100,0*	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 223	453	*1 676*	480	389	211	142	159	3 057

3.3.4. Beroep van gezinshoofd naar logiesvorm

Grafiek 32 geeft het beroep van gezinshoofd aan naar logiesvorm.

- De hoogste aantallen gezelschappen met een gepensioneerd gezinshoofd komen voor in vakantiecentra (52%) en hotels (43%). Ook op campings zijn er relatief veel gepensioneerden: 30% van de gezelschappen.
- Vakantieparken hebben slechts een beperkt aantal gepensioneerden (13%) en een groot aandeel bedienden.
- Hotels halen hun cliënteel, naast de vele gepensioneerden, vooral uit de beroepscategorie van de bedienden.
- De arbeiders zijn best vertegenwoordigd op camping.
- In vakantiewoningen logeren relatief veel gepensioneerden maar ook relatief veel bedienden en arbeiders.

Grafiek 32
Beroep van het gezinshoofd naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

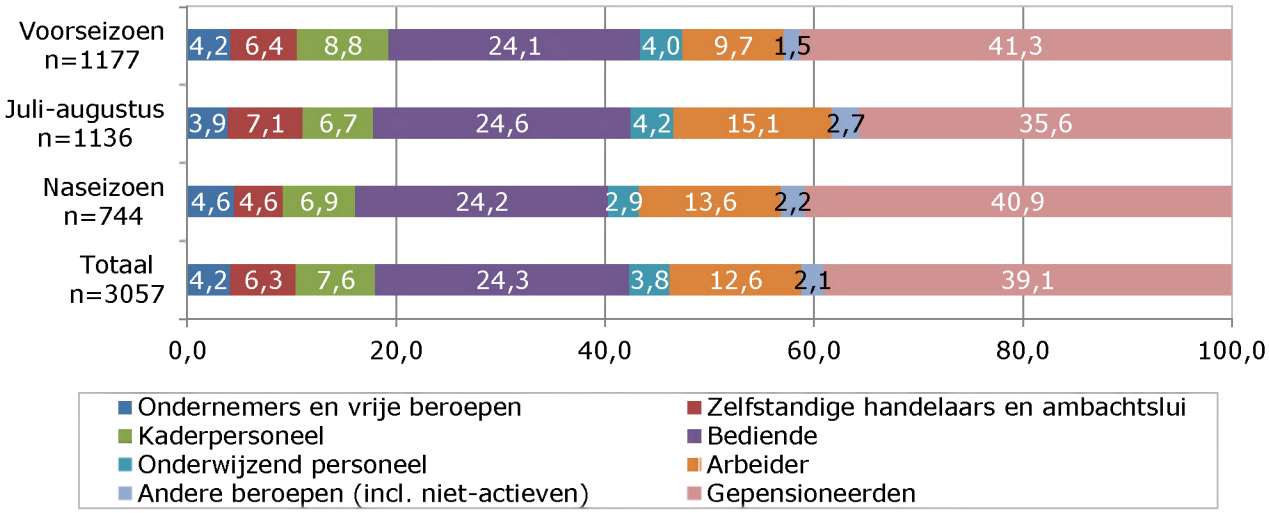


3.3.5. *Beroep van gezinshoofd naar seizoen*

Grafiek 33 bespreekt de beroepscategorieën naar seizoen.

- Gepensioneerden en bedienden komen in alle seizoenen naar de Kust, maar toch iets minder in de zomervakantie.
- Gezelschappen uit arbeidersmiddens komen meer voor in de zomervakantie en minder in het voorjaar.

Grafiek 33
Beroep van gezinshoofd naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.3.6. *Beroep van het gezinshoofd naar grootte van het gezelschap*

Tabel 44 bespreekt de beroepscategorieën naar grootte van het gezelschap.

- Gepensioneerden komen meer alleen of met twee naar de Kust.
- Bij de grotere gezelschappen van 7 à 8 personen zijn de ondernemers & vrije beroepen, de zelfstandigen, handelaars, ambachtslui sterker vertegenwoordigd. Bedienden komen dan weer iets meer met gezelschappen van negen personen of meer.

Tabel 44
Beroep van het gezinshoofd naar grootte van vakantiegezelschappen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Beroep	1 pers.	2 pers.	3 - 4 pers.	5 - 6 pers.	7 - 8 pers.	9 pers. of >	Totaal
Ondernemers & vrije beroepen	1,1	2,7	6,2	4,5	9,1	2,1	4,2
Zelfstandigen, handelaars, ambachtslui	1,2	4,8	7,3	9,9	14,1	3,4	6,3
Kaderpersoneel	5,8	5,9	9,9	9,9	7,7	5,4	7,6
Bedienden	7,8	18,9	33,7	30,1	19,6	32,1	24,3
Onderwijzend personeel	7,6	2,6	4,4	5,4	5,7	2,9	3,8
Arbeiders	8,8	10,4	15,1	15,5	16,6	13,2	12,6
Andere beroepen (niet actieven + andere)	1,8	1,8	2,1	1,6	4,5	7,2	2,1
Gepensioneerden	65,9	52,9	21,2	23,2	22,7	33,7	39,1
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	150	1 399	965	326	148	69	3 057

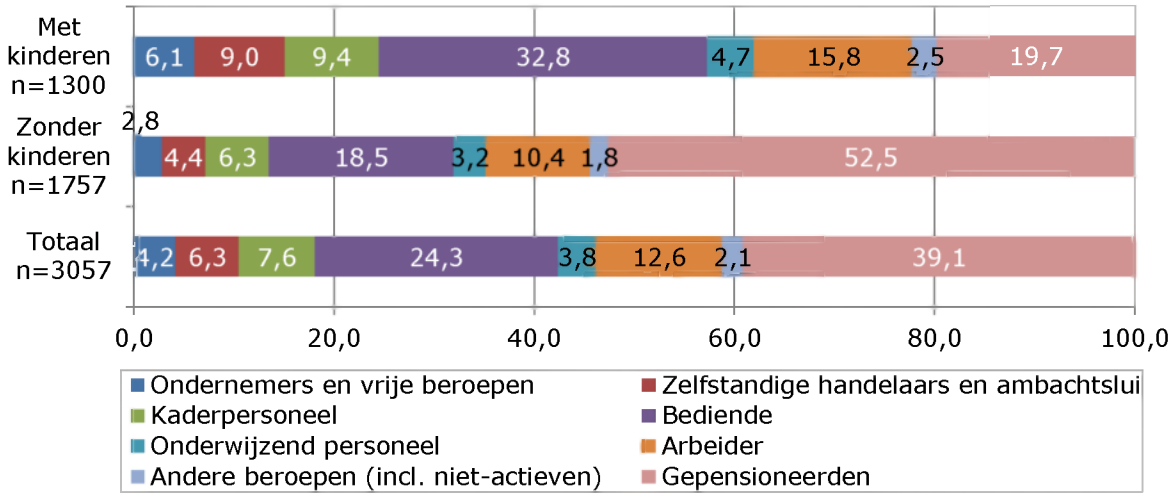
3.3.7. *Beroep van het gezinshoofd naar type gezelschap*

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Grafiek 34 bespreekt de beroepscategorieën naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen.

- Bij de helft van de vakantiegezelschappen zonder kinderen is het gezinshoofd gepensioneerd, maar ook bij de vakantiegezelschappen met kinderen heeft toch nog 20% een gepensioneerd gezinshoofd.
- Bij de vakantiegezelschappen met kinderen zijn, naast de gepensioneerden, vooral de bedienden en de arbeiders sterk aanwezig.

Grafiek 34
Beroep van gezinshoofd naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Naar typologie van vakantiegezelschap

Tabel 45
Beroep van gezinshoofd naar typologie van vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Beroep	Met kinderen			Zonder kinderen					
	Jongste kind < 6 j	Jongste kind 6 -11 j	Jongste kind 12 - 17 j	Oudste persoon 18-34 j	Oudste persoon 35-49 j	Oudste persoon 50-64 j	Oudste persoon 65-74 j	Oudste persoon 75 j en >	Totaal
Ondernemers & vrije beroepen	8,0	4,6	2,9	7,0	3,2	4,5	0,2	1,9	4,2
Zelfstandigen, handelaars, ambachtslui	9,2	10,3	5,3	6,2	11,1	6,3	0,6	1,2	6,3
Kaderpersoneel	10,2	9,0	7,9	3,3	15,1	9,2	1,5	2,9	7,6
Bedienden	32,3	31,2	37,6	36,8	34,7	28,4	3,9	3,8	24,3
Onderwijzend personeel	3,8	5,6	6,0	7,7	6,7	4,9	0,4	0,5	3,8
Arbeiders	17,0	13,8	16,5	26,3	25,4	14,6	1,0	1,0	12,6
Andere beroepen (niet actieven + andere)	2,4	2,2	3,6	12,2	3,8	1,1	0,3	0,8	2,1
Gepensioneerden	17,2	23,3	20,2	0,5	0,0	31,0	92,2	87,9	39,1
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	724	376	200	114	234	681	446	282	3 057

- Vanaf gezelschappen waarbij de oudste persoon 50 jaar of ouder is, komen gepensioneerden voor, maar ook bij gezelschappen met zelfs jonge kinderen zijn er gepensioneerde gezinshoofden.
- Bij de gezelschappen waarbij de oudste persoon jonger is dan 49 jaar is het gezinshoofd vaker een arbeider of een bediende.
- Bij de 'jongere' gezelschappen (de oudste persoon jonger dan 34 jaar) zijn de andere beroepscategorieën (inclusief de niet-actieven) sterker aanwezig.

3.3.8. Beroep van gezinshoofd naar type vakantie

Tabel 46 geeft de verdeling weer van de beroepscategorieën over de diverse types van vakanties.

- Hoe langer het type vakantie, hoe groter het aandeel van gepensioneerden.
- Verlengde weekends halen een iets hoger percentage van ondernemers/vrije beroepen en zelfstandigen maar ook van bedienden en arbeiders.

Tabel 46
Beroep van gezinshoofd naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

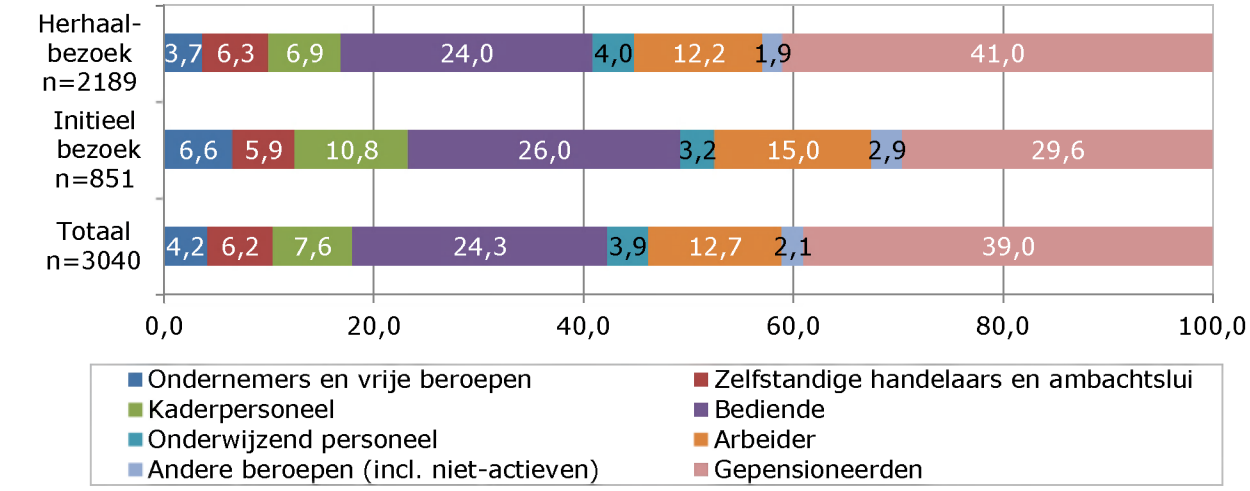
Beroep	(Verlengd) weekend	Midweek (ma tot vrij)	Andere vakantie < 7 n	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15+ n	Totaal
Ondernemers & vrije beroepen	6,2	3,5	5,3	3,2	1,8	1,6	4,2
Zelfstandigen, handelaars, ambachtslui	7,6	5,4	7,2	5,2	5,8	5,2	6,3
Kaderpersoneel	7,8	6,6	7,0	8,4	6,4	7,3	7,6
Bedienden	30,4	22,8	24,9	22,2	28,4	11,2	24,3
Onderwijzend personeel	3,2	3,8	3,7	4,6	3,4	3,9	3,8
Arbeiders	17,8	10,5	12,1	11,6	4,7	11,0	12,6
Andere beroepen (niet actieven + andere)	2,3	5,4	1,6	1,9	1,1	2,4	2,1
Gepensioneerden	24,6	42,0	38,3	43,0	48,4	57,4	39,1
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	896	188	618	904	206	245	3 057

3.3.9. Beroep van gezinshoofd naar herhaal- of initieel bezoek

Grafiek 35 geeft de verdeling weer van de beroepscategorieën over herhaal- versus initieel bezoek.

- Bij herhaalbezoek vinden we een groter percentage van gepensioneerden.
- Initieel bezoek trekt een groter aandeel kaderpersoneel en ondernemers & vrije beroepen.

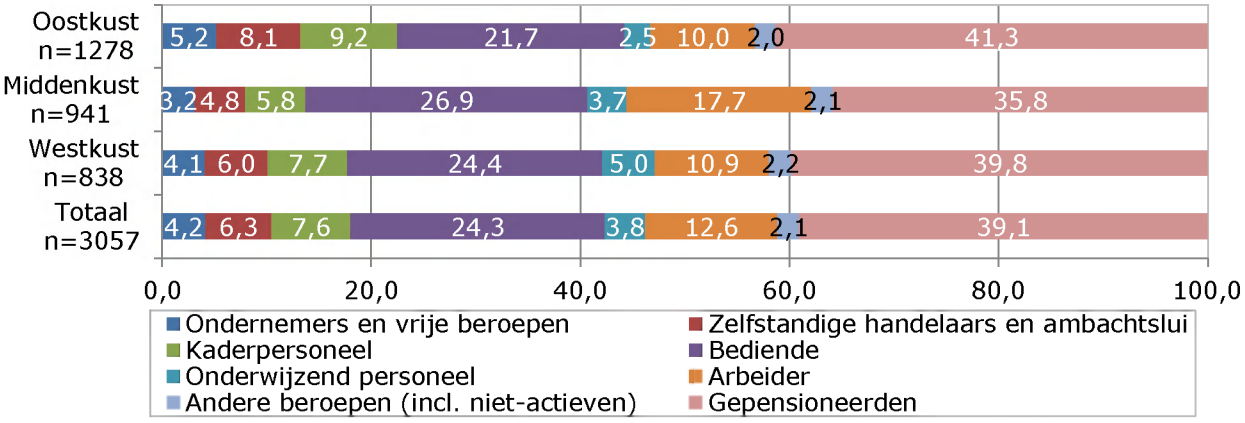
Grafiek 35
Beroep van gezinshoofd naar herhaal- of initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.3.10. Beroep van gezinshoofd naar subregio Kust

- Er zijn proportioneel iets meer gepensioneerden aan de Oostkust. Daar zijn ook relatief meer zelfstandigen/handelaars/ambachtslui en meer kaderpersoneel.
- De Middenkust is populairder bij bedienden en arbeiders.
- De Westkust heeft iets meer dan gemiddeld respondenten die in het onderwijs staan.

Grafiek 36
Beroep van gezinshoofd naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



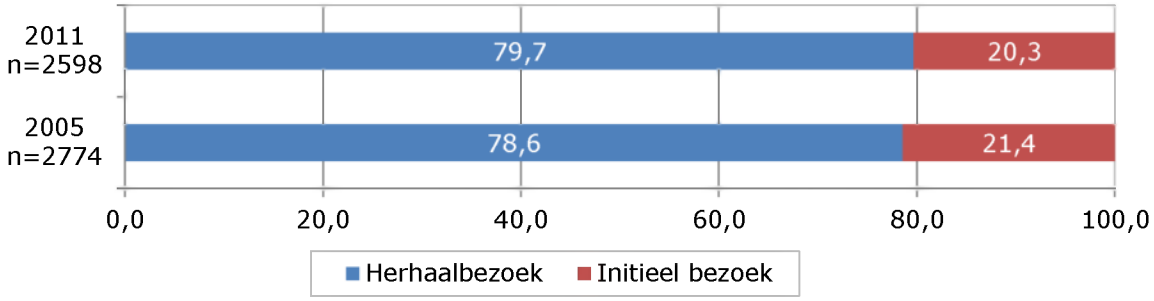
3.4. Herhaal- en initieel bezoek

De kusttoerist is een vrij traditionele toerist. 80% van de respondenten nam in de laatste drie jaar nog een andere vakantie aan de Vlaamse Kust. Slechts 20% van de vakantiegangers nam geen vakantie in de laatste drie jaar aan de Kust. We noemen hen 'initiële' bezoekers.

3.4.1. Evolutie herhaal- en initieel bezoek, 2005- 2011

Qua herhaalbezoek is er weinig veranderd tegenover 2005.

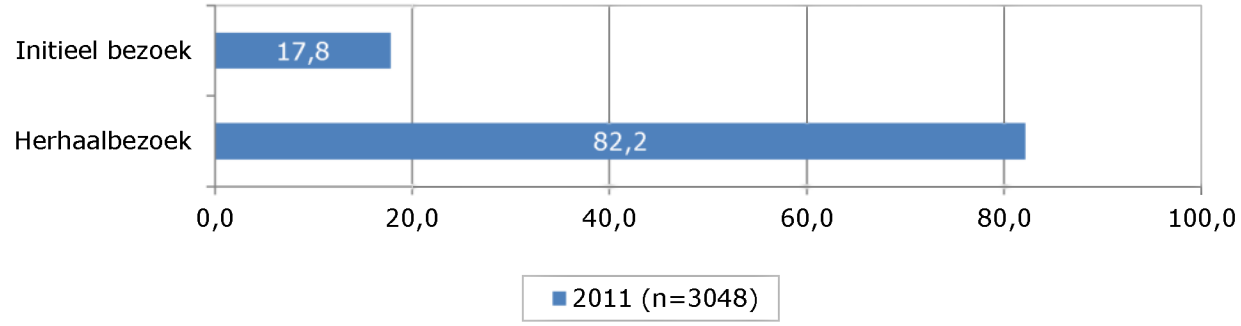
Grafiek 37
Herhaal- en initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, ***zonder paasvakantie 2011****, (in % van respondenten)*



3.4.2. Herhaal- en initieel bezoek, 2011

In 2011 nam 82% van de respondenten in de laatste drie jaar nog een andere vakantie aan de Vlaamse Kust.

Grafiek 38
Herhaal- en initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies, Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



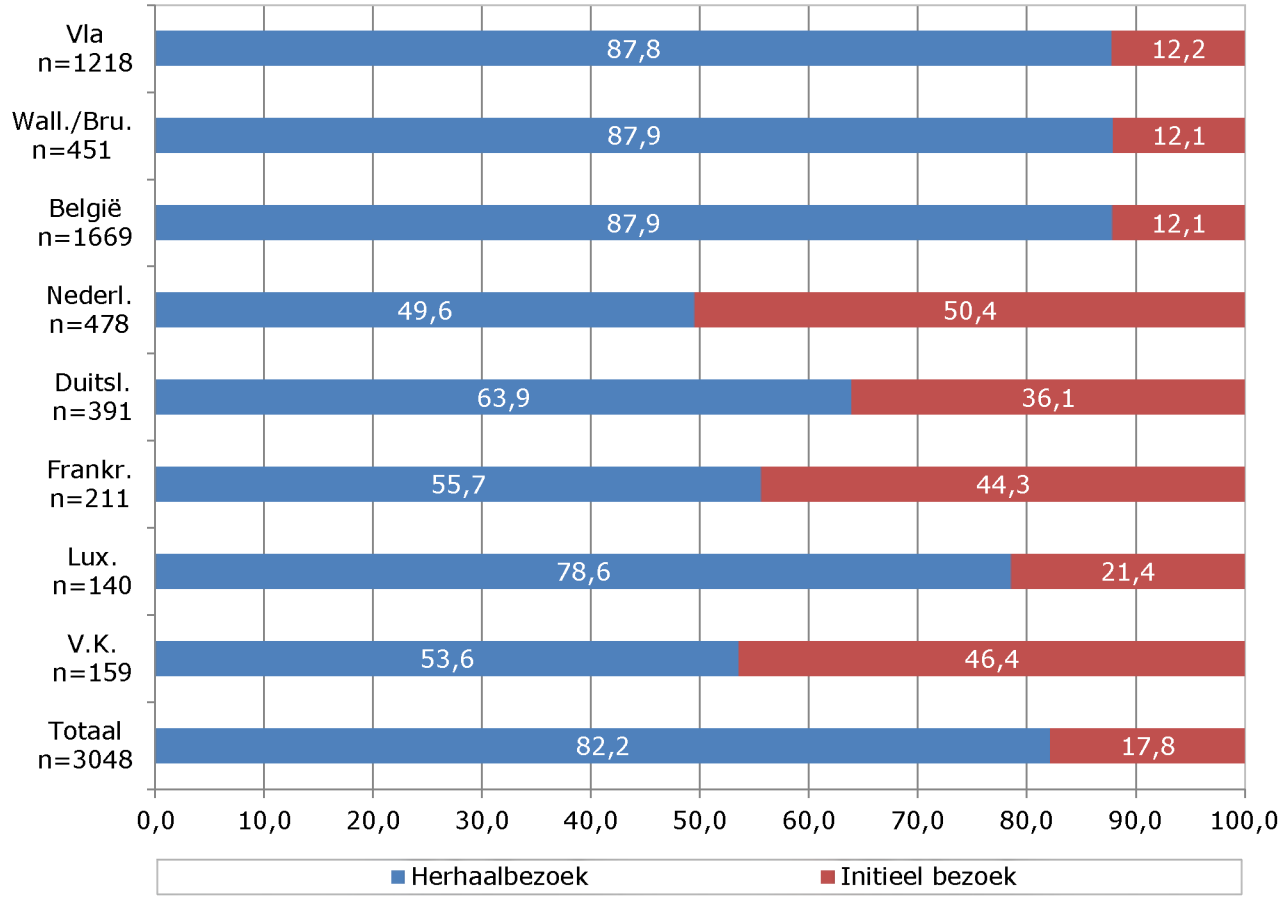
3.4.3. Herhaal- en initieel bezoek naar herkomst

Grafiek 39 bespreekt de aandelen van herhaal en initiële bezoekers naar herkomstland.

- De minst traditionele markt is de Nederlandse markt. Ook het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Duitsland hebben een groter aandeel van initiële bezoekers.

- De markten met het hoogste aantal herhaalbezoekers zijn de Belgen (Vlamingen én Walen/Brusselaars) en iets minder de Luxemburgers.

Grafiek 39
Herhaal- en initieel bezoek naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

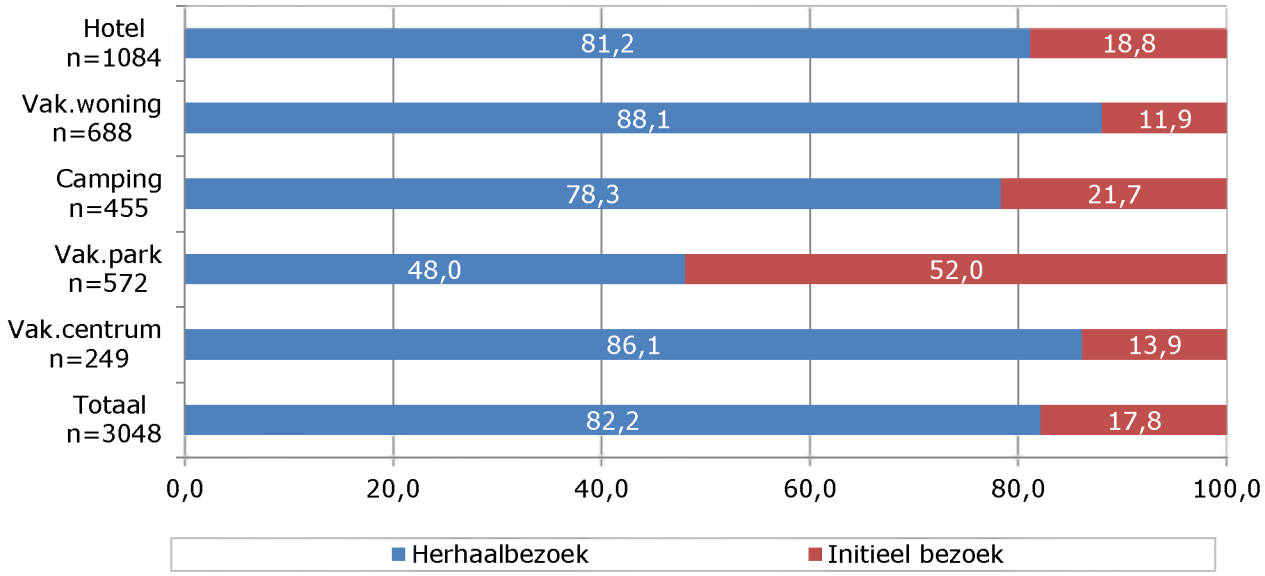


3.4.4. *Herhaal en initieel bezoek naar logiesvorm*

- Vakantieparken trekker procentueel meer initiële bezoekers aan dan gelijk welke andere logiesvorm: de helft van hun cliënteel kwam de laatste drie jaar niet naar de Vlaamse Kust.

- Ook kortkampeerders trekken iets meer initiële bezoekers aan.

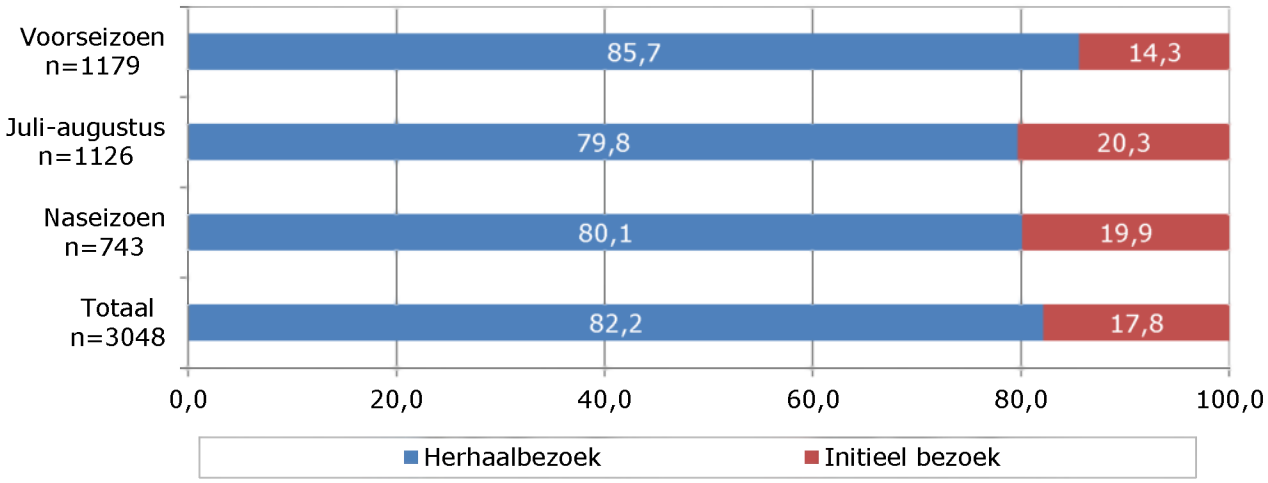
Grafiek 40
Initieel en herhaalbezoek naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.4.5. *Herhaal- en initieel bezoek naar seizoen*

Het voorseizoen trekt meer herhaalbezoekers dan de andere twee seizoenen.

Grafiek 41
Initieel en herhaalbezoek naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.4.6. Herhaal- en initieel bezoek naar grootte van vakantiegezelschap

De kleinste gezelschappen (1 persoon) en de grootste gezelschappen (7 personen of meer) hebben een groter aandeel initiële bezoekers.

Tabel 47
Herhaal- en initieel bezoek naar grootte vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

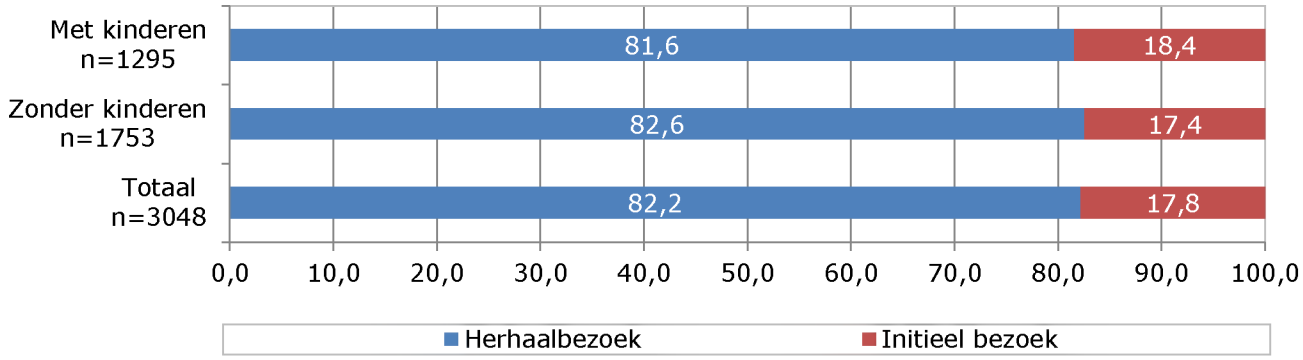
	1 pers.	2 pers.	3 - 4 pers.	5 - 6 pers.	7 - 8 pers.	9 pers. of >	Totaal
Herhaalbezoek	79,4	82,7	82,7	82,7	77,3	79,1	82,2
Initieel bezoek	20,6	17,3	17,3	17,3	22,7	20,9	17,8
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	150	1 394	963	324	148	69	3 048

3.4.7. Herhaal- en initieel bezoek naar type van vakantiegezelschap

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Er is geen verschil wat in aandeel van herhaal of initiële bezoekers naar gezelschap met en zonder kinderen.

Grafiek 42
Initieel en herhaalbezoek naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Typologie van vakantiegezelschap

Tabel 48
Herhaal- en initieel bezoek naar typologie vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

	Met kinderen			**Zonder kinderen**						
	Jongste kind < 6 j	Jongste kind 6 -11 j	Jongste kind 12 - 17 j	Oudste persoon 18-24 j	Oudste persoon 25-34 j	Oudste persoon 35-49 j	Oudste persoon 50-64 j	Oudste persoon 65-74 j	Oudste persoon 75 j en >	Totaal
Herhaalbezoek	78,6	83,3	87,9	57,7	67,1	76,3	82,5	88,4	83,8	82,2
Initieel bezoek	21,4	16,7	12,1	42,3	32,9	23,7	17,5	11,6	16,2	17,8
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal Ongewogen cases	721	375	199	28	86	233	680	447	279	3 048

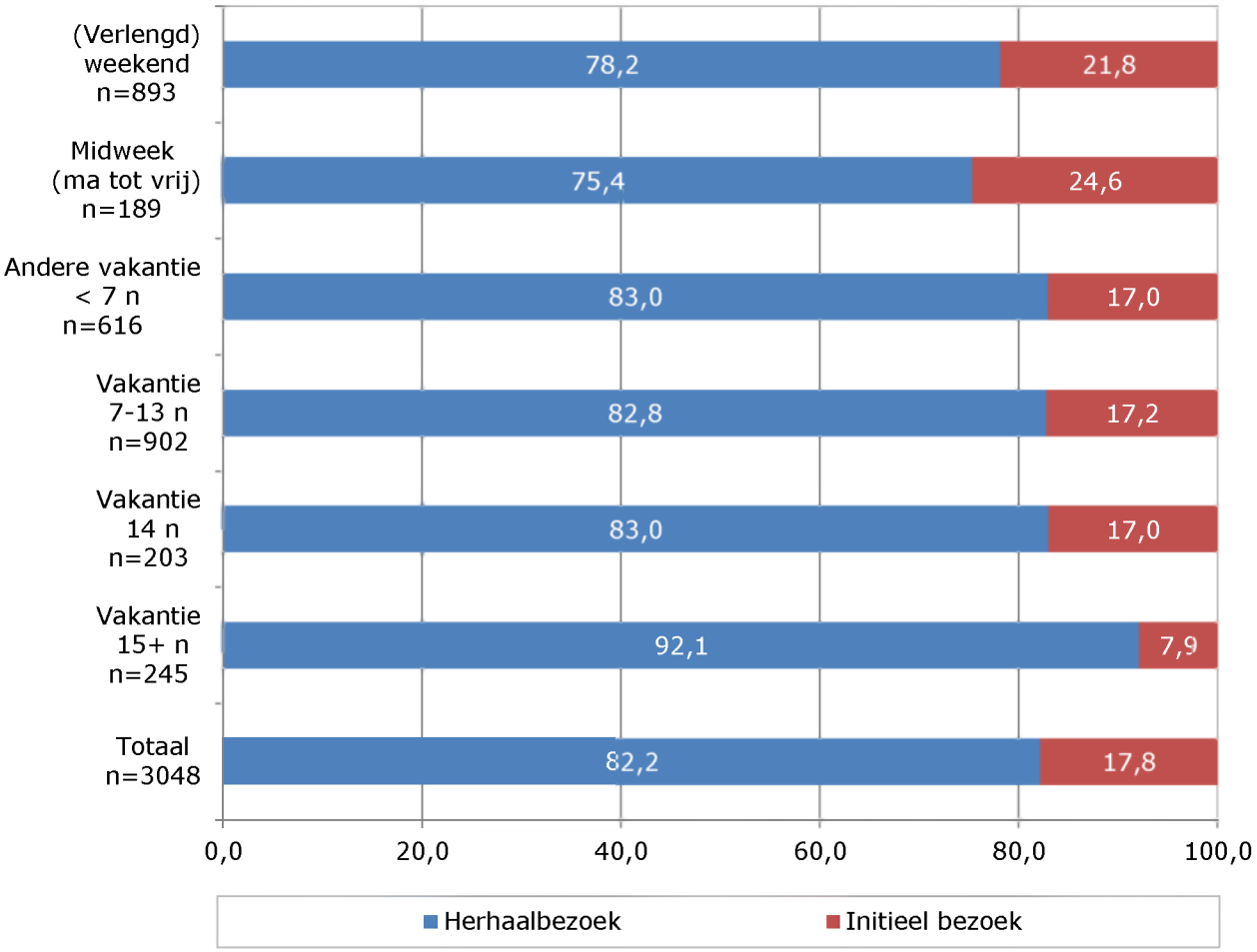
Het aandeel initiële bezoekers is hoger bij 'jongere' gezelschappen, zowel bij gezelschappen met kinderen (jonger dan zes jaar) als bij gezelschappen zonder kinderen (oudste persoon jonger dan 49 jaar). Naarmate gezelschappen ouder worden, neemt het aandeel initiële bezoekers af.

3.4.8. Initieel of herhaalbezoek naar type vakantie

Grafiek 43 geeft het percentage van initiële en herhaalbezoekers weer naar type vakantie.

Verlengde weekends en midweeks trekken iets meer initiële bezoekers maar moeten het toch ook nog vooral hebben van herhaalbezoekers.

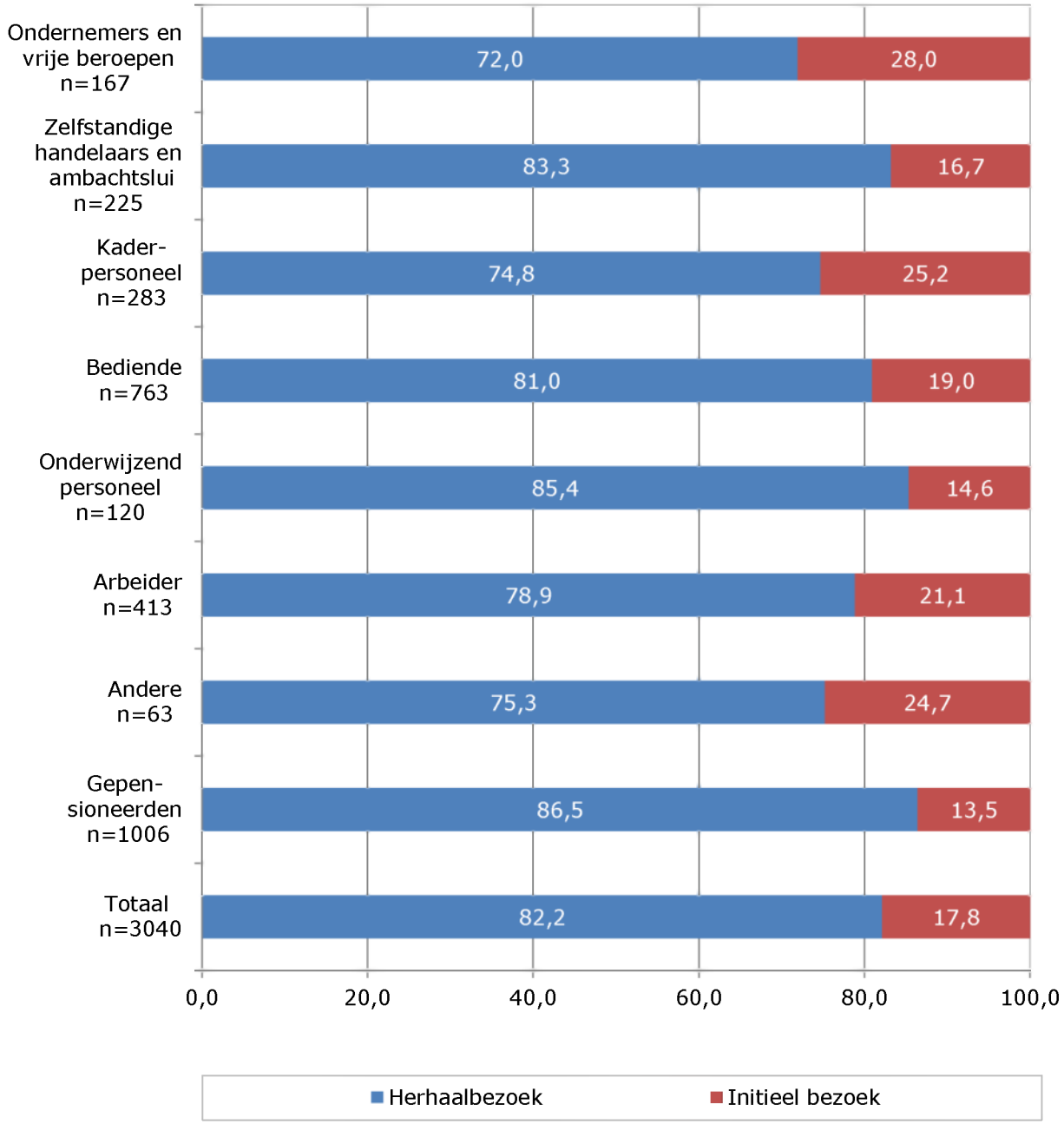
Grafiek 43
Initieel en herhaalbezoek naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.4.9. Herhaal- en initieel bezoek naar beroep van gezinshoofd

Gepensioneerden kennen het hoogste aandeel herhaalbezoek, maar ook het onderwijzend personeel komt meer dan gemiddeld op herhaalbezoek.

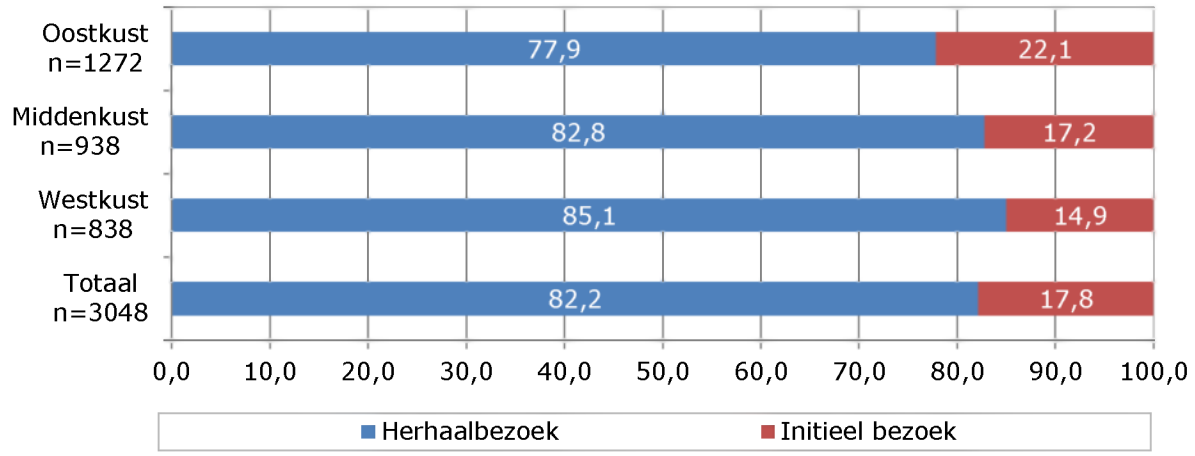
Grafiek 44
Herhaal- en initieel bezoek naar subregio Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.4.10. Herhaal- en initieel bezoek naar subregio kust

De Oostkust slaagt erin om, iets meer dan de andere subregio's, initiële bezoekers aan te trekken.

Grafiek 45
Herhaal- en initieel bezoek naar subregio Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.5. Profiel van respondent naar gebruik van digitale communicatie

Drie vierden van de respondenten aan de Kust gebruikt internet voor privédoeleinden in hun dagdagelijkse leven. Bijna één derde gebruikt sociale netwerken.

Tabel 49
Gebruik digitale communicatie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Gebruik digitale communicatie	2011
Algemeen gebruik internet voor privédoeleinden	78,2
Gebruik sociale netwerken	31,5
Aantal ongewogen cases	3 058

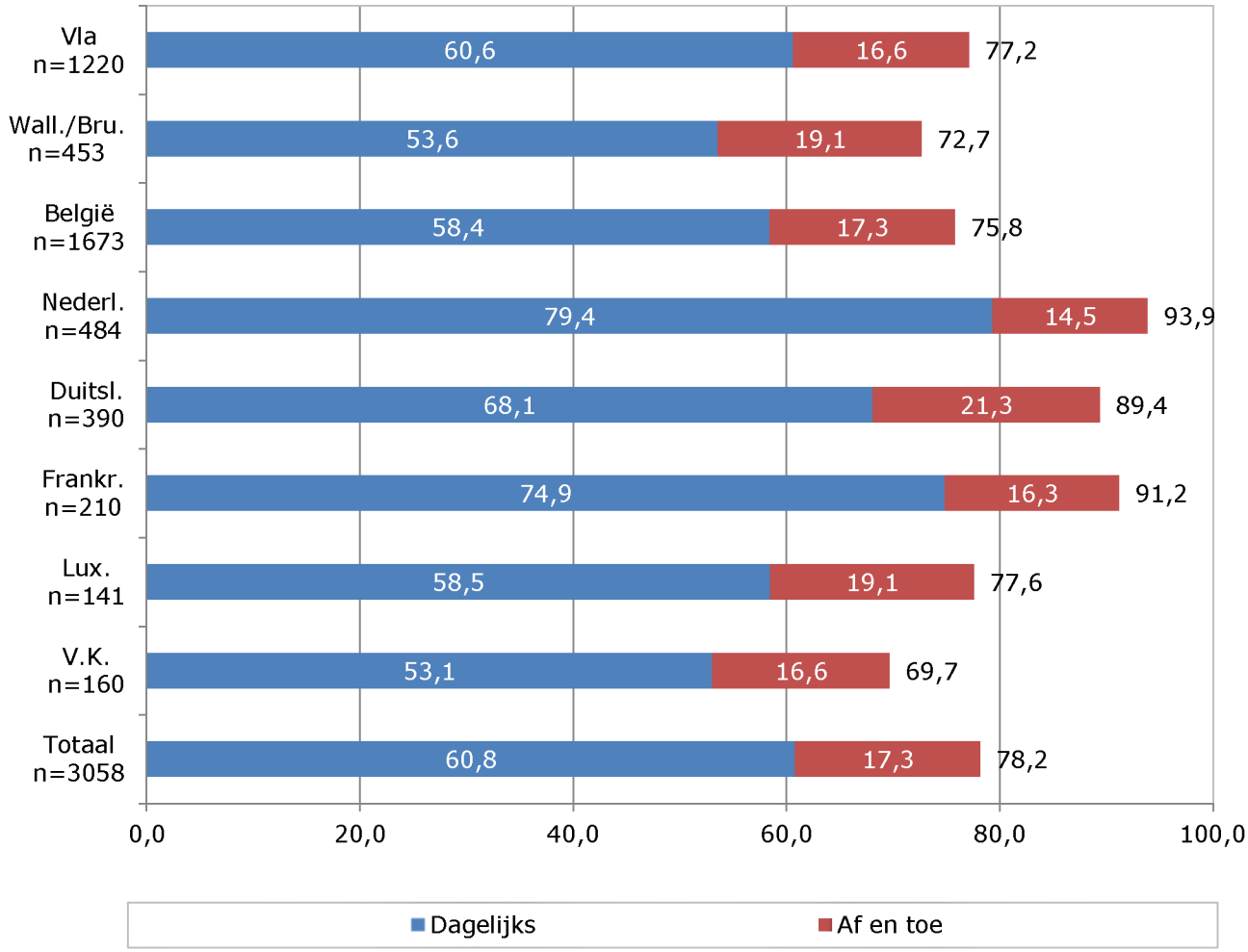
3.5.1. Gebruik van internet voor privé-doeleinden

3.5.1.1. Gebruik van internet naar herkomst

- De hoogste penetratie van het internet in het dagdagelijkse leven zien we bij de Nederlandse, Franse en Duitse respondenten aan de Vlaamse kust. Zij zijn met meer die het internet gebruiken dan de Vlamingen, Walen en Luxemburgers.

- De Britten, die vaak ouder zijn, kenmerken zich door de laagste graad van gebruik.

Grafiek 46
Gebruik internet voor privé-doeleinden naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

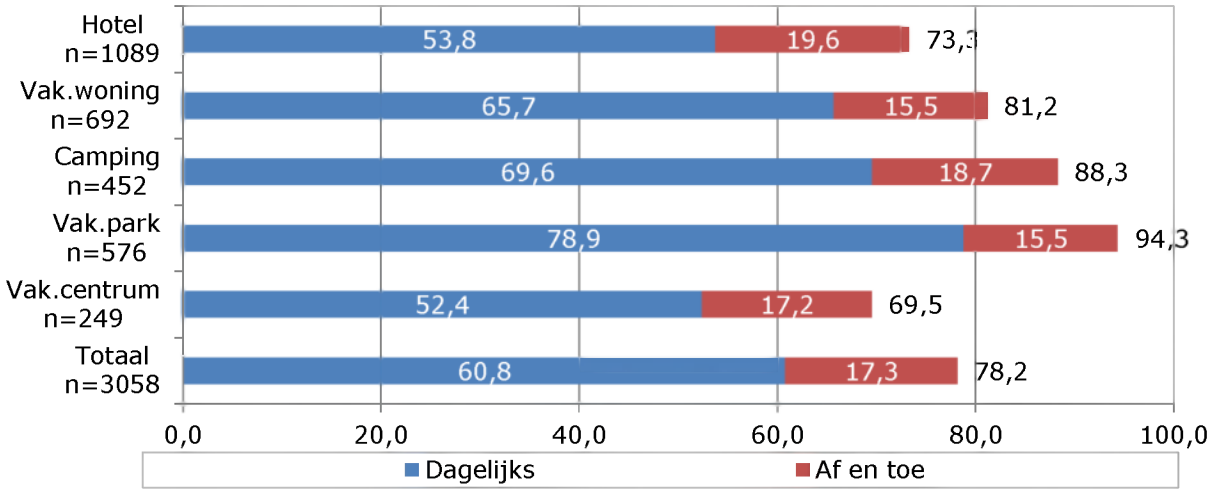


3.5.1.2. Gebruik van internet naar logiesvorm

Vakantiegangers aan de Kust hebben een ander patroon van internetgebruik volgens logiesvorm.

- De respondenten die logeren in een vakantiepark gebruiken in het algemeen het meest internet voor privédoeleinden. De kampeerders komen op de tweede plaats.
- Vakantiegangers in vakantiecentra en hotels zijn vooralsnog minder actief op het internet.

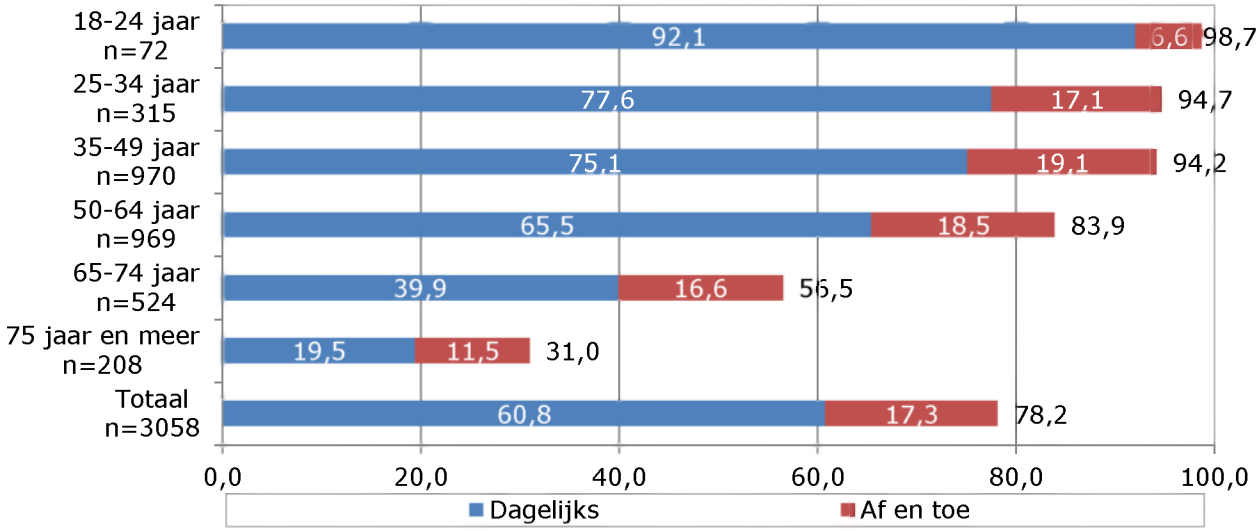
Grafiek 47
Gebruik internet voor privédoeleinden naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.5.1.3. Gebruik van internet naar leeftijd van de respondent

Grafiek 48 toont aan dat bijna alle jongeren gewoon zijn met internet te werken in hun dagdagelijkse leven, wat niet kan gezegd worden van de 65-plussers, die veel lagere participatiegraden halen. Hoe ouder, hoe minder men actief op het internet.

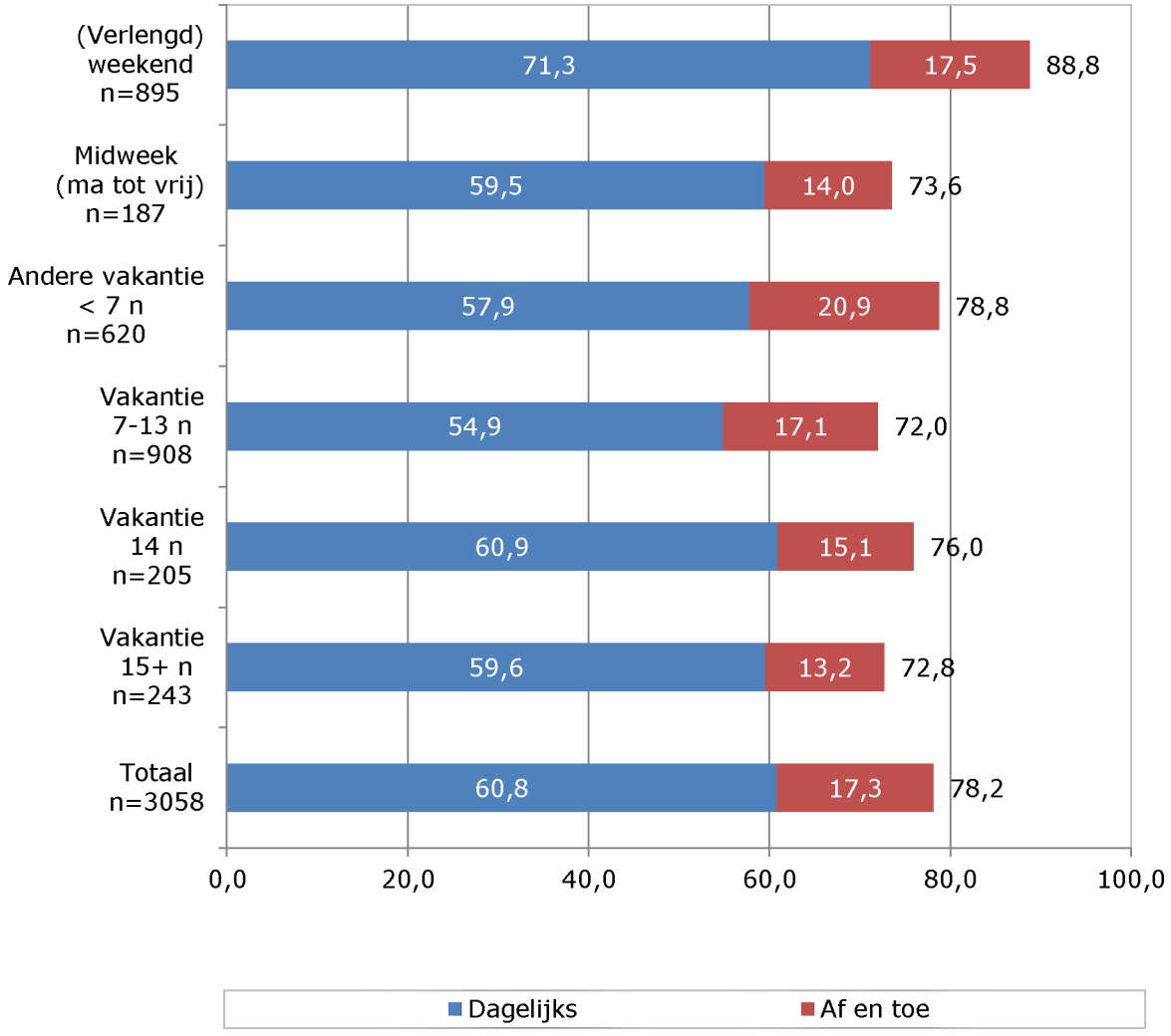
Grafiek 48
Gebruik internet voor privédoeleinden naar leeftijd respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.5.1.4. Gebruik van internet naar type vakantie

Vakantiegangers die voor een weekend komen naar de kust zijn meer fervente gebruikers van internet.

Grafiek 49
Gebruik internet voor privédoeleinden naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.5.1.5. Gebruik van internet naar beroep van het gezinshoofd

- Gepensioneerde vakantiegangers gebruiken minst internet. Vakantiegangers waarvan het gezinshoofd arbeider is, gebruiken eveneens iets minder internet.
- Bij kaders is het gebruik van het internet het meest populair.

Tabel 50
Gebruik internet voor privédoeleinden naar beroep van het gezinshoofd,, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Gebruik internet	Ondernemers en vrije beroepen	Zelfstandige handelaars en ambachtslui	Kader-personeel	Bediende	Onderwijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepen-sioneerden	Totaal
Dagelijks	79,5	74,9	85,1	76,9	75,8	61,2	69,5	39,7	60,8
Af en toe	14,3	16,6	10,9	17,3	18,1	22,5	17,2	17,3	17,4
Nooit	6,1	8,4	4	5,8	6	16,3	13,3	42,9	21,9
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	165	227	285	766	121	413	63	1 010	3 050

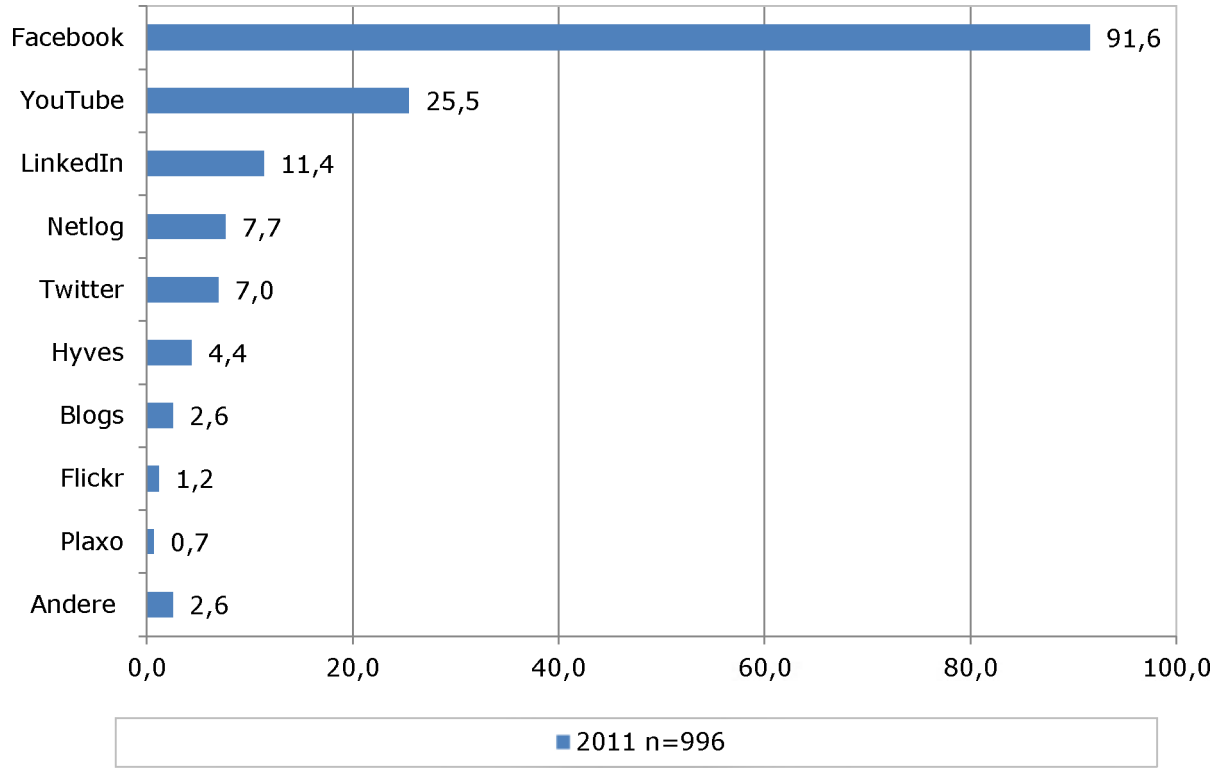
3.6. Gebruik van sociale netwerken

3.6.1. Gebruik van sociale netwerken

31,5% van de respondenten is actief op sociale netwerken.

Facebook komt als meest populaire netwerk naar voren met 92 % van de respondenten die op sociale netwerken. De andere sociale netwerken halen veel kleinere participatiegraden.

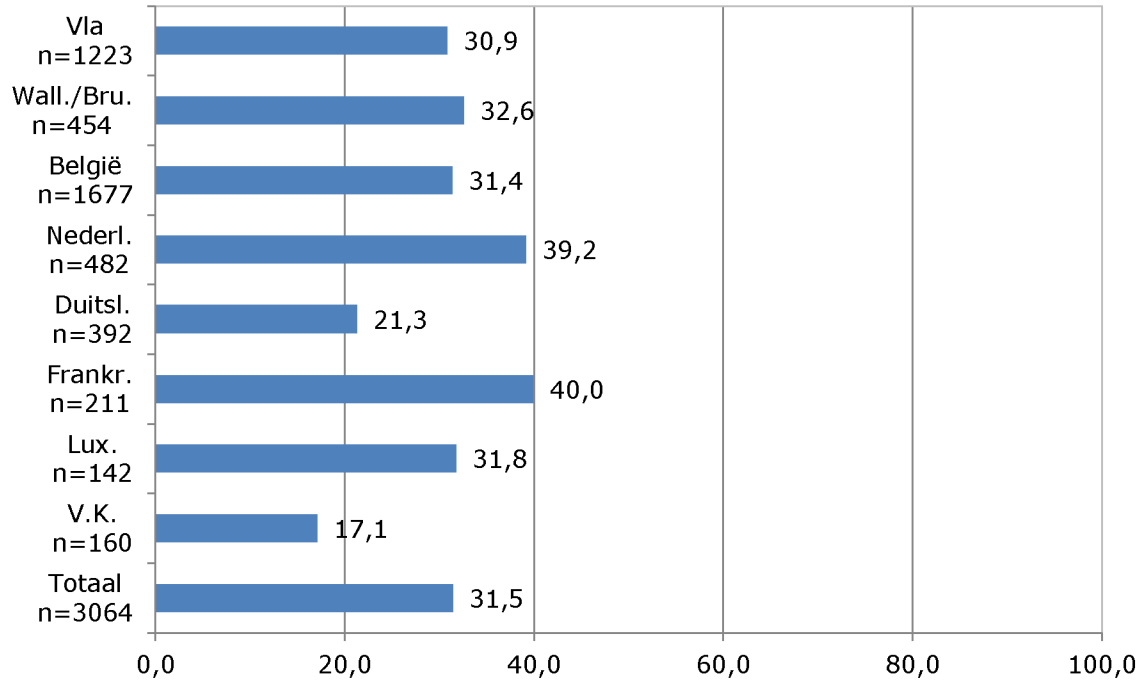
Grafiek 50
Sociale netwerksites waarop men actief is, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.6.2. Gebruik van sociale netwerken naar herkomst

- De sociale media zijn populairst bij de Nederlandse en Franse vakantiegangers.
- De Britse en Duitse respondenten zijn het minst actief op sociale media.

Grafiek 51
Gebruik sociale netwerken naar herkomstland/-regio, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Alle vakantiegangers zijn het meest actief op Facebook. Op de tweede plaats, met een duidelijke afstand t.o.v. Facebook, staat YouTube - behalve bij de Nederlandse vakantiegangers waar Hyves heel populair is. LinkedIn staat op een derde plaats, gevolgd door Netlog en Twitter. Twitter wordt vooral gebruikt door Britten en ook Nederlanders.

Op blogs, Flickr en andere sociale netwerksites is men weinig tot niet actief.

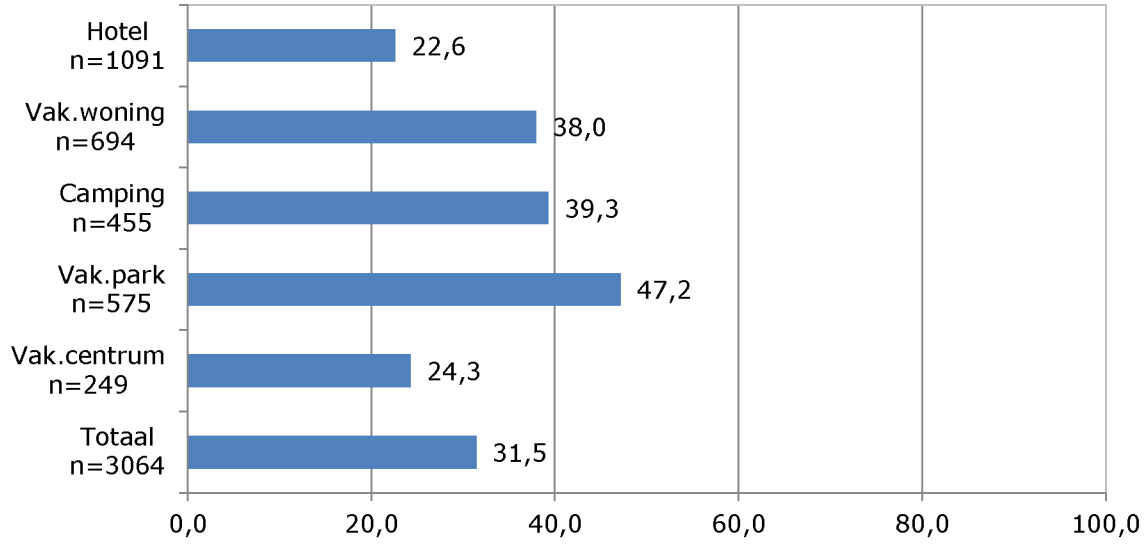
Tabel 51
Sociale netwerksites waarop men actief is naar herkomstland/-regio, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Type vakantie	Vla.	Wall./ Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Facebook	91,9	96,2	*93,3*	74,6	89,8	94,2	96,4	87,2	91,6
YouTube	26,1	25,2	*25,8*	25,4	26,2	24,6	21,1	4,7	25,5
LinkedIn	12,3	5,3	*10,0*	24,1	11,4	15,3	5,8	6,0	11,4
Netlog	10,5	3,2	*8,2*	3,2	9,1	6,4	5,0	11,7	7,7
Twitter	6,1	4,1	*5,5*	15,6	11,7	10,5	6,7	26,9	7,0
Hyves	1,0	0,1	*0,7*	41,9	2,8	1,8	1,7	0,0	4,4
Blogs	2,3	2,5	*2,4*	1,7	4,3	7,1	1,7	0,0	2,6
Flickr	1,3	0,8	*1,1*	2,3	1,3	2,5	0,0	0,0	1,2
Plaxo	0,4	0,7	*0,5*	1,7	1,3	1,8	0,0	0,0	0,7
Andere	2,2	3,3	*2,6*	2,9	3,1	3,0	0,0	0,0	2,6
Aantal ongewogen cases	415	156	*571*	185	86	88	44	22	996

3.6.2.1. Gebruik sociale netwerken naar logiesvorm

- De respondenten in vakantieparken zijn het meest actief op sociale netwerken.
- Deze in een vakantiecentrum of op hotel zijn het minst actief.

Grafiek 52
Gebruik van sociale netwerken naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



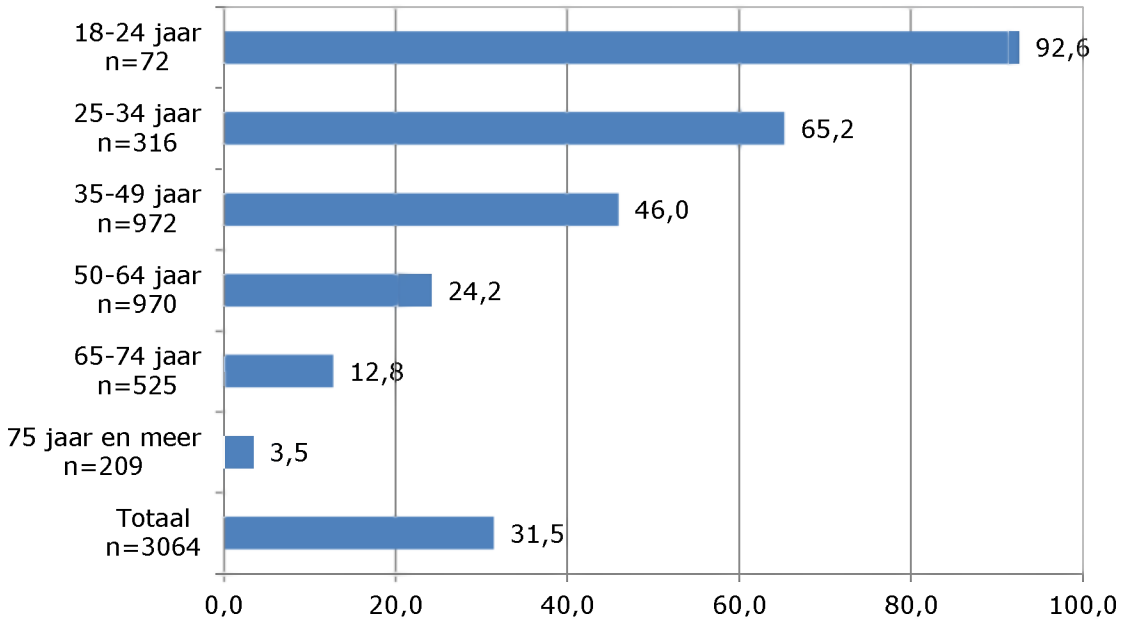
Tabel 52
Sociale netwerksites waarop men actief is naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Type vakantie	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
Facebook	91,1	92,5	94,5	86,2	91,8	91,6
YouTube	15,5	29,6	26,4	29,2	26,7	25,5
LinkedIn	12,8	12,0	5,1	12,0	9,2	11,4
Netlog	4,3	8,1	9,1	6,8	13,8	7,7
Twitter	5,7	6,4	7,3	13,3	6,4	7,0
Hyves	2,7	2,4	5,8	21,5	0,0	4,4
Blogs	2,8	2,3	1,5	2,3	4,4	2,6
Flickr	0,2	1,8	0,5	0,6	2,3	1,2
Plaxo	1,1	0,6	0,7	0,6	0,0	0,7
Andere	2,3	2,5	3,4	3,3	2,2	2,6
Aantal ongewogen cases	238	265	170	261	62	996

3.6.2.2. Gebruik van sociale netwerken naar leeftijd respondent

Vooral de respondenten van 18-24 jaar zijn actief op sociale netwerken. De graad van gebruik van sociale netwerken neemt af naarmate respondent ouder is.

Grafiek 53
Gebruik sociale netwerken naar leeftijd respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



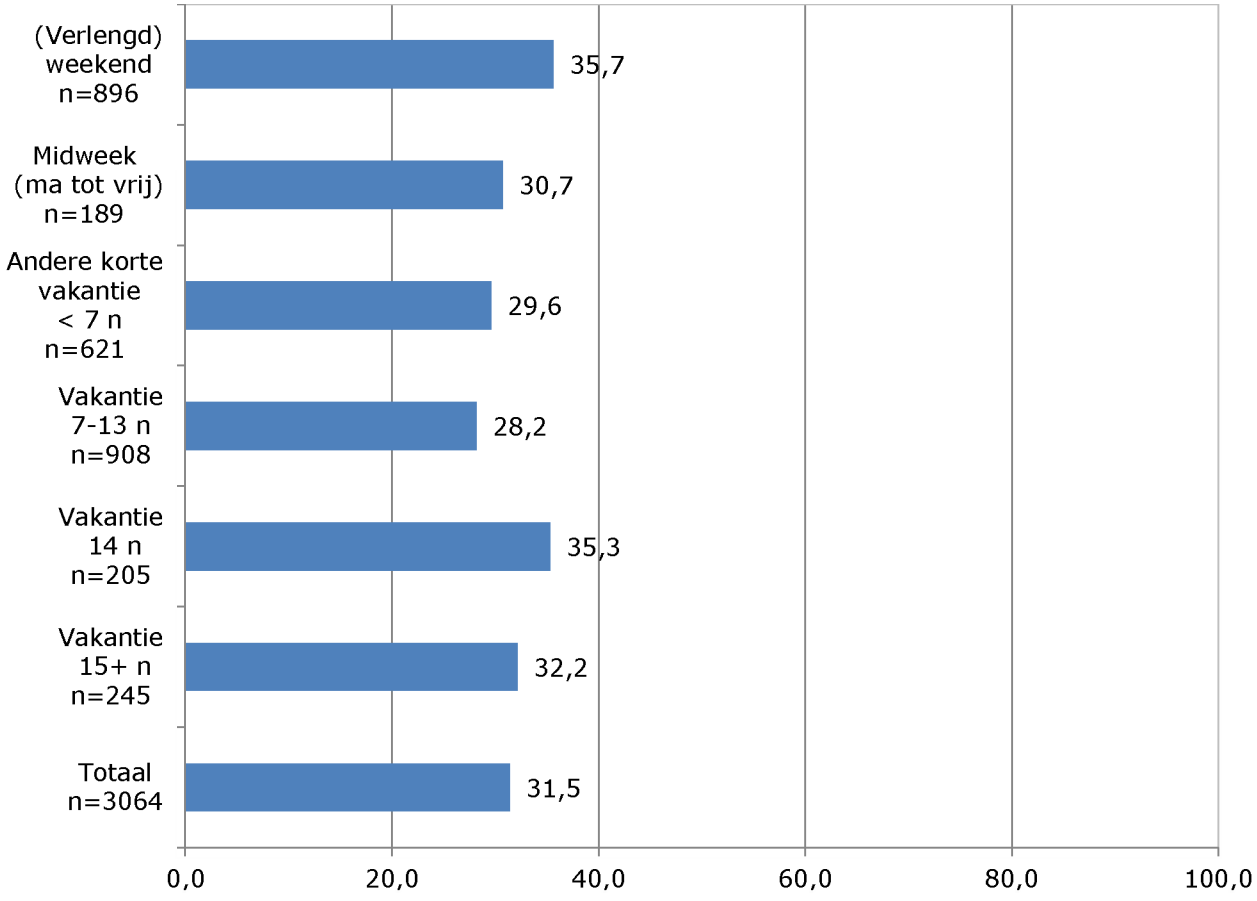
Tabel 53
Sociale netwerksites waarop men actief is naar leeftijd respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Type vakantie	18-24 j	25-34 j	35-49 j	50-64 j	65-74 j	75 j en >	Totaal
Facebook	100,0	96,6	91,4	90,0	79,3	100,0	91,6
YouTube	25,3	24,7	26,3	24,0	28,5	18,2	25,5
LinkedIn	0,6	13,1	14,4	10,0	3,5	9,7	11,4
Netlog	14,1	7,3	8,8	4,8	7,3	0,0	7,7
Twitter	4,6	7,2	8,8	5,4	3,9	2,4	7,0
Hyves	2,3	8,9	4,5	2,7	0,8	0,0	4,4
Blogs	0,6	0,9	3,0	3,2	3,6	0,0	2,6
Flickr	0,0	1,0	1,6	1,5	0,0	0,0	1,2
Plaxo	0,0	0,4	1,0	0,7	0,0	0,0	0,7
Andere	0,9	0,8	1,8	3,8	8,6	0,0	2,6
Aantal ongewogen cases	62	198	439	229	59	9	996

3.6.2.3. Gebruik van sociale netwerken naar type vakantie

Een (verlengd) weekend of een vakantie van 14 nachten kent een iets groter aandeel van actieve gebruikers van sociale netwerken.

Grafiek 54
Gebruik sociale netwerken naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



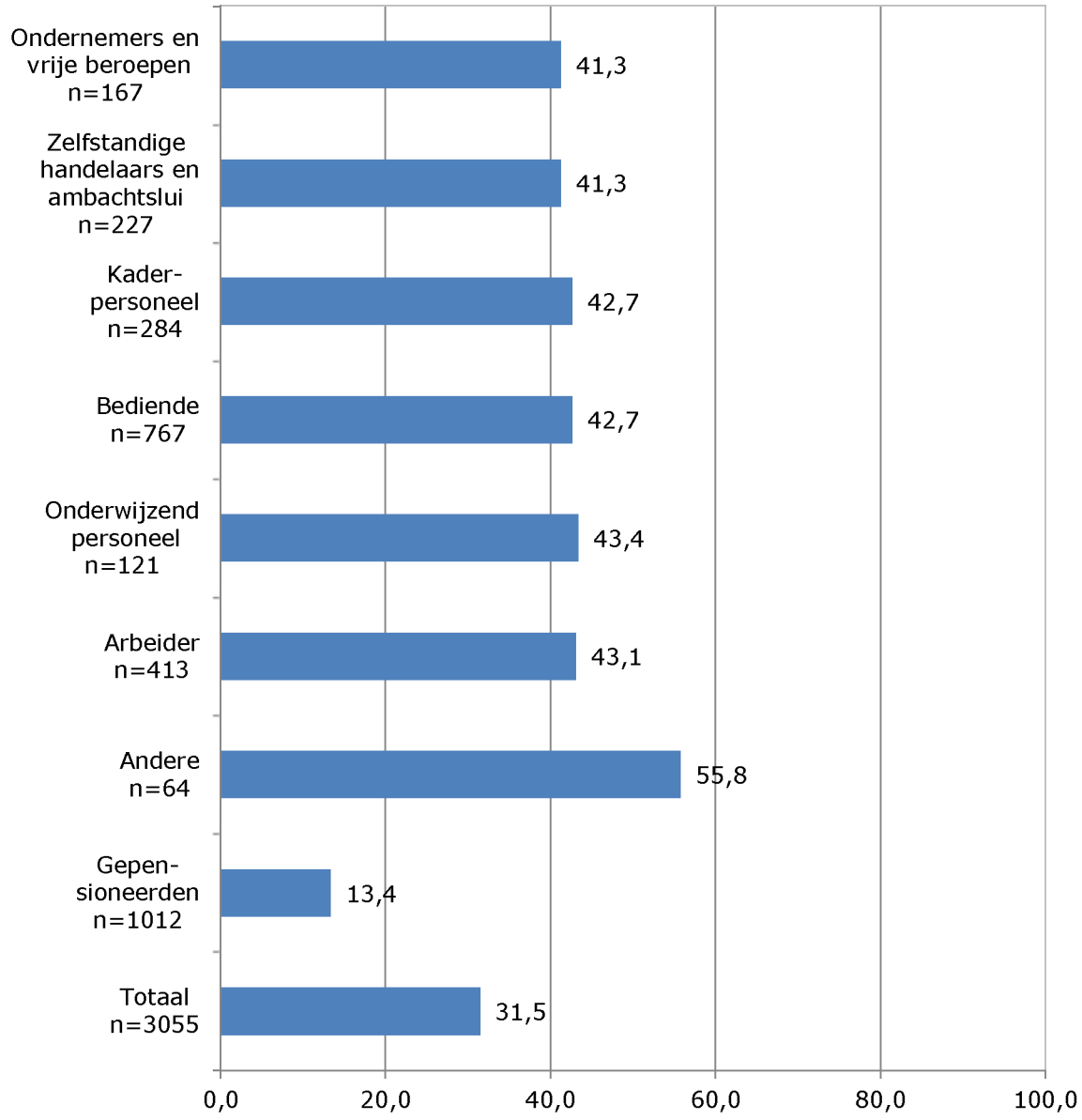
Tabel 54
Sociale netwerksites waarop men actief is naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Type vakantie	(Verlengd) weekend	Midweek (ma - vrij)	Andere korte vakantie < 7 n	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 n en +	Totaal
Facebook	93,7	96,4	92,7	90,3	88,1	87,2	91,6
YouTube	25,4	33,8	29,9	23,3	17,6	25,5	25,5
LinkedIn	13,9	13,0	13,0	10,5	9,7	4,1	11,4
Netlog	9,0	13,5	5,1	9,0	5,1	4,9	7,7
Twitter	6,8	10,1	3,6	8,2	11,9	4,7	7,0
Hyves	4,4	5,6	2,3	6,0	5,1	2,6	4,4
Blogs	3,4	1,8	2,8	3,2	0,0	0,5	2,6
Flickr	1,8	0,0	0,0	2,6	0,0	0,0	1,2
Plaxo	1,2	0,0	0,3	0,4	0,0	1,5	0,7
Andere	0,6	0,6	1,4	3,3	5,8	6,5	2,6
Aantal ongewogen cases	312	66	186	288	75	69	996

3.6.2.4. Gebruik van sociale netwerken naar beroep van gezinshoofd

Bij de andere beroepscategorieën (inclusief niet-actieven – en dus ook studenten) zit het grootste aandeel van actieve gebruikers. De gepensioneerden zijn duidelijk het minst actief.

Grafiek 55
Gebruik sociale netwerken naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Tabel 55
Sociale netwerksites waarop men actief is naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Type vakantie	Ondernemers en vrije beroepen	Zelfstandige handelaars en ambachtslui	Kaderpersoneel	Bediende	Onderwijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepen-sioneerden	Totaal
Facebook	91,6	96,9	76,6	95,9	97,0	94,1	98,6	84,0	91,6
YouTube	32,4	19,9	30,6	21,7	28,5	28,1	26,4	26,4	25,5
LinkedIn	27,2	14,7	39,4	9,2	5,7	4,5	0,9	3,2	11,4
Netlog	3,1	7,2	6,2	6,5	4,4	14,5	12,5	5,5	7,7
Twitter	12,6	11,3	15,3	6,1	3,6	4,3	5,6	3,7	6,9
Hyves	11,5	8,2	5,7	2,7	5,0	5,5	1,4	1,7	4,3
Blogs	5,2	2,7	2,3	2,2	1,2	3,1	0,9	2,7	2,5
Flickr	9,2	0,8	2,6	1,1	0,0	0,0	0,0	0,2	1,3
Plaxo	4,2	1,4	2,2	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
Andere	0,3	0,3	3,6	1,2	3,9	2,2	0,9	6,7	2,5
Aantal ongewogen cases	69	91	116	305	54	182	36	139	992

3.7. Profiel van de respondent naar gebruik van digitale toestellen

Van alle respondenten heeft 20% een smartphone, 26% een draagbare muziekspeler en 15% een draagbare DVD-speler. 10% heeft een draagbare GPS voor fietsen en wandelen.

Tabel 56
Gebruik diverse digitale toestellen in vrije tijd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

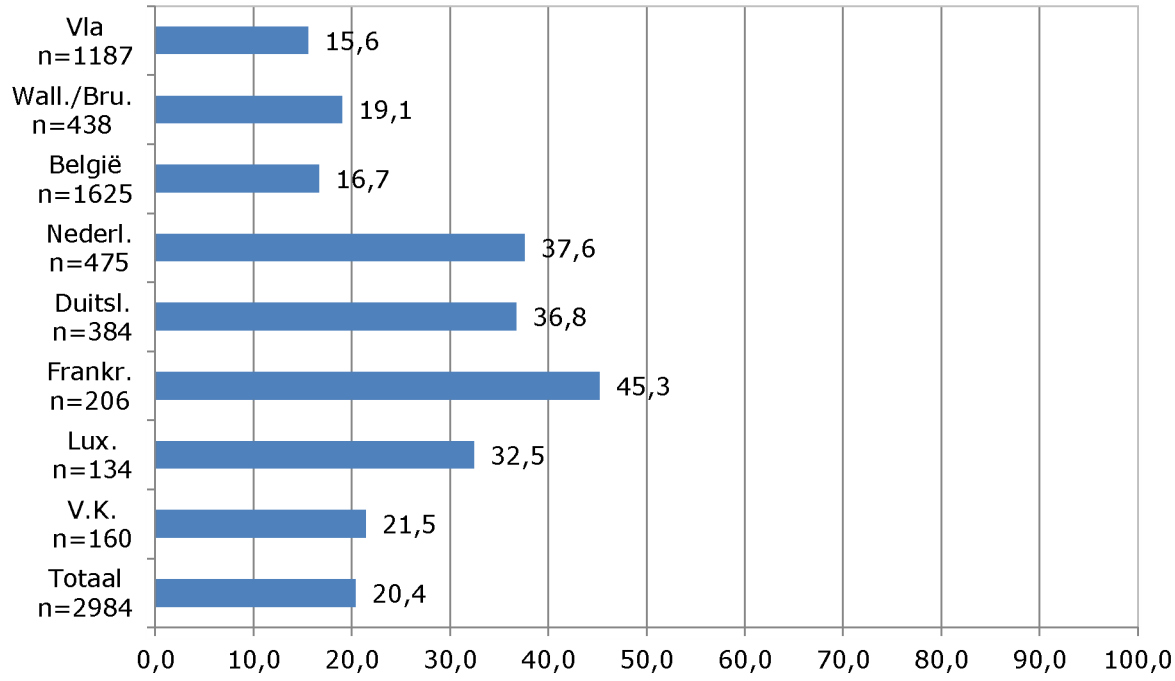
Type digitaal toestel	In %
Draagbare muziekspeler	25,5
Smartphone	20,4
Draagbare DVD-speler	14,5
Tablet PC	10,2
Draagbare GPS voor fietsen en wandelen	9,6
Aantal ongewogen cases	2 984

3.7.1. Gebruik van een smartphone in vrije tijd

3.7.1.1. Gebruik van een smartphone in vrije tijd naar herkomst

De Franse respondenten maken het meest gebruik van een smartphone, gevolgd door de Nederlandse en de Duitse respondenten.

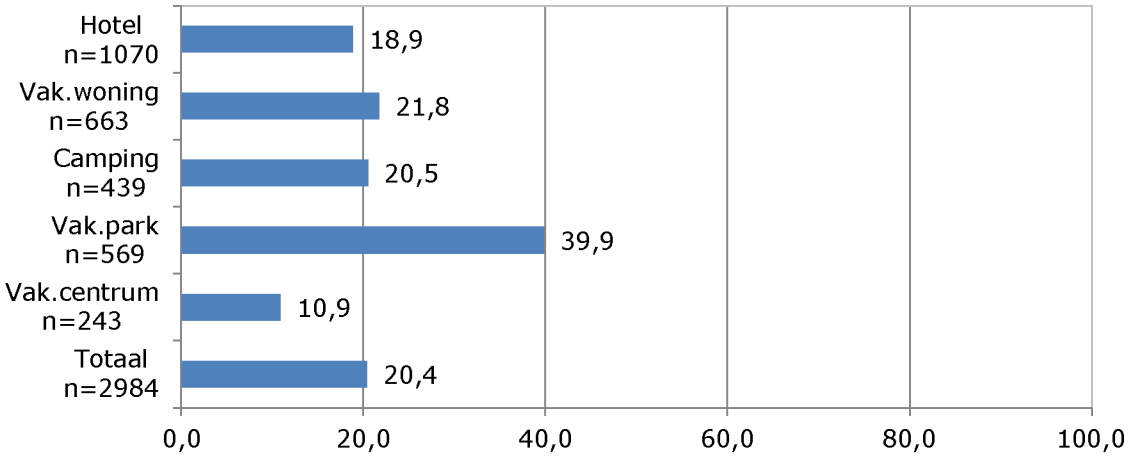
Grafiek 56
Gebruik smartphone in vrije tijd naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.7.1.2. Gebruik van een smartphone in vrije tijd naar logiesvorm

- De respondenten in vakantieparken gebruiken het meest een smartphone.
- Respondenten in vakantiecentra zijn ouder, slechts 11% gebruikt een smartphone.
- In andere logiesvormen schommelt het percentage van respondenten die een smartphone gebruikt rond 20%.

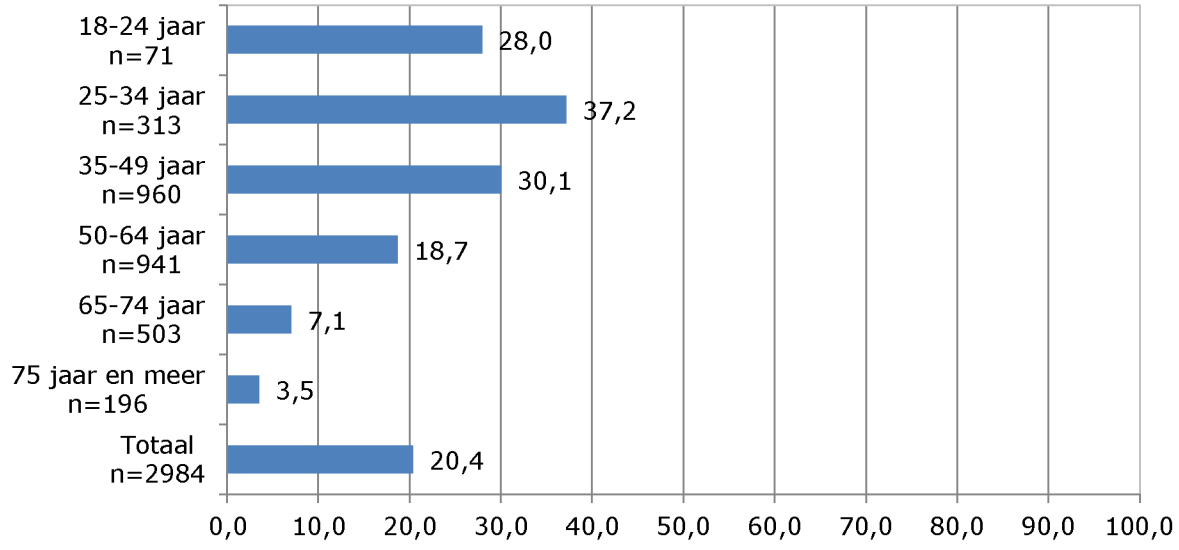
Grafiek 57
Gebruik smartphone in vrije tijd naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.7.1.3. Gebruik van een smartphone in vrije tijd naar leeftijd respondent

- De respondenten tussen 25-34 jaar gebruiken de smartphone het meest: 37%.
- Vanaf 50 jaar neemt het percentage van respondenten sterk af naar 19% voor de medioren en 7 en 4% bij de senioren.

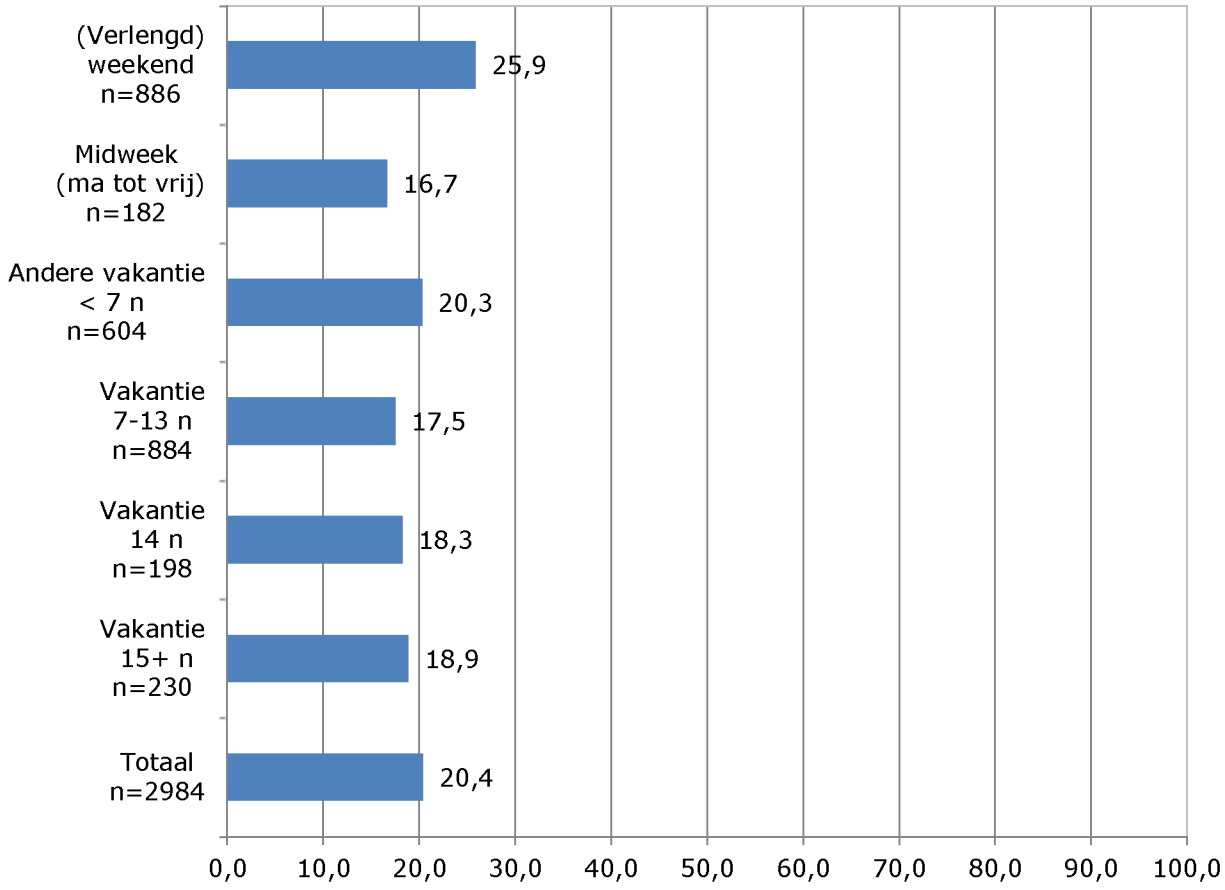
Grafiek 58
Gebruik smartphone in vrije tijd naar leeftijd respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.7.1.4. Gebruik van een smartphone naar type vakantie

Een smartphone wordt het meest gebruikt tijdens (verlengde) weekends: ongeveer 26% doet dit.

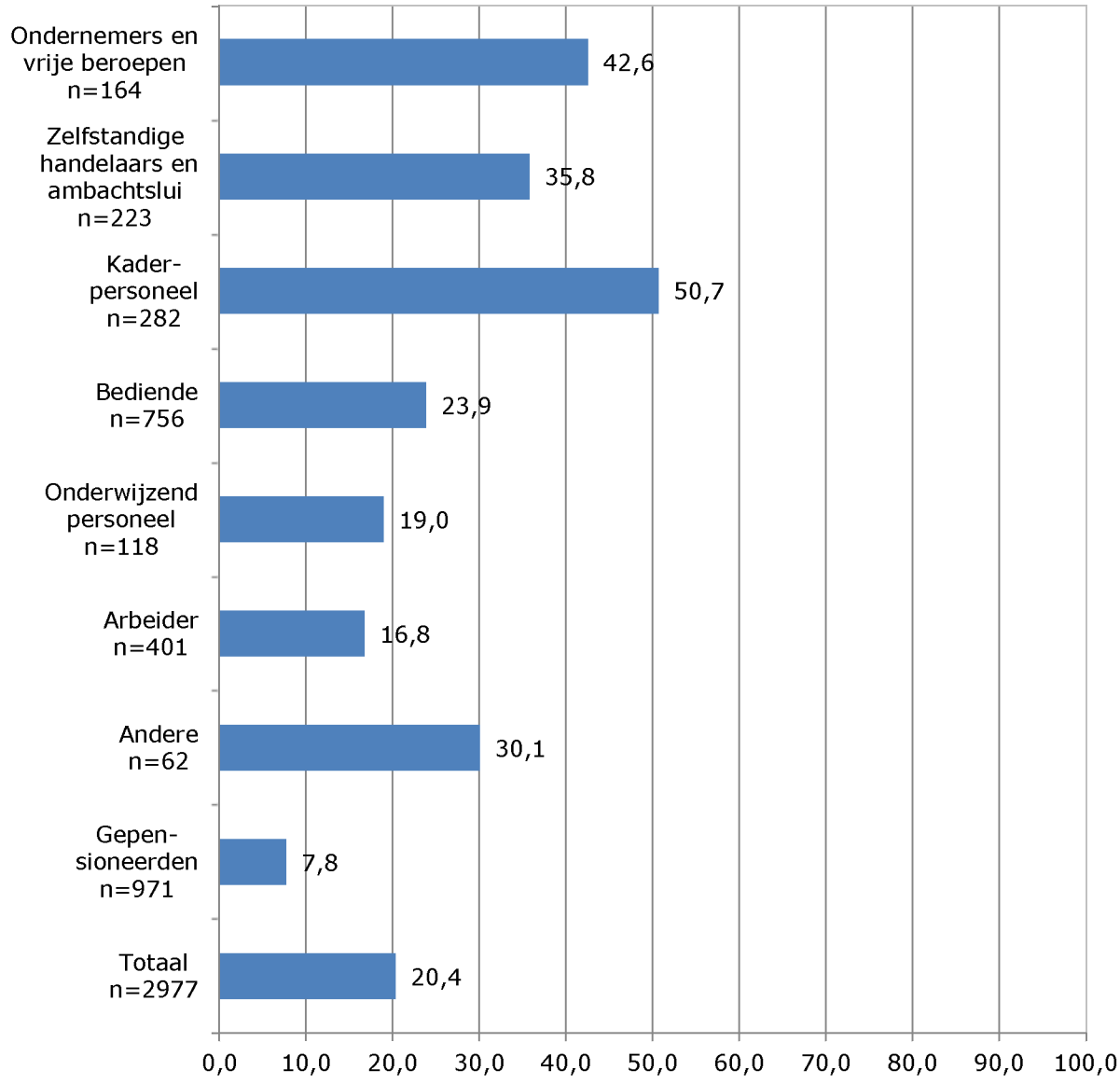
Grafiek 59
Gebruik smartphone in vrije tijd naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.7.1.5. Gebruik van een smartphone in vrije tijd naar beroep van gezinshoofd

- Het kaderpersoneel (51%) en ook de ondernemers en vrije beroepen (43%) maken het meest gebruik van een smarktphone.
- Het gebruik van een smartphone is het laagst bij gepensioneerden (8%).
- Ook bij arbeiders (17%) en onderwijzend personeel (19%) is het gebruik beperkt.

Grafiek 60
Gebruik smartphone in vrije tijd naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

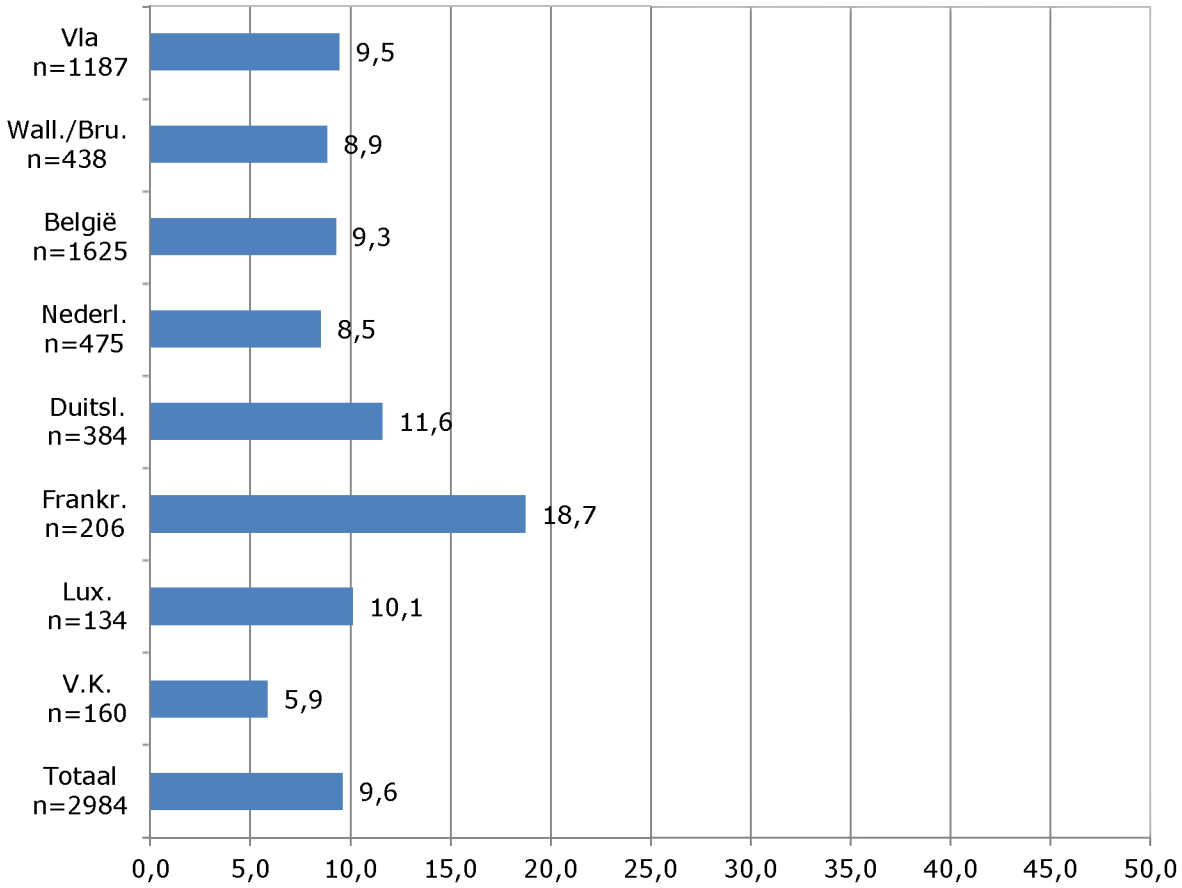


3.7.2. Gebruik van draagbare GPS voor fietsen en wandelen

3.7.2.1. Gebruik van draagbare GPS voor fietsen en wandelen naar herkomst

De Fransen zijn meer dan de andere respondenten gebruikers van een draagbare GPS.

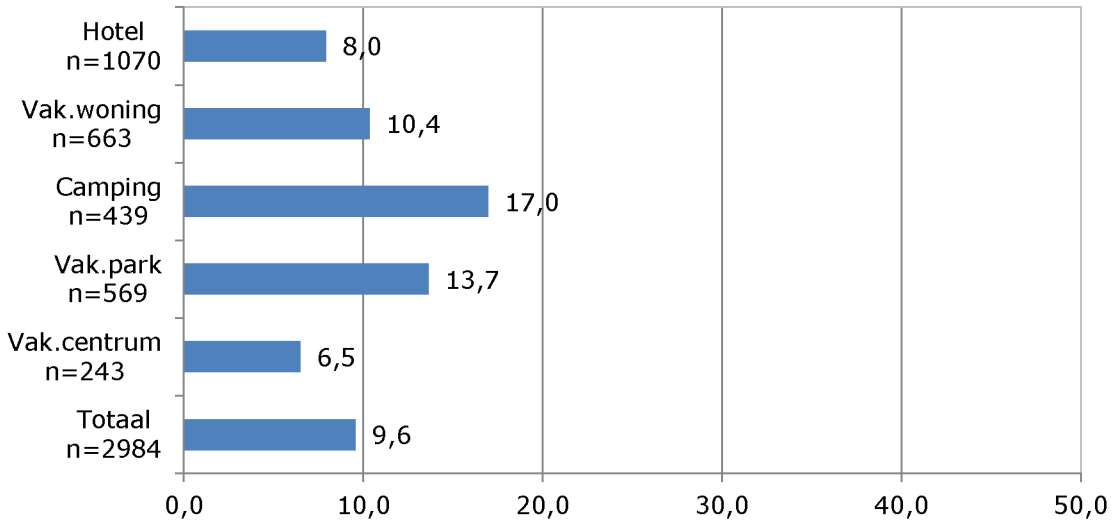
Grafiek 61
Gebruik draagbare GPS voor fietsen en wandelen naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.7.2.2. Gebruik van draagbare GPS voor fietsen en wandelen naar logiesvorm

De kampeerders-respondenten beschikken het meest over een draagbare GPS voor fietsen en wandelen.

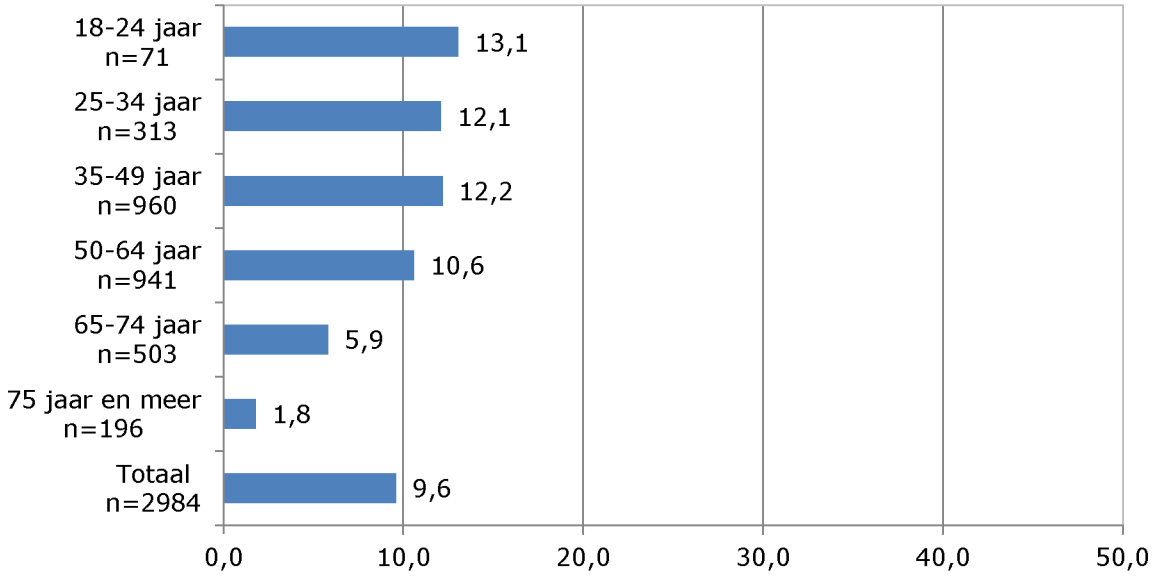
Grafiek 62
Gebruik draagbare GPS voor fietsen en wandelen naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.7.2.3. Gebruik van draagbare GPS voor fietsen en wandelen naar leeftijd van de respondent

Draagbare GPS voor fietsen en wandelen is meer populair bij respondenten van 18 tot 49 jaar en minder bij oudere respondenten.

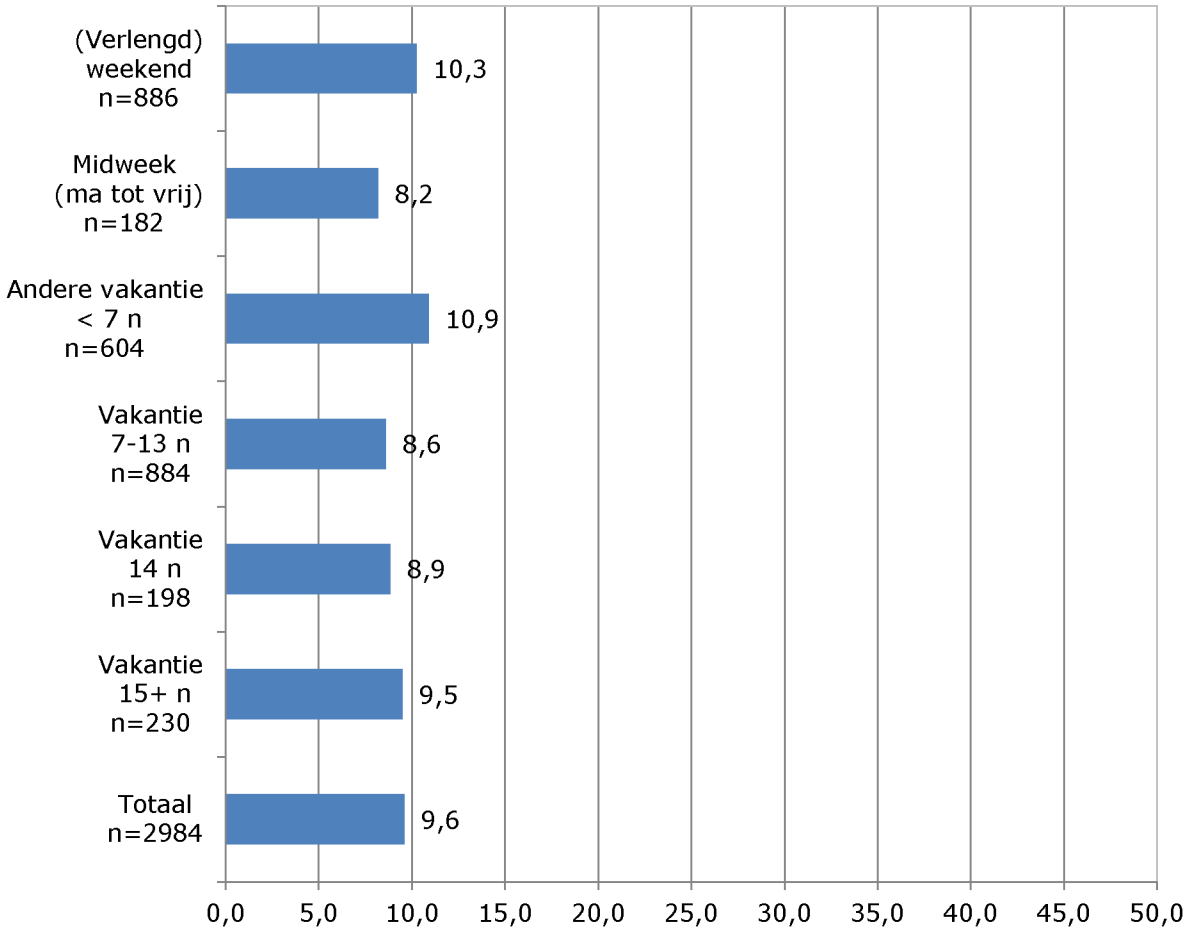
Grafiek 63
Gebruik draagbare GPS voor fietsen en wandelen naar leeftijd respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.7.2.4. Gebruik van draagbare GPS naar type vakantie

Het gebruik van een draagbare GPS voor fietsen en wandelen verschilt niet sterk naar het type vakantie..

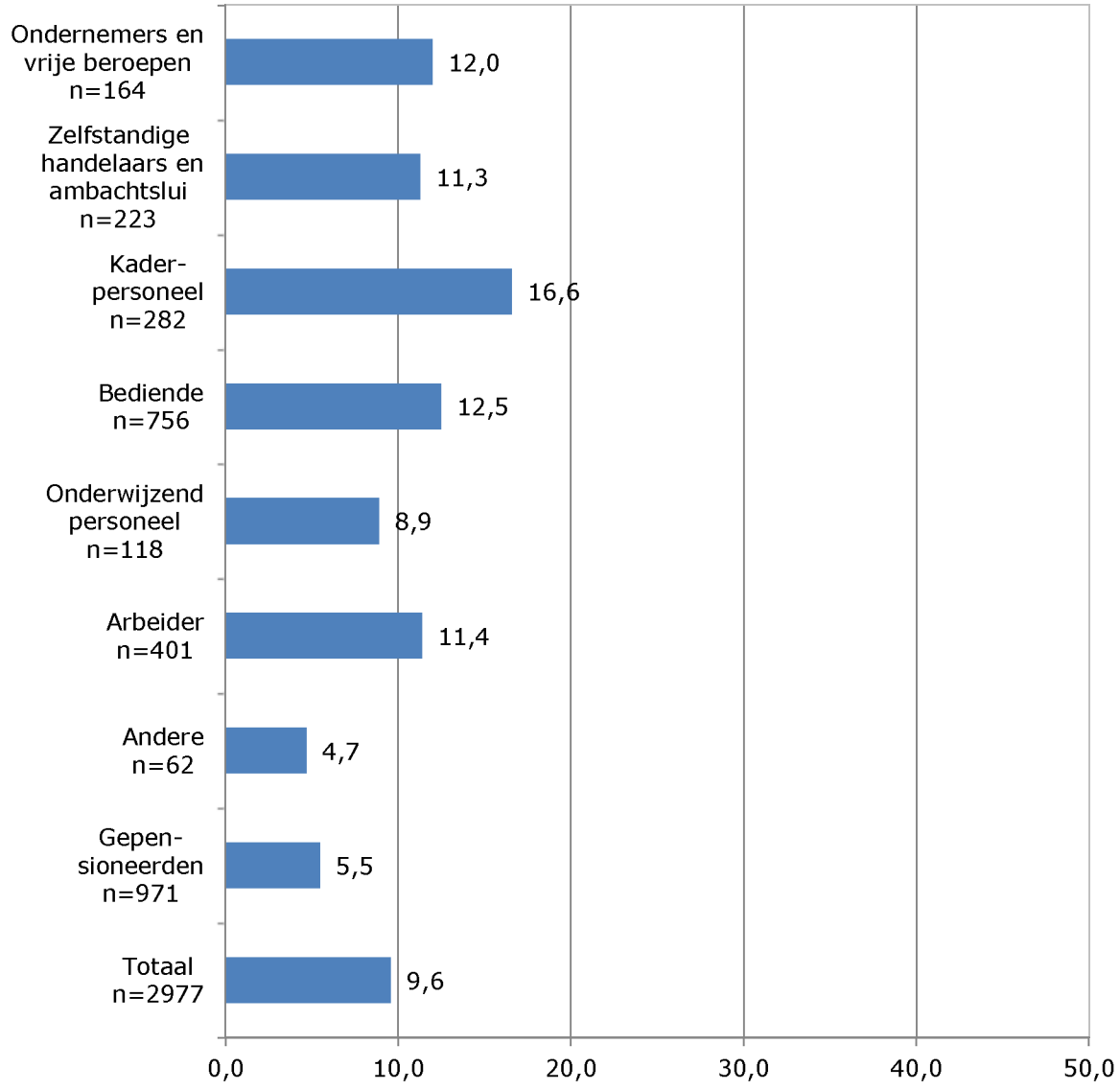
Grafiek 64
Gebruik draagbare GPS voor fietsen en wandelen naar leeftijd respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



3.7.2.5. Gebruik van draagbare GPS voor fietsen en wandelen naar beroep van gezinshoofd

Draagbare GPS voor fietsen en wandelen is het meest populair bij kaderpersoneel en minder bij gepensioneerden en andere beroepsdoeleinden (inclusief niet-actieven).

Grafiek 65
Gebruik draagbare GPS voor fietsen en wandelen naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4. Vakantiegedrag

4.1. Logiesvorm

Zoals beschreven in het onderdeel 'Onderzoeksmethodologie' werden niet alle logiesvormen bij alle herkomstlanden van de vakantiegangers bevraagd. De verhouding tussen de diverse logiesvormen wordt derhalve bepaald door hoe de bevraging werd georganiseerd en is dus geen resultaat van het onderzoek.

Als gewogen steekproef is ze wel de weerspiegeling van de effectieve populatie. Om die reden staan volgende tabellen in het onderdeel 'Onderzoeksmethodologie':
- de verhouding tussen de verschillende logiesvormen en herkomsten;
- de verhoudingen tussen de logiesvormen en seizoenen;
- de verhoudingen tussen de logiesvormen en subregio's.

In het volgend onderdeel gaan we in op de resultaten die voortkomen uit het onderzoek waarbij logiesvormen in relatie gebracht worden met andere variabelen dan herkomst, seizoen en subregio's en ook op de detaillering binnen de logiesvormen vakantiewoningen naar verhuurkanaal en campings naar type kampeermiddel.

4.1.1. Logiesvorm naar diverse variabelen

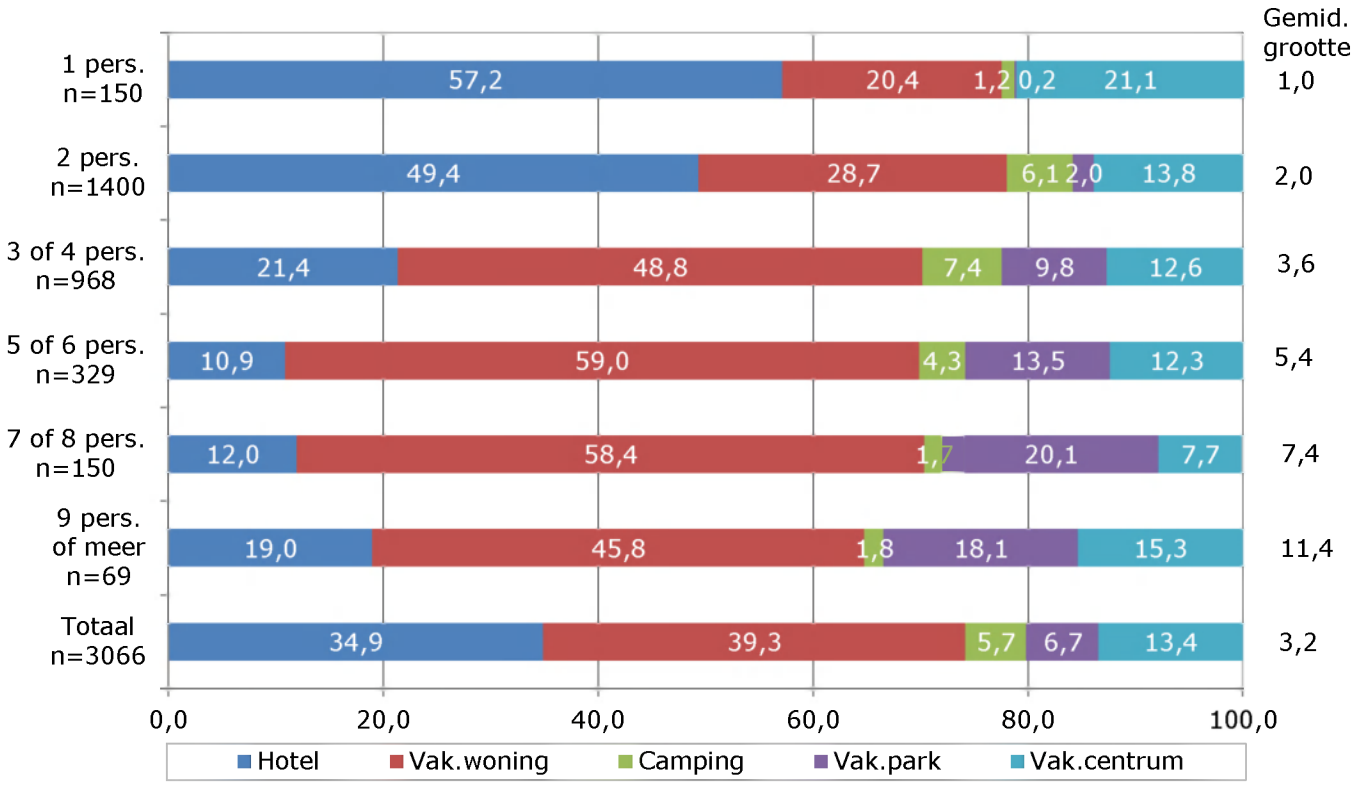
4.1.1.1. Logiesvorm naar grootte van het vakantiegezelschap

Grafiek 66 geeft de logiesvorm naar grootte van het vakantiegezelschap.

- Bij de kleine gezelschappen van 1 of 2 personen ligt het aandeel van hotels hoog. Personen alleen kiezen ook relatief meer voor een vakantiecentrum.

- Grotere gezelschappen kiezen relatief gezien meer voor een vakantiewoning of een vakantiepark.

Grafiek 66
Logiesvorm naar grootte vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



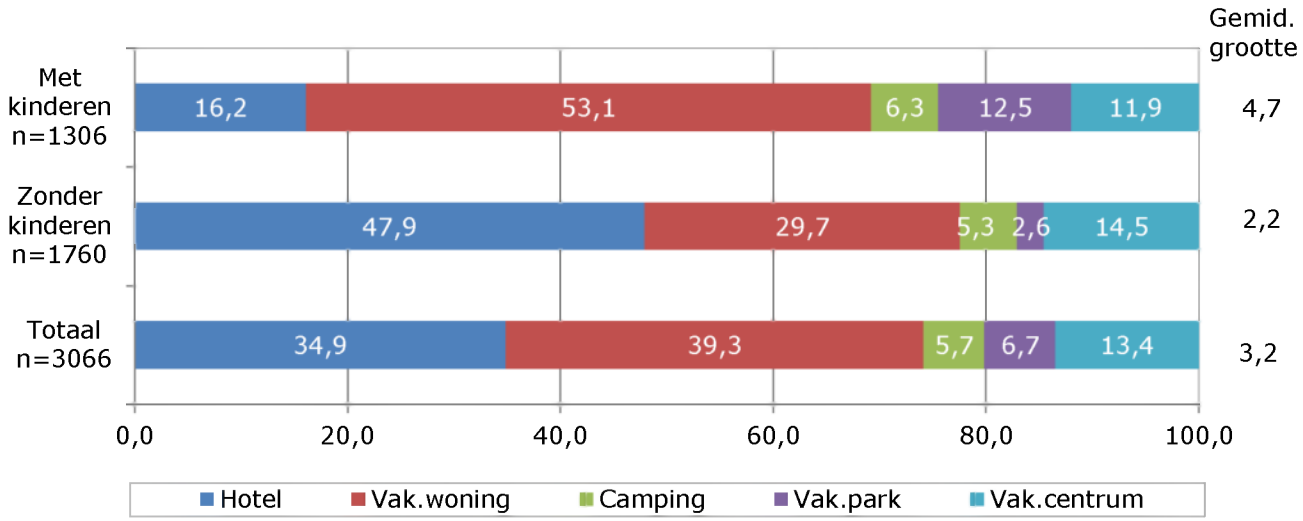
4.1.1.2. Logiesvorm naar type vakantiegezelschap

Naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Grafiek 67 geeft de logiesvorm naar vakantiegezelschappen met en zonder kinderen.

- Bij gezelschappen met kinderen ligt het aandeel van vakantiewoningen hoog.
- Gezelschappen zonder kinderen kiezen relatief meer voor een hotel.

Grafiek 67
Logiesvorm naar gezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Naar typologie van vakantiegezelschappen

Tabel 57 gaat meer in detail in op de logiesvorm naar typologie van de vakantie-gezelschappen.

- De vakantiewoning is de logiesvorm bij uitstek voor gezelschappen met kinderen tot 11 jaar.
- Campings zijn iets meer populair bij gezinnen met grotere kinderen.
- Bij bejaarde gezelschappen zonder kinderen scoren de vakantiecentra hoog.

Tabel 57
Logiesvorm naar typologie van vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

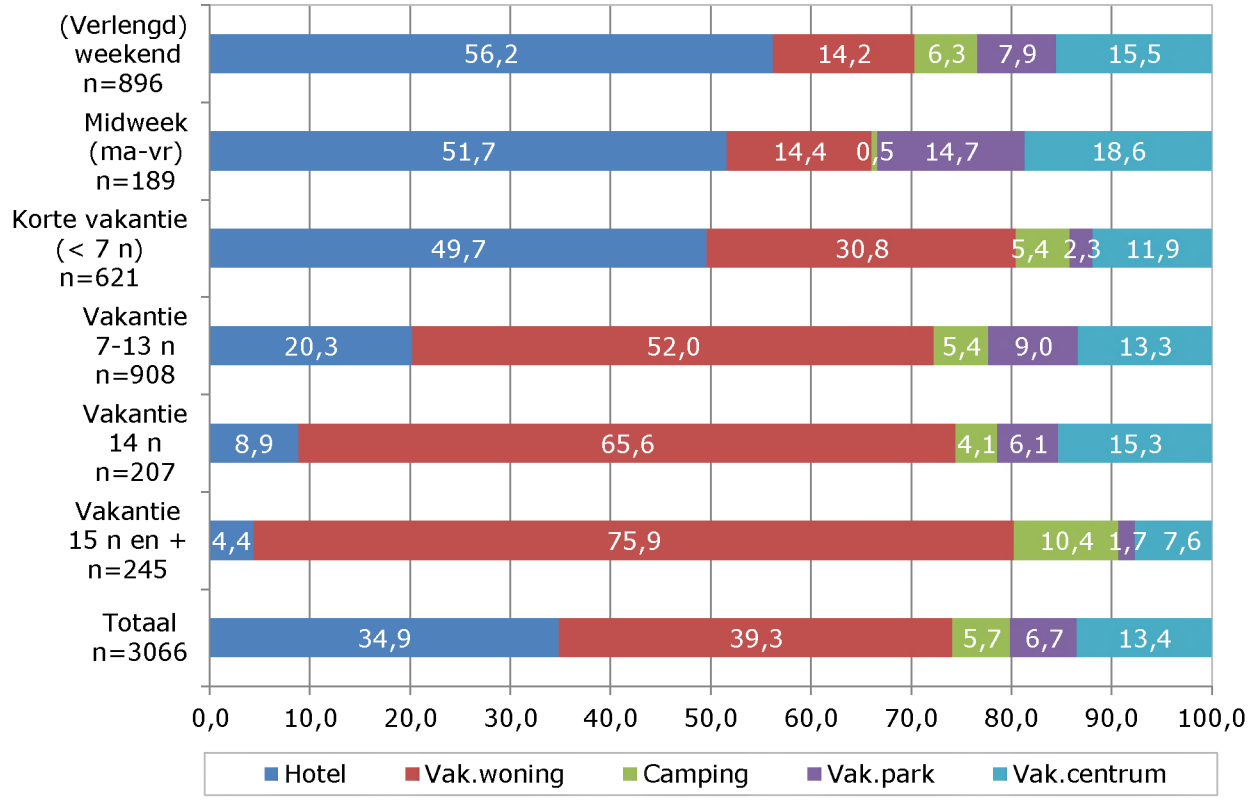
Logiesvorm	**Met kinderen**			**Zonder kinderen**					
	Jongste kind < 6 j	Jongste kind 6 -11 j	Jongste kind 12 - 17 j	Oudste persoon 18-34 j	Oudste persoon 35-49 j	Oudste persoon 50-64 j	Oudste persoon 65-74 j	Oudste persoon 75 j en >	Totaal
Hotel	12,5	18,7	22,9	52,0	62,2	43,4	48,9	44,8	34,9
Vakantiewoning	53,1	56,6	45,5	30,3	20,4	32,6	30,6	28,6	39,3
Camping	5,4	5,6	10,9	5,5	6,6	7,4	4,5	1,6	5,7
Vakantiepark	18,1	6,9	6,1	6,8	3,5	3,1	1,7	0,9	6,7
Vakantiecentrum	10,9	12,2	14,6	5,4	7,3	13,5	14,3	24,1	13,4
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde grootte	5,1	4,6	3,9	2,2	2,3	2,2	2,2	2,2	3,2
Aantal ongewogen cases	729	377	200	114	234	683	447	282	3 066

4.1.1.3. Logiesvorm naar type vakantie

In grafiek *68* wordt de logiesvorm naar type vakantie weergegeven.

- Voor (verlengde) weekends, midweeks en kortere vakanties van minder dan een week wordt meer dan gemiddeld gekozen voor een *hotel*.
- *Vakantieparken* liggen goed in de markt voor (verlengde) weekends en voor midweeks.
- *Vakantiewoningen* zien hun aandeel duidelijk toenemen bij langere vakanties van 7 nachten en meer.
- Het aandeel van *vakantiecentra* is niet zo erg verschillend naar type vakantie, wat erop wijst dat deze logiesvorm voor diverse types van vakantie wordt aangewend.
- Het aandeel van *campings* ligt hoogst van alle type vakanties bij langere vakanties van meer dan 2 weken.

Grafiek 68
Logiesvorm naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

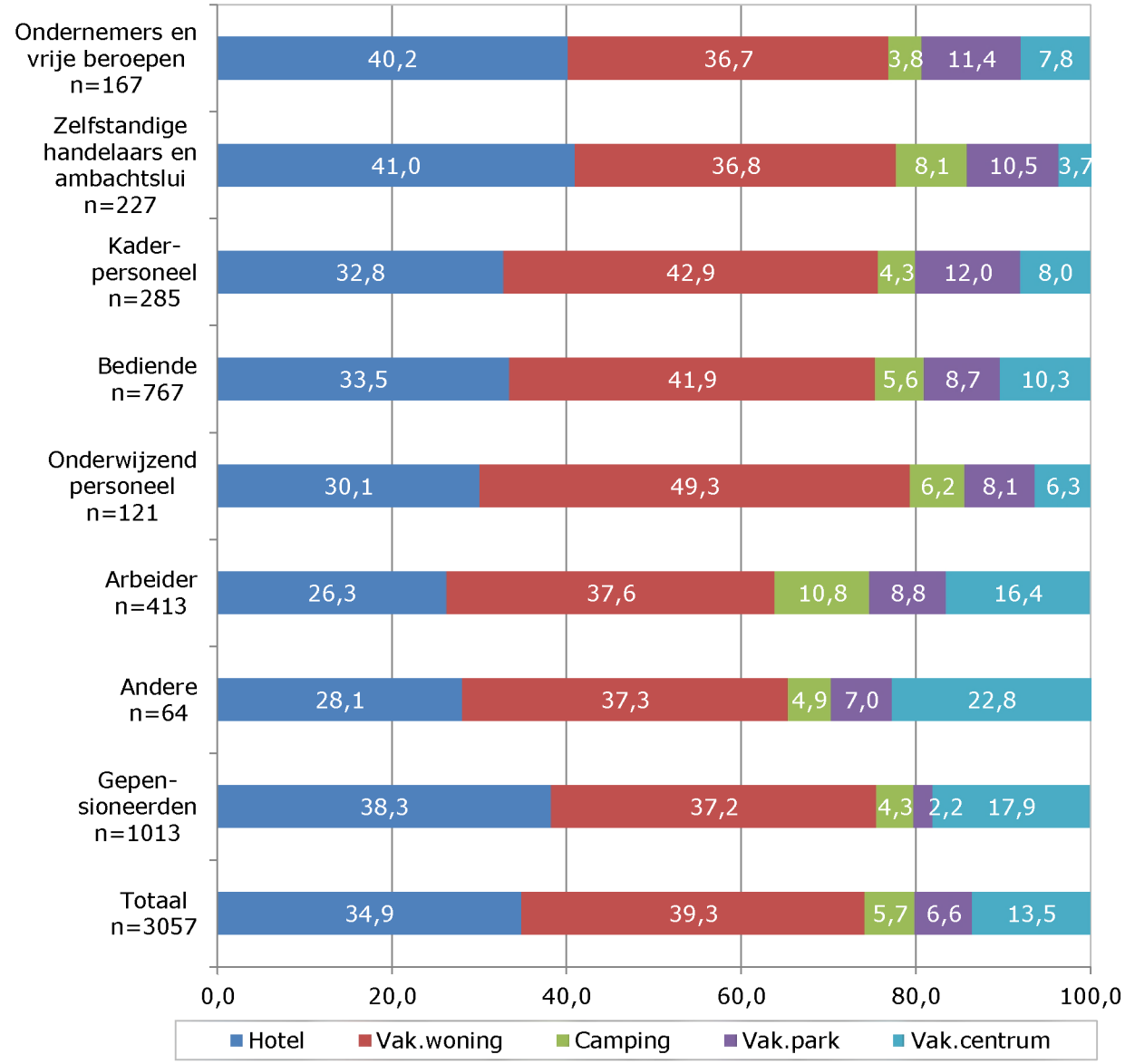


4.1.1.4. Logiesvorm naar beroep van gezinshoofd

Grafiek 69 geeft de logiesvorm naar beroep van het gezinshoofd.

- Hotels scoren beter dan gemiddeld bij de hogere sociale klassen (ondernemers en vrije beroepen en zelfstandigen). Arbeiders daarentegen opteren opvallend minder voor hotels.
- Vakantiewoningen zijn in alle beroepscategorieën populair, sterkst bij onderwijzend personeel.
- Campings scoren hoog bij de arbeiders, maar ook bij de zelfstandigen.
- De vakantieparken trekken meer dan gemiddeld de hogere beroepscategorieën aan.
- Vakantiecentra zijn sterker dan gemiddeld vertegenwoordigd bij gepensioneerden en arbeiders.

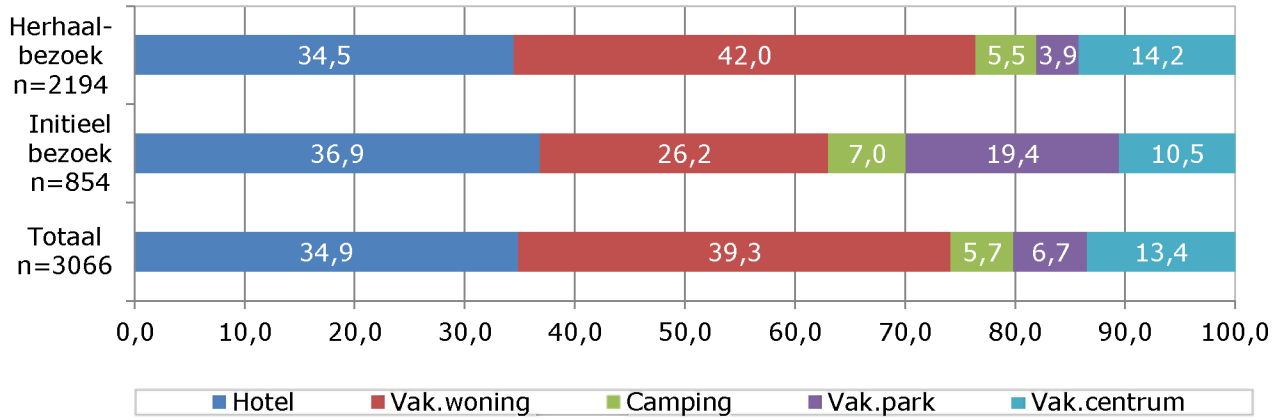
Grafiek 69
Logiesvorm naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.1.1.5. *Logiesvorm naar herhaal- of initieel bezoek*

- De initiële bezoekers zijn relatief het sterkst aanwezig in de vakantieparken. Ook op campings zijn er iets meer initiële bezoekers dan herhaalbezoekers.
- Vakantiewoningen hebben dan weer een groter aandeel herhaalbezoekers dan gemiddeld.
- Hotels trekken zowel herhaalbezoekers als initiële bezoekers aan.
- De herhaalbezoekers zijn iets meer dan gemiddeld vertegenwoordigd bij de vakantiecentra.

Grafiek 70
Logiesvorm naar herhaal- en initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



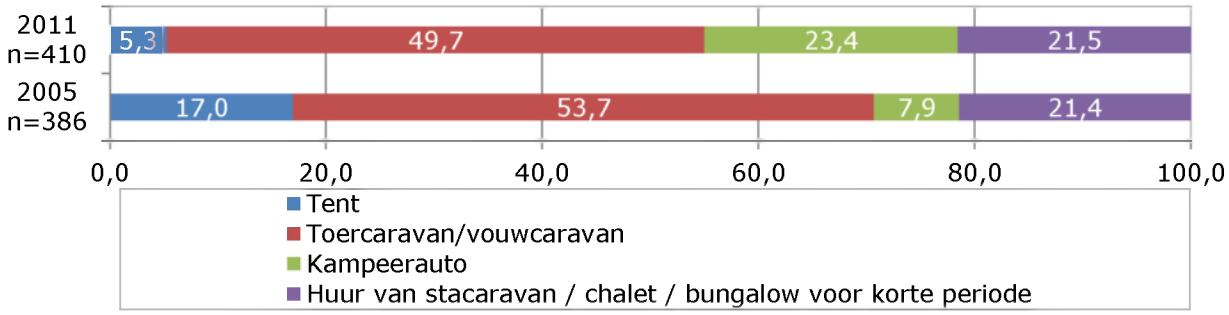
4.1.2. *Type kampeermiddel op kortkampeerplaats*

4.1.2.1. *Evolutie van type kampeermiddel op kortkampeerplaats*

Grafiek 71 toont de evolutie van het type kampeermiddel op campings tussen 2005 en 2011 (zonder paasvakantie).

- Binnen het kamperen blijft de toercaravan/vouwcaravan met bijna 50% van de gezelschappen het belangrijkste kampeermiddel.
- De tent is minder populair geworden terwijl de kampeerauto aan belang wint.
- De huur van een vaste chalet/stacaravan is ongeveer gelijk gebleven.

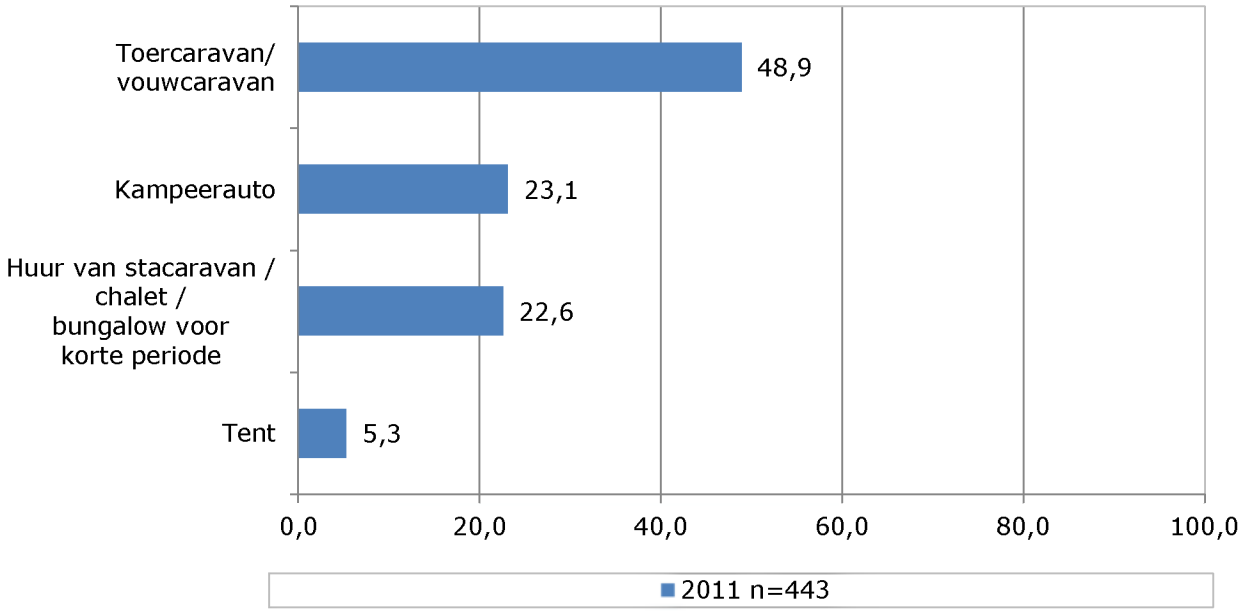
Grafiek 71
Type kampeermiddel, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, ***zonder paasvakantie 2011*** *(in % van respondenten die kamperen)*



4.1.2.2. Type kampeermiddel op kortkampeerplaats, 2011

Grafiek 72 toont het kampeermiddel op campings voor 2011 (inclusief de paasvakantie). Met de paasvakantie erbij is er een iets hoger percentage van huur van stacaravan, chalet of bungalow.

Grafiek 72
Type kampeermiddel, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die kamperen)

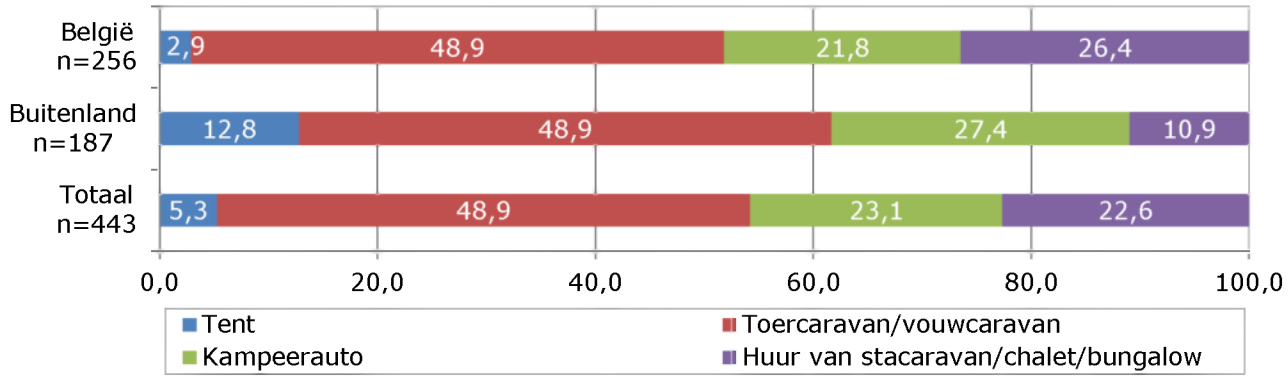


4.1.2.3. Type kampeermiddel op kortkampeerplaats naar herkomst

Grafiek 73 geeft het kampeermiddel naar herkomst. De buitenlandse markten werden samengenomen omwille van te weinig cases binnen de afzonderlijke markten.

- De toercaravan als kampeermiddel is even populair in het binnenland als in het buitenland (49%).
- Het aandeel van de huur van een stacaravan, chalet of bungalow voor korte duur is bij de Belgische reisgezelschappen (26%) veel groter dan bij de buitenlandse reisgezelschappen (11%).
- De kampeerauto en de tent zijn als kampeermiddel populairder bij de buitenlanders dan bij de Belgen.

Grafiek 73
Type kampeermiddel naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die kamperen)

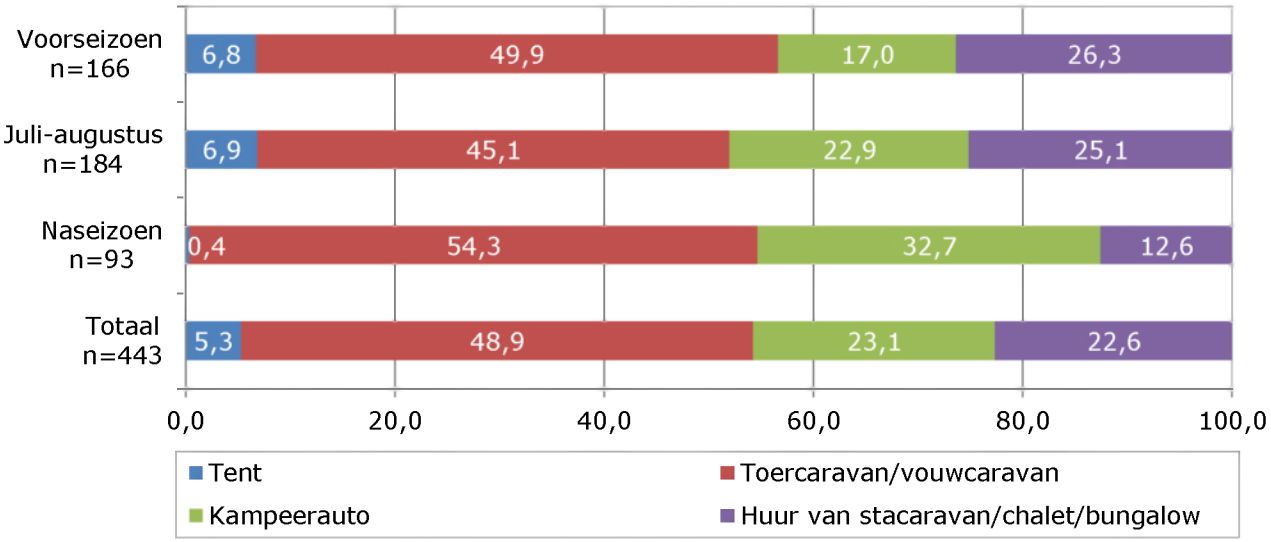


4.1.2.4. Type kampeermiddel op kortkampeerplaats naar seizoen

Grafiek 74 toont het kampeermiddel naar seizoen.

- De toercaravan is populair in alle seizoenen maar heeft toch iets meer gebruikers in de herfst.
- De kampeerauto is meer aanwezig in het najaar en wat minder in de zomer en nog minder in het voorjaar.
- De huur van een stacaravan, chalet of bungalow voor korte duur situeert zich meer zowel in het voorjaar als in de zomer.

Grafiek 74
Type kampeermiddel naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die kamperen)

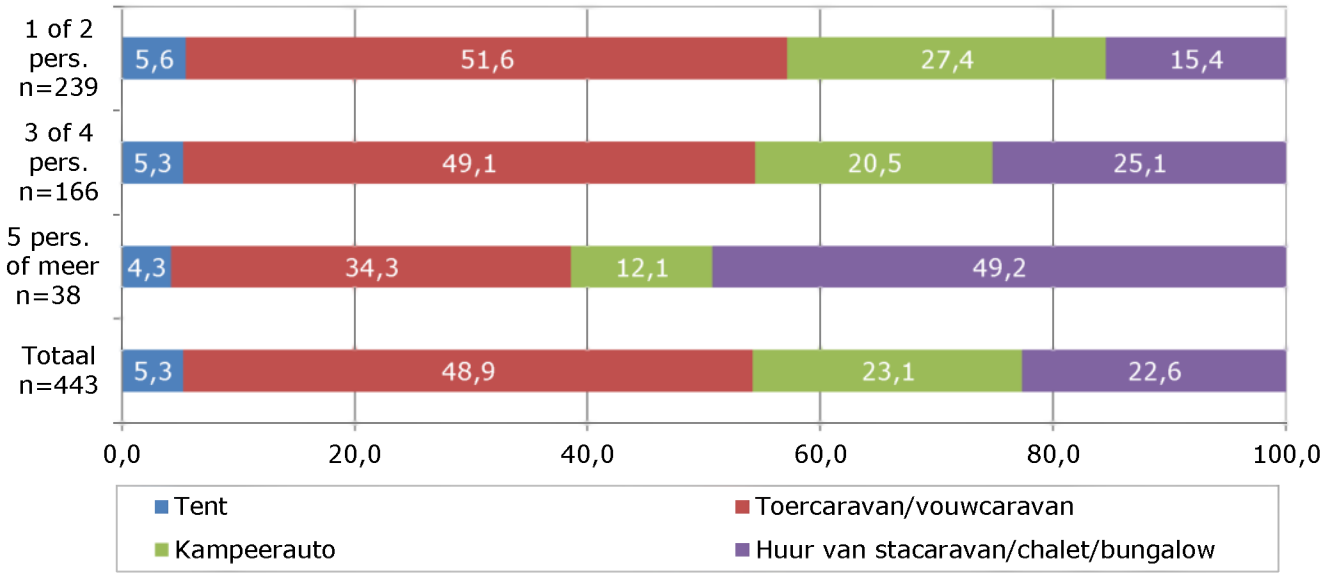


4.1.2.5. Type kampeermiddel op kortkampeerplaats naar grootte van vakantiegezelschap

Grafiek 75 geeft het type kampeermiddel aan weer naar grootte van de vakantie-gezelschappen.

- De toercaravan maar ook de kampeerauto zijn als kampeermiddel duidelijk populairder bij kleine gezelschappen (tot en met 4 personen) dan bij grote.
- De gehuurde stacaravan of bungalow is vooral in trek bij de gezelschappen van 5 personen en meer.

Grafiek 75
Type kampeermiddel naar grootte van gezelschappen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die kamperen)

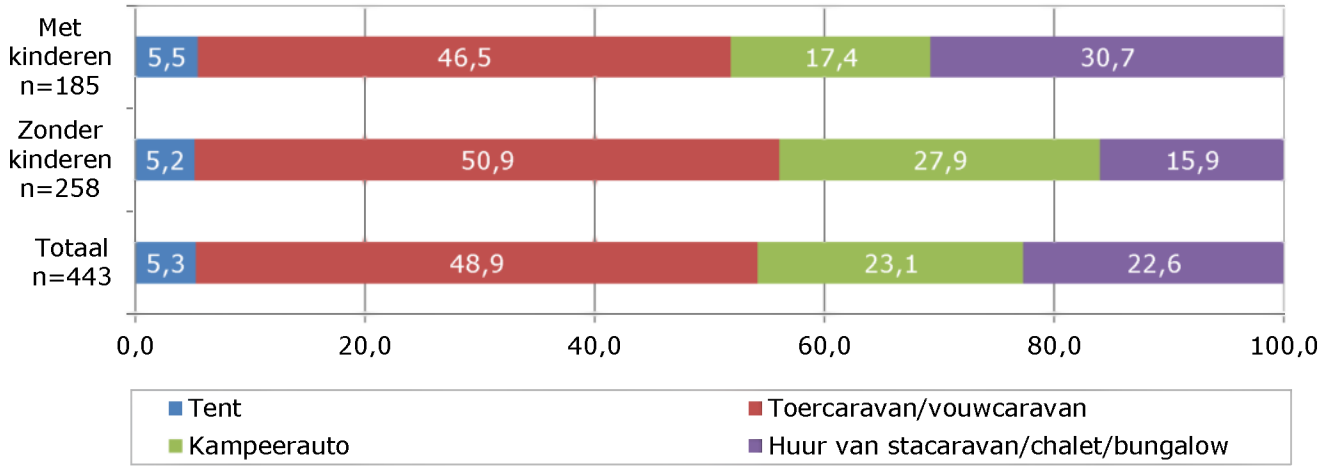


4.1.2.6. Type kampeermiddel op kortkampeerplaats naar type vakantiegezelschap

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

- De tent en de toercaravan zijn ongeveer even populair bij gezelschappen met als zonder kinderen.
- De gehuurde stacaravan trekt meer dan gemiddeld gezelschappen met kinderen aan, terwijl de kampeerauto vaker gekozen wordt door gezinnen zonder kinderen.

Grafiek 76
Type kampeermiddel naar vakantiegezelschap met of zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die kamperen)



Naar typologie van gezelschap

Tabel 58 geeft meer detail bij het kampeermiddel naar typologie van het vakantiegezelschap.

- De tent trekt meer dan gemiddeld gezelschappen zonder kinderen aan waarvan de oudste persoon tussen de 18 en 49 jaar is.
- De toercaravan is aantrekkelijk voor een eerder ouder publiek aan, vooral gezelschappen van 65-plussers.
- De kampeerauto valt als kampeermiddel meer dan gemiddeld in de smaak bij de medioren.
- De huur van een stacaravan, chalet of bungalow voor korte duur is vooral in trek bij gezelschappen met kinderen.

Tabel 58
Type kampeermiddel naar typologie van het vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die kamperen)

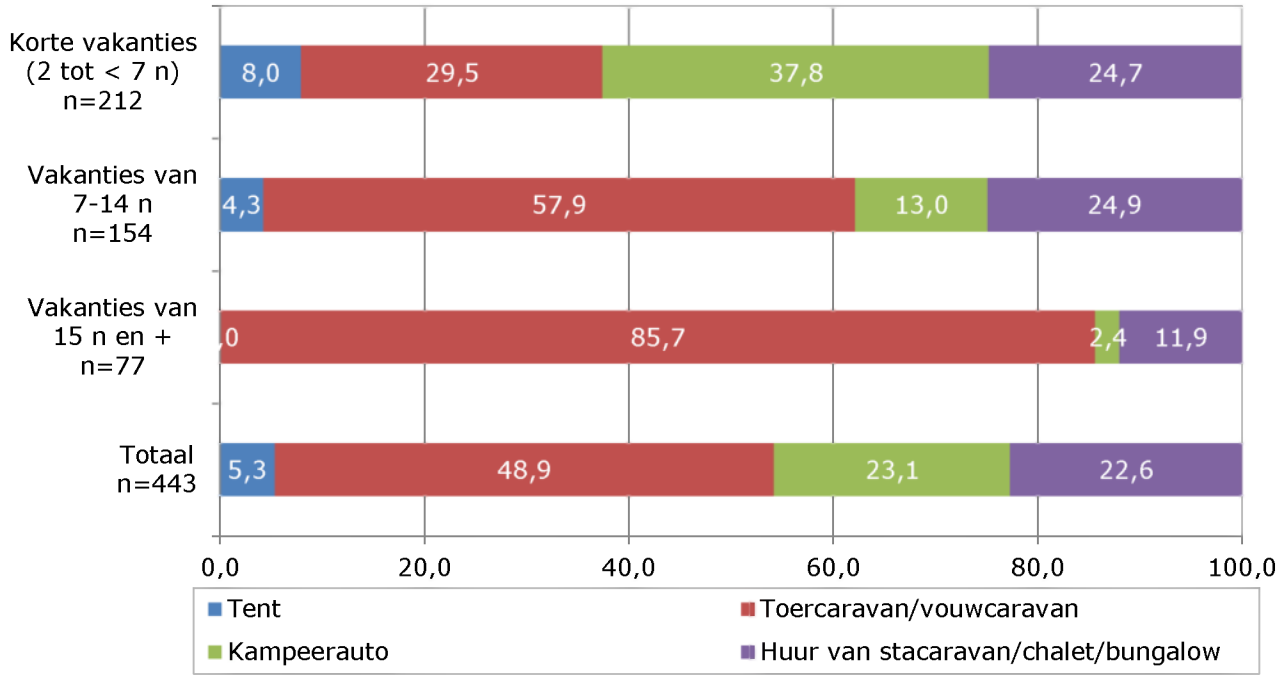
Kampeermiddel	**Met kinderen**	**Zonder kinderen**			
	Jongste kind t.e.m. 17 j	Oudste persoon 18-49 j	Oudste persoon 50-64 j	Oudste persoon 65 j en >	Totaal
Tent	5,5	22,3	0,8	0,0	5,3
Toercaravan/vouwcaravan	46,5	47,3	45,8	63,1	48,9
Kampeerauto	17,4	19,5	36,5	18,8	23,1
Huur van stacaravan/chalet/bungalow	30,7	10,8	16,9	18,1	22,6
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	185	54	128	76	443

4.1.2.7. Type kampeermiddel op kortkamppeerplaats naar type vakantie

Grafiek 77 geeft het kampeermiddel naar type vakantie.

- De toercaravan komt opvallend veel voor bij langere vakanties van meer dan twee weken.
- De kampeerauto is heel populair voor korte vakanties tot 1 week.
- Het huren van een stacaravan, chalet of bungalow is iets minder populair voor langere vakanties.

Grafiek 77
Type kampeermiddel naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die kamperen)



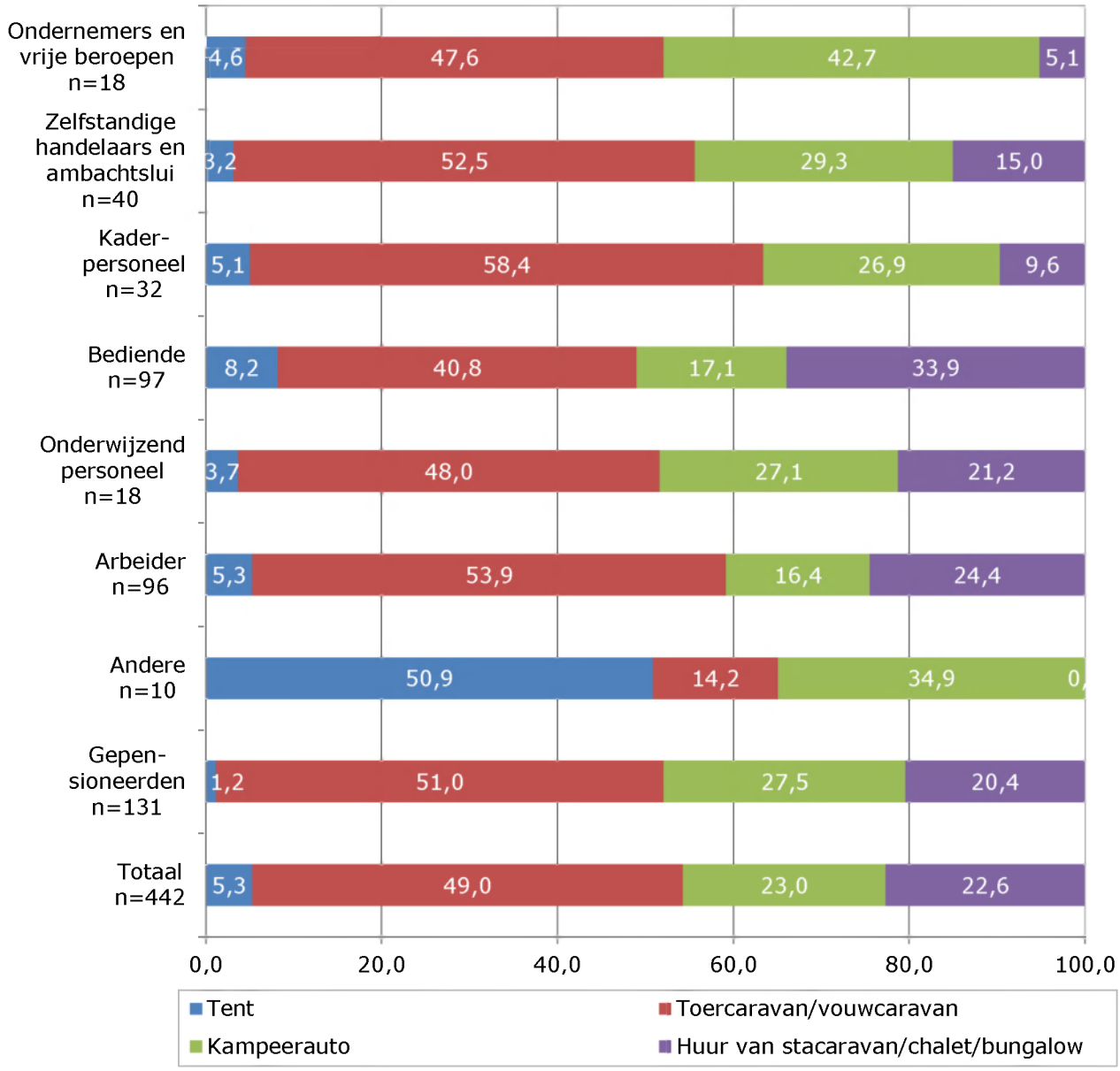
4.1.2.8. Type kampeermiddel op kortkampeerplaats naar beroep van gezinshoofd

Grafiek 78 toont het type kampeermiddel naar het beroep van het gezinshoofd.

- De toercaravan is opvallend populair bij het hoger opgeleide kaderpersoneel, maar ook voor arbeiders is het een aantrekkelijk kampeermiddel.
- De kampeerauto is het populairst bij de ondernemers en vrije beroepen, terwijl die bij de arbeiders het minst voorkomt.
- De gehuurde stacaravan of bungalow komt meer dan gemiddeld voor bij de bedienden. De hogere beroepsklassen kiezen hier duidelijk minder voor.

Grafiek 78

Type kampeermiddel op campings naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die kamperen)

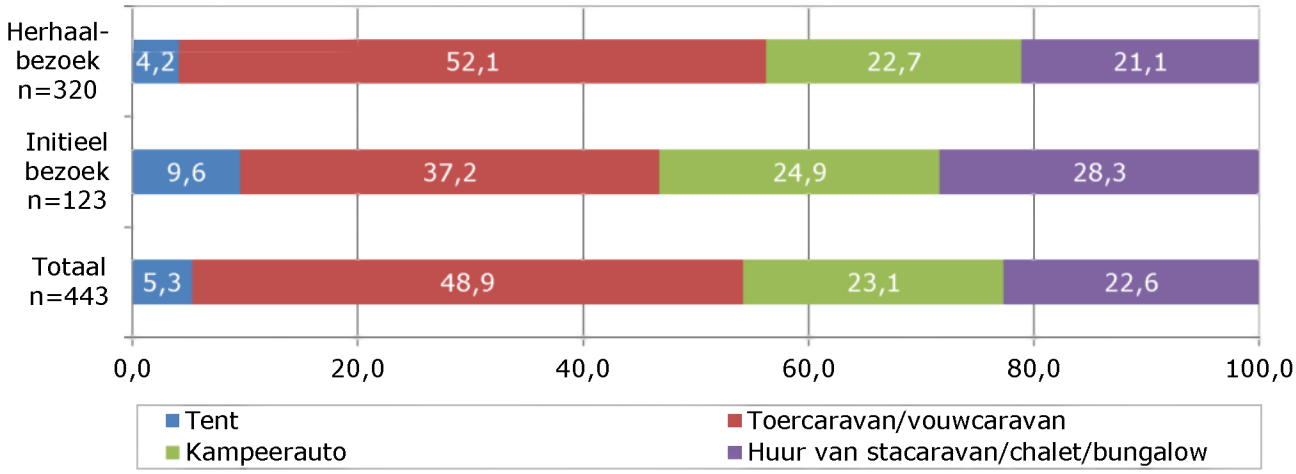


4.1.2.9. Type kampeermiddel op kortkampeerplaats naar herhaal- of initieel bezoek

Grafiek 79 geeft het kampeermiddel naar herhaal- of initieel bezoek.

Initiële bezoekers blijken iets vaker dan gemiddeld voor de tent of voor de huur van een stacaravan, chalet of bungalow te kiezen dan herhaalbezoekers.

Grafiek 79
Type kampeermiddel naar herhaal- of initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die kamperen)



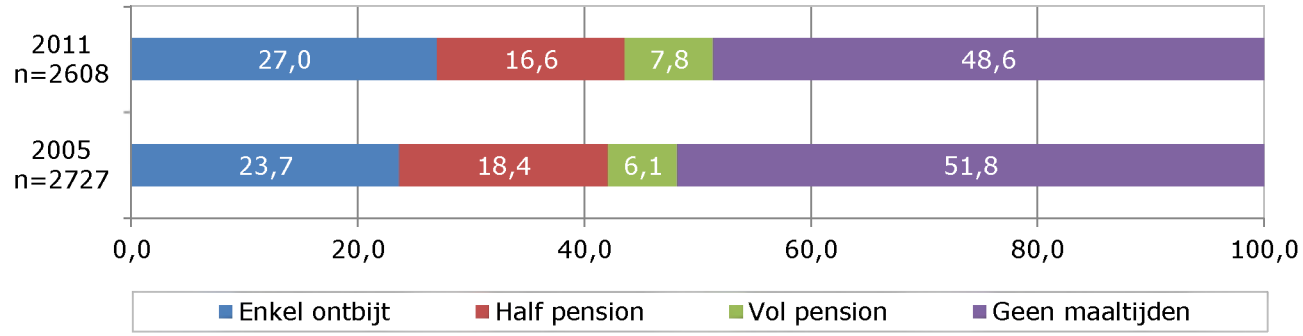
4.2. Logiesformule

4.2.1. Evolutie logiesformule, 2005-2011

- In vergelijking met 2005 is het belang van de selfcatering formule waarbij geen maaltijden in de logiesformule inbegrepen zijn, iets afgenomen tot 49% maar deze logiesformule blijft voor meer dan de helft van de vakantiegangers aan de Kust de gebruikte formule.

- Het aandeel vakantiegangers dat enkel ontbijt neemt is toegenomen tot 27% ten koste van een lichte daling in halfpension.

Grafiek 80
*Logiesformule, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, **zonder paasvakantie 2011** (in % van respondenten)*

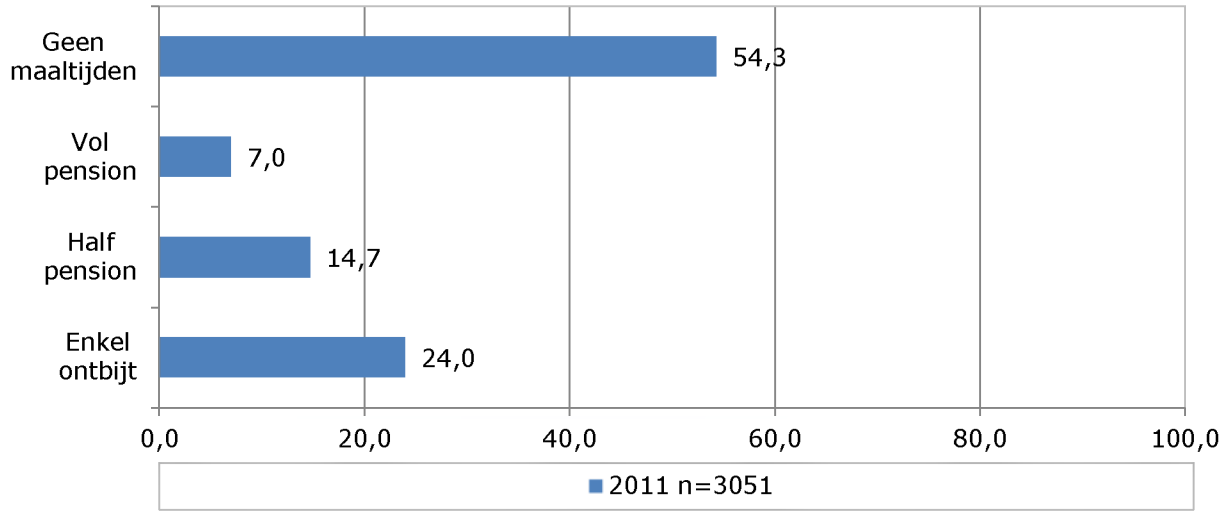


4.2.2. Logiesformule, 2011

In grafiek 81 wordt de logiesformule opgegeven, inclusief de paasvakantie 2011.

- De selfcatering formule is het meest populair bij de vakantiegangers aan de Kust.
- Meer dan de helft van de vakantiegangers kiest geen maaltijdformule bij zijn logies, een kwart kiest enkel ontbijt, 15% half pension en slechts 7% vol pension.

Grafiek 81
Logiesformule, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op 100.0)

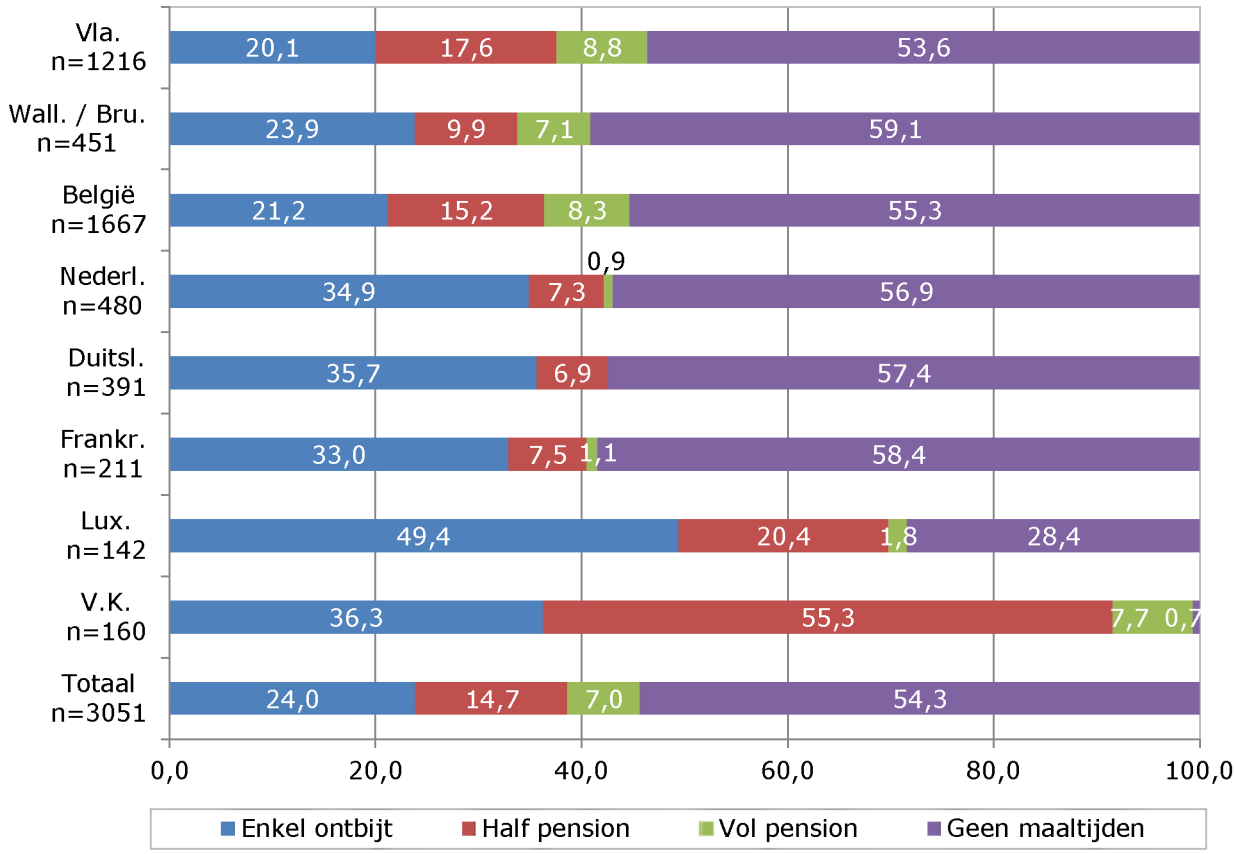


4.2.3. Logiesformule naar herkomst

In grafiek 82 wordt de logiesformule opgegeven naar herkomst.

- Op de Luxemburgers en de Britten na is het aandeel van de selfcatering formule bij alle herkomstlanden ongeveer even groot (ca. 55%). Bij de Britten echter komt deze formule nauwelijks voor.
- Het aandeel van de formule 'enkel ontbijt' is het grootst bij de Luxemburgers (49%). Alle buitenlandse markten scoren voor deze formule hoger dan gemiddeld en hoger dan de Vlamingen of de Walen.
- Half pension is duidelijk het populairst bij de Britten (55%), gevolgd door de Luxemburgers (20%). Ook voor de Vlamingen is deze formule relatief belangrijk (18%).
- Het aandeel van 'vol pension' is in het algemeen vrij beperkt maar is het grootst bij de Vlamingen (9%), bij de Britten (8%) en bij de Walen (7%).

Grafiek 82
Logiesformule naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

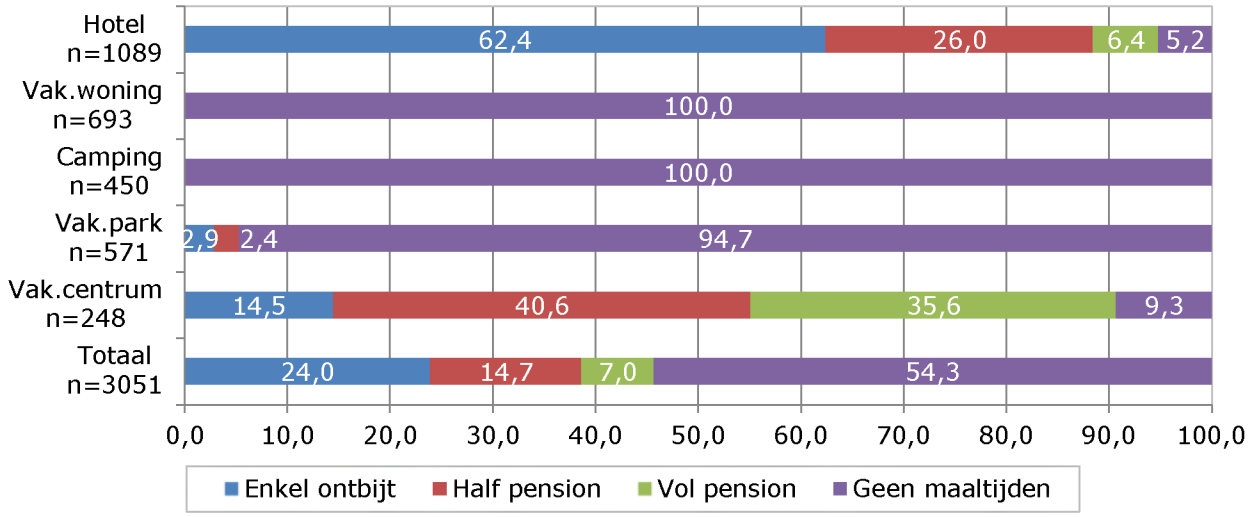


4.2.4. Logiesformule naar logiesvorm

In grafiek 83 wordt de logiesformule opgegeven voor de verschillende logiesvormen.

- Vakantiewoningen en kortkampeerplaatsen op campings zijn sowieso altijd selfcatering formules waar de andere logiesformules niet voorkomen.
- Ook in vakantieparken wordt in bijna 95% van de gevallen geen maaltijdformule geboekt.
- In de hotels neemt 62% van de vakantiegangers een formule met enkel ontbijt, 26% neemt halfpension en slechts 6% gaat voor volpension.
- In de vakantiecentra is de halfpensionformule en volpensionformule sterk aanwezig (41 en 36%).

Grafiek 83
Logiesformule naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



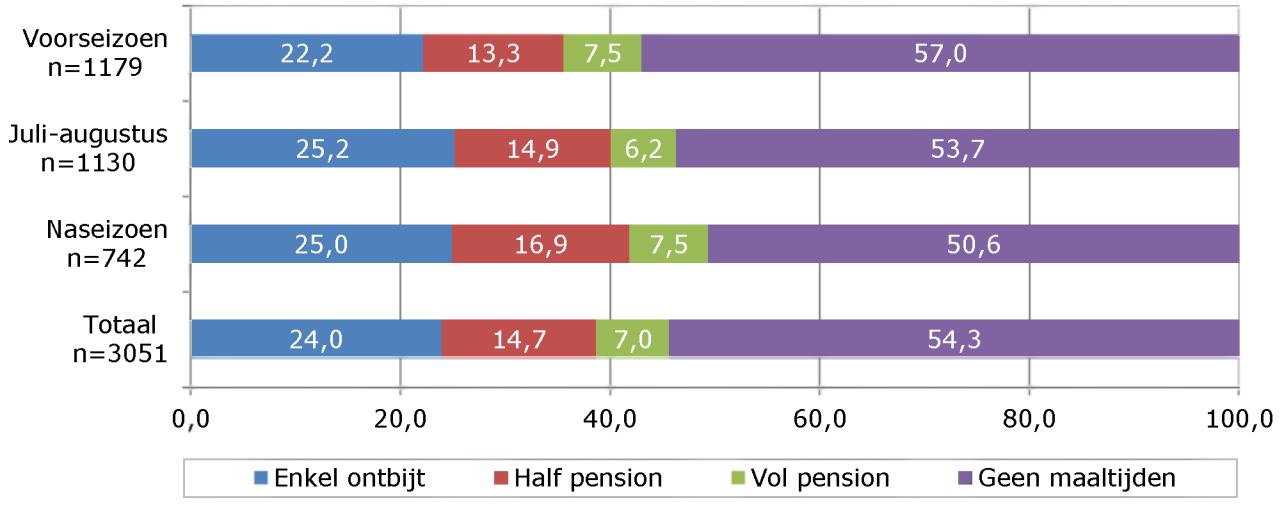
4.2.5. Logiesformule naar seizoen

In grafiek 84 wordt de logiesformule naar seizoen opgegeven.

Naar seizoen zijn geen grote verschillen in logiesformule merkbaar.

- De selfcatering formule waarbij geen maaltijden in de logiesformule inbegrepen zijn, is iets meer populair in het voorseizoen en de zomer dan in het najaar.
- Halfpension is iets meer aanwezig in het najaar.

Grafiek 84
Logiesformule naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

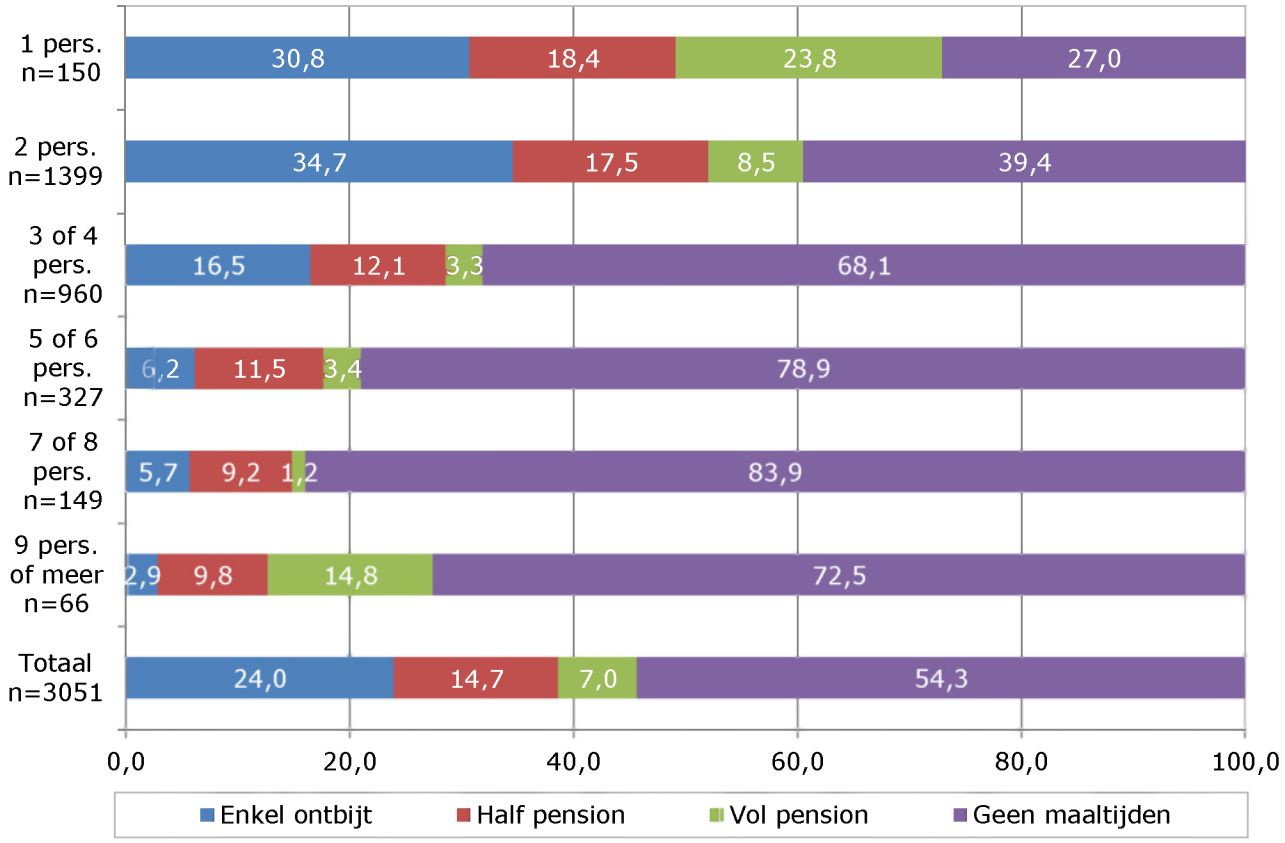


4.2.6. Logiesformule naar grootte van het vakantiegezelschap

In grafiek 85 wordt de logiesformule opgegeven naargelang de grootte van het vakantiegezelschap.

- De formule 'enkel ontbijt' komt meer dan gemiddeld voor bij kleine gezelschappen van 1 of 2 personen. Het belang ervan neemt af naarmate het aantal personen in het gezelschap toeneemt.
- Half pension komt bij alle groepsgroottes voor, zij het iets vaker bij kleinere gezelschappen.
- Vol pension is het populairst bij de alleen reizenden en ook bij de gezelschappen van 9 personen of meer.
- Het belang van de selfcatering formule waarbij geen maaltijden in de logiesformule inbegrepen zijn, neemt duidelijk toe naarmate er meer personen in het gezelschap zijn. Enkel bij de gezelschappen van 9 personen en meer winnen de andere logiesformules opnieuw aan belang.

Grafiek 85
Logiesformule naar grootte van vakantiegezelschap, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



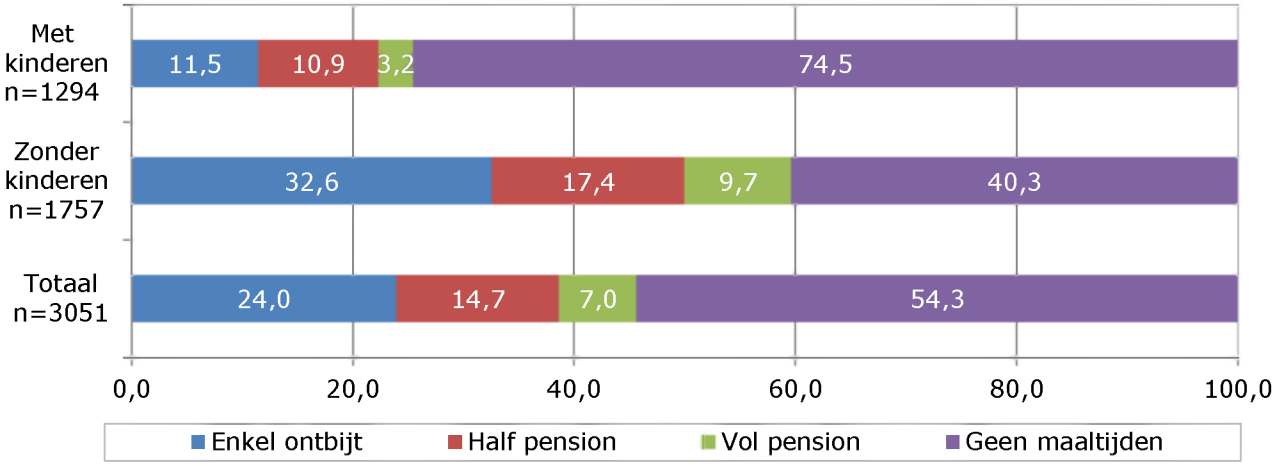
4.2.7. Logiesformule naar type van vakantiegezelschap

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

In grafiek 86 wordt de logiesformule opgegeven afhankelijk of er al dan niet kinderen in het gezelschap zijn.

- De selfcatering formule spreekt het meest gezelschappen met kinderen aan (75%).
- De formule met ontbijt, maar ook de half- en volpension formule zijn belangrijker voor gezelschappen zonder kinderen.

Grafiek 86
Logiesformule naar typologie van met/zonder kinderen in het vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

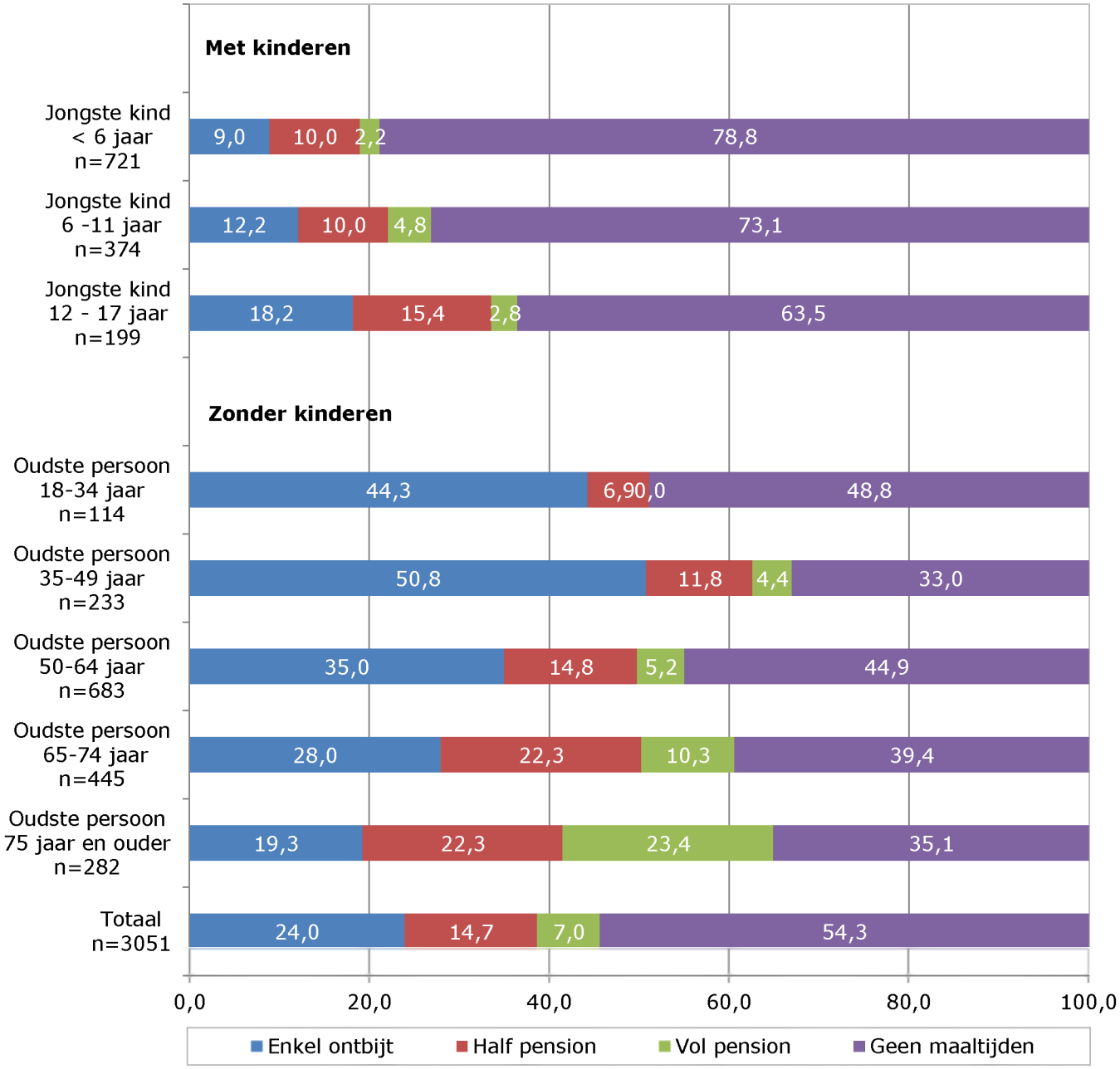


Typologie van het vakantiegezelschap

Grafiek 87 toont de logiesformule naar typologie van het vakantiegezelschap.

- Het belang van de selfcatering formule is het grootst bij gezelschappen met jonge kinderen en neemt af met de leeftijd van het kind. Naarmate de kinderen ouder worden, neemt men meer ontbijt of half pension.
- Bij de gezelschappen zonder kinderen is de selfcatering formule het populairst bij de jongvolwassenen (49%) en bij de medioren (45%).
- De ontbijtformule slaat het meest aan bij de groep 35-49-jarigen (51%), maar ook bij de medioren (35%).
- Het belang van half en vol pension neemt toe met de leeftijd. Bij de 65-plussers neemt 22% half pension. Bij de 75-plussers bedraagt het aandeel vol pension zelfs 23%.

Grafiek 87
Logiesformule naar typologie van het vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.2.8. Logiesformule naar type vakantie

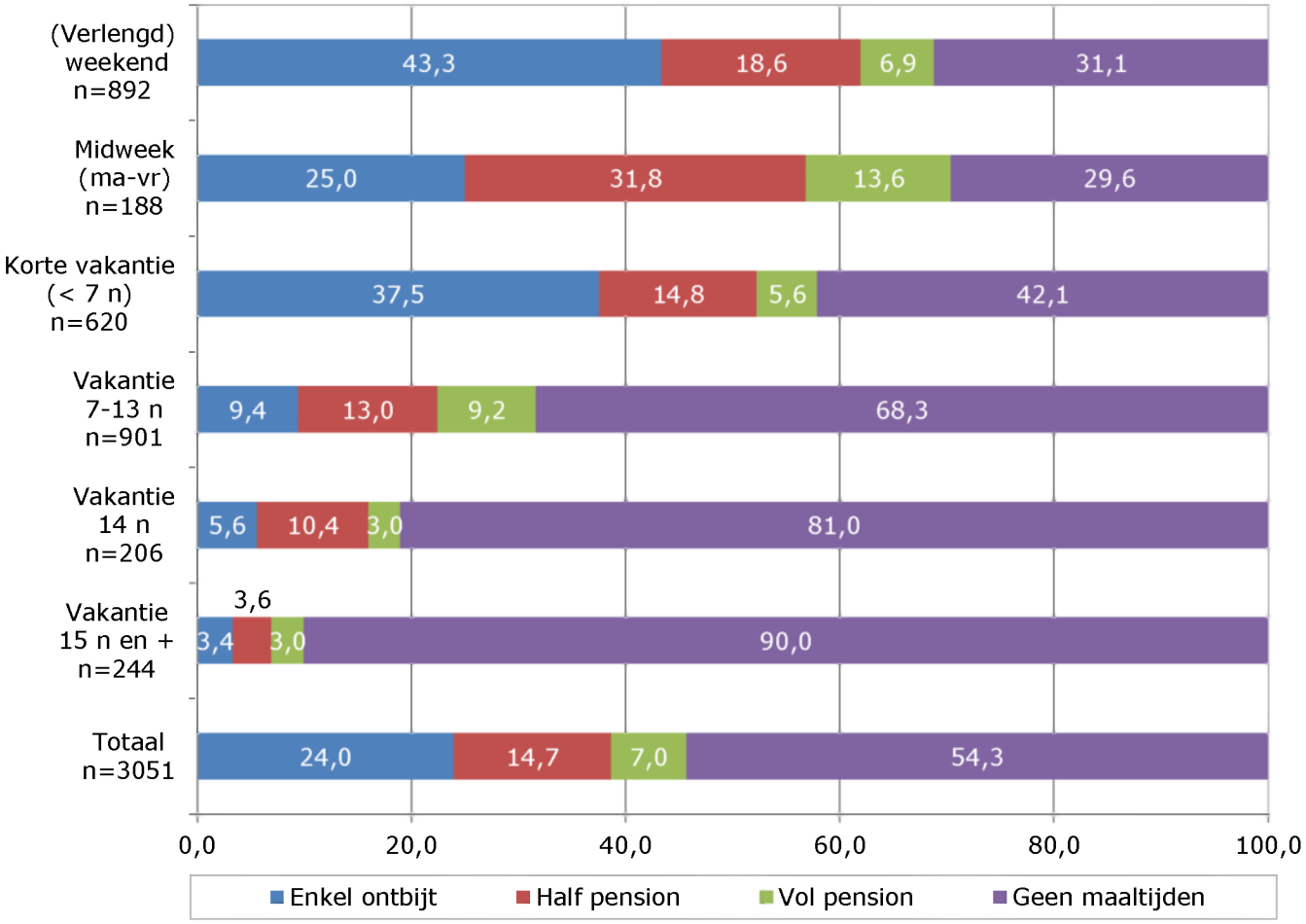
In grafiek 88 wordt de logiesformule naar type vakantie opgegeven.

- De selfcatering formule spreekt meer vakantiegangers aan naarmate het verblijf aan de Kust langer is. Bij verblijven van meer dan 2 weken bedraagt het aandeel selfcatering zelfs 90%.

- De ontbijtformule is het belangrijkst bij (verlengde) weekends (43%), maar ook bij andere korte vakanties en iets minder bij midweeks.

- De halfpension formule is het populairst bij de midweeks (32%). Ook het aandeel van de vol pension formule is bij de midweeks het grootst (14%).

Grafiek 88
Logiesformule naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

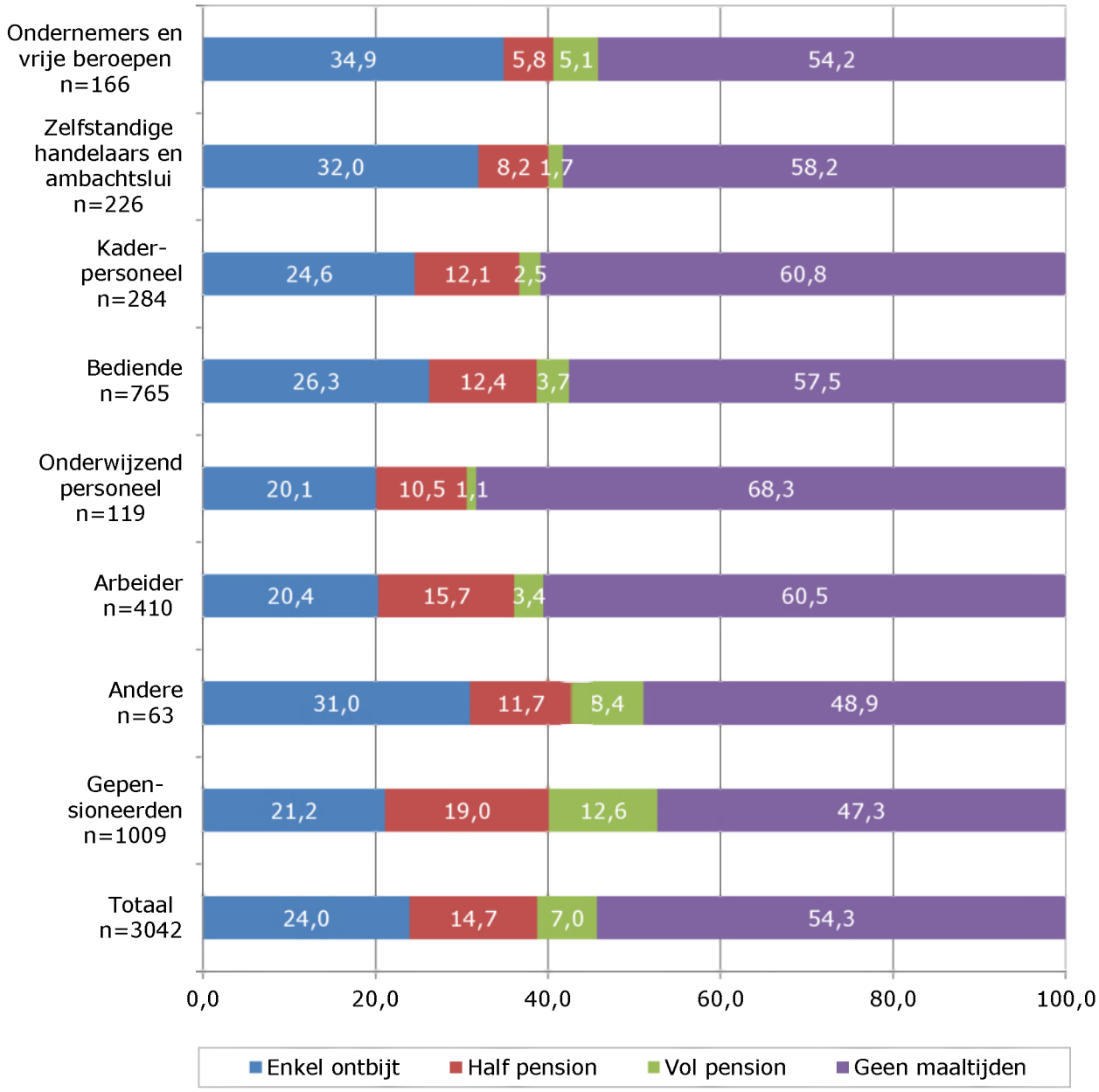


4.2.9. Logiesformule naar beroep van gezinshoofd

Grafiek 89 toont de logiesformule naar beroep van het gezinshoofd.

- De formule 'enkel ontbijt' komt iets meer dan gemiddeld voor bij de hogere sociale klassen.
- Half pension en ook vol pension zijn het populairst bij de gepensioneerden.
- De selfcatering formule komt het vaakst voor bij het onderwijzend personeel.

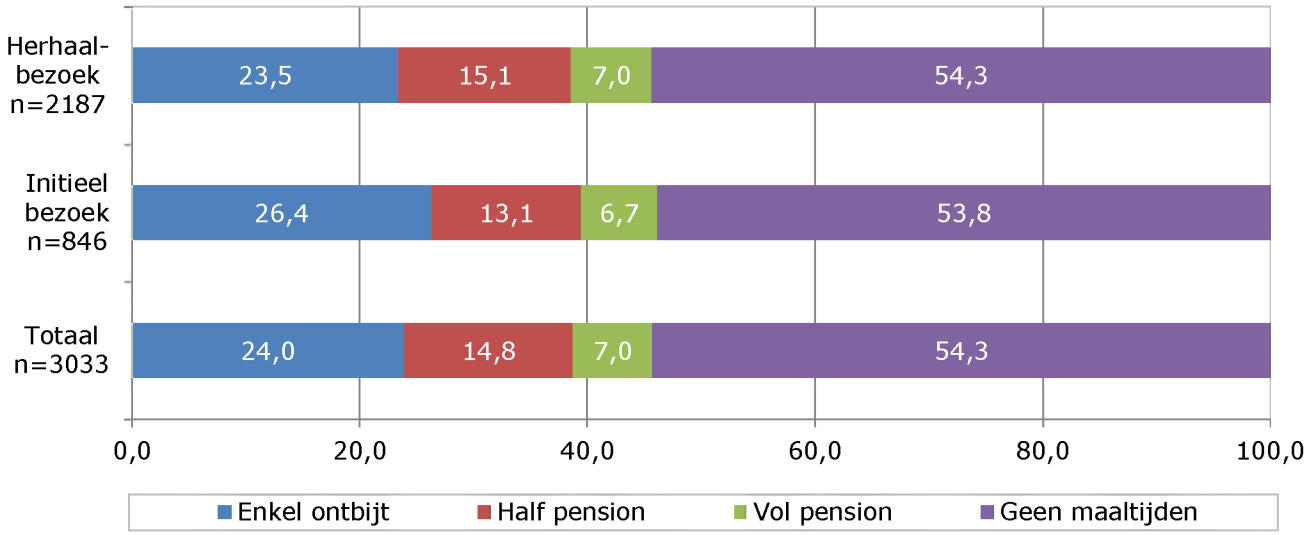
Grafiek 89
Logiesformule naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.2.10. Logiesformule naar herhaal- en initieel bezoek

Grafiek 90 geeft de logiesformule naar herhaal- of initieel bezoek. Hier zijn weinig verschillen op te merken.

Grafiek 90
Logiesformule naar herhaal- en initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



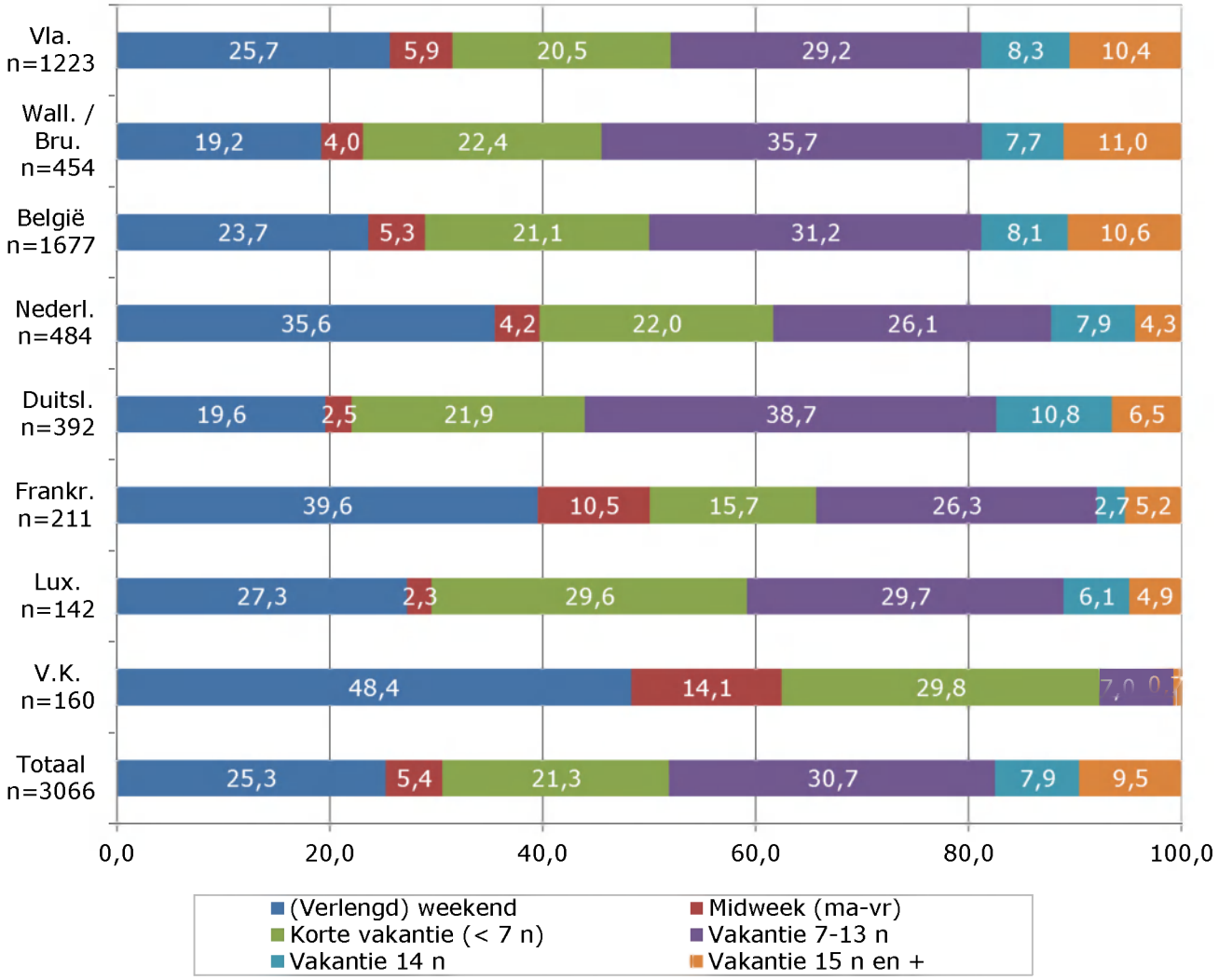
4.3. Type vakantie

Voor de interpretatie van deze tabel is voorzichtigheid geboden. De verdeling over de verschillende markten geldt enkel voor de type vakanties die werden bevraagd. De vakanties van één nacht kwamen niet in aanmerking voor bevraging. Toch geven de resultaten uit het onderzoek een zekere indicatie gehaald over de verdeling van deze types vakanties over de verschillende variabelen.

4.3.1. Type vakantie naar herkomst

- Nederlanders, Fransen en Britten komen verhoudingsgewijs iets meer voor bij (verlengde) weekends (minimum 2 nachten).
- Britten komen ook iets meer voor bij midweeks en andere korte vakanties van minder dan 7 nachten.
- Duitsers komen vaker langer op vakantie van 1 tot en met 2 weken.
- Vlamingen en Walen kiezen relatief meer voor nog langere vakantie van meer dan 14 nachten.

Grafiek 91
Type vakantie naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

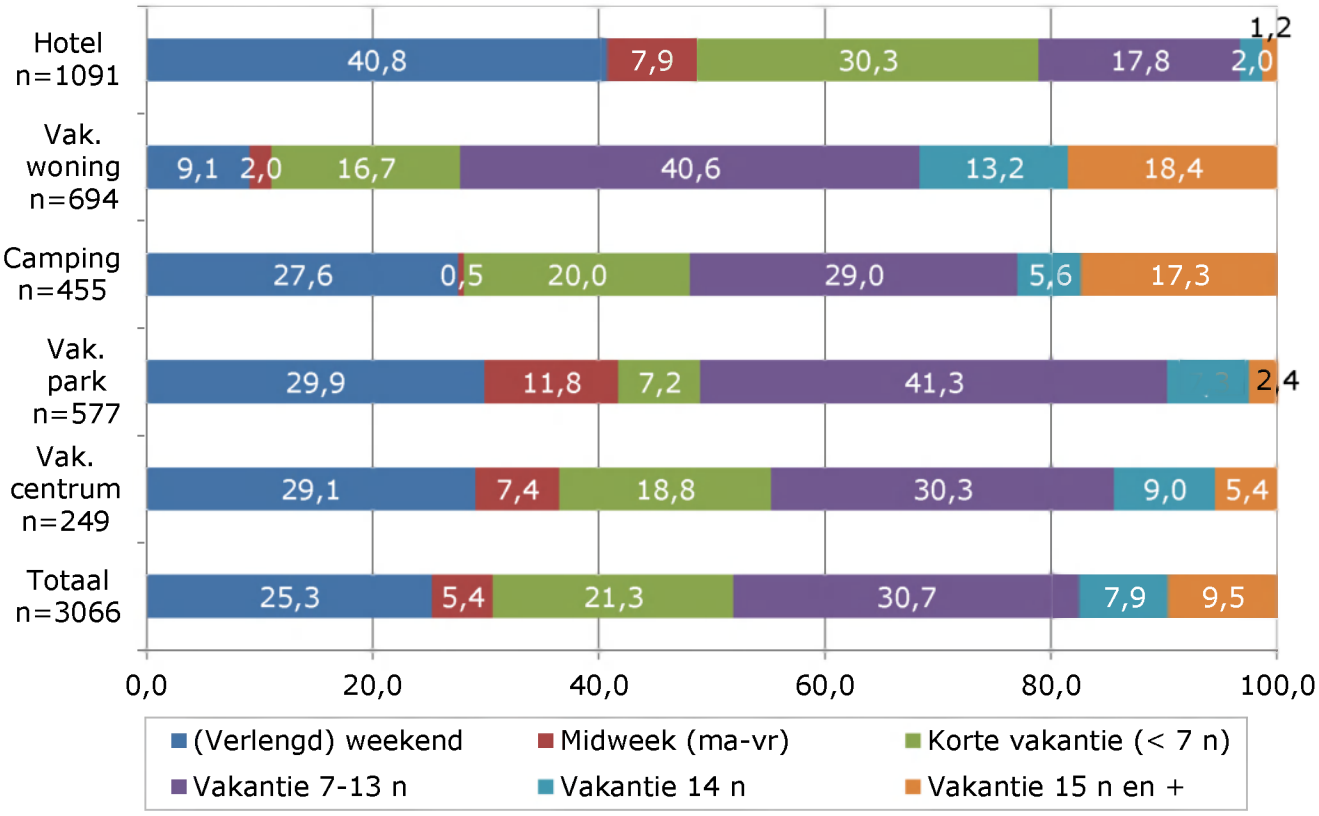


4.3.2. Type vakantie naar logiesvorm

Grafiek 92 geeft het type vakantie naar logiesvorm.

- In hotels komen de (verlengde) weekends en de korte vakanties tot 1 week (geen midweek) verhoudingsgewijs vaker voor dan in de andere logiesvormen.
- De vakantiewoningen zijn van alle logiesvormen het meest aantrekkelijk voor de langere vakanties (van meer dan 1 week).
- Campings trekken een zeer gevarieerd publiek aan qua type vakantie. Met uitzondering van de midweek komen alle types van vakantie aan bod.
- Bij vakantieparken komt de midweek van alle logiesvormen het vaakst voor. Hier zijn ook de vakanties van 1 tot 2 weken populair.
- Net als de campings tonen de vakantiecentra zich ook zeer gedifferentieerd qua type vakantie.

Grafiek 92
Type vakantie naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

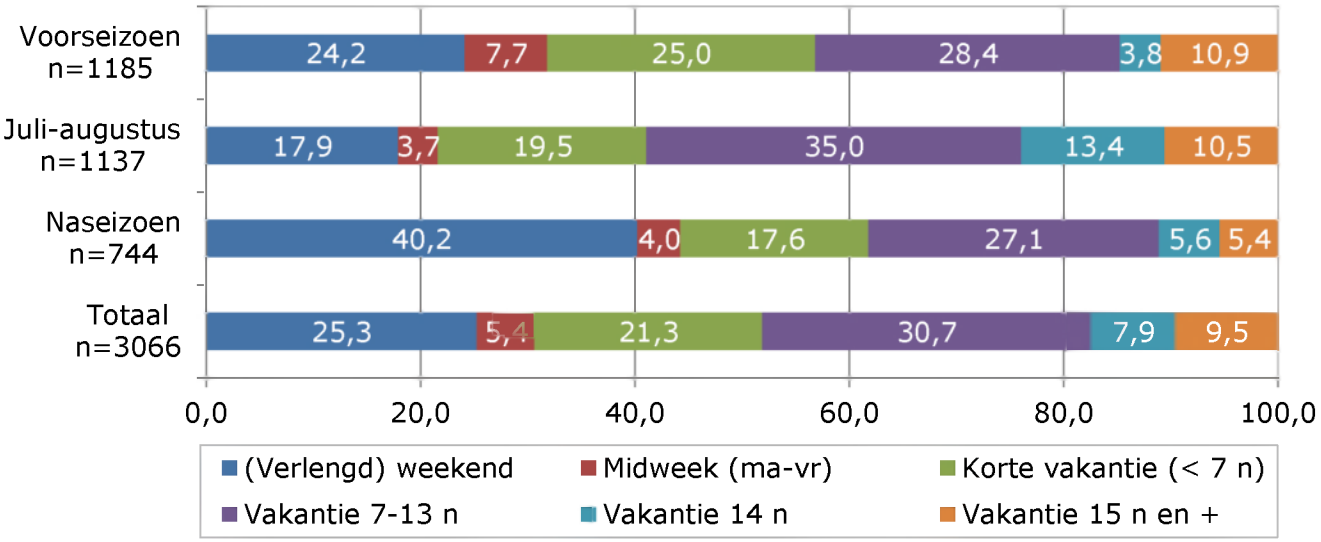


4.3.3. Type vakantie naar seizoen

Grafiek 93 toont het type vakantie naar seizoen.

- In het voorseizoen (en vooral in het naseizoen) zijn de weekendjes duidelijk populairder dan in de zomer.
- In het voorseizoen is ook het aandeel van de midweeks en de andere korte vakanties goed vertegenwoordigd.
- De langere vakanties (vanaf 1 week) komen logischerwijze meer voor in de zomervakantie.

Grafiek 93
Type vakantie naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



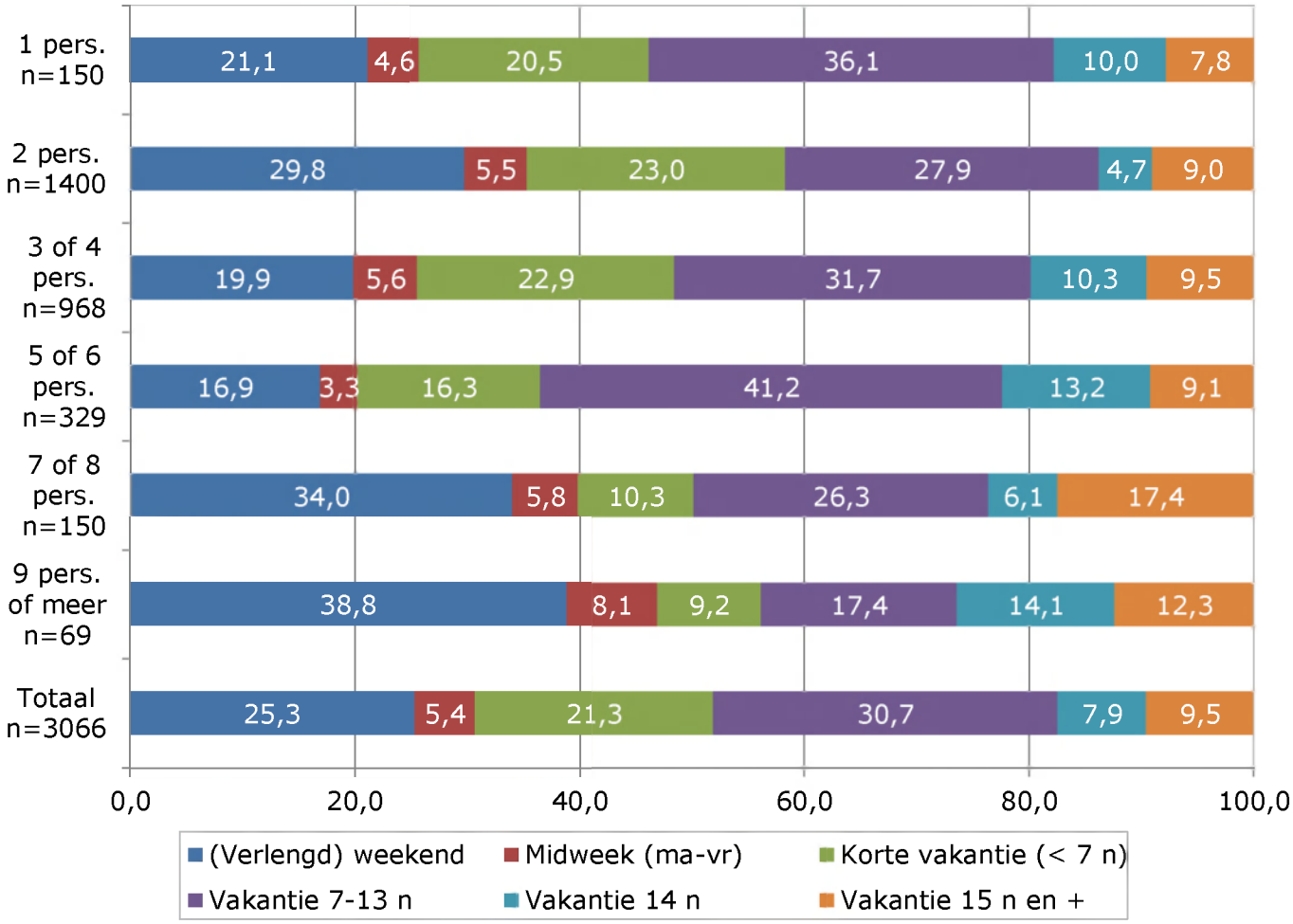
4.3.4. Type vakantie naar grootte van vakantiegezelschap

Grafiek 94 geeft het type vakantie naar grootte van het vakantiegezelschap.

- Onmiddellijk valt op dat bij de grotere gezelschappen (vanaf 7 personen) vooral de (verlengde) weekendjes aantrekkelijk zijn.

- De korte vakanties (geen midweek) komen vooral voor bij de kleinere gezelschappen, de langere vakanties (vanaf 1 week) bij de gezelschappen van 5 of 6 personen.

Grafiek 94
Type vakantie naar grootte van het vakantiegezelschap, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



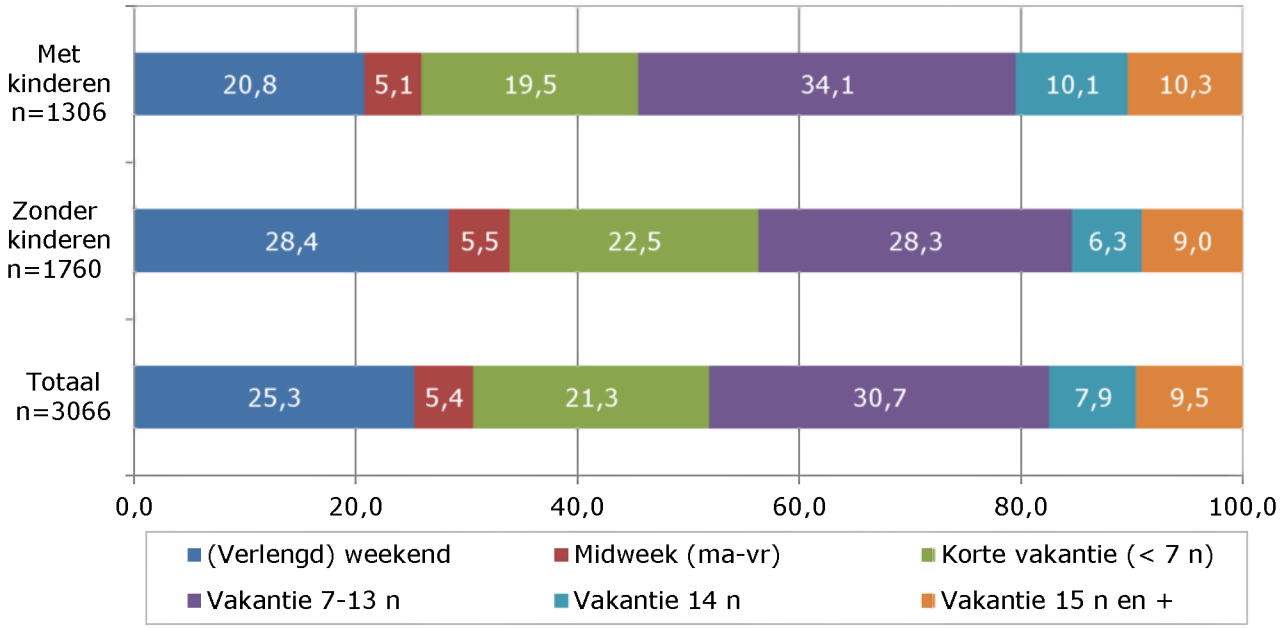
4.3.5. Type vakantie naar type van vakantiegezelschap

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Grafiek 95 toont het type vakantie naargelang het gezelschap met en zonder kinderen op vakantie is.

- Met kinderen kiest men meer dan gemiddeld voor een langere vakantie (vanaf 1 week).
- Zonder kinderen zijn vooral de (verlengde) weekends populair.

Grafiek 95
Type vakantie naar gezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



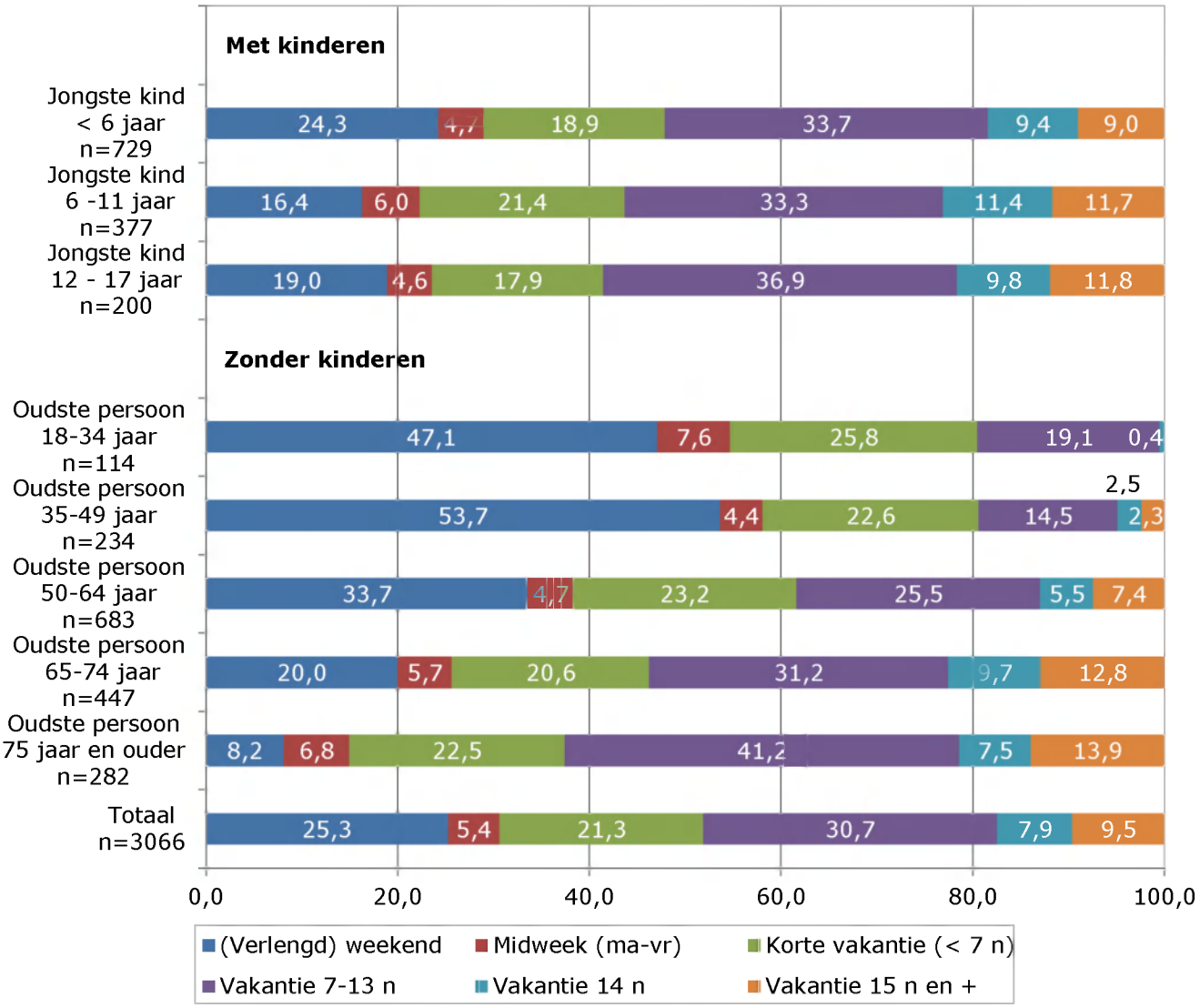
Typologie van vakantiegezelschap

Grafiek 96 geeft het type vakantie weer naar een meer gedetailleerde typologie van vakantiegezelschap.

- Bij gezelschappen met kleine kinderen en gezelschappen zonder kinderen ouder dan 65 jaar komen de lange vakanties van 2 weken en meer vaker voor.

- Gezelschappen zonder kinderen van 18 tot 49 jaar vertonen een grotere voorkeur voor (verlengde) weekends en midweeks.

Grafiek 96
Type vakantie naar typologie vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



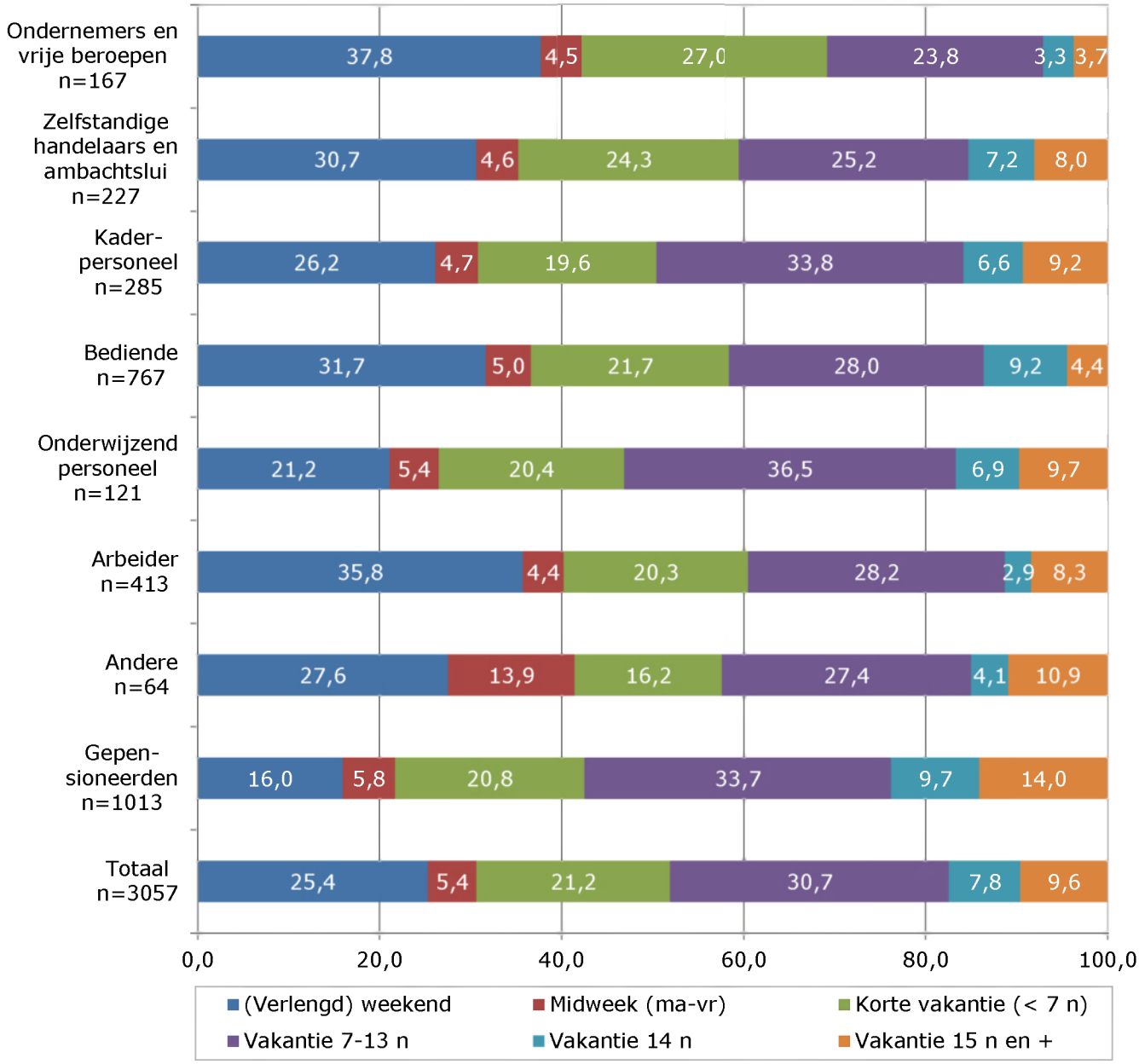
4.3.6. Type vakantie naar beroep van gezinshoofd

Grafiek 97 toont het type vakantie naar beroep van het gezinshoofd.

- Bij de ondernemers en vrije beroepen, maar ook bij de arbeiders komen de (verlengde) weekends vaker dan gemiddeld voor.

- De langere vakanties (vanaf 1 week) zijn vooral populair bij de gepensioneerden, het onderwijzend personeel en ook het kaderpersoneel.

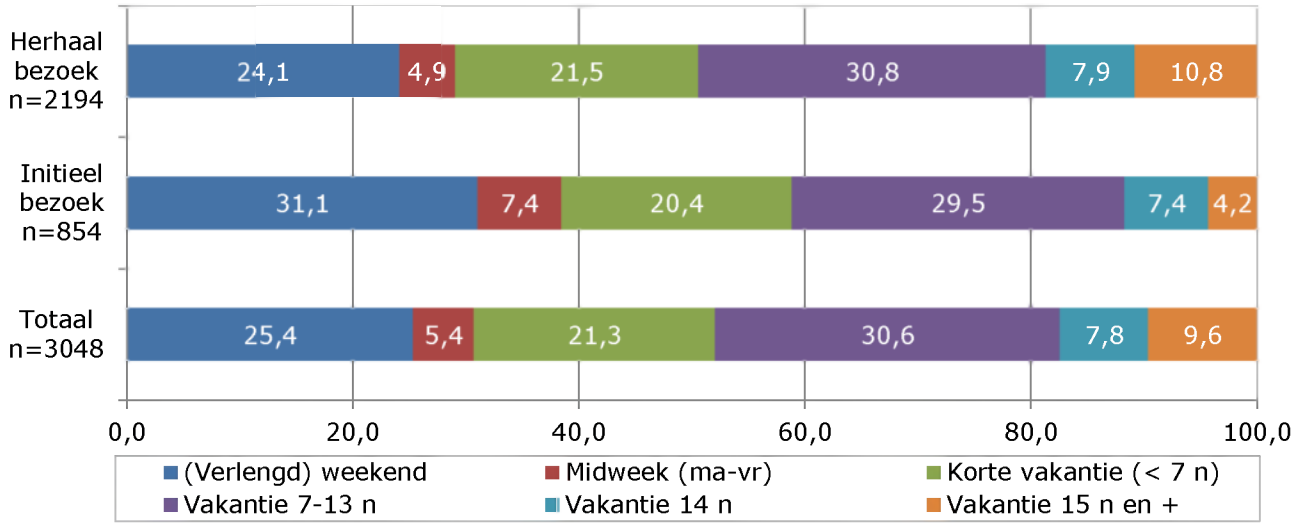
Grafiek 97
Type vakantie naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.3.7. *Type vakantie naar initieel of herhaalbezoek*

De verlengde weekends (minimum 2 nachten) trekken verhoudingsgewijs iets minder traditioneel cliënteel (iets meer initiële bezoekers).

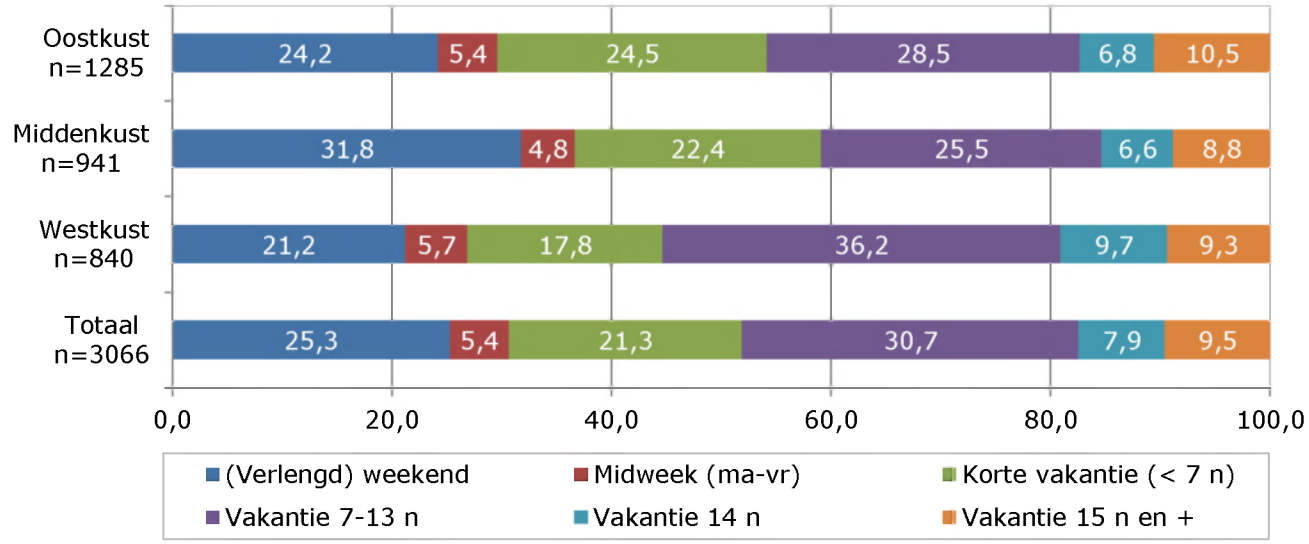
Grafiek 98
Type vakantie naar initieel of herhaalbezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.3.8. *Type vakantie naar subregio kust*

- De Middenkust heeft iets meer (verlengde) weekends en minder lange vakanties.
- De Westkust heeft iets minder korte vakanties.
- De Oostkust wijkt niet af van het gemiddelde.

Grafiek 99
Type vakantie naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

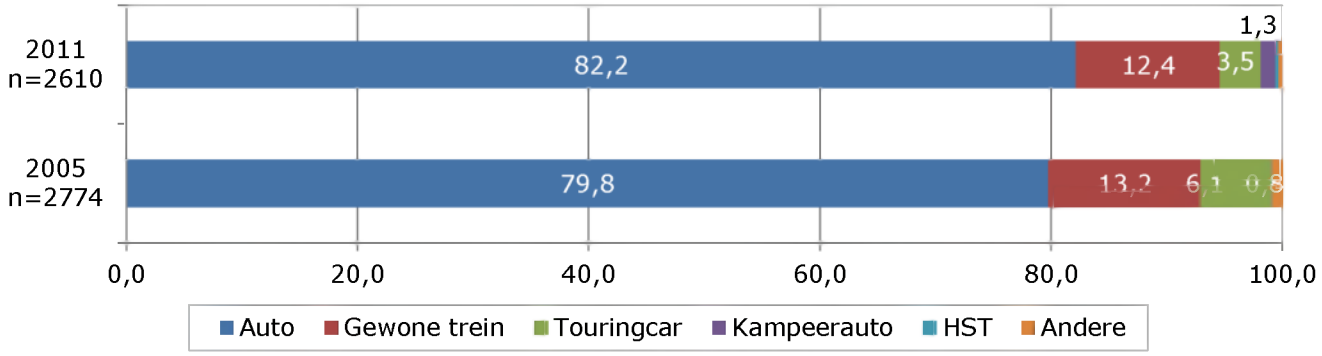


4.4. Transportmiddel naar de Kust

4.4.1. Evolutie van transportmiddel naar de Kust, 2005-2011

Er is weinig verschuiving te merken in transportmiddel tegenover 2005 wanneer we zelfde periode vergelijken.

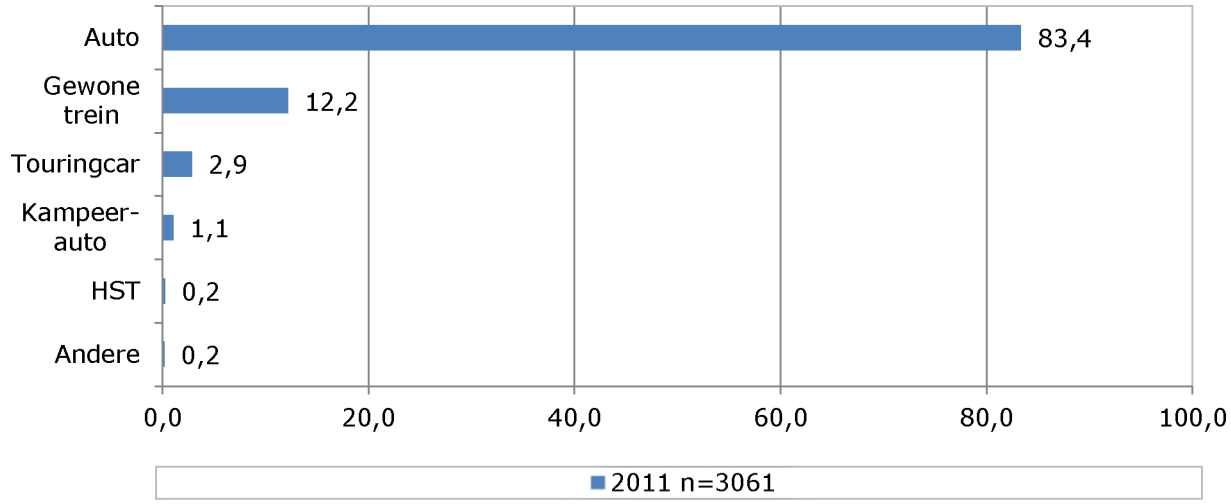
Grafiek 100
*Gebruik van transportmiddel naar de Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, **zonder paasvakantie 2011** (in % van respondenten)*



4.4.2. Transportmiddel naar de Kust, 2011

Wanneer we ook de paasvakantie van 2011 in rekening brengen, zien we dat 83% van alle vakantiegezelschappen aan de Kust met de wagen komt. 12% komt met de trein.

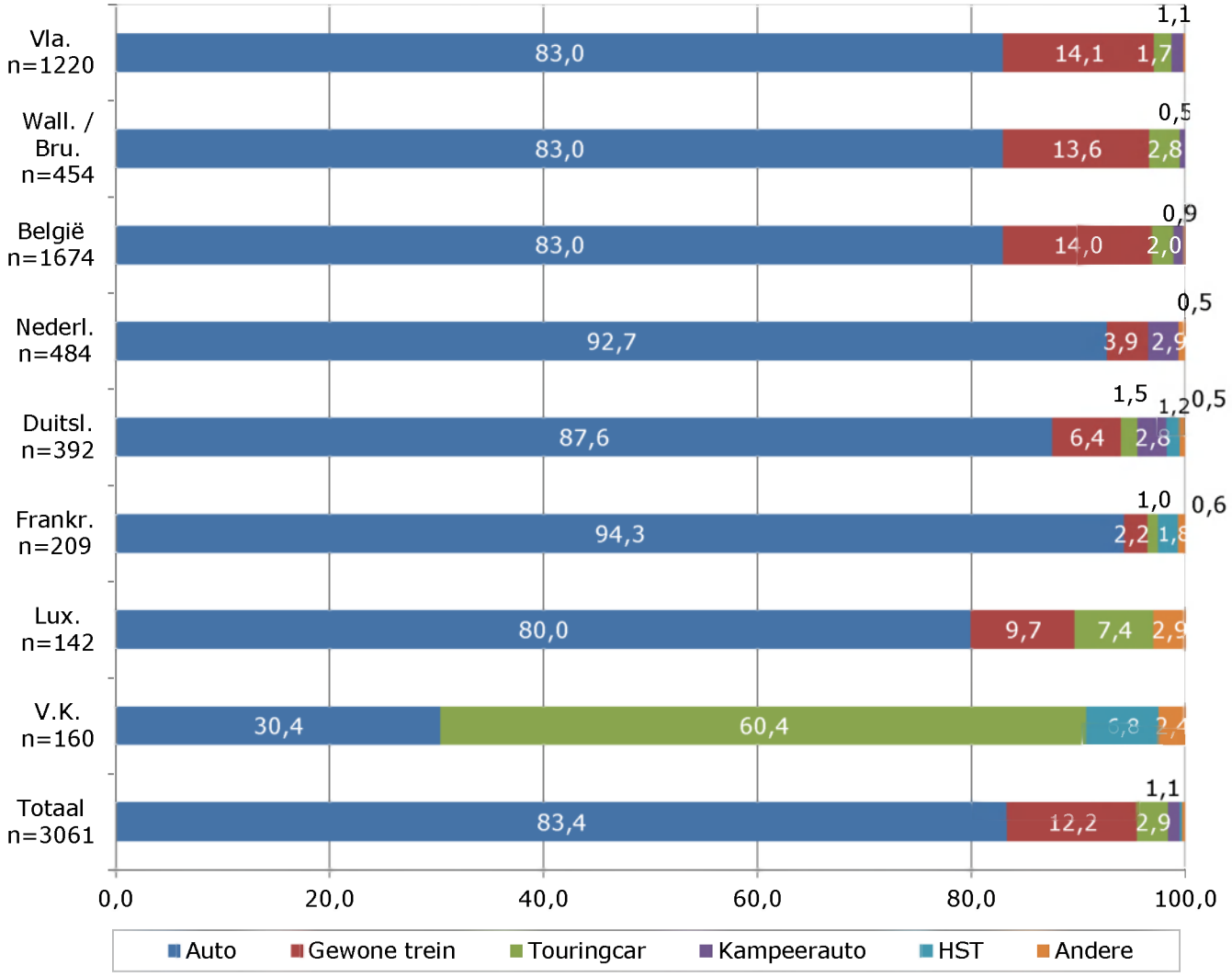
Grafiek 101
Gebruik van transportmiddel naar de Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.4.3. Transportmiddel naar de kust naar herkomst

- De Belgen en de Luxemburgers komen meer met de trein dan respondenten uit alle andere herkomstlanden.
- De Britten, die vaak op een touroperatorreis zijn, komen voor 60% met de autocar.
- De Fransen en de Nederlanders komen bijna allemaal met de auto.

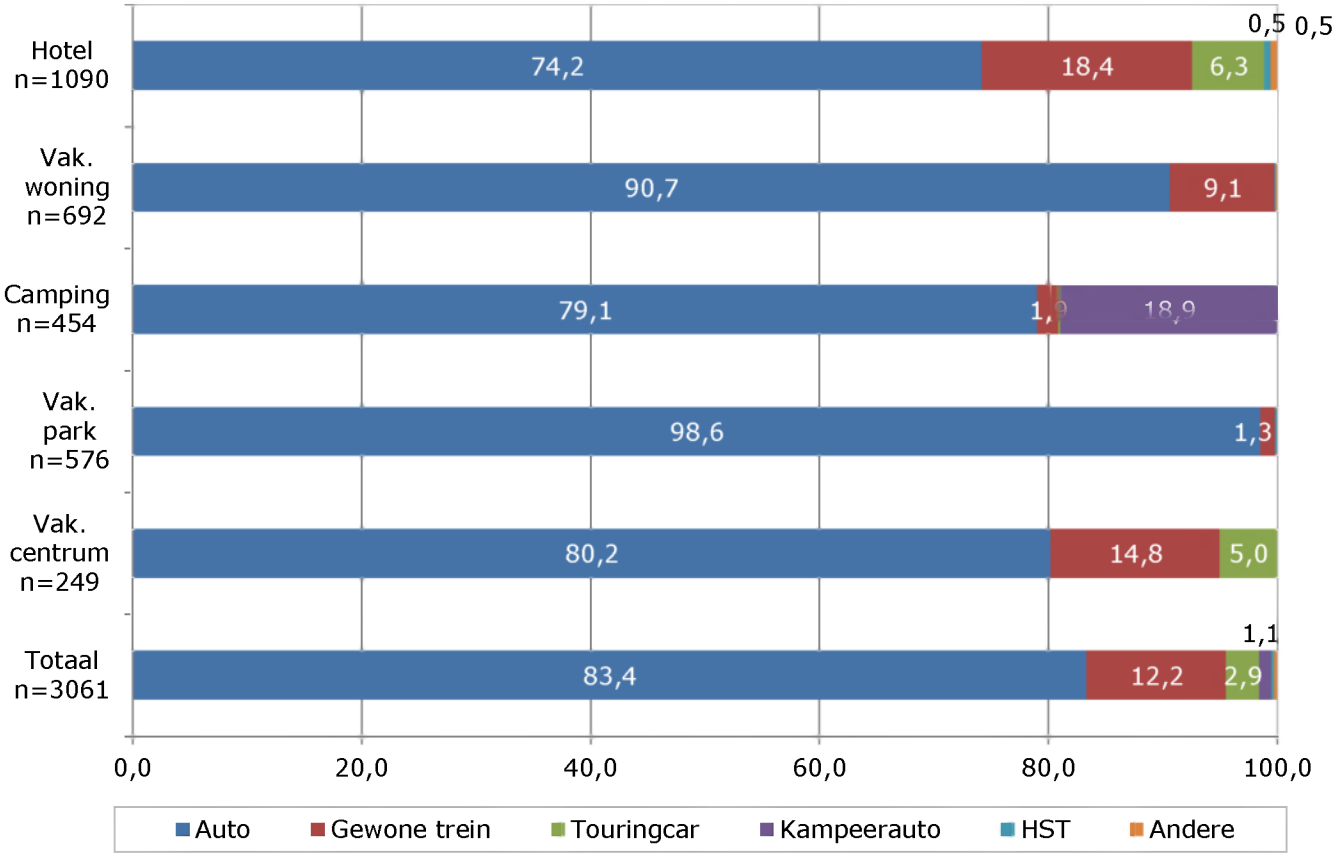
Grafiek 102
Transportmiddel naar de kust naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.4.4. Transportmiddel naar de kust naar logiesvorm

- De trein is iets meer populair bij hotelgasten en vakantiegangers in vakantiecentra.
- Op campings komt een niet onbelangrijk deel (19%) van de kampeerders met de kampeerauto naar de Kust.

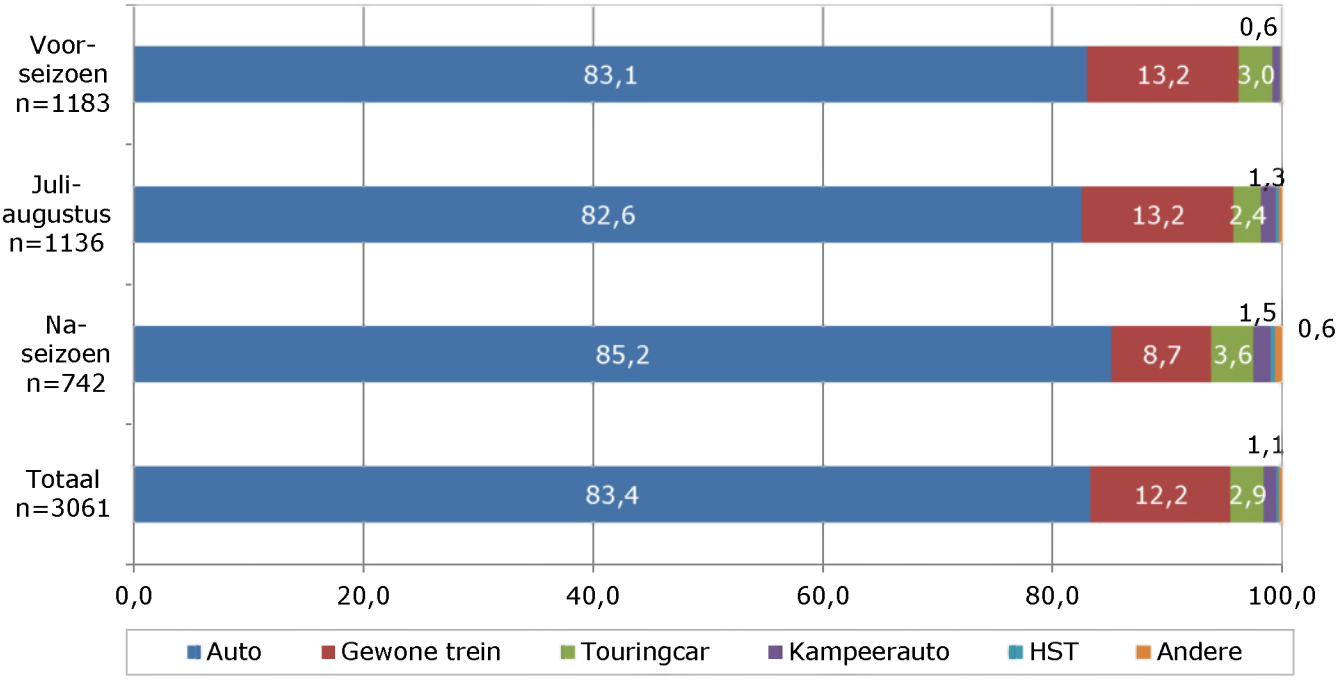
Grafiek 103
Transportmiddel naar de kust naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.4.5. *Transportmiddel naar seizoen*

- Wat het transportmiddel naar de Kust betreft zijn er in het voorseizoen en de zomer weinig verschillen ten opzichte van het gemiddelde.
- In het najaar ligt het aandeel van de trein wel iets lager dan gemiddeld.

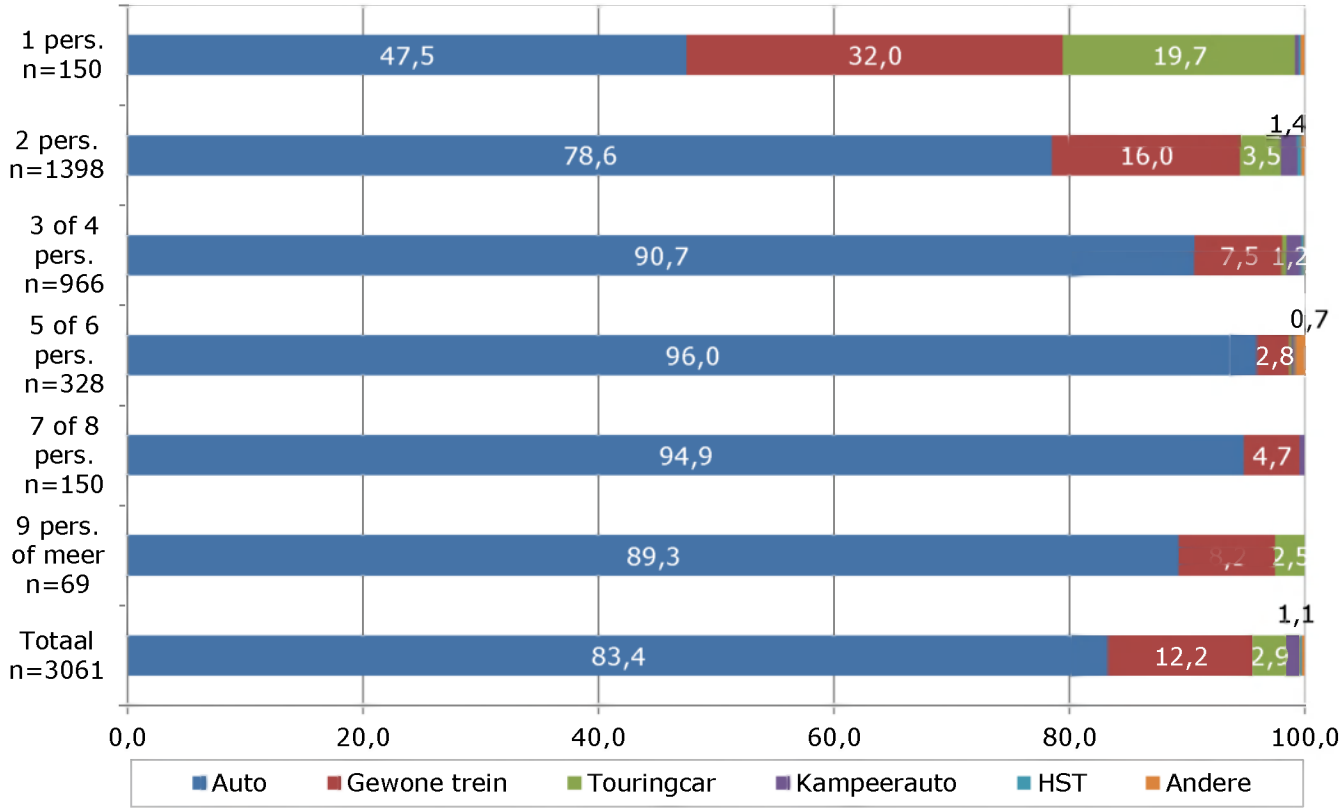
Grafiek 104
Transportmiddel naar de kust naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.4.6. *Transportmiddel naar grootte van gezelschap*

- Kleinere gezelschappen van 1 of 2 personen komen vaker met de trein (en met de autocar) dan gemiddeld. Bij de alleenreizenden komt zelfs 1 op 3 met de trein en 1 op 5 met de autocar naar de Kust.
- Tot 6 personen neemt het aandeel van de auto toe met toenemende gezelschapsgrootte.
- Vanaf 7 personen neemt het aandeel van de auto opnieuw licht af ten voordele van de gewone trein (en in mindere mate de autocar).

Grafiek 105
Transportmiddel naar de kust naar grootte van het vakantiegezelschap, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

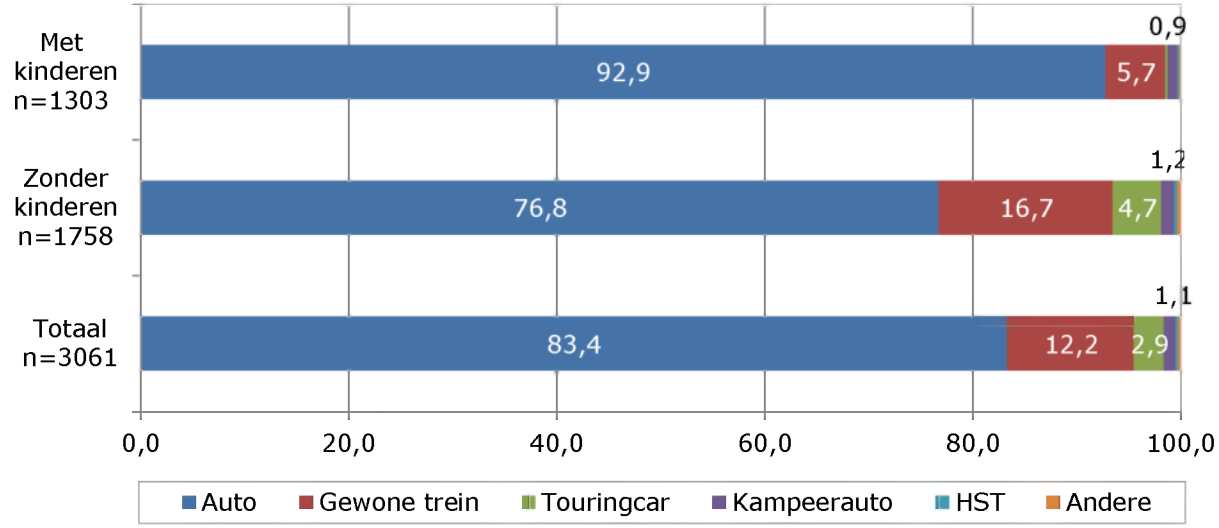


4.4.7. Transportmiddel naar grootte van gezelschap

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

- Gezelschappen zonder kinderen stappen vlugger op de trein. Het zijn vooral jonge gezelschappen zonder kinderen die de trein gebruiken.
- Gezelschappen met kinderen gebruiken vooral de wagen.

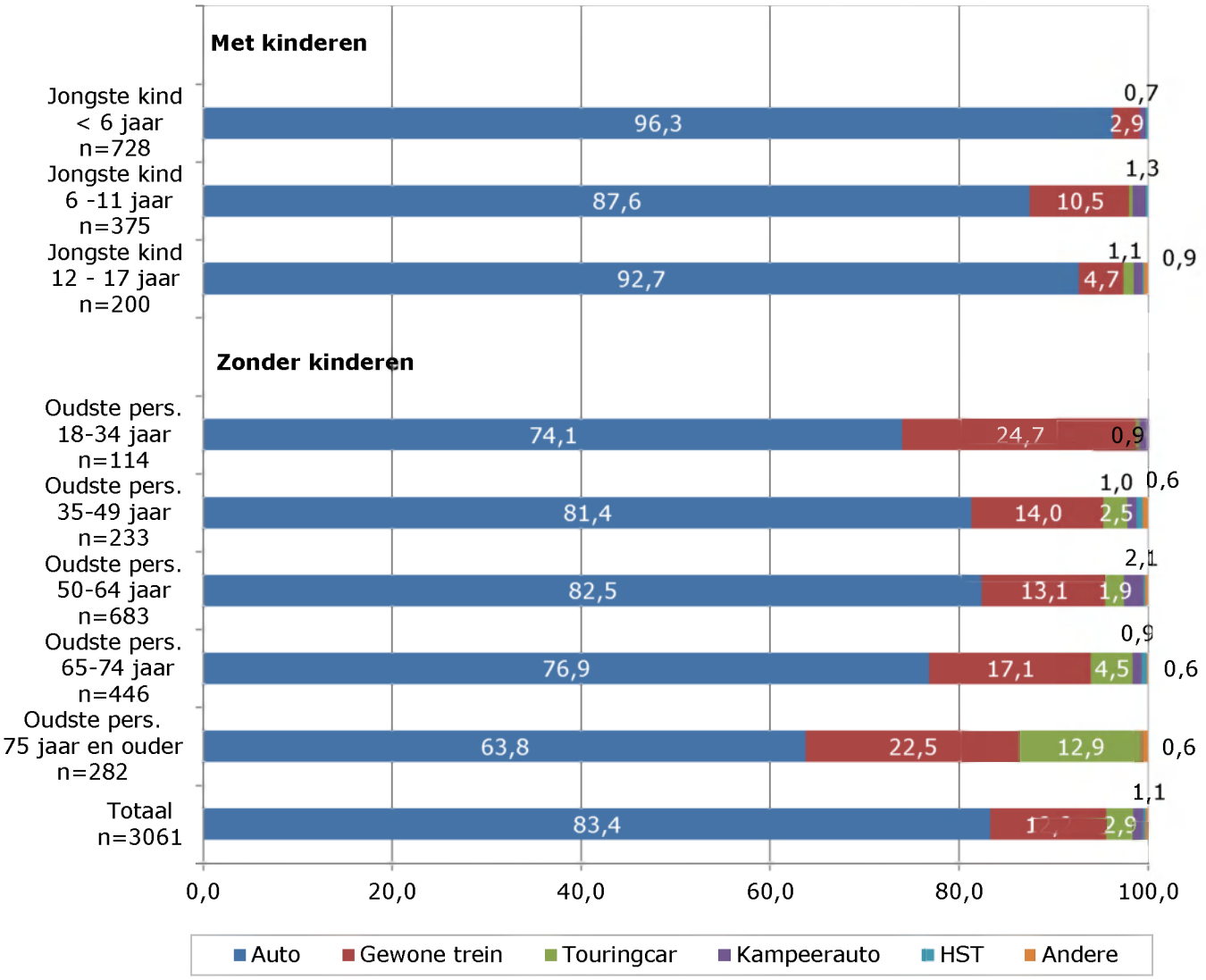
Grafiek 106
Transportmiddel naar gezelschap met of zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Naar typologie van vakantiegezelschap

- Bij de gezelschappen met kinderen komen die met kinderen tussen 6 en 11 jaar iets vaker met de trein dan gezelschappen met jongere kinderen of kinderen tussen 12 en 17.
- Bij de gezelschappen zonder kinderen is de trein vooral meer dan gemiddeld populair bij de leeftijdsgroep 18-34 jaar en bij de ouderen vanaf 65 jaar.
- De autocar is vooral bij de oudste leeftijdsgroep (75+) een frequent gebruikt transportmiddel.

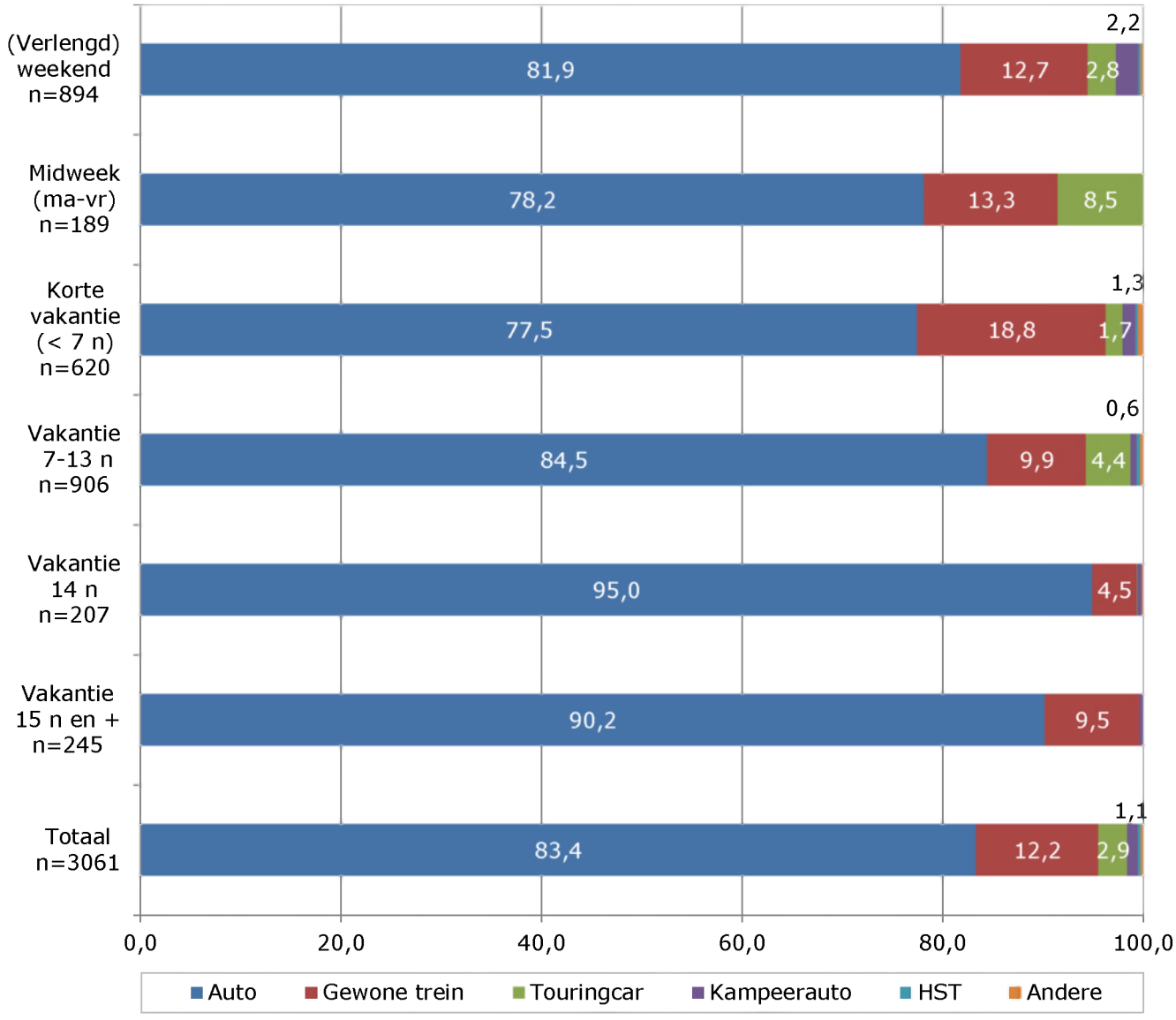
Grafiek 107
Transportmiddel naar de Kust naar typologie van gezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.4.8. Transportmiddel naar de kust naar type vakantie

- De trein wordt iets vaker gebruikt voor kortere vakanties.
- De touringcar, die vooral bij Britten voorkomt, wordt iets meer gebruikt voor midweeks.

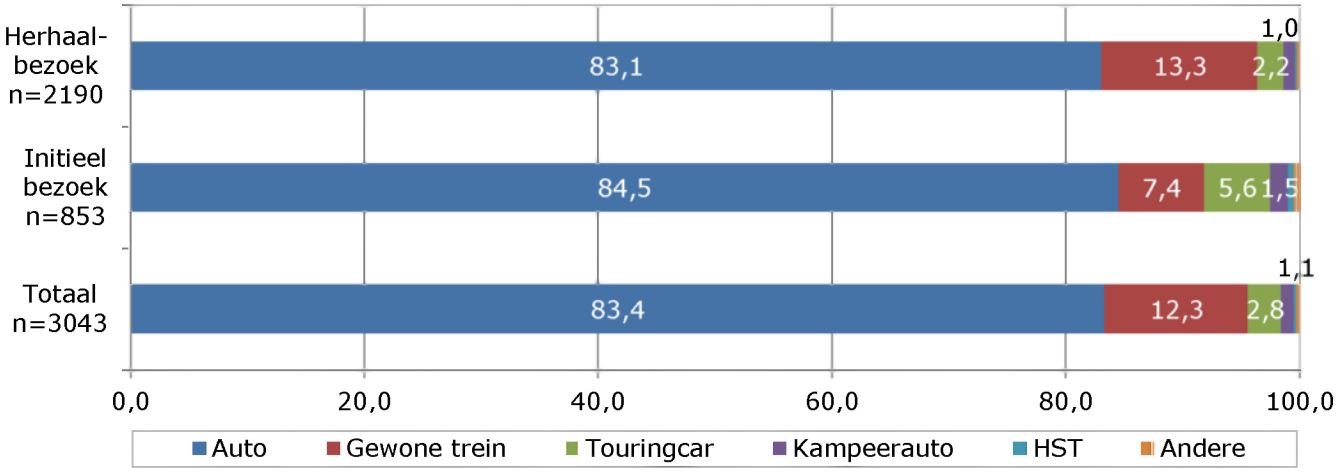
Grafiek 108
Transportmiddel naar de Kust naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.4.9. *Transportmiddel naar de kust naar herhaal- of initieel bezoek*

Initiële bezoekers komen iets minder vaak met de trein en iets vaker met de autocar dan herhaalbezoekers.

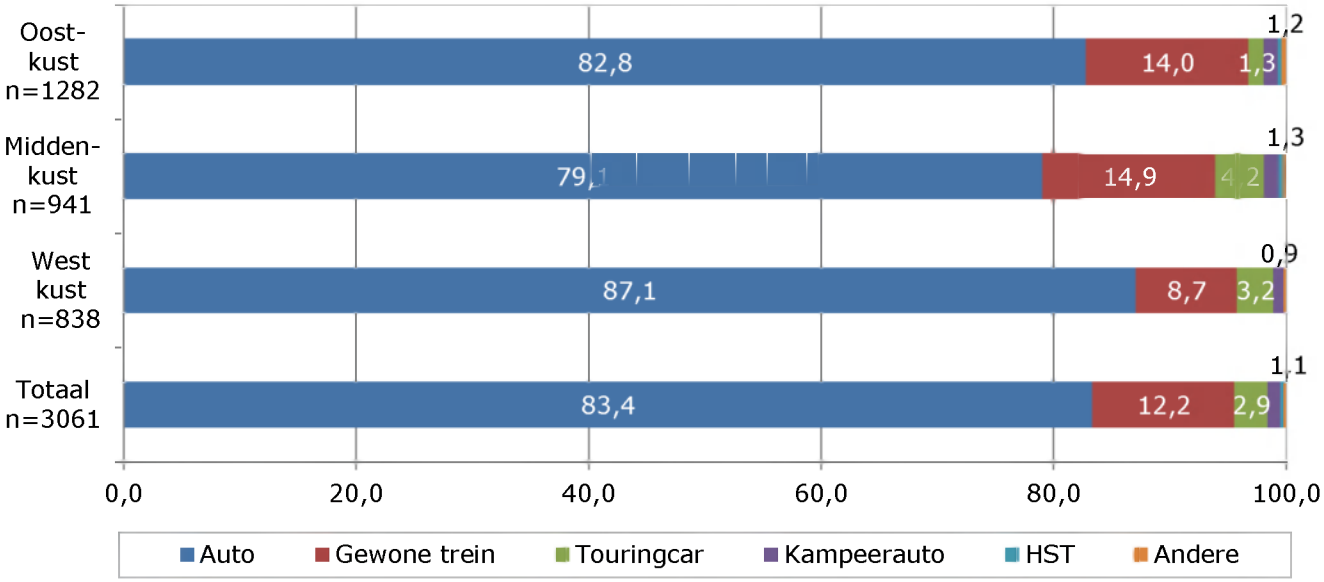
Grafiek 109
Transportmiddel naar de Kust naar herhaal- of initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



4.4.10. *Transportmiddel naar subregio kust*

De vakantiegangers aan de Westkust gebruiken minder de trein dan deze aan de Midden- en Oostkust waar ook gemakkelijker treinverbindingen aangeboden worden.

Grafiek 110
Transportmiddel naar de kust naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



5. Activiteiten

5.1. Participatie aan activiteiten

5.1.1. Participatie aan activiteiten, 2011

Bij het interpreteren van de resultaten met betrekking tot de activiteiten dienen een aantal opmerkingen te worden gemaakt:

- Allereerst dient in het achterhoofd te worden gehouden, dat de vragen met betrekking tot de activiteiten werden voorgelegd aan de persoon van het aanwezige vakantiegezelschap die het eerst verjaarde vanaf de datum van ondervraging en die minstens 12 jaar oud was.

- In de vragenlijst werd een onderscheid gemaakt tussen:
  - activiteiten die een vakantieganger vrij frequent, dagelijks beoefent tijdens een vakantie aan zee
  - activiteiten die slechts enkele keren voorkomen op een vakantie aan zee zoals een bezoek aan een attractie of museum of het maken van rondritten.

  Dit onderscheid wordt gemaakt omdat de verblijfsduur van een vakantie aan zee vrij lang is in vergelijking met de vakanties in Vlaamse kunststeden en in Vlaamse regio's, waardoor het wel degelijk belangrijk is om dit onderscheid te maken, waar dit niet nodig is bij korte verblijfsduur.

- De vragenlijst werd aangepast tegenover 2005. Daarom is het niet mogelijk om een vergelijking te maken met 2005.

5.1.1.1. Frequente activiteiten, 2011

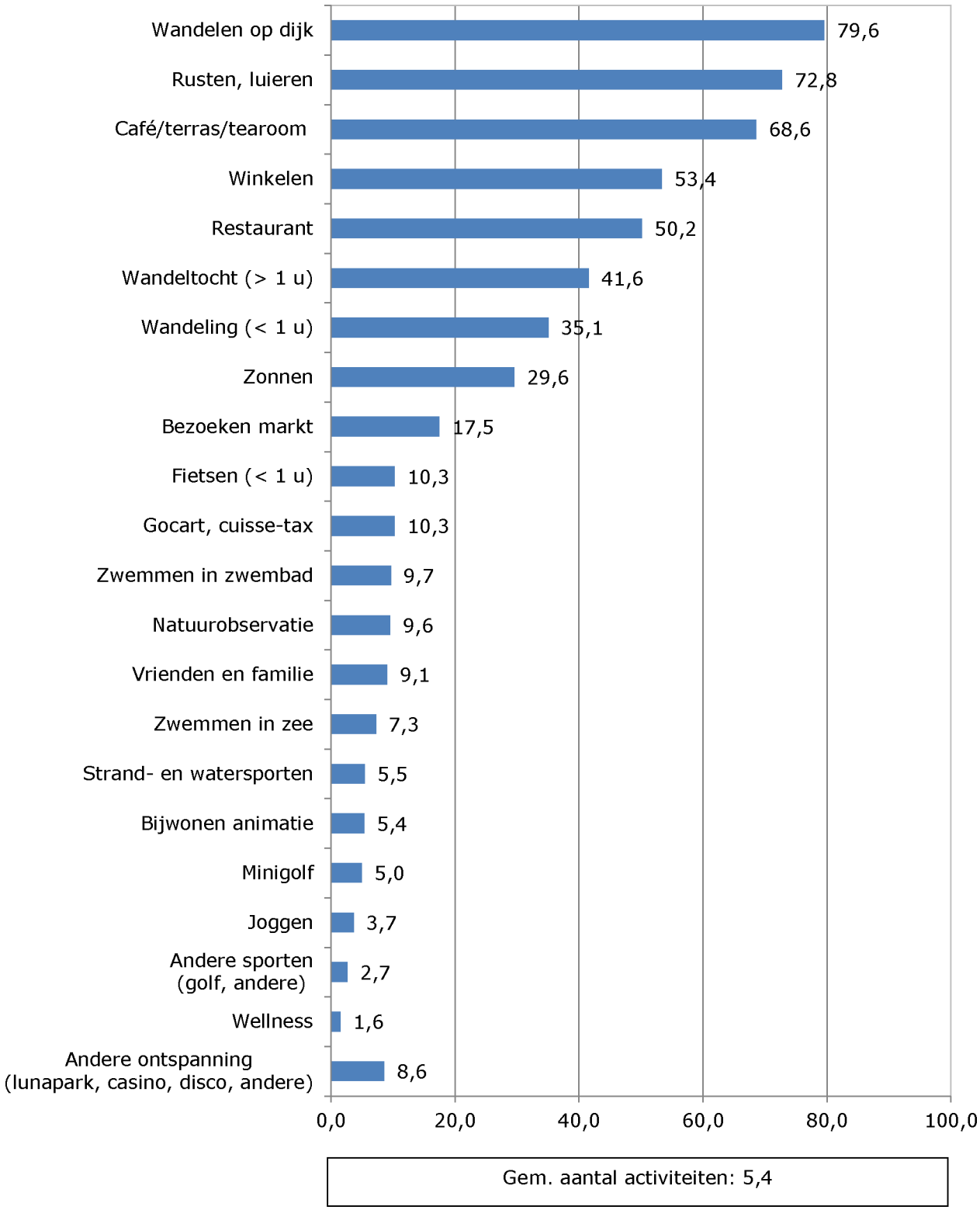
Grafiek 111 toont de aandelen van vakantiegangers die een bepaalde frequente activiteit uitvoeren.

De top vijf dagelijkse activiteiten bij vakantiegangers aan de Kust zijn:

- wandelen op de dijk
- rusten en luieren
- een bezoek aan een café of terras
- winkelen
- op restaurant gaan.

Dit patroon van activiteiten ligt helemaal in de lijn van de aangeboden toeristische belevenis aan de Vlaamse kust met de wandeldijk, de relaxte vakantie-atmosfeer, de vele cafés, terrassen, restaurants en de mogelijkheden voor shopping.

Grafiek 111
Aandeel van vakantiegangers met activiteit op vorige dag, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)



5.1.1.2. Minder frequente activiteiten, 2011

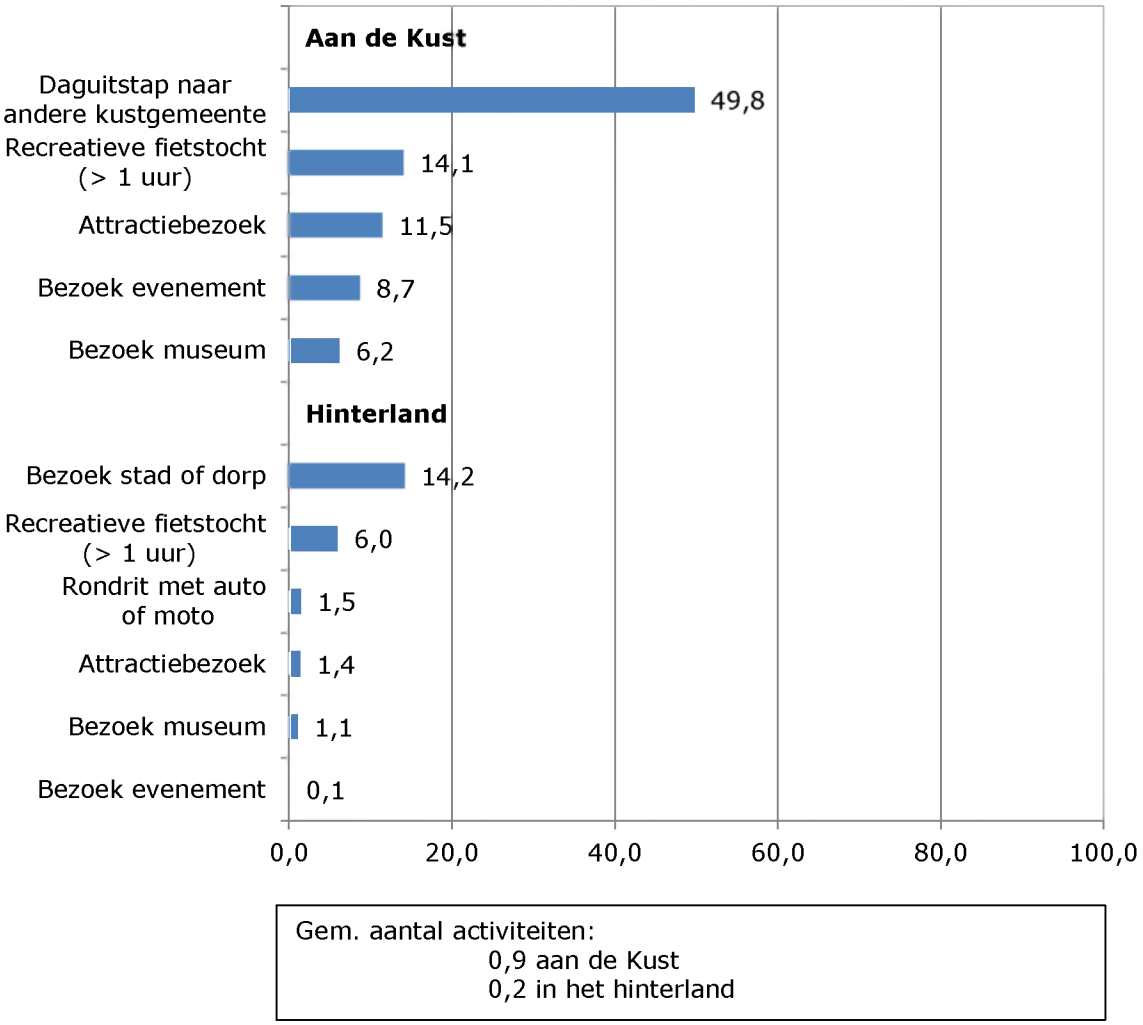
- Bij de minder frequente activiteiten komen de daguitstappen naar een andere kustgemeente als meest populaire activiteit naar voren: 50% van de bevraagden rond activiteiten had tot op de dag van de bevraging al een daguitstap gemaakt naar een andere kustgemeente.

- Op de tweede plaats komen de fietstochten, gevolgd door bezoeken aan een stad of dorp in het hinterland.

- Daarna volgen bezoeken aan een attractie, bezoeken aan een evenement en bezoeken aan een museum of cultuurhistorische bezienswaardigheid.

- Rondritten in het hinterland komen weinig voor.

Grafiek 112
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)



5.1.2. Participatie aan activiteiten naar herkomst

5.1.2.1. Frequente activiteiten naar herkomst

Binnen de frequente activiteiten kunnen we volgende differentiatie zien:

- *Bij de Vlamingen en Walen/Brusselaars* gaan de meeste vakantiegangers wandelen op de dijk en vrienden en familie bezoeken. Walen gaan iets minder op café of terras maar doen wel meer aan natuurobservatie, aan strand- en watersporten en huren iets meer een gocart.

- De *Britten* hebben een afwijkend gedrag vergeleken met de andere vakantiegangers: ze komen veel minder naar de Kust om te luieren en uit te rusten en ook minder om te zonnen en te wandelen tenzij op de dijk. Ze gaan wel meer winkelen en markten bezoeken.

- De *Nederlanders* gaan iets meer dan gemiddeld op restaurant, zwemmen ook meer in een zwembad (logeren ook vaker in vakantieparken die een aquapark hebben).

- De *Duitse vakantiegangers* eten meer dan gemiddeld op restaurant, bezoeken graag markten en doen ook iets meer dan gemiddeld aan natuurobservatie.

- De *Franse vakantiegangers* houden van op restaurant gaan, van zwemmen in een zwembad (logeren ook vaak in vakantieparken met een aquapark) en zijn ook met iets meer die aan natuurobservatie doen.

- Bij de *Luxemburgers* vinden we van alle herkomstlanden het hoogste percentage van respondenten dat op restaurant gaat. Zij bezoeken ook graag markten.

Gemiddeld doet een vakantieganger aan de Kust 5,4 verschillende activiteiten op een dag. Dit verschilt niet fundamenteel tussen de verschillende herkomstlanden. Enkel de Britten doen gemiddeld minder verschillende activiteiten op een dag (4,4).

Tabel 59

Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	Vla.	Wall./Bru.	België	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Wandelen op dijk	80,1	86,0	81,9	66,6	67,4	77,6	67,2	74,2	79,6
Rusten, luieren	71,6	77,1	73,3	68,8	77,6	73,5	75,8	47,6	72,8
Café/ terras/tearoom	73,5	58,2	68,8	69,5	65,4	61,5	78,5	72,0	68,6
Winkelen	51,2	57,4	53,1	50,2	56,6	52,3	66,4	61,8	53,4
Restaurant	46,4	50,7	47,7	65,1	57,0	59,8	70,5	49,9	50,2
Wandeltocht (> 1 uur)	39,9	47,8	42,3	28,1	42,1	46,2	48,8	44,0	41,6
Wandeling (< 1 uur)	33,4	40,9	35,7	31,5	38,1	31,8	25,5	22,1	35,1
Zonnen	30,9	32,9	31,5	23,5	28,7	14,3	14,8	10,1	29,6
Bezoeken markt	19,3	13,1	17,4	14,0	23,8	11,7	25,0	25,9	17,5
Fietsen (<1 uur)	10,2	11,4	10,6	10,9	10,5	8,0	7,9	1,2	10,3
Gocart, cuisse-tax	10,5	14,2	11,6	3,5	4,2	6,5	6,1	0,8	10,3
Zwemmen in zwembad	8,1	8,0	8,1	21,0	11,6	29,4	4,8	1,7	9,7
Natuurobservatie	6,6	16,2	9,6	4,5	16,3	13,4	7,8	6,8	9,6
Vrienden en familie	9,7	10,5	10,0	3,8	3,8	6,5	7,5	10,9	9,1
Zwemmen in zee	7,2	6,7	7,0	10,1	10,3	8,4	6,7	0,0	7,3
Strand- en watersporten	4,5	8,8	5,9	4,0	4,2	5,0	1,3	0,0	5,5
Bijwonen animatie	5,6	4,2	5,2	5,3	7,7	8,5	7,3	0,5	5,4
Minigolf	4,5	6,2	5,0	5,3	6,4	3,6	3,2	1,5	5,0
Joggen	3,6	3,2	3,5	3,8	6,1	6,4	5,0	1,2	3,7
Andere sporten (golf, andere)	2,5	2,5	2,5	4,8	2,5	4,5	5,2	0,5	2,7
Wellness	1,4	2,0	1,6	1,4	0,9	4,3	1,3	0,4	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	8,5	8,8	8,6	9,5	8,4	9,2	7,9	4,6	8,6
Totaal (in %)	529,2	566,8	540,9	505,2	549,6	542,4	544,5	437,7	537,2
Aantal ongewogen cases	1 223	454	1 677	484	392	211	142	160	3 066

5.1.2.2. Minder frequente activiteiten naar herkomst

Ook voor de minder frequente activiteiten is een verschil te merken in gedrag naar herkomstland zoals aangegeven in tabel 60.

- De *Vlamingen* gaan meer frequent op daguitstap naar een andere kustgemeente. Zowel Vlamingen als Walen maken ook graag fietstochten van meer dan een uur vooral langs de kust maar ook in het hinterland. Ze bezoeken meer dan gemiddeld een evenement.

- De *Britten* gaan het minst op daguitstap naar andere kustgemeenten en op fietstocht. Ze wonen ook minder evenementen bij maar bezoeken veel meer een stad, dorp of museum en bezienswaardigheid in het hinterland en gaan ook meer op rondrit in het hinterland.

- De *Nederlandse vakantiegangers* gaan ook vaak op daguitstap naar een andere kustgemeente en maken graag fietstochten van meer dan één uur. Ze bezoeken vaker dan gemiddeld attracties en vooral attracties aan de Kust.

- *De Franse vakantiegangers* bezoeken graag andere kustgemeenten maar gaan minder op fietstocht. Ze bezoeken meer dan gemiddeld een stad of dorp in het hinterland.

- *De Duitse vakantiegangers* bezoeken op de eerste plaats andere kustgemeenten en op de tweede plaats een stad of dorp in het hinterland. Zij bezoeken ook meer dan gemiddeld een museum of cultuurhistorische bezienswaardigheid.

Tabel 60

Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	Vla.	Wall./Bru.	België	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Aan de Kust									
Daguitstap naar andere kustgemeente	51,6	46,7	50,1	49,1	57,9	48,6	45,3	20,3	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	15,2	12,7	14,4	15,9	16,3	9,1	8,5	0,0	14,1
Attractiebezoek	11,2	11,2	11,2	20,3	9,2	9,7	6,0	7,4	11,5
Bezoek evenement	10,4	6,3	9,1	8,4	8,4	4,3	4,1	2,2	8,7
Bezoek museum	5,9	6,6	6,2	6,0	8,1	4,2	3,7	6,3	6,2
Totaal (in %)	94,3	83,5	91,0	99,7	99,9	75,9	67,6	36,2	90,3
In hinterland									
Bezoek stad of dorp	12,2	8,2	10,9	23,7	30,7	24,7	22,4	52,9	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	7,1	5,1	6,5	4,3	4,4	3,1	3,9	0,0	6,0
Rondrit met auto of moto	0,9	1,6	1,1	2,6	2,9	3,1	2,6	5,6	1,5
Attractiebezoek	1,1	1,2	1,1	2,7	2,9	2,3	0,7	2,5	1,4
Bezoek museum	0,7	0,7	0,7	2,3	4,3	0,5	2,0	5,2	1,1
Bezoek evenement	0,2	0,0	0,1	0,1	0,4	0,0	0,0	0,0	0,1
Totaal (in %)	22,2	16,8	20,4	35,7	45,6	33,7	31,6	66,2	24,3
Aantal ongewogen cases	1 223	454	1 677	484	392	211	142	160	3 066

5.1.3. ***Participatie aan activiteiten naar logiesvorm***

5.1.3.1. *Frequente activiteiten naar logiesvorm*

Tabel 61 toont de verschillen in frequente activiteiten naar logiesvorm.

- Vakantiegangers in vakantiewoningen, op campings en in vakantieparken *rusten en luieren* meest.
- Vakantiegangers in vakantiewoningen huren meer *een gocart, bezoeken meer familie en vrienden en beoefenen meer strand- en watersporten*.
- Vakantiegangers in hotels, vakantiewoningen en vakantiecentra, die meestal dichter bij dijk en strand gelegen zijn, houden meer dan de *anderen van wandeltochten.*
- De vakantiegangers op campings en in vakantieparken, die het verst van de dijk verwijderd zijn, *wandelen het minst op de dijk.* Zij gaan ook iets *minder winkelen.* Bij vakantiegangers in vakantieparken valt het hoge percentage voor zwemmen in het zwembad en minigolf op.
- Vakantiegangers in een hotel of vakantiecentrum gaan het vaakst *op café en terras.* De vakantiegangers op hotel gaan ook veel *meer uit eten op restaurant*.
- In een vakantiecentrum gaat men minder op restaurant gezien hier veelal een formule van half- of volpension geldt.

Het gemiddeld aantal activiteiten per dag ligt iets hoger dan gemiddeld bij de vakantiewoningen (5,7) en iets lager dan gemiddeld bij de vakantieparken (4,9).

Tabel 61
Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
Wandelen op dijk	81,1	4,9	61,0	52,0	82,2	79,6
Rusten, luieren	67,5	78,9	81,1	74,5	64,9	72,8
Café/terras/tearoom	76,1	63,4	62,6	53,9	74,1	68,6
Winkelen	57,4	54,2	49,1	32,6	53,0	53,4
Restaurant	67,6	42,4	42,1	45,8	33,0	50,2
Wandeltocht (> 1 uur)	46,5	40,5	30,3	28,6	43,2	41,6
Wandeling (< 1 uur)	30,2	41,2	35,2	33,4	30,5	35,1
Zonnen	23,5	37,3	31,3	16,3	28,9	29,6
Bezoeken markt	18,1	16,6	19,2	10,2	21,8	17,5
Fietsen (< 1 uur)	6,2	11,4	25,1	11,1	11,1	10,3
Gocart, cuisse-tax	4,6	17,1	6,5	5,8	9,0	10,3
Zwemmen in zwembad	5,1	4,8	5,1	60,1	12,9	9,7
Natuurobservatie	8,2	12,9	8,0	6,8	6,0	9,6
Vrienden en familie	6,7	12,6	8,8	3,5	7,8	9,1
Zwemmen in zee	3,9	9,8	7,2	9,6	7,8	7,3
Strand- en watersporten	1,2	9,1	5,5	5,3	5,9	5,5
Bijwonen animatie	4,9	4,9	8,8	5,9	6,1	5,4
Minigolf	3,3	5,3	4,3	12,3	5,2	5,0
Joggen	1,5	6,1	2,0	5,7	2,5	3,7
Andere sporten (golf, andere)	1,0	3,7	1,0	6,0	3,3	2,7
Wellness	2,6	0,9	0,6	3,0	0,8	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	8,6	9,1	7,7	9,9	6,7	8,6
Totaal (in %)	525,8	567,1	502,5	492,3	516,7	537,2
Aantal ongewogen cases	1 091	694	455	577	249	3 066

5.1.3.2. Minder frequente activiteiten naar logiesvorm

Ook de minder frequente activiteiten differentiëren naar logiesvorm.

- Vakantiegangers op campings gaan meest op daguitstap naar een andere kustgemeente en maken vaker een recreatieve fietstocht.
- Vakantiegangers in vakantieparken gaan meer dan de anderen op bezoek naar een attractie.
- Fietstochten en attractiebezoeken vallen iets minder in de smaak bij hotelgasten.

Tabel 62
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
Aan de Kust						
Daguitstap naar andere kustgemeente	42,3	53,5	64,8	53,5	50,4	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	9,2	16,7	30,1	10,5	14,1	14,1
Attractiebezoek	7,2	14,4	10,8	21,0	9,8	11,5
Bezoek evenement	8,0	8,5	12,2	5,4	11,5	8,7
Bezoek museum	6,2	6,1	4,6	4,3	7,9	6,2
Totaal (in %)	72,9	99,2	122,5	94,7	93,7	90,3
In hinterland						
Bezoek stad of dorp	14,3	13,6	19,0	19,1	11,0	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	2,4	7,7	11,0	5,0	8,6	6,0
Rondrit met auto of moto	1,1	2,0	1,8	2,9	0,3	1,5
Attractiebezoek	0,8	1,3	3,4	3,0	1,4	1,4
Bezoek museum	1,0	1,1	1,6	3,2	0,0	1,1
Bezoek evenement	0,0	0,2	0,5	0,5	0,0	0,1
Totaal (in %)	19,6	25,9	37,3	33,7	21,3	24,3
Aantal ongewogen cases	1 091	694	455	577	249	3 066

5.1.4. Participatie aan activiteiten naar leeftijdsgroep

5.1.4.1. Frequente activiteiten naar leeftijdsgroep

Tabel 63 toont de aandelen van vakantiegangers per activiteit naar leeftijdsgroep.

- Jongeren tussen 12 en 17 jaar zijn meer actief in:
  - grote wandeltochten
  - strandactiviteiten: zonnen, zwemmen in zee en strand- en watersporten
  - zwemmen in zwembad
  - tochtjes met gocart
  - andere ontspanning als lunapark en andere.

  Er zijn minder jongeren die luieren.

- Jongeren tussen 18 en 24 jaar hebben een grotere voorkeur voor:
  - strandactiviteiten als zonnen en zwemmen in zee
  - zwemmen in zwembad
  - andere ontspanning als lunapark, disco en andere.
  - Ze gaan met minder wandelen op de dijk en luieren ook met minder.

- De leeftijdsgroep van 25 tot en met 34 jaar en van 35 tot en met 49 jaar hebben een gelijkaardig activiteitenpatroon:
  - ze wandelen minder
  - ze huren met meer een gocart
  - ze zwemmen met meer in een zwembad.

- De medioren hebben hoogste cijfers voor bezoek aan café en terras en zij gaan ook meest op restaurant van alle leeftijdsgroepen.

- De leeftijdsgroep van 65 tot 74 jaar is vrij gelijkaardig aan die van de medioren maar ze bezoeken met meer markten en zonnen minder.

- De bejaarden van 75 jaar en ouder laten een hoog percentage optekenen voor rusten maar zij maken met minder grote wandelingen, en zonnen minder.

Tabel 63
Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar leeftijdsgroep, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	12-17 jaar	18-24 jaar	25-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65-74 jaar	75 jaar en meer	Totaal
Wandelen op dijk	83,4	65,5	75,6	81,1	81,7	80,0	75,7	79,6
Rusten, luieren	66,3	61,7	73,8	76,3	72,0	71,4	74,2	72,8
Café/terras/tearoom	62,7	60,5	65,1	64,9	74,3	70,8	66,5	68,6
Winkelen	54,3	47,2	56,7	55,3	55,2	49,4	47,5	53,4
Restaurant	31,1	50,8	49,4	50,2	55,6	51,5	40,2	50,2
Wandeltocht (> 1 uur)	30,9	35,8	34,3	39,5	46,3	51,0	30,0	41,6
Wandeling (< dan 1 uur)	48,0	25,4	35,4	39,6	34,6	28,6	31,8	35,1
Zonnen	37,4	34,9	33,9	34,6	28,3	23,2	20,9	29,6
Bezoeken markten	16,0	14,1	9,7	16,4	18,6	23,2	17,4	17,5
Fietsen (< 1 uur)	15,7	9,0	7,9	12,1	10,2	10,9	5,0	10,3
Gocart, cuisse-tax	20,4	5,7	16,7	15,2	7,9	5,5	0,6	10,3
Zwemmen in zwembad	11,2	23,1	14,8	15,0	7,3	4,0	1,9	9,7
Natuurobservatie	8,5	4,4	9,4	7,3	11,9	10,6	9,5	9,6
Vrienden en familie	9,0	7,4	11,4	8,5	9,2	9,8	6,4	9,1
Zwemmen in zee	24,8	10,1	9,7	8,8	5,6	3,8	2,2	7,3
Strand- en watersporten	27,0	8,2	7,7	7,1	2,7	2,4	0,6	5,5
Bijwonen animatie	5,7	6,1	6,9	6,0	4,7	5,3	3,4	5,4
Minigolf	9,7	1,3	3,6	6,5	4,4	4,9	3,0	5,0
Joggen	8,7	5,8	6,0	5,2	3,1	1,3	0,3	3,7
Andere sporten (golf, andere)	9,9	3,9	2,0	3,2	1,7	2,5	1,7	2,7
Wellness	0,5	7,9	1,4	1,4	1,6	0,5	3,3	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	16,0	19,9	11,8	9,6	7,7	5,6	2,6	8,6
Totaal (in %)	597,2	508,7	543,2	563,8	544,6	516,2	444,7	537,2
Aantal ongewogen cases	116	108	381	894	886	477	204	3 066

5.1.4.2. Minder frequente activiteiten naar leeftijdsgroep

Tabel 64 geeft het verschil aan in de minder frequente activiteiten naar leeftijdsgroep.

- Jongeren tussen 12 en 17 jaar gaan relatief met meer op een grote fietstocht en bezoeken meer een attractie aan de Kust. Ze gaan met minder een stad of dorp in het hinterland bezoeken.

- Vakantiegangers van 50 jaar en ouder bezoeken relatief met minder attracties.

- De medioren en de jongeren onder 17 jaar maken het meest recreatieve fietstochten aan zee.

- De vakantiegangers tussen 65 en 74 jaar maken het vaakst een daguitstap naar een andere kustgemeente.

Tabel 64
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar leeftijdsgroep, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	12-17 jaar	18-24 jaar	25-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65-74 jaar	75 jaar en meer	Totaal
Aan de Kust								
Daguitstap naar andere kustgemeente	45,9	52,8	43,0	48,6	47,9	61,0	46,4	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	21,5	15,1	13,4	13,5	17,2	12,3	6,1	14,1
Attractiebezoek	14,3	17,5	18,5	17,6	6,7	8,0	3,9	11,5
Bezoek evenement	8,5	8,6	9,0	9,6	9,3	8,3	4,6	8,7
Bezoek museum	9,4	7,3	3,2	6,0	6,0	6,0	9,0	6,2
Totaal (in %)	99,6	101,3	87,1	95,3	87,1	95,6	70,0	90,3
In hinterland								
Bezoek stad of dorp	5,7	15,4	16,7	12,7	13,7	17,9	13,6	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	10,6	6,9	7,4	4,5	6,9	6,8	1,2	6,0
Rondrit met auto of moto	0,6	1,3	1,4	1,3	1,9	1,6	1,1	1,5
Attractiebezoek	1,9	0,5	2,7	2,1	0,7	0,8	0,8	1,4
Bezoek museum	0,3	4,0	0,3	1,9	0,6	0,6	1,6	1,1
Bezoek evenement	0,0	0,0	0,6	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1
Totaal (in %)	19,1	28,1	29,1	22,6	23,9	27,8	18,3	24,3
Aantal ongewogen cases	116	108	381	894	886	477	204	3 066

5.1.5. Participatie aan activiteiten naar seizoen

5.1.5.1. Frequente activiteiten naar seizoen

- In het naseizoen komen relatief meer activiteiten voor die bij oudere gezelschappen populair zijn als winkelen en grote wandeltochten.

- Op restaurant gaan gebeurt iets meer in de zomervakantie dan in voor- en najaar. Ook strandactiviteiten als zonnen, zwemmen in zee, strand- en watersporten maar ook animatie zijn activiteiten die meer frequent voorkomen bij respondenten in de zomervakantie.

Tabel 65
Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	Voorseizoen	Juli-augustus	Naseizoen	Totaal
Wandelen op dijk	85,1	78,5	71,8	79,6
Rusten, luieren	75,2	74,0	66,6	72,8
Café/terras/tearoom	66,5	69,4	71,1	68,6
Winkelen	52,6	52,9	55,8	53,4
Restaurant	47,3	54,6	47,6	50,2
Wandeltochten (> 1 uur)	44,0	35,9	47,0	41,6
Wandeling (< 1 uur)	42,0	34,8	23,0	35,1
Zonnen	42,2	24,7	15,6	29,6
Bezoeken markten	13,1	22,4	17,1	17,5
Fietsen (< 1 uur)	10,7	10,5	9,2	10,3
Gocart, cuisse-tax	12,5	10,3	6,2	10,3
Zwemmen in zwembad	9,4	10,5	8,9	9,7
Natuurobservatie	11,4	8,0	9,2	9,6
Vrienden en familie	10,0	9,5	6,6	9,1
Zwemmen in zee	5,9	11,1	3,3	7,3
Strand- en watersporten	6,0	6,5	2,8	5,5
Bijwonen animatie	3,5	8,1	3,9	5,4
Minigolf	4,3	7,3	2,3	5,0
Joggen	3,7	4,7	2,2	3,7
Andere sporten (golf, andere)	2,5	3,5	1,7	2,7
Wellness	2,1	0,9	2,1	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	8,6	9,9	6,1	8,6
Totaal (in %)	558,6	548,0	480,1	537,2
Aantal ongewogen cases	1 185	1 137	744	3 066

5.1.5.2. Minder frequente activiteiten naar seizoen

- Bezoeken aan andere kustgemeenten en fietstochten zijn relatief populair in elk seizoen.

- In de zomervakantie bezoekt men meer een evenement aan de Kust dan in het voor- en najaar. Er worden dan ook veel meer evenementen georganiseerd. Men gaat in die periode ook meer een attractie bezoeken. In het najaar wordt vaker een bezoek gebracht aan een stad of dorp.

Tabel 66
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	Voorseizoen	Juli-augustus	Naseizoen	Totaal
Aan de Kust				
Daguitstap naar andere kustgemeente	44,8	52,3	54,5	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	15,4	13,8	12,2	14,1
Attractiebezoek	10,4	14,6	8,2	11,5
Bezoek evenement	3,2	16,7	4,7	8,7
Bezoek museum	4,8	7,5	6,3	6,2
Totaal (in %)	78,6	104,9	85,9	90,3
In hinterland				
Bezoek stad of dorp	12,8	13,2	18,4	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	6,2	5,6	6,2	6,0
Rondrit met auto of moto	1,8	1,4	1,1	1,5
Attractiebezoek	1,2	1,8	1,0	1,4
Bezoek museum	1,1	0,8	1,3	1,1
Bezoek evenement	0,1	0,2	0,1	0,1
Totaal (in %)	23,2	23,0	28,1	24,3
Aantal ongewogen cases	1185	1137	744	3066

5.1.6. Participatie aan activiteiten naar grootte van vakantiegezelschap

5.1.6.1. Frequente activiteiten naar grootte van vakantiegezelschap

- Op café of restaurant gaan, winkelen en lange wandeltochten maken gebeurt meer dan gemiddeld bij gezelschappen van 2 personen.

- Bij alleen reizenden ligt café- en restaurantbezoek dan weer lager dan gemiddeld.

- Korte wandelingen, zonnen, ritjes met een gocart, zwemmen in een zwembad of in zee en strand- en watersporten zijn dan weer duidelijk populairder bij grotere gezelschappen (vanaf 5 personen) dan bij kleinere.

Tabel 67
Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar grootte vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	1 pers.	2 pers.	3 of 4 pers.	5 of 6 pers.	7 of 8 pers.	9 pers. of meer	Totaal
Wandelen op dijk	76,5	80,0	80,4	80,0	75,7	75,6	79,6
Rusten, luieren	68,9	72,2	73,7	77,1	65,5	78,4	72,8
Café/terras/tearoom	60,0	75,9	65,7	57,4	56,1	51,9	68,6
Winkelen	52,4	56,4	52,6	48,5	44,7	44,7	53,4
Restaurant	44,1	58,9	46,9	34,4	32,3	35,0	50,2
Wandeltocht (> 1 uur)	43,9	45,4	38,1	37,0	41,9	23,8	41,6
Wandeling (< dan 1 uur)	31,8	29,3	39,6	44,9	38,8	49,9	35,1
Zonnen	28,0	24,6	32,0	42,0	34,0	39,0	29,6
Bezoeken markten	16,9	18,9	16,8	15,0	14,8	17,8	17,5
Fietsen (< 1 uur)	2,6	8,9	11,7	16,6	11,8	7,7	10,3
Gocart, cuisse-tax	0,0	1,4	18,5	24,0	20,3	24,6	10,3
Zwemmen in zwembad	4,3	3,6	13,6	18,0	28,0	20,5	9,7
Natuurobservatie	9,1	9,1	10,0	13,5	6,1	4,0	9,6
Vrienden en familie	14,4	8,1	9,2	8,6	11,5	11,9	9,1
Zwemmen in zee	0,3	3,6	10,9	12,6	12,6	18,8	7,3
Strand- en watersporten	0,8	1,1	8,7	11,0	13,8	20,6	5,5
Bijwonen animatie	7,3	4,4	7,1	5,2	1,9	3,8	5,4
Minigolf	3,1	3,4	6,4	7,4	9,3	5,1	5,0
Joggen	2,0	2,5	4,8	6,2	5,8	4,2	3,7
Andere sporten (golf, andere)	2,1	1,3	3,2	4,9	7,0	7,1	2,7
Wellness	6,7	1,2	1,5	1,7	0,8	0,5	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	5,7	6,5	9,4	12,8	15,6	13,4	8,6
Totaal (in %)	480,9	516,7	560,8	578,8	548,3	558,3	537,2
Aantal ongewogen cases	150	1 400	968	329	150	69	3 066

5.1.6.2. Minder frequente activiteiten naar grootte van vakantiegezelschap

- Bezoeken aan andere kustgemeenten zijn meer dan gemiddeld populair bij gezelschappen van 2 personen. Fietstochten en attractiebezoeken aan de Kust zijn activiteiten die meer dan gemiddeld door grotere gezelschappen worden uitgeoefend.

- Gezelschappen van 7 of 8 personen bezoeken meer dan gemiddeld stadjes of dorpen in het hinterland.

Tabel 68
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar grootte vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	1 pers.	2 pers.	3 of 4 pers.	5 of 6 pers.	7 of 8 pers.	9 pers. of meer	Totaal
Aan de Kust							
Daguitstap naar andere kustgemeente	38,0	54,0	48,4	50,2	34,1	40,4	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	10,5	12,9	13,7	18,3	22,8	15,8	14,1
Attractiebezoek	4,2	4,2	18,2	22,4	16,5	30,0	11,5
Bezoek evenement	6,9	8,5	9,8	8,0	5,1	12,7	8,7
Bezoek museum	13,3	6,1	5,3	5,1	4,3	10,0	6,2
Totaal (in %)	72,9	85,7	95,4	104,0	82,8	108,9	90,3
In hinterland							
Bezoek stad of dorp	17,6	15,0	13,0	10,3	19,0	12,1	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	3,3	5,4	6,3	9,0	7,7	2,6	6,0
Rondrit met auto of moto	0,0	1,3	2,1	1,4	0,4	3,6	1,5
Attractiebezoek	0,6	0,7	2,4	1,7	2,2	1,2	1,4
Bezoek museum	2,3	0,9	1,0	1,2	1,3	0,0	1,1
Bezoek evenement	0,0	0,1	0,1	0,0	1,8	0,0	0,1
Totaal (in %)	23,8	23,4	24,9	23,6	32,4	19,5	24,3
Aantal ongewogen cases	150	1 400	968	329	150	69	3 066

5.1.7. Participatie aan activiteiten naar type vakantiegezelschap

5.1.7.1. Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Frequente activiteiten

- In een *gezelschap met kinderen* gaat men minder vaak op café, terras en restaurant. Er worden ook minder lange wandelingen gemaakt maar men maakt wel korte wandelingen.

- Zonnen, met de gocart een tochtje maken, zwemmen in een zwembad, zwemmen in zee, alsook strand- en watersporten zijn meer populair bij gezelschappen met kinderen.
- Gezelschappen met kinderen zijn ook actiever wat betreft diverse andere ontspannings-activiteiten.

- Gezelschappen zonder kinderen gaan meer op café, terras en op restaurant. Ze maken ook meer grotere wandeltochten.

Tabel 69
Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	Gezelschap met kinderen	Gezelschap zonder kinderen	Totaal
Wandelen op dijk	80,3	79,2	79,6
Rusten, luieren	74,0	72,0	72,8
Café/terras/tearoom	60,0	74,5	68,6
Winkelen	51,3	54,9	53,4
Restaurant	40,4	57,0	50,2
Wandeltocht (> 1 uur)	34,3	46,7	41,6
Wandeling (> 1 uur)	42,5	30,0	35,1
Zonnen	37,5	24,2	29,6
Bezoek markt	15,4	19,0	17,5
Fietsen (< 1 uur)	12,8	8,6	10,3
Gocart, cuisse-tax	23,3	1,2	10,3
Zwemmen in zwembad	17,2	4,5	9,7
Natuurobservatie	10,5	9,0	9,6
Vrienden en familie	9,3	8,9	9,1
Zwemmen in zee	13,3	3,2	7,3
Strand- en watersporten	11,8	1,1	5,5
Participeren aan animatie	6,0	4,9	5,4
Minigolf	7,5	3,3	5,0
Joggen	5,1	2,8	3,7
Andere sporten(golf, andere)	4,3	1,6	2,7
Wellness	1,3	1,8	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	11,1	6,8	8,6
Totaal (in %)	569,2	515,2	537,2
Aantal ongewogen cases	1 306	1 760	3 066

Minder frequente activiteiten

- Wat de minder frequente activiteiten betreft zien we vooral een groot verschil bij de bezoeken aan attracties. Gezelschappen met kinderen bezoeken beduidend vaker een attractie aan de kust.

- Gezelschappen zonder kinderen maken ook iets vaker een daguitstap naar een andere kustgemeente.

Tabel 70
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	Gezelschap met kinderen	Gezelschap zonder kinderen	Totaal
Aan de Kust			
Daguitstap naar andere kustgemeente	45,3	53,0	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	15,3	13,3	14,1
Attractiebezoek	22,0	4,2	11,5
Bezoek evenement	9,8	7,9	8,7
Bezoek museum	5,7	6,5	6,2
Totaal (in %)	98,1	84,9	90,3
Bezoek stad of dorp			
Bezoek stad of dorp	11,5	16,0	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	5,9	6,0	6,0
Rondrit met auto of moto	1,6	1,4	1,5
Attractiebezoek	2,4	0,7	1,4
Bezoek museum	1,0	1,1	1,1
Bezoek evenement	0,2	0,1	0,1
Totaal (in %)	22,6	25,3	24,3
Aantal ongewogen cases	1 306	1 760	3 066

5.1.7.2. Typologie van gezelschap

Frequente activiteiten

Tabellen 71 en 72 geven nog meer detail wat betreft frequente en minder frequente activiteiten volgens gedetailleerde typologie van het gezelschap.

- Gezelschappen met jonge kinderen (<6 jaar) gaan opvallend minder op café of restaurant en gaan ook minder shoppen. Ze zonnen meer dan gemiddeld, gaan ook meer zwemmen (in een zwembad of in zee) of maken meer een ritje met de gocart. Gezelschappen met iets oudere kinderen doen ook vaker strand- en watersporten.

- Bij de gezelschappen zonder kinderen doen de medioren het vaakst een terrasje, maar zijn het de 18-34 en 35-49-jarigen die opvallend meer dan gemiddeld op restaurant gaan.

Tabel 71

Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar typologie van vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

	Met kinderen			**Zonder kinderen**					
Frequente activiteit	Jongste kind < 6 j	Jongste kind 6 -11 j	Jongste kind 12 - 17 j	Oudste persoon 18-34 j	Oudste persoon 35-49 j	Oudste persoon 50-64 j	Oudste persoon 65-74 j	Oudste persoon 75 j en >	Totaal
Wandelen op dijk	77,0	84,5	82,0	73,1	80,0	82,6	76,9	77,3	79,6
Rusten, luieren	75,9	73,6	68,9	73,4	74,9	71,6	69,4	74,2	72,8
Café/terras/tearoom	56,6	61,1	69,2	76,5	73,1	78,0	74,0	69,0	68,6
Winkelen	48,7	52,1	58,3	55,1	58,2	57,7	50,9	52,7	53,4
Restaurant	36,8	42,8	46,9	69,4	70,7	59,7	53,4	44,1	50,2
Wandeltocht (> 1 uur)	30,1	37,0	42,2	33,8	49,2	51,9	49,2	35,3	41,6
Wandeling (< 1 uur)	45,0	40,9	37,4	27,6	31,6	31,9	25,8	31,7	35,1
Zonnen	40,3	36,2	30,9	27,3	28,1	27,5	20,3	19,8	29,6
Bezoek markt	13,3	14,9	23,0	6,6	21,8	19,2	21,3	17,6	17,5
Fietsen (< 1 uur)	11,6	12,8	16,5	10,6	10,4	9,9	8,9	4,1	10,3
Gocart, cuisse-tax	24,6	26,8	11,8	0,8	1,8	2,1	0,3	0,5	10,3
Zwemmen in zwembad	19,3	16,7	11,5	11,2	7,7	5,3	1,5	2,9	9,7
Natuurobservatie	12,5	6,8	11,5	4,6	6,0	9,1	10,2	10,5	9,6
Vrienden en familie	9,0	9,4	10,3	11,5	6,9	10,3	9,2	6,3	9,1
Zwemmen in zee	12,6	14,7	12,4	9,7	5,2	2,7	1,6	3,0	7,3
Strand- en watersporten	8,4	15,6	14,6	6,6	0,9	1,0	0,8	0,0	5,5
Bijwonen van animatie	5,0	6,6	8,2	7,3	5,1	4,3	4,8	5,3	5,4
Minigolf	4,8	9,4	11,9	2,4	3,2	3,2	4,4	2,3	5,0
Joggen	4,8	4,8	6,5	5,2	6,5	3,4	1,4	0,6	3,7
Andere sporten (golf, andere)	2,7	5,8	6,1	1,0	1,1	1,0	2,6	2,1	2,7
Wellness	1,3	1,9	0,2	6,1	2,6	1,3	0,6	2,5	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	9,5	14,0	10,2	20,6	10,5	6,9	5,2	2,6	8,6
Totaal (in %)	549,8	588,4	590,5	540,4	555,5	540,6	492,7	464,4	537,2
Aantal ongewogen cases	729	377	200	114	234	683	447	282	3 066

Minder frequente activiteiten

Gezelschappen met heel jonge kinderen (<6 jaar) maken minder vaak een daguitstap naar een andere kustgemeente, maar bezoeken wel vaker een attractie. Stads- of dorpsbezoeken in het hinterland zijn dan weer populairder bij oudere gezelschappen zonder kinderen.

Tabel 72
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar typologie van vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	Met kinderen			Zonder kinderen					
	Jongste kind < 6 j	Jongste kind 6 -11 j	Jongste kind 12 - 17 j	Oudste persoon 18-34 j	Oudste persoon 35-49 j	Oudste persoon 50-64 j	Oudste persoon 65-74 j	Oudste persoon 75 j en ouder	Totaal
Aan de Kust									
Daguitstap naar andere kustgemeente	39,7	47,3	59,1	42,2	48,1	51,7	61,8	49,6	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	13,8	16,2	18,2	15,8	13,1	17,7	11,8	6,3	14,1
Attractiebezoek	24,9	22,3	12,3	8,0	4,1	4,6	3,1	3,9	11,5
Bezoek evenement	7,6	11,5	13,6	10,9	9,4	9,6	6,9	4,3	8,7
Bezoek museum	4,5	5,8	9,0	3,5	8,4	5,8	6,1	8,0	6,2
Totaal (in %)	90,5	103,1	112,2	80,4	83,1	89,4	89,7	72,1	90,3
In hinterland									
Bezoek stad of dorp	12,2	9,9	12,9	11,6	17,0	16,3	17,7	13,9	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	6,2	5,3	6,4	7,2	5,5	8,4	6,2	1,2	6,0
Rondrit met auto of moto	1,2	2,1	1,9	0,0	0,5	2,1	1,7	0,7	1,5
Attractiebezoek	2,6	2,4	1,9	0,0	1,4	0,4	1,2	0,3	1,4
Bezoek museum	0,6	1,4	1,6	0,7	1,9	0,9	0,7	1,7	1,1
Bezoek evenement	0,3	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
Totaal (in %)	23,1	21,2	24,7	19,5	26,4	28,2	27,7	17,9	24,3
Aantal ongewogen cases	729	377	200	114	234	683	447	282	3066

5.1.8. Participatie aan activiteiten naar type vakantie

5.1.8.1. Frequente activiteiten naar type vakantie

Tabel 73 bespreekt de percentages van respondenten met frequente activiteiten naar type vakantie.

- Bij een weekend of korte vakantie gaat men meer op café, terras en restaurant. Zwemmen in een zwembad komt beduidend meer voor bij een verlengd weekend of midweek.

- Fietsen, grotere wandeltochten maken, markten bezoeken en familie of vrienden bezoeken doet men meer bij een langere vakantie.

Tabel 73
Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	(Verlengd) weekend	Midweek (ma tot vr)	Andere korte vakantie (< 7 n)	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15+ n	Totaal
Wandelen op dijk	77,8	83,4	81,4	81,5	74,4	77,0	79,6
Rusten, luieren	64,9	75,7	71,2	76,3	77,0	81,5	72,8
Café/terras /tearoom	72,4	79,0	73,1	62,9	65,6	63,5	68,6
Winkelen	52,1	51,1	55,4	54,9	45,5	55,5	53,4
Restaurant	60,9	40,1	60,2	42,3	37,9	40,3	50,2
Wandeltocht (> 1 uur)	46,7	43,5	42,8	37,5	39,6	38,7	41,6
Wandeling (< 1 uur)	29,2	35,9	36,7	38,3	33,4	37,6	35,1
Zonnen	25,7	28,3	30,8	28,9	29,5	40,6	29,6
Bezoeken markt	16,8	15,1	17,1	15,7	20,8	25,1	17,5
Fietsen (< 1 uur)	7,1	10,7	10,2	9,8	12,8	18,6	10,3
Gocart, cuisse-tax	6,5	7,7	12,2	9,9	21,4	9,6	10,3
Zwemmen in zwembad	11,3	20,4	5,5	10,2	11,4	5,5	9,7
Natuurobservatie	5,1	11,1	12,7	10,2	8,7	12,6	9,6
Vrienden en familie	8,8	6,0	6,2	8,8	10,4	17,8	9,1
Zwemmen in zee	5,6	4,9	7,2	8,4	10,1	7,7	7,3
Strand- en watersporten	3,7	3,5	5,4	5,0	11,7	7,6	5,5
Bijwonen animatie	3,9	5,4	4,2	5,6	12,0	5,5	5,4
Minigolf	4,5	3,8	3,9	5,3	7,1	6,9	5,0
Joggen	2,8	5,1	4,2	4,1	3,6	3,4	3,7
Andere sporten (golf, andere)	1,7	3,8	1,9	3,0	6,5	2,6	2,7
Wellness	2,1	1,6	0,6	1,9	1,1	2,0	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	10,7	9,1	7,5	7,7	7,3	8,8	8,6
Totaal (in %)	520,3	545,2	550,4	528,2	547,8	568,4	537,2
Aantal ongewogen cases	896	189	621	908	207	245	3 066

5.1.8.2. Minder frequente activiteiten naar type vakantie

Tabel 74 geeft de minder frequente activiteiten weer naar type vakantie.

- Bij langere vakanties van twee weken en meer gaat men vaker op daguitstap naar andere kustgemeenten en maakt men ook meer fietstochten.
- Ook de bezoeken aan het hinterland nemen toe naarmate de verblijfsduur langer wordt.

Tabel 74
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	(Verlengd) weekend	Midweek (ma tot vr)	Andere korte vakantie (< 7 n)	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15+ n	Totaal
Aan de Kust							
Daguitstap naar andere kustgemeente	41,6	54,0	43,4	55,1	58,3	59,4	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	12,4	9,4	13,0	13,0	14,3	27,4	14,1
Attractiebezoek	8,7	13,9	10,8	11,4	20,4	12,3	11,5
Bezoek evenement	10,0	6,0	6,0	8,0	15,9	9,2	8,7
Bezoek museum	5,9	9,5	3,9	6,7	9,8	5,2	6,2
Totaal (in %)	78,6	92,8	77,1	94,2	118,7	113,5	90,3
In hinterland							
Bezoek stad of dorp	12,5	13,4	13,5	14,5	15,4	18,5	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	4,1	5,5	3,5	5,8	9,7	14,1	6,0
Rondrit met auto of moto	0,3	0,4	1,4	2,2	0,8	3,9	1,5
Attractiebezoek	1,1	0,2	1,1	1,7	1,7	2,0	1,4
Bezoek museum	0,2	3,1	1,2	1,5	1,6	0,1	1,1
Bezoek evenement	0,1	0,0	0,1	0,0	0,9	0,1	0,1
Totaal (in %)	18,3	22,6	20,8	25,7	30,1	38,7	24,3
Aantal ongewogen cases	896	189	621	908	207	245	3066

5.1.9. Participatie aan activiteiten naar beroep van gezinshoofd

5.1.9.1. Frequente activiteiten naar beroep van gezinshoofd

Tabel 75 bespreekt de percentages van respondenten met frequente activiteiten naar beroep van het gezinshoofd.

- Opvallende verschillen in activiteitenpatroon tussen de verschillende beroepsgroepen zijn er niet.
- Wel blijken zelfstandigen en kaderpersoneel iets vaker op restaurant te gaan.
- Onderwijzend personeel bezoekt dan weer minder vaak dan gemiddeld een café of terras, maar doet meer strand- en watersporten en natuurobservatie.

Tabel 75

Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar beroep gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	Ondernemers en vrije beroepen	Zelfstandige handelaars en ambachtslui	Kader-personeel	Bediende	Onderwijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepen-sioneerden	Totaal
Wandelen op dijk	75,3	78,0	78,7	80,7	81,8	81,6	71,0	79,7	79,6
Rusten, luieren	75,4	74,1	78,3	73,1	68,4	69,2	72,8	72,6	72,8
Café/terras /tearoom	65,5	69,7	66,2	68,1	60,0	71,9	60,0	69,9	68,6
Winkelen	55,9	56,4	63,9	53,7	51,9	56,7	38,4	50,5	53,4
Restaurant	45,1	68,0	57,1	46,0	39,5	52,8	53,7	49,2	50,2
Wandeltocht (> 1 uur)	36,9	34,3	45,3	39,7	44,4	40,7	31,0	44,3	41,6
Wandeling (< 1 uur)	34,0	33,0	40,6	38,9	40,7	30,9	37,9	32,8	35,1
Zonnen	33,2	34,0	39,4	34,6	37,6	22,3	21,5	25,6	29,6
Bezoeken markt	12,6	12,5	13,1	16,8	17,0	20,3	11,0	19,7	17,5
Fietsen (< 1 uur)	16,8	11,3	13,8	11,0	8,8	9,3	13,5	8,6	10,3
Gocart, cuisse-tax	6,5	14,2	11,1	15,2	10,4	10,8	11,2	6,6	10,3
Zwemmen in zwembad	15,6	12,4	14,5	12,0	14,3	14,4	17,9	3,8	9,7
Natuurobservatie	5,2	9,3	9,4	9,3	16,0	6,5	5,2	11,0	9,6
Vrienden en familie	12,4	13,3	8,5	7,5	15,8	8,0	7,5	8,9	9,1
Zwemmen in zee	10,3	10,1	13,1	8,9	9,1	6,3	19,0	4,0	7,3
Strand- en watersporten	13,5	8,0	5,3	6,3	14,0	5,8	14,0	2,2	5,5
Bijwonen animatie	5,1	5,7	3,5	6,7	7,3	5,0	4,2	4,8	5,4
Minigolf	7,6	5,6	6,7	5,6	9,5	4,9	4,4	3,5	5,0
Joggen	7,9	4,9	9,2	4,4	7,7	3,1	10,5	1,2	3,7
Andere sporten (golf, andere)	3,6	2,2	5,6	3,4	2,7	1,1	5,6	2,1	2,7
Wellness	3,6	4,4	0,8	1,1	1,0	2,0	6,4	1,1	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	12,3	17,6	6,5	10,2	8,5	10,4	11,3	5,3	8,6
Totaal (in %)	554,3	579,0	590,6	553,2	566,4	534,0	528,0	507,4	537,2
Aantal ongewogen cases	167	227	285	767	121	413	64	1 013	3 066

5.1.9.2. Minder frequente activiteiten naar beroep van gezinshoofd

- Arbeiders en gepensioneerden maken iets vaker dan gemiddeld een daguitstap naar een andere kustgemeente.
- De hogere beroepsklassen (ondernemers, zelfstandigen, kader) bezoeken vaker een stad of dorp in het hinterland.

Tabel 76
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar beroep gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	Ondernemers en vrije beroepen	Zelfstandige handelaars en ambachtslui	Kader-personeel	Bediende	Onderwijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepen-sioneerden	Totaal
Aan de Kust									
Daguitstap naar andere kustgemeente	46,4	43,2	48,6	46,2	48,6	53,2	30,8	53,9	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	16,7	14,0	16,1	15,5	14,6	17,5	13,0	11,5	14,1
Attractiebezoek	15,9	16,4	11,1	13,5	15,4	15,1	13,1	7,5	11,5
Bezoek evenement	6,9	13,4	10,6	7,6	8,5	11,2	11,8	7,5	8,7
Bezoek museum	8,5	4,5	8,9	5,8	6,1	3,8	3,1	6,8	6,2
Totaal (in %)	94,4	91,5	95,3	88,6	93,2	100,8	71,8	87,2	90,3
In hinterland									
Bezoek stad of dorp	16,5	18,7	21,6	10,2	11,0	14,2	6,3	15,0	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	6,6	4,9	8,0	6,4	6,3	6,5	3,6	5,4	6,0
Rondrit met auto of moto	2,7	0,7	2,6	0,8	0,7	1,8	0,0	1,8	1,5
Attractiebezoek	1,1	3,0	1,6	1,3	4,2	1,8	0,5	0,8	1,4
Bezoek museum	1,6	0,2	0,8	0,9	4,0	0,6	3,4	1,1	1,1
Bezoek evenement	0,0	1,3	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Totaal (in %)	28,5	28,8	34,6	19,7	26,2	24,9	13,8	24,2	24,3
Aantal ongewogen cases	167	227	285	767	121	413	64	1013	3066

5.1.10. Participatie aan activiteiten naar herhaal- of initieel bezoek

5.1.10.1. Frequente activiteiten naar herhaal- of initieel bezoek

Tabel 77 bespreekt de percentages van respondenten met frequente activiteiten naar herhaal- of initieel bezoek.

- Initiële bezoekers gaan meer dan gemiddeld op restaurant en gaan ook meer zwemmen in een zwembad of in zee.
- Herhaalbezoekers maken meer dan gemiddeld een ritje met een gocart.

Tabel 77
Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar herhaal- of initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	Herhaalbezoek	Initieel bezoek	Totaal
Wandelen op dijk	81,1	72,8	79,6
Rusten, luieren	73,5	69,0	72,8
Café/terras/tearoom	68,4	69,7	68,6
Winkelen	53,3	54,5	53,4
Restaurant	49,2	54,8	50,2
Wandeltocht (> 1 uur)	41,5	42,2	41,6
Wandeling (> 1 uur)	34,9	35,6	35,1
Zonnen	29,8	28,3	29,6
Bezoek markt	16,9	20,3	17,5
Fietsen (< 1 uur)	10,1	11,6	10,3
Gocart, cuisse-tax	11,2	5,2	10,3
Zwemmen in zwembad	8,0	17,4	9,7
Natuurobservatie	9,3	11,0	9,6
Vrienden en familie	9,5	7,3	9,1
Zwemmen in zee	6,7	10,3	7,3
Strand- en watersporten	5,6	4,8	5,5
Participeren aan animatie	4,8	7,5	5,4
Minigolf	5,0	4,2	5,0
Joggen	3,6	4,4	3,7
Andere sporten(golf, andere)	2,5	3,8	2,7
Wellness	1,4	2,8	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	9,1	6,4	8,6
Totaal (in %)	535,4	543,9	537,2
Aantal ongewogen cases	2 194	854	3 066

5.1.10.2. Minder frequente activiteiten naar herhaal- of initieel bezoek

- Initiële bezoekers maken iets minder een daguitstap naar een andere kustgemeente dan herhaalbezoekers.

- Initiële bezoekers combineren hun bezoek aan de Kust wek vaker dan gemiddeld met een bezoek aan een stad of dorp in het hinterland.

Tabel 78
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar herhaal- of initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	Herhaalbezoek	Initieel bezoek	Totaal
Aan de Kust			
Daguitstap naar andere kustgemeente	50,7	45,7	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	14,2	13,9	14,1
Attractiebezoek	11,6	11,5	11,5
Bezoek evenement	8,7	8,8	8,7
Bezoek museum	5,8	7,9	6,2
Totaal (in %)	91,0	87,8	90,3
In hinterland			
Bezoek stad of dorp	12,8	20,8	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	6,5	3,8	6,0
Rondrit met auto of moto	1,5	1,7	1,5
Attractiebezoek	1,2	2,1	1,4
Bezoek museum	0,8	1,9	1,1
Bezoek evenement	0,1	0,2	0,1
Totaal (in %)	22,9	30,5	24,3
Aantal ongewogen cases	2 194	854	3 066

5.1.11. Participatie aan activiteiten naar subregio kust

5.1.11.1. Frequente activiteiten naar subregio kust

Tabel 79 geeft het aandeel van respondenten met frequente activiteiten naar subregio Kust.

- Het aandeel van respondenten dat gaat winkelen is aan de Westkust iets groter dan aan de Oostkust. Voor restaurantbezoek zien we dan weer het omgekeerde patroon.
- De Westkust blijkt populair voor lange wandeltochten en voor natuurobservatie.
- De Middenkust is meer dan gemiddeld in trek voor bezoeken aan markten.

Tabel 79
Aandeel van vakantiegangers met activiteit van vorige dag naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Frequente activiteit	Oostkust	Middenkust	Westkust	Totaal
Wandelen op dijk	72,5	84,6	81,6	79,6
Rusten, luieren	80,5	58,3	77,8	72,8
Café/terras/tearoom	72,2	71,3	63,6	68,6
Winkelen	48,2	52,8	58,0	53,4
Restaurant	58,1	50,7	43,4	50,2
Wandeltocht (>1 uur)	33,5	44,4	45,8	41,6
Wandeling (> dan 1 uur)	35,6	31,1	37,7	35,1
Zonnen	27,2	29,9	31,4	29,6
Bezoek markt	18,0	23,0	13,0	17,5
Fietsen (< 1 uur)	12,0	10,4	9,0	10,3
Gocart, cuisse-tax	4,6	11,1	14,2	10,3
Zwemmen in zwembad	12,1	8,2	8,9	9,7
Natuurobservatie	9,1	3,9	14,4	9,6
Vrienden en familie	11,4	6,5	9,2	9,1
Zwemmen in zee	6,1	5,8	9,4	7,3
Strand- en watersporten	2,7	4,3	8,5	5,5
Bijwonen animatie	7,3	5,3	3,8	5,4
Minigolf	8,6	3,6	3,2	5,0
Joggen	5,0	3,3	3,1	3,7
Andere sporten (golf, andere)	3,6	1,9	2,6	2,7
Wellness	1,4	1,8	1,7	1,6
Andere ontspanning (lunapark, casino, disco, andere)	10,5	9,8	6,1	8,6
Totaal (in %)	540,2	522,0	546,4	537,2
Aantal ongewogen cases	1 285	941	840	3 066

5.1.11.2. Minder frequente activiteiten naar subregio kust

- Aan de Oostkust maakt men iets minder dan gemiddeld een daguitstap naar een andere kustgemeente. Het bezoek aan evenementen ligt er dan weer hoger dan aan de Midden- of Westkust. Het bezoek aan attracties ligt hoger dan gemiddeld aan de Westkust.
- In vergelijking met de Midden- of Westkust combineert men het kustbezoek aan de Oostkust vaker met een bezoek aan een stad of dorp in het hinterland.

Tabel 80
Aandeel van vakantiegangers met minder frequente activiteit tot op het moment van bevraging naar subregio Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Minder frequente activiteit	Oostkust	Middenkust	Westkust	Totaal
Aan de Kust				
Daguitstap naar andere kustgemeente	45,4	52,0	51,7	49,8
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	12,4	15,8	14,2	14,1
Attractiebezoek	9,5	9,2	14,9	11,5
Bezoek evenement	11,5	9,3	6,0	8,7
Bezoek museum	3,2	6,4	8,3	6,2
Totaal (in %)	82,0	92,7	95,1	90,3
In hinterland				
Bezoek stad of dorp	19,1	11,6	12,3	14,2
Recreatieve fietstocht (> 1 uur)	3,5	5,6	8,3	6,0
Rondrit met auto of moto	2,1	1,0	1,4	1,5
Attractiebezoek	1,9	1,3	0,9	1,4
Bezoek museum	1,1	0,8	1,3	1,1
Bezoek evenement	0,2	0,1	0,2	0,1
Totaal (in %)	27,9	20,4	24,4	24,3
Aantal ongewogen cases	1 285	941	840	3 066

5.1.12. Participatiegraad bij daguitstappen naar specifieke kustgemeenten

Bij de minder frequente activiteiten blijkt de daguitstap naar een andere kustgemeente dan waar men logeert, de activiteit met het hoogste aandeel.

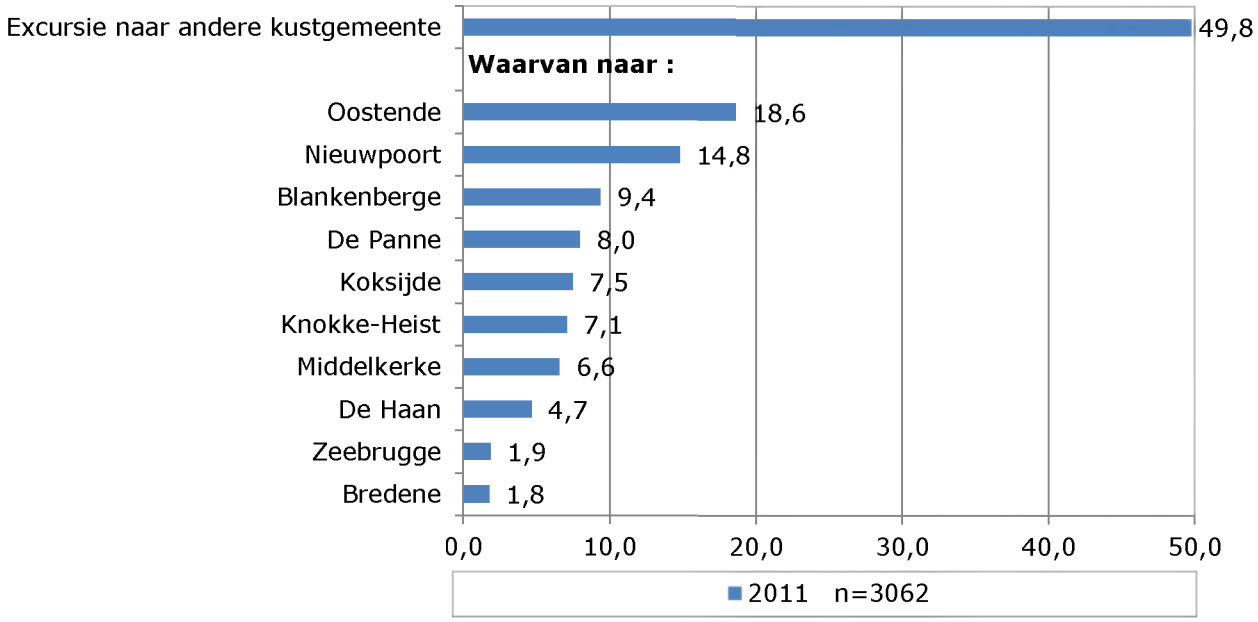
Hieronder zoomen we in op de participatiegraad naar specifieke kustgemeenten.

5.1.12.1. Participatiegraad bij daguitstappen naar specifieke kustgemeenten, 2011

Grafiek 113 geeft het aandeel weer van respondenten met één of meer daguitstappen naar andere kustgemeenten dan die waar men logeert.

- Oostende blijkt het vaakst als bestemming voor een daguitstap aan de Kust gekozen te worden, gevolgd door Nieuwpoort en Blankenberge.
- Bredene en Zeebrugge worden het minst genoemd als bestemming voor een daguitstap aan de Kust.

Grafiek 113
Aandeel van respondenten met één of meer daguitstappen naar specifieke kustgemeente tot op moment van de bevraging, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)



5.1.12.2. Participatiegraad bij daguitstappen naar specifieke kustgemeenten naar herkomst

Tabel 81 toont de participatiegraad bij daguitstappen naar specifieke kustgemeenten naar herkomst.

- Bij uitstappen naar een andere badplaats kiezen de Vlamingen vooral voor Oostende, Nieuwpoort en Middelkerke. Ook Middelkerke wordt meer dan gemiddeld bezocht.
- De Walen kiezen in eerste instantie voor Oostende en Nieuwpoort, gevolgd door Koksijde.

Tabel 81
Aandeel van respondenten met één of meer daguitstappen naar specifieke kustgemeente tot op moment van de bevraging naar herkomst, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten, multiple response)

Kustgemeente	Vla.	Wall./Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Excursie naar een andere kustgemeente **Waarvan naar :**	51,6	46,7	*50,1*	49,1	57,9	48,6	45,3	20,3	49,8
Oostende	19,9	15,3	*18,4*	17,1	27,2	23,7	16,4	0,0	18,6
Nieuwpoort	16,0	15,2	*15,8*	10,7	11,2	14,8	8,1	2,8	14,8
Blankenberge	10,3	5,7	*8,9*	13,0	14,1	9,0	11,9	6,4	9,4
De Panne	7,6	9,3	*8,1*	6,8	9,7	8,8	4,1	2,0	8,0
Koksijde	7,3	10,2	*8,2*	3,5	3,8	6,0	7,3	2,4	7,5
Knokke-Heist	6,9	5,1	*6,4*	7,8	16,0	8,0	11,5	8,4	7,1
Middelkerke	9,2	3,1	*7,3*	3,0	4,2	2,1	6,8	1,5	6,6
De Haan	5,2	2,9	*4,5*	6,0	8,7	3,2	4,4	3,2	4,7
Zeebrugge	2,2	1,2	*1,9*	2,1	3,2	0,9	3,2	0,0	1,9
Bredene	2,2	0,9	*1,8*	2,0	3,8	0,2	0,0	0,0	1,8
Aantal ongewogen cases	1 222	453	*1 675*	484	391	211	142	159	3 062

- Voor de buitenlandse markten is Oostende de meest gekozen kustgemeente voor een daguitstap naar een andere badplaats. De Britten zijn sowieso al sterk geconcentreerd in Oostende. De kleine minderheid van Britten die niet in Oostende logeert gaat ook niet op daguitstap naar Oostende.

- Na Oostende zijn de belangrijkste kustgemeenten voor de Nederlanders Nieuwpoort, Blankenberge en Knokke-Heist, voor de Duitsers Knokke-Heist, Blankenberge en Nieuwpoort, voor de Fransen Nieuwpoort, Blankenberge en De Panne en voor de Luxemburgers Blankenberge en Knokke-Heist.

5.1.12.3. Participatiegraad bij daguitstappen naar specifieke kustgemeenten naar subregio kust

Tabel 82 geeft de participatiegraad bij daguitstappen naar specifieke kustgemeenten weer naar subregio Kust..

- Oostende blijkt vanuit elke subregio het meest bezocht te worden, zij het iets minder vanuit de Westkust.

- Vanuit de Oostkust blijken vooral Knokke-Heist en Blankenberge als daguitstap bezocht te worden. Het aandeel van de Westkustgemeenten is veel minder groot.

- De Westkust vertoont een gelijkaardig patroon: hoge participatiegraad voor de Westkustgemeenten, veel lagere percentages voor de Oostkust.

- Vakantiegangers aan de Middenkust gaan beide richtingen uit, zowel naar de Oostkust (Blankenberge) als naar de Westkust (Nieuwpoort, De Panne).

Tabel 82
Aandeel van respondenten met één of meer daguitstappen naar specifieke kustgemeente tot op moment van de bevraging, subregio Kust vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van bevraagden rond activiteiten)

Kustgemeente	Oostkust	Middenkust	Westkust	Totaal
Excursie naar andere kustgemeente **Waarvan naar :**	45,4	52,0	51,7	49,8
Oostende	19,8	19,8	16,8	18,6
Nieuwpoort	3,0	19,6	20,6	14,8
Blankenberge	13,7	12,6	3,7	9,4
De Panne	2,1	8,2	12,5	8,0
Koksijde	1,7	6,4	12,9	7,5
Knokke-Heist	14,6	4,9	2,9	7,1
Middelkerke	3,6	9,7	6,7	6,6
De Haan	6,7	6,6	1,7	4,7
Zeebrugge	4,8	0,9	0,4	1,9
Bredene	1,7	2,5	1,4	1,8
Aantal ongewogen cases	1 284	939	839	3 062

5.2. Volume van minder frequente activiteiten

Wat betreft de dagelijkse activiteiten kan geen volume van trips of bezoeken worden ingeschat. Er werd enkel gevraagd of ze de welbepaalde activiteit hadden uitgevoerd de vorige dag. Voor de minder frequente activiteiten werden wél bestemmingen en frequenties opgevraagd en kan een inschatting gemaakt worden van het volume van deze trips. Dit is een eerder minimale inschatting die een indicatie geeft van een minimumvolume van trips die gegenereerd worden door vakantiegangers die logeren in commercieel logies aan de kust en die geen rekening houdt met de frequente activiteiten.

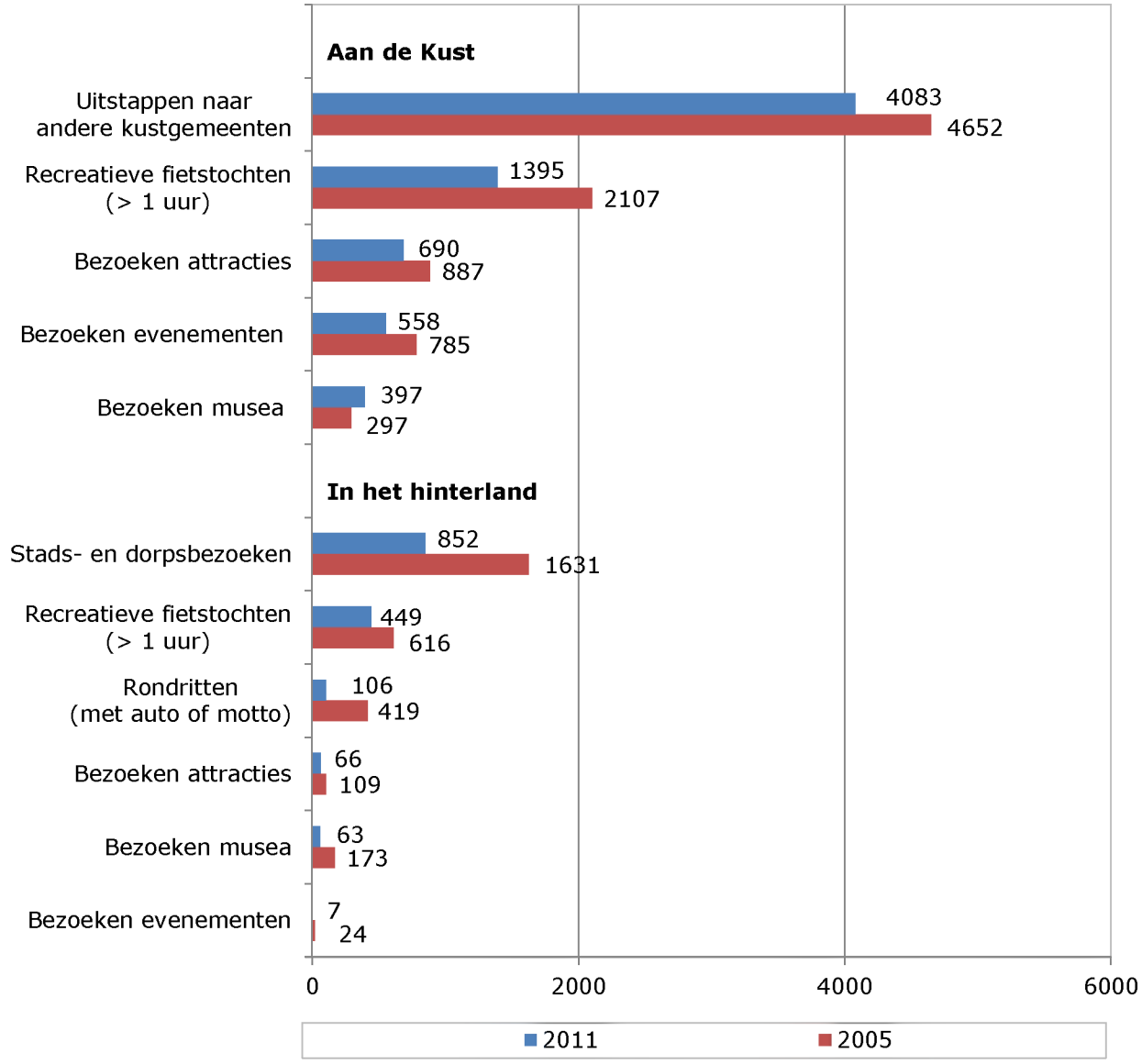
- Het aantal daguitstappen naar ander kustgemeenten wordt op 4,1 miljoen geraamd. Ten opzichte van 2005 is dit een daling met ongeveer een half miljoen uitstappen.

- Het aantal recreatieve fietstochten aan de Kust komt op 1,4 miljoen.

- Het aantal bezoeken aan attracties aan de Kust wordt op een kleine 700 000 geraamd, de evenementen aan de Kust komen op 560 000 bezoeken en de musea op 400 000 bezoeken.

- Wat de uitstappen naar het hinterland betreft wordt het aantal stads- en dorpsbezoeken op 850 000 geraamd, het aantal recreatieve fietstochten op 450 000, de rondritten met de auto of moto op ruim 100 000. De bezoeken aan attracties in het hinterland zijn goed voor 66 000 bezoeken, die aan musea voor 63 000 bezoeken en die aan evenementen voor 7 000 bezoeken.

Grafiek 114
Aantal trips of bezoeken naar bestemming, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2005 en 2011 (x 1.000)

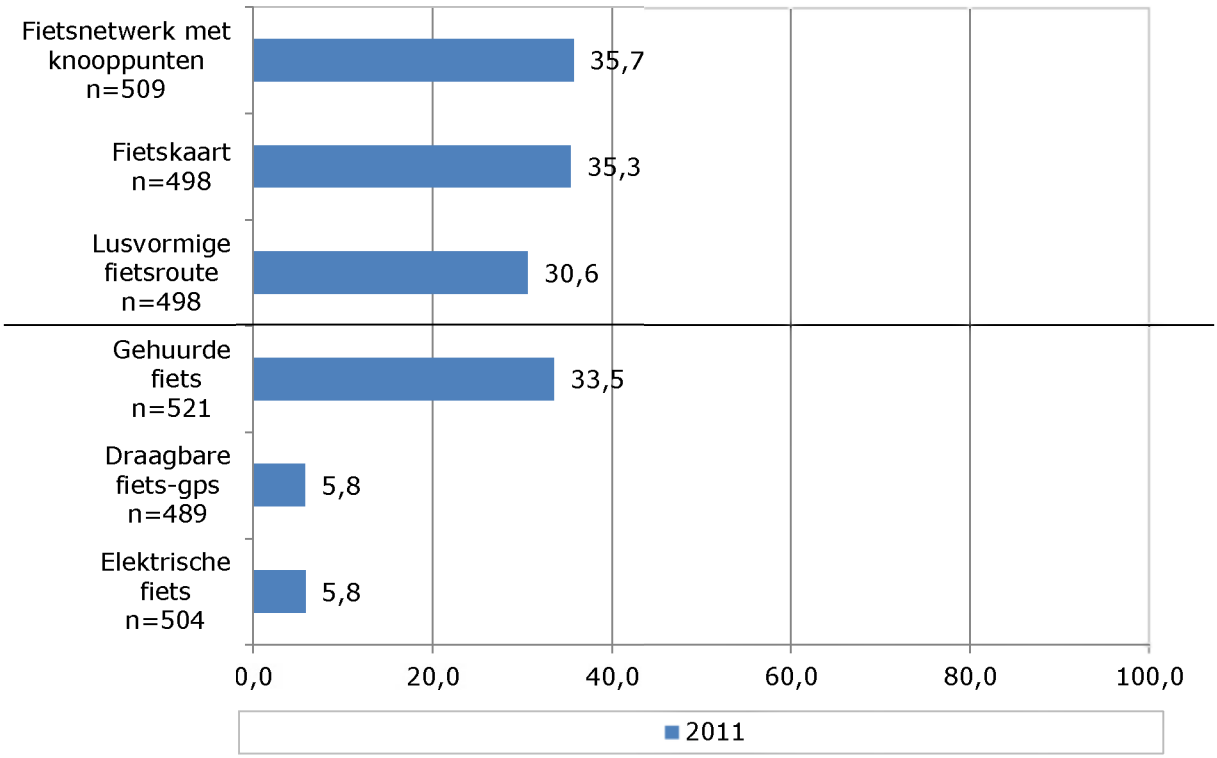


5.3. Gebruik diverse fietsproducten

5.3.1. Gebruik diverse fietsproducten, 2011

- Iets meer dan een derde van de vakantiegangers die een recreatieve fietstocht maakt van meer dan één uur gebruikt de fietsnetwerken met knooppunten en de fietskaarten.
- Nog steeds gebruikt ook een derde van de vakantiegangers de lusvormige routes wanneer ze een recreatieve fietstocht maken.
- Bij de vakantiegangers huurt die fietsen huurt verder een derde een fiets.
- Er wordt nog weinig gebruik gemaakt van een draagbare fiets-gps en een elektrische fiets.

Grafiek 115
Gebruik diverse fietsproducten, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur maakten)



5.3.2. Gebruik fietsproducten naar herkomst

Slechts die landen zijn meegenomen waarvoor voldoende cases werden gerealiseerd namelijk voldoende fietsers die een recreatieve fietstocht maakten van meer dan 1 uur.

- Het systeem van fietsnetwerken met knooppunten en fietskaarten maar ook de fietslussen worden relatief meest gebruikt door Vlamingen en Nederlanders die een recreatieve fietstocht maakten van meer dan 1 uur.

- De helft van de fietsers uit Wallonië/Brussel huurt een fiets. Dat gebeurt veel minder, maar toch voor een vijfde van de fietsers door Vlamingen (die vaak hun eigen fiets meehebben). Bij de Nederlanders en Duitsers gaat dit telkens om een derde van de fietsers.

- De fiets-gps kent bij alle herkomsten nog een vrij laag gebruik.

Tabel 83
Gebruik diverse fietsproducten naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur maakten)

Gebruik	Vlaan-deren	Wallonië / Brussel	België	Neder-land	Duitsland	Totaal
Fietsnetwerk met knooppunten	44,3	17,1	37,2	39,6	14,0	35,7
Fietskaart	42,6	17,5	35,8	41,7	27,4	35,3
Lusvormige route	35,9	19,7	31,5	32,2	19,4	30,6
Gehuurde fiets	24,9	53,4	32,7	34,9	38,8	33,5
Draagbare fiets-gps	6,2	7,1	6,4	0,8	5,2	5,8
Elektrische fiets	5,2	4,3	5,0	19,2	2,4	5,8
Aantal ongewogen cases	249	70	319	93	75	521

5.3.3. Gebruik fietsproducten naar logiesvorm

- Het systeem van fietsnetwerken met knooppunten en fietskaarten wordt het meest gebruikt door kampeerders die fietsen en door fietsers die logeren in een vakantie-centrum.

- De fietslussen hebben relatief meest succes bij fietsers die logeren in vakantiecentra en iets minder bij fietsers op campings.

- De fietsers die logeren in vakantieparken gebruiken ook de fietsnetwerken relatief veel maar zijn minder geïnteresseerd in de fietslussen.

- De fietsers op hotel huren meest een fiets (59%) maar dit percentage lit ook hoog bij de vakantieparken (43%). Fietsers die logeren in een vakantiecentrum of in een vakantiewoning huren minder een fiets (zijn ook meer Belgen die wellicht eigen fiets meehebben).

- De draagbare GPS en de elektrische fiets zijn iets meer belangrijk bij de kampeerders.

Tabel 84
Gebruik van diverse fietsproducten naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur maakten)

Gebruik	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
Fietsnetwerk met knooppunten	33,2	32,8	43,2	32,1	43,1	35,7
Fietskaart	37,1	33,5	39,5	32,9	35,9	35,3
Lusvormige route	30,2	27,6	32,9	17,6	42,2	30,6
Gehuurde fiets	59,1	32,7	2,6	42,5	23,1	33,5
Draagbare fiets-gps	2,4	6,0	9,4	6,1	6,9	5,8
Elektrische fiets	3,5	5,8	13,0	2,4	4,7	5,8
Aantal ongewogen cases	95	139	165	70	52	521

5.3.4. Gebruik fietsproducten naar leeftijd van de vakantieganger

- Het systeem van fietsnetwerken met knooppunten en fietskaarten wordt het meest gebruikt door de medioren.
- De fietslussen hebben eveneens meest succes bij medioren fietsers.
- Vooral de fietsers van 35-49 jaar huren een fiets.
- De elektrische fiets is het populairst bij de senioren: 65 jaar en meer.

Tabel 85
Gebruik van diverse fietsproducten naar leeftijd van de vakantieganger, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur maakten)

Gebruik	12-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65 jaar en meer	Totaal
Fietsnetwerk met knooppunten	34,6	27,2	43,2	34,3	35,7
Fietskaart	33,4	30,3	39,2	37,5	35,3
Lusvormige route	22,3	29,6	38,6	27,3	30,6
Gehuurde fiets	36,3	42,3	29,9	24,5	33,5
Draagbare fiets-gps	7,8	4,3	6,1	4,7	5,8
Elektrische fiets	3,9	1,6	4,7	16,6	5,8
Aantal ongewogen cases	100	155	181	86	521

5.3.5. Gebruik fietsproducten naar gezelschap met of zonder kinderen

- Gezelschappen zonder kinderen maken meer gebruik van het fietsnetwerk met knooppunten, van fietskaarten of van lusvormige fietsroutes dan gezelschappen met kinderen.

- Gezelschappen met kinderen maken dan weer iets meer gebruik van een huurfiets en van een draagbare fiets-gps.

Tabel 86
Gebruik van diverse fietsproducten naar gezelschap met of zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur maakten)

Gebruik	Met kinderen	Zonder kinderen	Totaal
Fietsnetwerk met knooppunten	31,8	39,1	35,7
Fietskaart	28,6	41,1	35,3
Lusvormige route	22,6	37,8	30,6
Gehuurde fiets	37,1	30,3	33,5
Draagbare fiets-gps	8,0	3,8	5,8
Elektrische fiets	3,5	7,9	5,8
Aantal ongewogen cases	229	292	521

5.3.6. Gebruik fietsproducten naar type vakantie

- Het fietsnetwerk met knooppunten is het populairst bij vakantiegangers die een vakantie van 15 nachten of langer aan de Kust doorbrengen, maar ook bij een midweek scoort het fietsnetwerk beter dan gemiddeld. Hetzelfde patroon zien we bij het gebruik van een fietskaart en van lusvormige fietsroutes.

- De huurfiets is duidelijk het tijdens de (verlengde) weekends en tijdens korte vakanties tot één week.

- De fiets-gps en de elektrische fiets scoren het hoogst bij de lange vakanties (15 nachten en langer).

Tabel 87
Gebruik van diverse fietsproducten naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur maakten)

Gebruik	(Verlengd) weekend	Midweek (ma-vr)	Korte vakantie (< 7 n)	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 n en +	Totaal
Fietsnetwerk met knooppunten	35,3	39,4	37,7	30,7	27,1	45,4	35,7
Fietskaart	40,1	45,9	31,2	29,0	36,8	40,9	35,3
Lusvormige route	33,2	33,9	23,9	28,7	33,9	34,7	30,6
Gehuurde fiets	46,4	32,9	43,3	28,1	22,2	22,7	33,5
Draagbare fiets-gps	6,6	0,0	4,6	5,2	1,6	10,8	5,8
Elektrische fiets	7,8	0,0	3,7	4,3	4,5	10,3	5,8
Aantal ongewogen cases	118	16	90	165	46	86	521

5.3.7. Gebruik fietsproducten naar beroep van gezinshoofd

- Het fietsnetwerk met knooppunten wordt meer dan gemiddeld gebruikt door de hogere beroepsklassen en door de gepensioneerden.
- De fietskaarten en de lusvormige fietsroutes scoren hoger dan gemiddeld bij de ondernemers en vrije beroepen, de zelfstandigen en de gepensioneerden, maar ook bij de arbeiders.
- Huurfietsen zijn populair bij ondernemers, maar ook bij bedienden.
- De draagbare fiets-gps slaat vooral aan bij ondernemers en kaderpersoneel.
- De elektrische fiets is vooral populair bij de gepensioneerden.

Tabel 88
Gebruik van diverse fietsproducten naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur maakten)

Gebruik	Ondernemers en vrije beroepen	Zelfstandig handelaars ambachtslui	Kaderpersoneel	Bediende	Onderwijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepensioneerden	Totaal
Fietsnetwerk met knooppunten	41,2	48,3	43,4	28,7	34,9	34,5	3,5	38,9	35,7
Fietskaart	47,3	39,2	31,8	32,2	33,8	37,5	0,0	38,3	35,3
Lusvormige route	20,6	38,5	40,9	26,9	27,8	38,9	12,4	28,4	30,6
Gehuurde fiets	47,6	23,4	31,9	43,6	37,7	23,6	55,2	27,8	33,5
Draagbare fiets-gps	14,7	4,5	8,5	5,4	0,0	3,8	0,0	6,5	5,8
Elektrische fiets	2,1	2,6	0,0	1,6	1,1	4,9	0,0	14,4	5,8
Aantal ongewogen cases	27	38	57	127	28	79	10	152	521

5.3.8. Gebruik fietsproducten naar herhaal- of initieel bezoek

- Het fietsnetwerk met knooppunten wordt meer gebruikt door herhaalbezoekers dan door initiële bezoekers, terwijl dit voor de fietskaarten en de lusvormige routes net omgekeerd is.

- Herhaalbezoekers maken ook iets meer gebruik van een huurfiets in vergelijking met initiële bezoekers.

Tabel 89
Gebruik van diverse fietsproducten naar herhaal- of initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur maakten

Gebruik	Herhaalbezoek	Initieel bezoek	Totaal
Fietsnetwerk met knooppunten	36,7	30,7	35,8
Fietskaart	34,9	37,7	35,4
Lusvormige route	29,5	36,4	30,7
Gehuurde fiets	34,2	30,0	33,5
Draagbare fiets-gps	5,9	5,6	5,8
Elektrische fiets	6,4	2,8	5,8
Aantal ongewogen cases	389	129	518

5.3.9. Gebruik fietsproducten naar subregio kust

- Het fietsnetwerk met knooppunten wordt vaker gebruikt aan de Westkust dan aan de Oostkust. De lusvormige routes worden het meest gebruikt aan de Middenkust en het minst aan de Oostkust.

- De huurfiets is het populairst aan de Oostkust, de elektrische fiets aan de Westkust.

Tabel 90
Gebruik van diverse fietsproducten naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur maakten

Gebruik	Oostkust	Middenkust	Westkust	Totaal
Fietsnetwerk met knooppunten	26,3	36,9	40,0	35,7
Fietskaart	34,4	33,2	37,6	35,3
Lusvormige route	20,7	38,0	30,6	30,6
Gehuurde fiets	40,5	24,4	36,5	33,5
Draagbare fiets-gps	4,8	5,7	6,5	5,8
Elektrische fiets	3,2	3,8	9,0	5,8
Aantal ongewogen cases	205	159	157	521

6. Motivatie en informatie

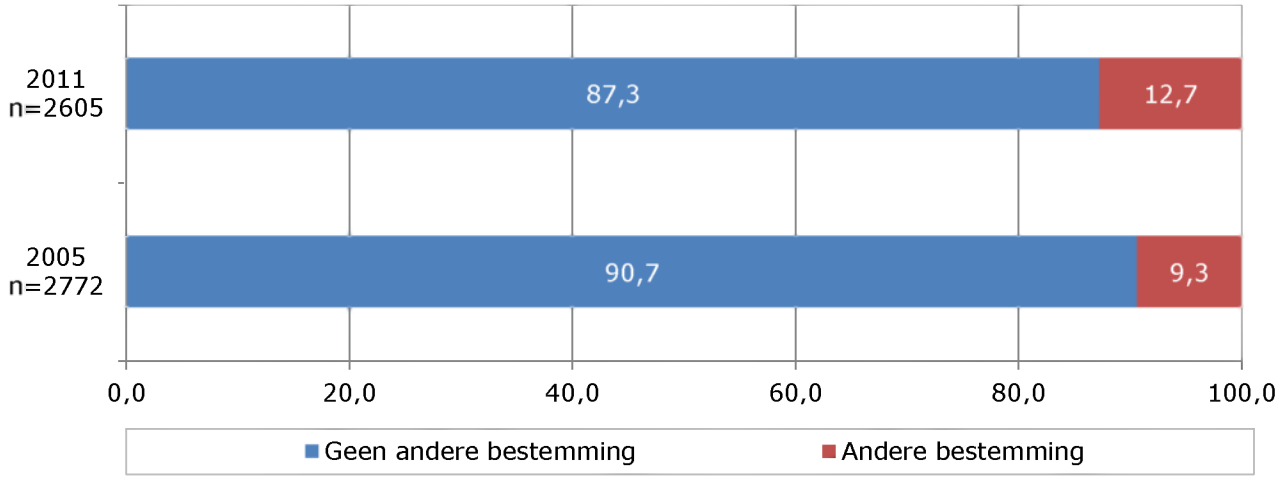
6.1. Motivatie voor keuze van vakantie of weekend aan Vlaamse Kust

6.1.1. Evolutie in motivatie voor keuze, 2005-2011

6.1.1.1. Andere bestemming overwogen

De Kust is een traditionele bestemming met een vrij stabiel cliënteel dat niet sterk beïnvloed wordt door trends. Ruim 87% overwoog geen andere bestemming

Grafiek 116
*Evolutie andere bestemming overwogen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, **zonder Paasvakantie 2011** (in % van respondenten)*



6.1.1.2. Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

De vergelijking wat betreft motivatie met 2005 is moeilijk te maken door een gewijzigde vraagstelling. In 2005 werd naar de troeven gevraagd van de Kust, in 2011 is gevraagd naar de redenen voor het kiezen van de Kust boven een andere vakantiebestemming.

Bij vergelijking kunnen we wel concluderen dat ook toen volgende elementen als belangrijk aan bod kwamen in volgorde van belang:

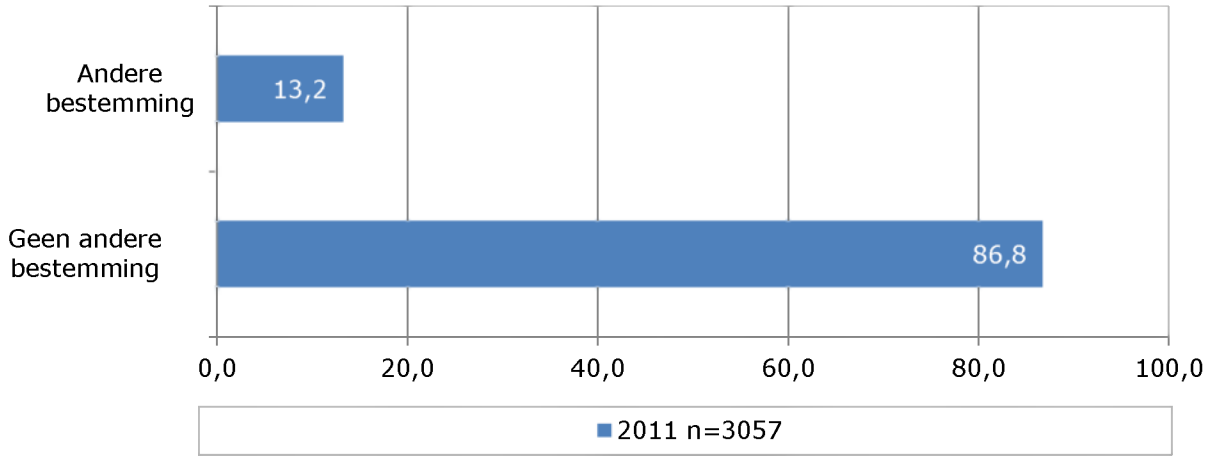
- nabijheid
- unieke omgeving van zee en strand
- de uitgebreide waaier van attracties en evenementen
- een gepaste omgeving om tot rust te komen.

6.1.2. Motivatie, 2011

6.1.2.1. Andere bestemming overwogen

87% van de vakantiegangers (mét paasvakantie van 2011) in commercieel logies aan de Kust in 2011 heeft geen enkele andere bestemming overwogen. Slechts een klein aandeel van 13% heeft bij het kiezen voor de Vlaamse Kust als vakantiebestemming wel gedacht aan een andere bestemming. De Vlaamse Kust is dus heel erg 'top of mind' bij de actuele vakantiegangers wanneer ze beslissen over de bestemming.

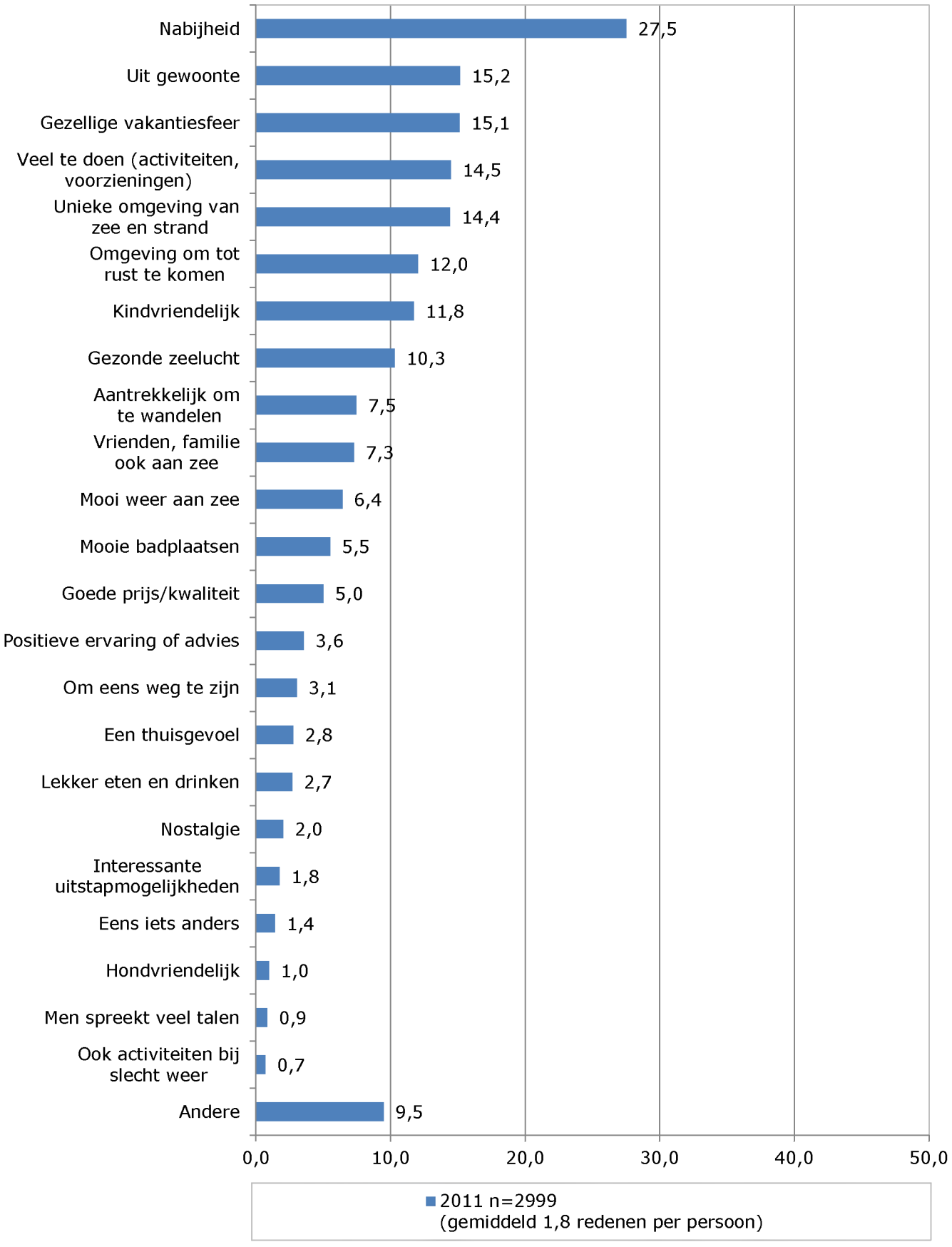
Grafiek 117
Andere bestemming overwogen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011(in % van respondenten)



6.1.2.2. Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

In een open vraag werd aan de actuele vakantiegangers aan de Kust gevraagd waarom ze precies voor de Vlaamse Kust gekozen hebben en niet voor een andere vakantiebestemming. De antwoorden werden gegroepeerd in categorieën zoals weergegeven in grafiek 118.

Grafiek 118
Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten die een reden hebben opgegeven)



De top vijf redenen waarom men kiest (alle respondenten) voor de Vlaamse Kust zijn:

- de nabijheid van de bestemming
- uit gewoonte
- de gezellige vakantiesfeer
- de uitgebreide waaier aan activiteiten en evenementen (er is veel te doen)
- de unieke omgeving van zee en strand.

In tweede orde komen volgende vijf aspecten:

- een gepaste omgeving om tot rust te komen
- een kindvriendelijke bestemming
- de gezonde zeelucht
- aantrekkelijke regio om te wandelen
- aanwezigheid van vrienden en familie

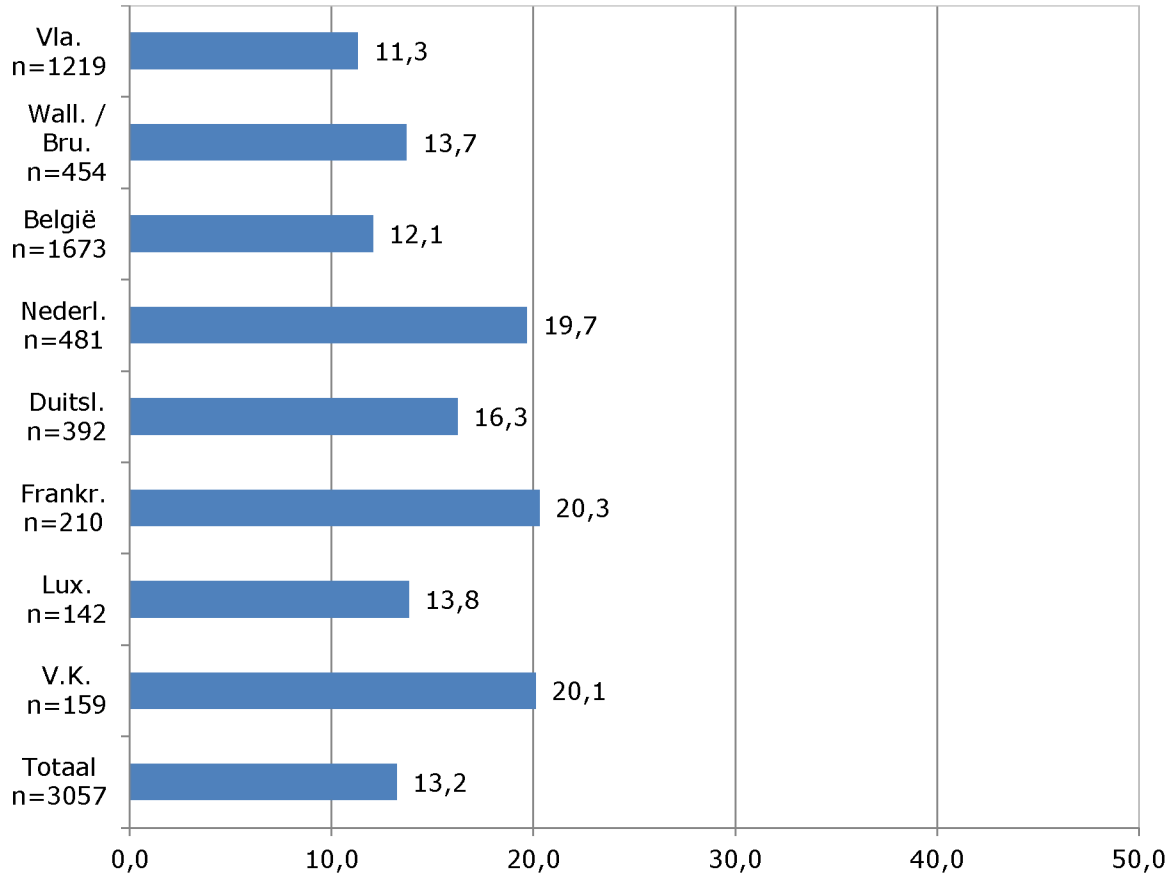
6.1.3. Motivatie naar herkomst

6.1.3.1. Andere bestemming overwogen

- De Vlaamse, Waals/Brusselse en Luxemburgse vakantiegangers aan onze kust zijn sterk georiënteerd op de Kust als bestemming. De Kust is dus een vrij robuuste bestemming op de binnenlandse en Luxemburgse markt.

- De Britse, Franse en Nederlandse vakantiegangers hebben iets meer een andere bestemming overwogen. Toch ligt ook bij deze marktlanden dit aandeel vrij laag op een vijfde.

Grafiek 119
Andere bestemming overwogen naar herkomst, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



6.1.3.2. Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

De top vijf redenen voor een vakantie aan de Vlaamse Kust zijn verschillend naargelang de markt.

Bij de Vlamingen:
- de nabijheid
- uit gewoonte
- de uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen
- een gepaste omgeving om tot rust te komen
- de gezellige vakantiesfeer.

Bij de Walen/Brusselaars:
- de nabijheid
- uit gewoonte
- de unieke omgeving van zee en strand
- kindvriendelijke bestemming
- de gezellige vakantiesfeer.

Bij de Nederlanders:
- de gezellige vakantiesfeer.
- de uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen
- de nabijheid
- de unieke omgeving van zee en strand
- de mooie badplaatsen.

Bij de Duitsers:
- de nabijheid
- de unieke omgeving van zee en strand
- de uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen
- de gezellige vakantiesfeer.
- de mooie badplaatsen (nog meer uitgesproken dan bij Nederlanders)

Bij de Fransen:
- de nabijheid
- de gezellige vakantiesfeer.
- de unieke omgeving van zee en strand
- aanwezigheid van vrienden en familie
- de uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen

Bij de Luxemburgers
- de nabijheid
- de uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen
- de gezellige vakantiesfeer.
- de unieke omgeving van zee en strand
- uit gewoonte

Bij de Britten
- de gezellige vakantiesfeer
- interessante uitstapmogelijkheden
- de uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen
- lekker eten en drinken
- mooie badplaatsen.

Tabel 91
Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar herkomst, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

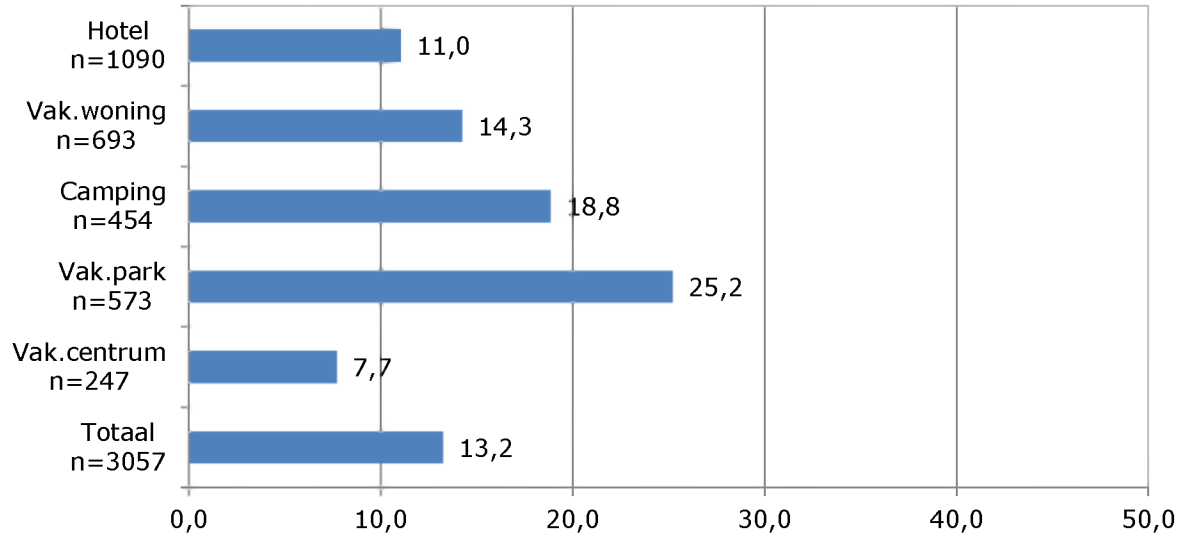
Redenen voor keuze Vlaamse Kust	Vla.	Wall. / Bru.	België	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Nabijheid	26,0	32,3	27,9	19,4	28,9	39,4	34,8	10,9	27,5
Gewoonte	15,2	20,9	17,0	6,0	9,6	5,4	14,3	3,8	15,2
Gezellige vakantiesfeer	13,5	13,2	13,4	28,9	14,8	18,6	16,2	33,8	15,1
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	14,5	11,5	13,5	24,9	15,6	9,4	17,2	21,4	14,5
Unieke omgeving zee en strand	11,3	18,8	13,6	19,4	22,0	17,2	15,6	6,1	14,4
Omgeving om tot rust te komen	14,5	10,9	13,4	6,3	5,2	9,5	5,9	2,4	12,0
Kindvriendelijk	12,9	14,1	13,2	5,0	4,9	8,4	5,0	0,5	11,8
Gezonde zeelucht	12,1	10,2	11,6	3,7	7,8	3,5	9,2	1,4	10,3
Aantrekkelijk voor wandelen	8,8	7,1	8,3	2,5	4,7	3,4	9,3	6,4	7,5
Vrienden, familie aan zee	7,9	7,1	7,7	4,0	3,8	9,6	8,4	9,5	7,3
Mooi weer aan zee	7,2	6,4	7,0	3,5	3,1	5,8	7,3	3,7	6,4
Mooie badplaatsen	4,2	5,3	4,5	8,8	14,5	5,5	9,4	10,2	5,5
Goede prijs/kwaliteit	4,6	5,6	4,9	5,5	4,5	9,9	5,2	2,6	5,0
Eigen ervaring of advies	3,5	3,0	3,3	4,3	5,6	2,5	4,4	8,4	3,6
Om eens weg te zijn	3,8	2,2	3,3	3,8	0,9	1,6	0,7	2,0	3,1
Een thuisgevoel	3,2	2,5	3,0	1,9	2,3	2,4	1,9	0,7	2,8
Lekker eten en drinken	1,5	1,9	1,6	6,0	8,3	6,1	9,4	13,1	2,7
Nostalgie	1,9	2,0	1,9	2,7	2,4	2,8	4,8	1,1	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	0,7	0,6	0,7	3,5	8,2	5,6	1,2	22,4	1,8
Eens iets anders	0,4	0,5	0,4	6,9	3,6	8,5	0,4	8,2	1,4
Hondvriendelijk	0,9	0,9	0,9	1,7	2,0	1,2	0,0	0,0	1,0
Men spreekt veel talen	0,4	2,1	0,9	1,2	0,1	0,6	0,0	1,1	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	0,3	1,0	0,5	1,9	0,7	3,2	0,6	0,0	0,7
Andere	11,1	5,7	9,4	13,2	8,0	9,1	4,4	7,6	9,5
Totaal (in %)	180,1	185,9	181,9	185,0	181,6	189,5	185,8	177,4	182,3
Aantal ongewogen cases	1 202	441	1 643	478	376	207	139	156	2 999

6.1.4. Motivatie naar logiesvorm

6.1.4.1. Andere bestemming overwogen

- Vakantieparken en campings trekken het meest toeristen aan die een andere bestemming hebben overwogen.
- In vakantiecentra werden enkel de Belgen bevraagd en die hebben het minst een andere bestemming overwogen.
- Vakantiegangers in vakantiewoningen of op hotel hebben eveneens een relatief beperkt aandeel van respondenten die een andere bestemming hebben overwogen.

Grafiek 120
Andere bestemming overwogen naar logiesvorm, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



6.1.4.2. Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

Tabel 92 toont de redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust naar logiesvorm.

- Bij alle logiesvormen is het aspect nabijheid het belangrijkste.
- Gewoonte komt iets meer voor bij vakantiewoningen dan bij andere logiesvormen.
- De gezellige vakantiesfeer is iets belangrijker bij vakantiegangers die logeren op hotel.
- De uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen speelt iets meer bij kampeerders.
- De unieke omgeving van zee en strand is belangrijker bij vakantiegangers in een vakantiepark en veel minder belangrijker bij vakantiegangers in een vakantiecentrum.
- Kindvriendelijkheid komt meer voor bij vakantiegangers in vakantiewoningen, in vakantieparken en in vakantiecentra.
- De gezonde zeelucht en aantrekkelijke omgeving om te wandelen spreekt de hotelgast en de vakantieganger in vakantiecentra meer aan dan de vakantiegangers in andere logiesvormen.

Tabel 92
Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar logiesvorm, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

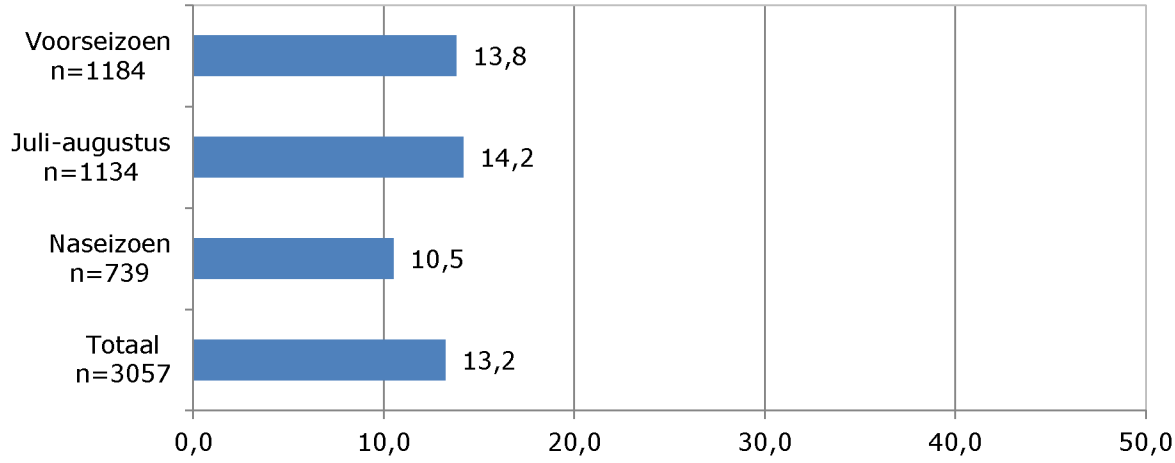
Reden voor keuze Kust	Hotel	Vak.woning	Camping	Vak.park	Vak.centrum	Totaal
Nabijheid	23,3	30,3	27,9	34,7	26,9	27,5
Gewoonte	13,5	21,5	8,3	3,7	10,0	15,2
Gezellige vakantiesfeer	20,3	12,0	16,4	7,0	14,2	15,1
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	17,7	10,0	21,5	17,6	14,7	14,5
Unieke omgeving zee en strand	15,2	15,1	13,9	22,3	6,7	14,4
Omgeving om tot rust te komen	12,4	11,8	11,5	7,1	14,6	12,0
Kindvriendelijk	4,6	17,2	7,2	15,6	14,7	11,8
Gezonde zeelucht	13,7	7,8	6,5	3,0	14,2	10,3
Aantrekkelijk om te wandelen	10,0	6,2	3,1	0,5	10,1	7,5
Vrienden, familie aan zee	7,5	8,0	8,6	4,0	5,9	7,3
Mooi weer aan zee	5,3	7,4	9,6	3,0	7,0	6,4
Mooie badplaatsen	7,4	4,3	7,0	4,1	4,3	5,5
Goede prijs/kwaliteit	2,5	7,3	5,0	9,1	3,0	5,0
Eigen ervaring of advies	3,4	3,4	3,3	4,0	4,7	3,6
Om eens weg te zijn	4,4	2,1	3,1	3,1	2,3	3,1
Een thuisgevoel	2,4	3,6	3,5	1,9	1,6	2,8
Lekker eten en drinken	5,2	1,0	1,8	2,3	1,7	2,7
Nostalgie	2,2	2,2	2,4	1,4	1,3	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	2,6	0,9	3,3	5,0	0,0	1,8
Eens iets anders	2,1	0,3	2,5	4,8	0,9	1,4
Hondvriendelijk	0,3	1,3	2,4	2,7	0,5	1,0
Men spreekt veel talen	0,7	1,4	1,1	0,0	0,0	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	0,2	0,4	0,2	7,0	0,0	0,7
Andere	8,9	6,4	18,9	17,0	12,4	9,5
Totaal (in %)	185,8	182,1	189,0	180,8	171,6	182,3
Aantal ongewogen cases	1 064	672	449	569	245	2 999

6.1.5. *Motivatie naar seizoen*

6.1.5.1. *Andere bestemming overwogen*

De Kust heeft vooral in de herfst een heel trouw publiek dat slechts in 10% van de gevallen een andere bestemming overweegt.

Grafiek 121
Andere bestemming overwogen naar seizoen, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



6.1.5.2. *Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming*

Tabel 93 toont de redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust naar seizoen.

- Bij alle seizoenen is het aspect nabijheid het belangrijkste, maar het speelt nog een grotere rol bij de vakantiegangers in de zomervakantie.
- Gewoonte komt iets meer voor in het voorseizoen.
- De gezellige vakantiesfeer en de waaier van activiteiten en evenementen zijn iets belangrijker bij vakantiegangers in het najaar.
- De uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen speelt iets meer bij kampeerders.
- De unieke omgeving van zee en strand en de aantrekkelijkheid van de Kust al omgeving om tot rust te komen is belangrijker bij vakantiegangers in het voorseizoen.
- Kindvriendelijkheid komt meer voor bij vakantiegangers in het voorjaar en in de zomervakantie.
- De gezonde zeelucht spreekt de vakantieganger in het voorjaar iets meer aan.
- De aantrekkelijkheid van de Kust als een regio om te wandelen heeft iets meer belang in de herfst.

Tabel 93
Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar seizoen, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

Reden voor keuze Kust	Voorseizoen	Juli-augustus	Naseizoen	Totaal
Nabijheid	24,4	33,2	23,1	27,5
Gewoonte	17,2	14,8	12,2	15,2
Gezellige vakantiesfeer	12,8	15,2	19,3	15,1
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	12,3	13,9	19,5	14,5
Unieke omgeving zee en strand	18,1	12,9	10,6	14,4
Omgeving om tot rust te komen	14,5	11,2	9,2	12,0
Kindvriendelijk	15,2	12,6	3,9	11,8
Gezonde zeelucht	15,3	6,0	9,1	10,3
Aantrekkelijk voor wandelen	7,0	6,0	11,0	7,5
Vrienden, familie aan zee	6,6	7,7	8,0	7,3
Mooi weer aan zee	8,6	5,1	4,9	6,4
Mooie badplaatsen	3,5	5,6	9,1	5,5
Goede prijs/kwaliteit	4,9	4,5	6,4	5,0
Eigen ervaring of advies	2,3	4,2	4,9	3,6
Om eens weg te zijn	3,2	3,6	1,9	3,1
Een thuisgevoel	2,5	3,1	2,8	2,8
Lekker eten en drinken	3,5	2,2	2,3	2,7
Nostalgie	2,0	2,5	1,2	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	1,8	1,2	2,9	1,8
Eens iets anders	1,4	1,7	1,1	1,4
Hondvriendelijk	0,6	1,2	1,4	1,0
Men spreekt veel talen	0,8	0,9	1,0	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	0,5	1,0	0,6	0,7
Andere	10,1	8,7	9,9	9,5
Totaal (in %)	189,0	178,8	176,2	182,3
Aantal ongewogen cases	1 153	1 120	726	2 999

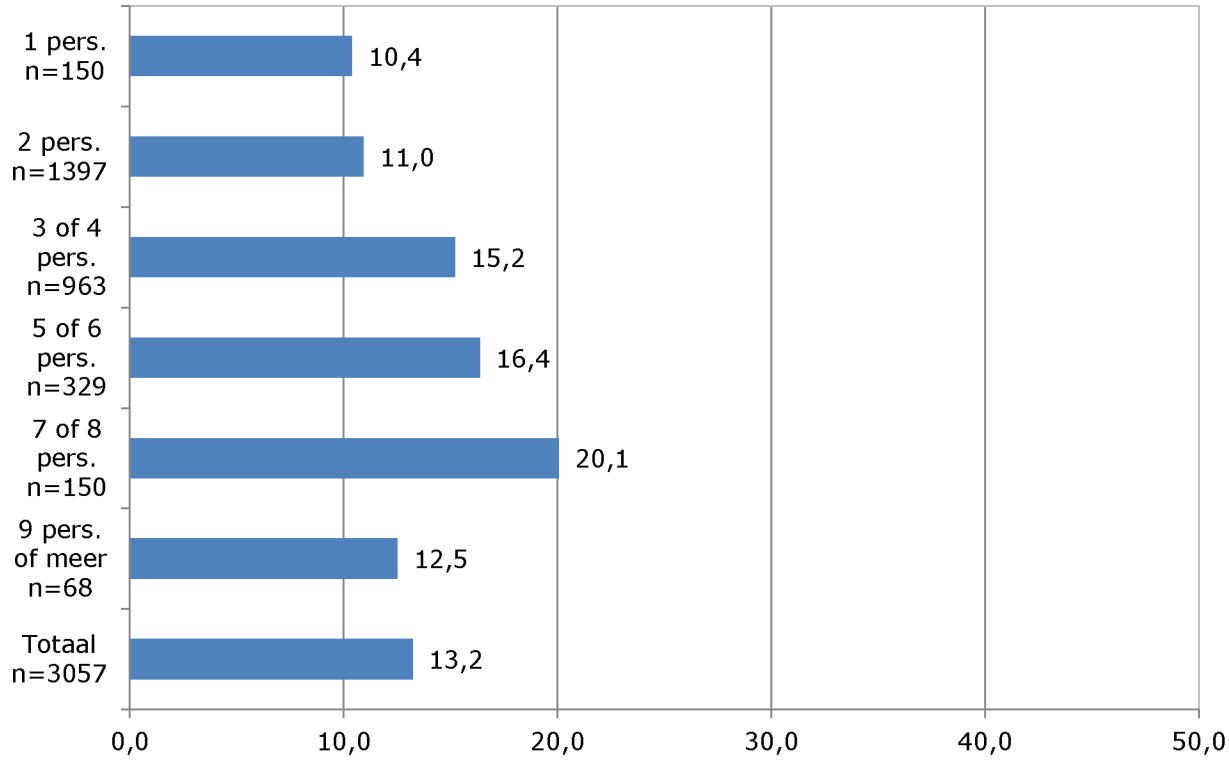
6.1.6. Motivatie naar typologie van gezelschap

6.1.6.1. Motivatie naar grootte van vakantiegezelschap

Andere bestemming overwogen

- De kleine gezelschappen zijn het trouwst. Slechts 10% à 11% van de gezelschappen van 1 of 2 personen heeft een andere bestemming overwogen.
- Bij de grotere gezelschappen neemt dit percentage gestaag toe tot 20% bij de gezelschappen van 7 of 8 personen.
- Voor de grootste gezelschappen (van 9 personen en meer) zakt het percentage dat een andere bestemming overwoog opnieuw naar 13%.

Grafiek 122
Andere bestemming overwogen naar grootte van vakantiegezelschap, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

Tabel 94 toont de redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust naar grootte van het gezelschap.

- Voor de alleenreizenden zijn de unieke omgeving van zee en strand en de gezonde zeelucht belangrijke onderscheidende reden voor de keuze van de Kust als vakantiebestemming. Daarnaast zijn ook vrienden of familie aan zee belangrijk.

- Voor de gezelschappen van 2 personen zijn - naast de nabijheid die bij alle gezelschappen hoog scoort - vooral de gezellige vakantiesfeer en de wandelmogelijkheden belangrijk.

- Voor de grotere gezelschappen (vanaf 5 personen) zijn naast de nabijheid vooral de gewoonte, de kindvriendelijkheid en de goede prijs/kwaliteit van belang.

Tabel 94
Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar grootte van vakantiegezelschap, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

Reden voor keuze Kust	1 pers.	2 pers.	3 of 4 pers.	5 of 6 pers.	7 of 8 pers.	9 pers. of meer	Totaal
Nabijheid	16,4	24,3	31,1	32,3	36,1	34,0	27,5
Gewoonte	9,4	15,8	12,3	20,1	18,2	26,3	15,2
Gezellige vakantiesfeer	12,5	20,6	11,3	9,5	6,0	3,8	15,1
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	14,2	15,9	15,7	6,6	10,5	13,6	14,5
Unieke omgeving zee en strand	24,2	12,8	15,2	17,3	11,2	8,2	14,4
Omgeving om tot rust te komen	12,9	14,0	11,8	7,3	6,0	6,7	12,0
Kindvriendelijk	0,0	1,1	19,8	33,2	23,2	29,5	11,8
Gezonde zeelucht	14,8	12,2	6,7	12,2	7,4	7,2	10,3
Aantrekkelijk voor wandelen	9,8	10,9	4,6	3,5	1,3	0,0	7,5
Vrienden, familie aan zee	12,0	7,2	7,5	3,4	10,6	8,4	7,3
Mooi weer aan zee	3,4	6,5	6,6	7,0	7,8	4,7	6,4
Mooie badplaatsen	4,8	5,6	6,1	4,5	4,2	6,3	5,5
Goede prijs/kwaliteit	2,6	3,7	6,2	5,4	9,9	12,8	5,0
Eigen ervaring of advies	6,8	4,3	2,4	3,2	0,2	6,0	3,6
Om eens weg te zijn	0,0	3,7	3,1	2,3	2,6	0,9	3,1
Een thuisgevoel	3,0	3,1	2,8	3,3	0,0	0,0	2,8
Lekker eten en drinken	2,4	3,8	1,5	1,5	0,8	5,7	2,7
Nostalgie	2,9	1,6	2,6	1,5	3,4	0,5	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	2,6	2,3	1,2	1,5	1,0	0,0	1,8
Eens iets anders	1,3	1,5	1,0	1,8	1,7	3,6	1,4
Hondvriendelijk	1,4	1,1	0,9	1,2	0,2	0,8	1,0
Men spreekt veel talen	0,9	0,8	1,4	0,3	0,0	0,0	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	0,2	0,2	1,2	1,0	1,3	2,8	0,7
Andere	12,5	9,5	9,6	6,8	9,2	14,8	9,5
Totaal (in %)	171,0	182,5	182,7	186,7	172,8	196,8	182,3
Aantal ongewogen cases	141	1 371	948	324	146	69	2 999

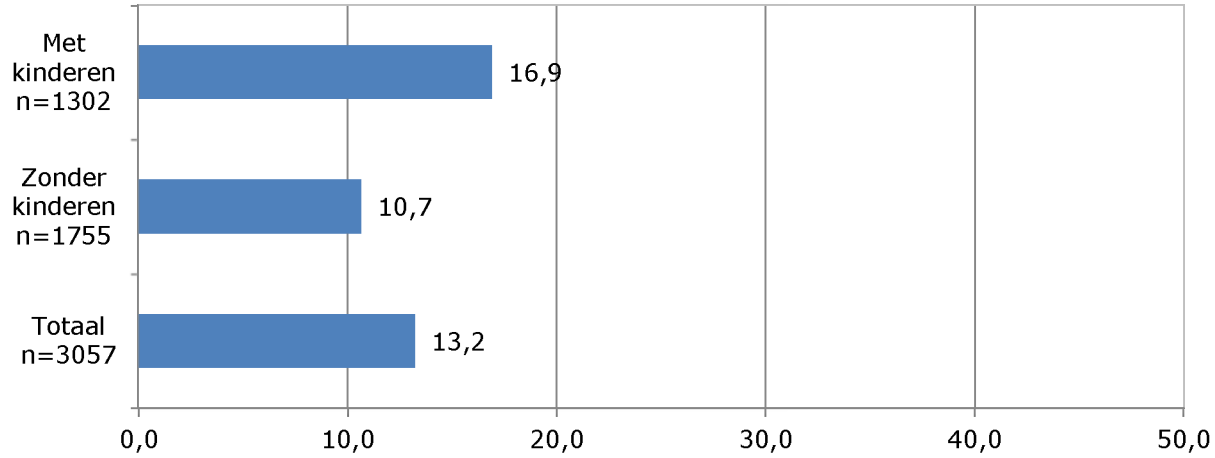
6.1.7. Motivatie naar type gezelschap

6.1.7.1. Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Andere bestemming overwogen

Grafiek 123 toont dat gezelschappen met kinderen eerder een andere bestemming hebben overwogen dan gezelschappen zonder kinderen.

Grafiek 123
Andere bestemming overwogen naar gezelschap met en zonder kinderen, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

Tabel 95 toont de redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust naar gezelschap met en zonder kinderen.

- Voor gezelschappen met kinderen zijn de nabijheid, de kindvriendelijkheid en een goede prijs/kwaliteit belangrijker dan voor gezelschappen zonder kinderen.
- Voor gezelschappen zonder kinderen spelen de gezellige vakantiesfeer en de vele activiteiten en voorzieningen een grotere rol, alsook het feit dat men er tot rust kan komen, de gezonde zeelucht en de wandelmogelijkheden.

Tabel 95
Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de

Reden voor keuze Kust	Met kinderen	Zonder kinderen	Totaal
Nabijheid	33,1	23,7	27,5
Gewoonte	15,8	14,8	15,2
Gezellige vakantiesfeer	9,8	18,9	15,1
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	12,8	15,7	14,5
Unieke omgeving zee en strand	15,7	13,6	14,4
Omgeving om tot rust te komen	9,4	13,9	12,0
Kindvriendelijk	27,5	0,9	11,8
Gezonde zeelucht	7,0	12,6	10,3
Aantrekkelijk voor wandelen	1,9	11,4	7,5
Vrienden, familie aan zee	7,2	7,4	7,3
Mooi weer aan zee	6,9	6,1	6,4
Mooie badplaatsen	4,8	6,1	5,5
Goede prijs/kwaliteit	6,9	3,8	5,0
Eigen ervaring of advies	2,4	4,4	3,6
Om eens weg te zijn	3,0	3,1	3,1
Een thuisgevoel	2,3	3,1	2,8
Lekker eten en drinken	1,4	3,6	2,7
Nostalgie	2,6	1,7	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	1,1	2,3	1,8
Eens iets anders	1,3	1,5	1,4
Hondvriendelijk	0,9	1,1	1,0
Men spreekt veel talen	1,2	0,6	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	1,5	0,2	0,7
Andere	8,9	9,9	9,5
Totaal (in %)	185,3	180,3	182,3
Aantal ongewogen cases	1 280	1 719	2 999

6.1.7.2. Typologie van vakantiegezelschap

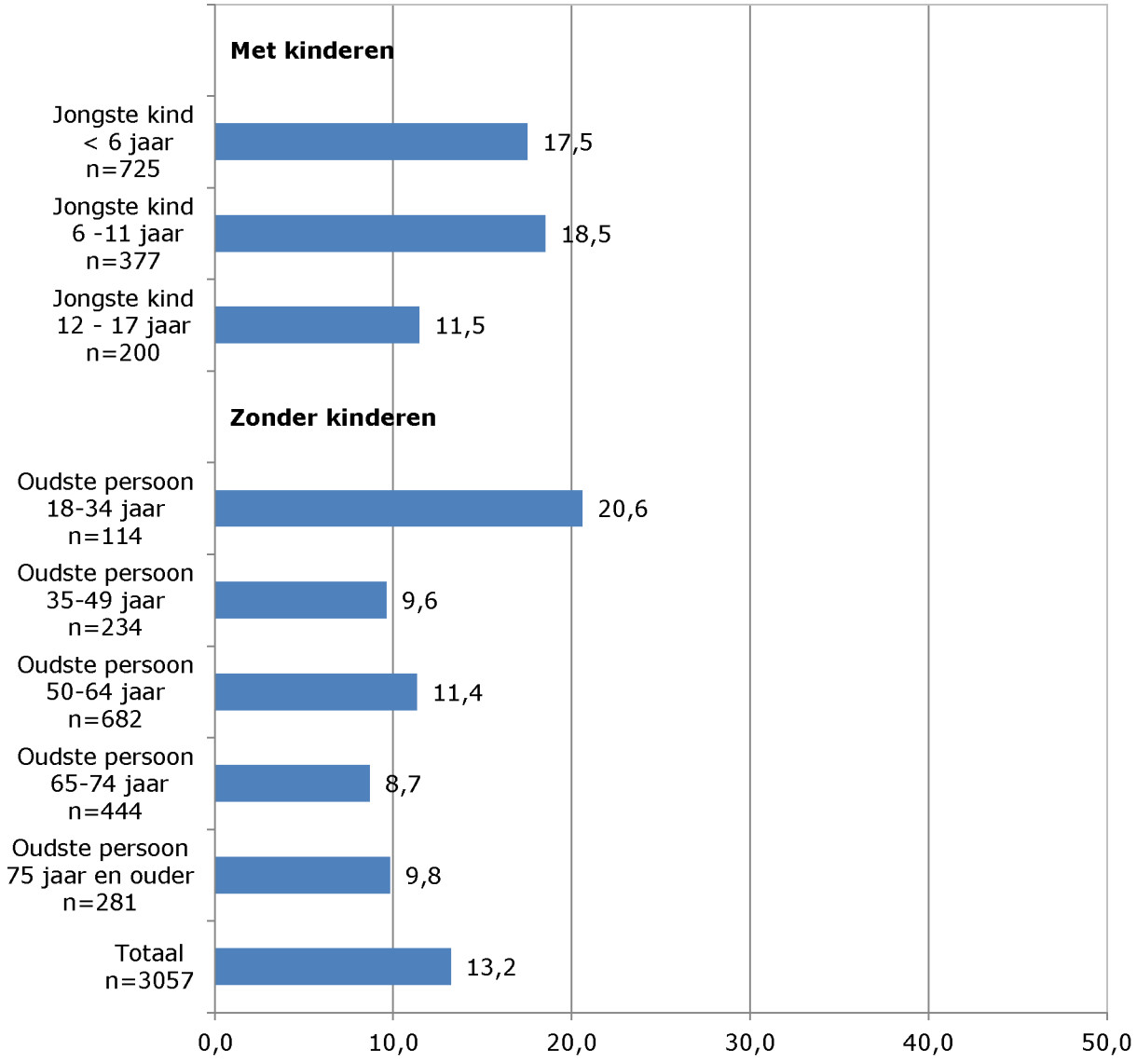
Andere bestemming overwogen

Grafiek 124 toont of er een andere bestemming werd overwogen naar meer gedetailleerde typologie van gezelschap.

- Vooral de gezelschappen met jonge kinderen hebben een andere bestemming overwogen. De gezelschappen met oudere kinderen deden dat minder.

- Bij de gezelschappen zonder kinderen is het vooral de jongste groep (van 18 tot 34 jaar) die meer dan gemiddeld een andere bestemming heeft overwogen.

Grafiek 124
Andere bestemming overwogen naar typologie van gezelschap, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

Tabel 96 geeft de redenen weer voor de keuze van de Vlaamse Kust naar een meer gedetailleerde typologie van gezelschappen.

- De nabijheid is het belangrijkst voor gezelschappen met kleine kinderen.
- Gewoonte komt iets meer voor bij de oudere gezelschappen zonder kinderen.
- De gezellige vakantiesfeer is belangrijker voor gezelschappen zonder kinderen en vooral bij deze tussen 35 en 74 jaar.
- De uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen speelt iets meer aan bij gezelschappen met grotere kinderen bij jonge gezelschappen zonder kinderen (18-34 jaar) en bij de medioren zonder kinderen.
- De unieke omgeving van zee en strand is voor alle gezelschappen relatief even belangrijk.
- De aantrekkelijkheid van de Kust als omgeving om tot rust te komen is belangrijker bij oudere vakantiegangers zonder kinderen en bij gezelschappen met grotere kinderen.
- Kindvriendelijkheid is uitgesproken belangrijk bij gezelschappen met kinderen onder 12 jaar.
- De gezonde zeelucht spreekt de bejaarde vakantieganger het meest aan.
- De aantrekkelijkheid van de Kust als een regio om te wandelen heeft ook meer belang bij medioren en oudere gezelschappen zonder kinderen.
- De aanwezigheid van vrienden en familie is dan weer belangrijk voor gezelschappen zonder kinderen tussen 35 en 65 jaar
- Het mooie weer en de goede prijs/kwaliteit heeft iets meer aantrekkingskracht bij jongere gezelschappen zonder kinderen.

Tabel 96

Redenen voor keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar typologie van vakantiegezelschap, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

Reden voor keuze Kust	Met kinderen			Zonder kinderen					
	Jongste kind < 6 j	Jongste kind 6 -11 j	Jongste kind 12 - 17 j	Oudste persoon 18-34 j	Oudste persoon 35-49 j	Oudste persoon 50-64 j	Oudste persoon 65-74 j	Oudste persoon 75 j en >	Totaal
Nabijheid	35,6	32,9	25,3	23,0	22,0	25,1	24,6	21,2	27,5
Gewoonte	12,0	19,3	20,9	8,7	16,0	13,6	14,9	17,7	15,2
Gezellige vakantiesfeer	7,2	10,0	17,8	18,1	21,5	18,2	21,9	14,6	15,1
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	10,6	13,2	19,1	17,5	13,3	18,3	15,2	12,1	14,5
Unieke omgeving zee en strand	15,6	16,2	14,8	12,5	13,7	14,9	12,3	13,0	14,4
Omgeving om tot rust te komen	8,2	8,6	15,3	7,5	10,6	14,0	15,4	15,7	12,0
Kindvriendelijk	34,8	25,2	8,4	0,4	0,1	0,9	1,0	1,1	11,8
Gezonde zeelucht	7,8	5,4	8,0	2,0	6,0	11,4	12,6	22,5	10,3
Aantrekkelijk voor wandelen	0,5	1,7	6,6	0,2	9,1	13,3	11,9	11,9	7,5
Vrienden, familie aan zee	7,9	6,2	6,9	13,7	11,7	6,6	6,6	5,3	7,3
Mooi weer aan zee	4,6	10,0	7,8	12,9	7,6	6,1	6,3	2,8	6,4
Mooie badplaatsen	5,1	5,2	2,7	5,3	5,6	5,3	6,2	7,8	5,5
Goede prijs/kwaliteit	8,6	6,0	3,4	12,4	1,4	4,8	2,7	2,1	5,0
Eigen ervaring of advies	3,0	2,0	1,3	2,1	3,3	4,2	5,3	4,8	3,6
Om eens weg te zijn	2,1	4,4	2,7	1,6	3,5	4,5	3,0	0,9	3,1
Een thuisgevoel	2,6	2,0	1,9	0,8	4,0	3,1	3,6	2,8	2,8
Lekker eten en drinken	1,6	1,5	0,7	1,5	4,4	4,3	3,3	3,0	2,7
Nostalgie	2,6	1,5	4,9	2,1	1,5	1,7	1,8	1,4	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	1,3	1,0	0,4	1,6	3,2	2,7	1,9	1,8	1,8
Eens iets anders	1,7	0,8	0,9	5,2	2,2	1,6	0,7	1,0	1,4
Hondvriendelijk	0,7	0,6	2,0	0,6	3,0	1,5	0,5	0,0	1,0
Men spreekt veel talen	1,2	0,8	2,2	1,5	0,0	0,6	0,9	0,5	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	1,7	0,7	2,4	1,7	0,0	0,1	0,1	0,3	0,7
Andere	7,4	9,3	13,2	7,4	10,3	9,6	12,0	8,1	9,5
Totaal (in %)	184,4	184,5	189,4	160,1	174,2	186,4	184,7	172,5	182,3
Aantal ongewogen cases	714	370	196	112	231	667	432	277	2 999

6.1.8. Motivatie naar type vakantie

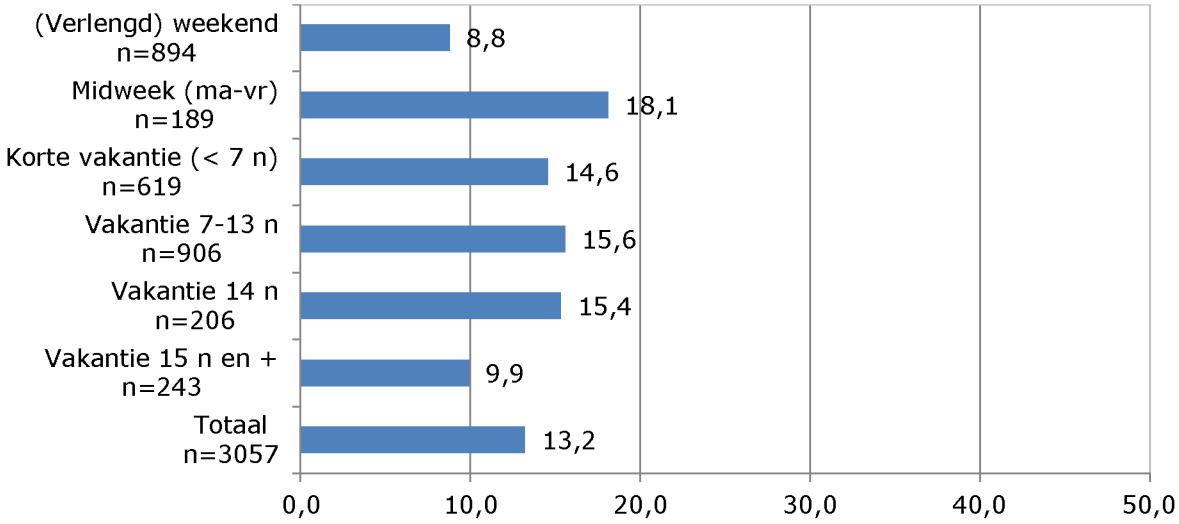
6.1.8.1. Andere bestemming overwogen

Grafiek 125 toont of er een andere bestemming werd overwogen naar type vakantie.

- Voor korte vakanties (weekendje of verlengd weekend) wordt veel minder vaak een andere bestemming overwogen dan voor langere vakanties tot 14 dagen. Voor die korte vakanties speelt de nabijheid een grote rol. Hier is er minder concurrentie.

- Voor de vakanties van 15 nachten en meer werd er ook minder dan gemiddeld een andere bestemming overwogen.

Grafiek 125
Andere bestemming overwogen naar type vakantie, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



6.1.8.2. Redenen voor keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

Tabel 97 toont de redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust naar type vakantie.

- De nabijheid is voor alle types van vakanties belangrijkst.

- Gewoonte komt meer voor bij vakanties van 2 weken en meer.

- De gezellige vakantiesfeer en de uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen is belangrijkst voor weekends of verlengde weekends.

- De uitgebreide waaier van activiteiten en evenementen speelt iets meer aan bij gezelschappen met grotere kinderen bij jonge gezelschappen zonder kinderen (18-34 jaar) en bij de medioren zonder kinderen.

- De unieke omgeving van zee en strand is voor alle types vakantie relatief even belangrijk.

- Kindvriendelijkheid is uitgesproken belangrijk bij vakanties van twee weken.

- De gezonde zeelucht spreekt de bejaarde vakantieganger het meest aan.

Tabel 97
Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar type vakantie, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

Reden voor keuze Kust	(Verlengd) weekend	Midweek (ma-vr)	Korte vakantie (< 7 n)	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 n en +	Totaal
Nabijheid	22,5	28,9	27,0	30,3	33,7	27,5	27,5
Uit gewoonte	10,3	12,2	13,6	15,3	26,8	24,0	15,2
Gezellige vakantiesfeer	19,1	14,5	15,3	14,2	15,2	7,6	15,1
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	19,6	12,6	13,0	13,9	7,5	12,9	14,5
Unieke omgeving van zee en strand	14,0	21,7	14,3	13,7	18,3	11,2	14,4
Omgeving om tot rust te komen	11,3	15,9	11,2	14,0	10,9	8,5	12,0
Kindvriendelijk	7,7	10,7	11,1	14,1	17,2	12,6	11,8
Gezonde zeelucht	10,2	14,8	9,4	9,0	10,7	14,4	10,3
Aantrekkelijk om te wandelen	9,9	3,4	8,3	6,2	5,9	7,3	7,5
Vrienden, familie ook aan zee	11,8	1,5	6,0	4,9	6,1	10,3	7,3
Mooi weer aan zee	5,1	9,9	7,9	7,2	2,9	5,4	6,4
Mooie badplaatsen	5,7	2,7	6,3	5,4	5,6	5,4	5,5
Goede prijs/kwaliteit	5,5	4,9	4,1	5,5	5,9	3,8	5,0
Positieve ervaring of advies	2,7	5,9	2,7	4,3	4,0	3,9	3,6
Om eens weg te zijn	4,3	3,3	4,2	2,5	1,1	0,6	3,1
Een thuisgevoel	2,2	2,1	1,5	4,1	0,6	5,0	2,8
Lekker eten en drinken	4,8	2,6	2,8	1,9	1,4	0,6	2,7
Nostalgie	1,9	1,8	2,1	1,8	3,7	2,1	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	2,0	1,3	2,7	1,3	1,7	1,5	1,8
Eens iets anders	1,7	3,3	1,6	1,3	0,4	0,4	1,4
Hondvriendelijk	0,7	0,4	0,4	2,0	0,3	0,7	1,0
Men spreekt veel talen	0,5	0,1	1,4	1,0	0,4	0,9	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	0,8	1,2	0,2	1,1	0,9	0,1	0,7
Andere	10,8	12,5	9,0	8,6	5,9	11,5	9,5
Totaal (in %)	184,9	188,1	176,1	183,4	187,0	178,4	182,3
Aantal ongewogen cases	881	183	603	893	200	239	2 999

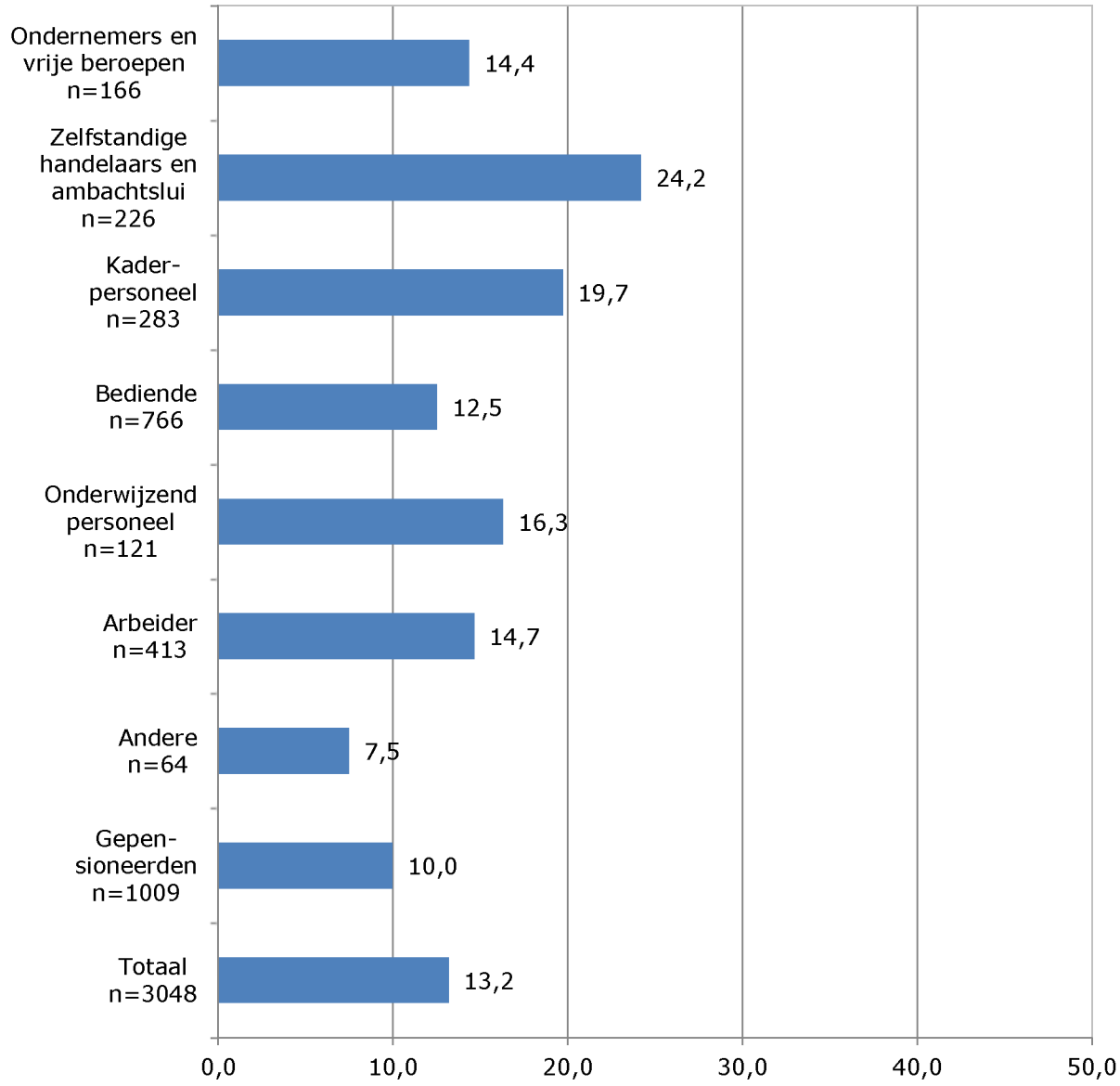
6.1.9. Motivatie naar beroep van gezinshoofd

6.1.9.1. Andere bestemming overwogen

Grafiek 126 toont of er een andere bestemming werd overwogen naar type vakantie.

- De hogere beroepscategorieën, met name de zelfstandigen en het kaderpersoneel, blijken meer dan gemiddeld een andere bestemming te hebben overwogen.
- Dit is het minst het geval voor de gepensioneerden en de bedienden.

Grafiek 126
Andere bestemming overwogen naar beroep van gezinshoofd, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



6.1.9.2. Redenen voor keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

Tabel 98 toont de redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust naar beroep van het gezinshoofd.

Vooral onderscheidend van het gemiddelde zijn de hogere beroepscategorieën, voor wie, naast de nabijheid, voor de veelheid aan activiteiten, de kindvriendelijkheid en de aanwezigheid van familie en vrienden aan zee van belang zijn.

Tabel 98

Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar beroep van gezinshoofd, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

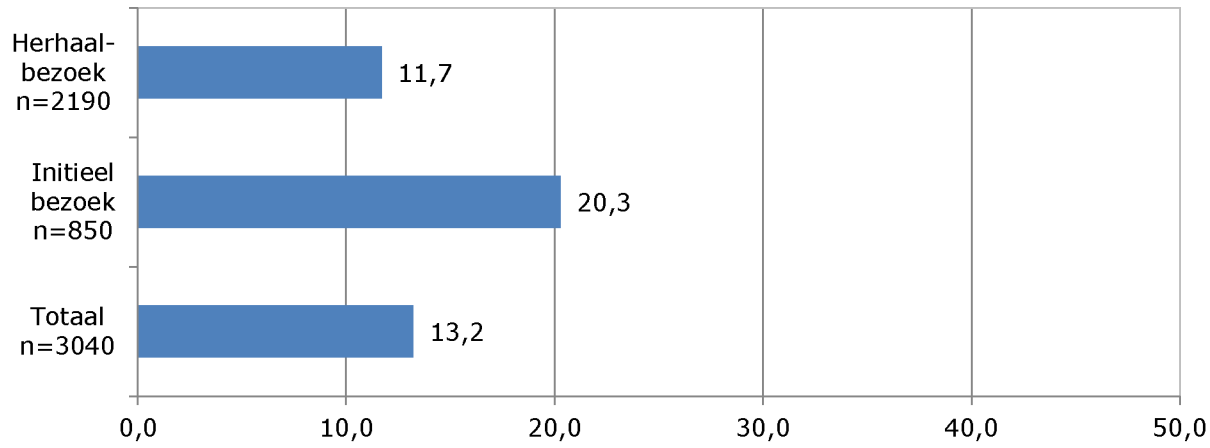
Reden voor keuze Kust	Ondernemers en vrije beroepen	Zelfst. handelaars en ambachtslui	Kader-pers.	Bediende	Onderwijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepen-sioneerden	Totaal
Nabijheid	27,9	25,5	34,2	30,6	38,6	24,0	27,9	24,5	27,5
Uit gewoonte	10,5	14,7	14,7	14,9	11,3	14,0	12,3	17,0	15,2
Gezellige vakantiesfeer	11,3	13,8	21,4	13,9	11,2	13,7	8,0	16,6	15,2
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	19,8	13,8	18,0	13,5	11,5	14,4	11,3	14,5	14,5
Unieke omgeving van zee en strand	16,3	15,4	19,2	16,7	18,1	15,0	9,3	11,3	14,4
Omgeving om tot rust te komen	9,3	9,1	6,6	12,9	9,3	13,0	4,4	13,8	12,1
Kindvriendelijk	18,5	23,1	9,8	16,4	8,1	10,1	14,0	7,5	11,8
Gezonde zeelucht	7,1	7,0	7,8	7,9	9,3	7,2	5,4	14,7	10,4
Aantrekkelijk om te wandelen	3,9	4,9	4,1	6,4	7,8	6,0	2,8	10,4	7,5
Vrienden, familie ook aan zee	14,1	13,3	9,0	6,2	7,0	8,5	5,8	5,7	7,3
Mooi weer aan zee	5,4	6,3	8,5	6,4	10,1	8,2	11,9	5,0	6,5
Mooie badplaatsen	6,9	4,9	7,5	4,7	3,7	4,2	5,1	6,3	5,5
Goede prijs/kwaliteit	7,5	3,6	4,9	7,0	7,6	6,9	4,2	2,9	5,0
Positieve ervaring of advies	2,4	2,5	1,9	3,1	0,6	3,5	1,8	5,0	3,6
Om eens weg te zijn	3,3	1,7	2,6	5,1	4,6	3,1	0,8	2,1	3,1
Een thuisgevoel	4,6	1,2	6,0	3,1	0,7	2,2	0,6	2,6	2,8
Lekker eten en drinken	2,6	2,4	3,4	2,1	2,0	3,1	1,4	3,0	2,7
Nostalgie	1,6	1,5	1,9	1,8	0,8	2,7	7,4	2,0	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	2,9	3,1	2,8	1,6	3,5	1,1	0,0	1,6	1,8
Eens iets anders	2,5	2,4	2,1	1,7	0,6	1,7	2,5	0,8	1,4
Hondvriendelijk	0,2	0,3	0,7	1,2	5,7	1,4	0,8	0,6	1,0
Men spreekt veel talen	0,6	0,7	0,3	1,5	0,0	0,6	0,0	0,8	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	1,1	0,5	1,9	0,8	1,6	1,2	0,0	0,2	0,7
Andere	11,3	11,4	9,5	6,9	6,0	12,5	14,6	9,7	9,5
Totaal (in %)	191,2	183,0	198,9	186,4	179,6	178,4	152,4	178,6	182,3
Aantal ongewogen cases	164	221	280	751	121	409	62	983	2 991

6.1.10. Motivatie naar herhaal- of initieel bezoek

6.1.10.1. Andere bestemming overwogen

Grafiek 127 toont dat herhaalbezoekers veel minder een andere bestemming hebben overwogen dan initiële bezoekers.

Grafiek 127
Andere bestemming overwogen naar herhaal- of initieel bezoek, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



6.1.10.2. Redenen voor keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

Tabel 99 geeft de redenen weer voor de keuze van de Vlaamse Kust naar herhaal- of initieel bezoek.

- Voor herhaalbezoekers speelt, naast de nabijheid, vooral de gewoonte een belangrijke rol. Daarnaast is de Kust met de gezonde zeelucht voor hen ook een omgeving om tot rust te komen.

- De nabijheid is voor de initiële bezoekers nog belangrijker dan voor de herhaalbezoekers. Daarnaast is ook de veelheid aan activiteiten en voorzieningen van onderscheidend belang.

Tabel 99
Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar herhaal- of initieel bezoek, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

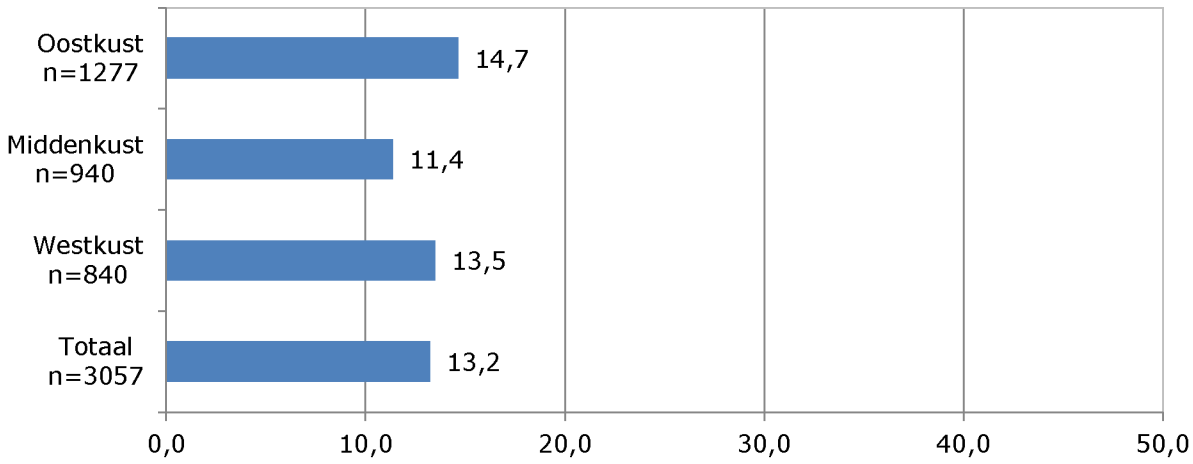
Reden voor keuze Kust	Herhaalbezoek	Initieel bezoek	Totaal
Nabijheid	26,8	30,3	27,4
Gewoonte	17,9	3,1	15,3
Gezellige vakantiesfeer	15,5	13,6	15,2
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	14,2	16,2	14,6
Unieke omgeving zee en strand	14,2	15,1	14,4
Omgeving om tot rust te komen	13,0	7,5	12,1
Kindvriendelijk	11,7	11,7	11,7
Gezonde zeelucht	11,2	6,1	10,3
Aantrekkelijk voor wandelen	7,8	5,9	7,5
Vrienden, familie aan zee	7,5	6,7	7,3
Mooi weer aan zee	6,5	6,5	6,5
Mooie badplaatsen	5,6	5,3	5,6
Goede prijs/kwaliteit	4,7	6,5	5,1
Eigen ervaring of advies	3,2	5,6	3,6
Om eens weg te zijn	2,7	4,0	2,9
Een thuisgevoel	3,1	1,1	2,8
Lekker eten en drinken	2,8	2,5	2,7
Nostalgie	2,2	1,5	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	1,1	5,0	1,8
Eens iets anders	0,7	4,9	1,4
Hondvriendelijk	1,0	1,0	1,0
Men spreekt veel talen	0,9	0,7	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	0,5	1,8	0,7
Andere	8,9	12,5	9,5
Totaal (in %)	183,8	175,2	182,2
Aantal ongewogen cases	2 150	836	2 986

6.1.11. Motivatie naar subregio Kust

6.1.11.1. Andere bestemming overwogen

Grafiek 128 toont dat er weinig verschil is tussen de verschillende subregio's van de Kust op vlak van het al dan niet overwogen hebben van een andere bestemming.

Grafiek 128
Andere bestemming overwogen naar subregio Kust, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)



6.1.11.2. Redenen voor keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming

Tabel 100 geeft de redenen weer voor de keuze van de Vlaamse Kust naar subregio Kust.

- Aan de Oostkust zijn vooral de gezellige vakantiesfeer en de mooie badplaatsen van onderscheidend belang.
- Voor de Middenkust gaat het om de veelheid aan activiteiten, de gezonde zeelucht en de aantrekkelijke wandelmogelijkheden.
- Voor de Westkust kiest men meer dan gemiddeld uit gewoonte en omwille van de kindvriendelijkheid.

Tabel 100
Redenen voor de keuze van de Vlaamse Kust als vakantiebestemming naar subregio kust, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

Reden voor keuze Kust	Oostkust	Middenkust	Westkust	Totaal
Nabijheid	26,2	25,6	30,1	27,5
Gewoonte	12,5	13,5	18,5	15,2
Gezellige vakantiesfeer	19,9	16,3	10,6	15,1
Veel te doen (activiteiten, voorzieningen)	14,9	16,8	12,4	14,5
Unieke omgeving zee en strand	14,0	14,0	15,1	14,4
Omgeving om tot rust te komen	11,8	13,8	10,9	12,0
Kindvriendelijk	8,9	11,5	14,2	11,8
Gezonde zeelucht	7,0	15,5	9,0	10,3
Aantrekkelijk voor wandelen	3,1	12,4	7,0	7,5
Vrienden, familie aan zee	8,4	6,4	7,1	7,3
Mooi weer aan zee	7,2	5,8	6,3	6,4
Mooie badplaatsen	9,6	2,5	4,7	5,5
Goede prijs/kwaliteit	5,3	3,4	6,1	5,0
Eigen ervaring of advies	3,7	2,3	4,5	3,6
Om eens weg te zijn	4,1	2,8	2,4	3,1
Een thuisgevoel	3,9	2,7	2,0	2,8
Lekker eten en drinken	3,4	2,3	2,6	2,7
Nostalgie	2,4	2,4	1,5	2,0
Interessante uitstapmogelijkheden	2,0	2,5	1,1	1,8
Eens iets anders	1,7	2,4	0,4	1,4
Hondvriendelijk	1,1	0,5	1,3	1,0
Men spreekt veel talen	0,5	0,4	1,4	0,9
Ook activiteiten bij slecht weer	0,8	0,3	1,0	0,7
Andere	9,0	9,1	10,2	9,5
Totaal (in %)	181,6	185,4	180,5	182,3
Aantal ongewogen cases	1 234	932	833	2 999

6.2. Inspiratie- en informatiebronnen vóór vertrek

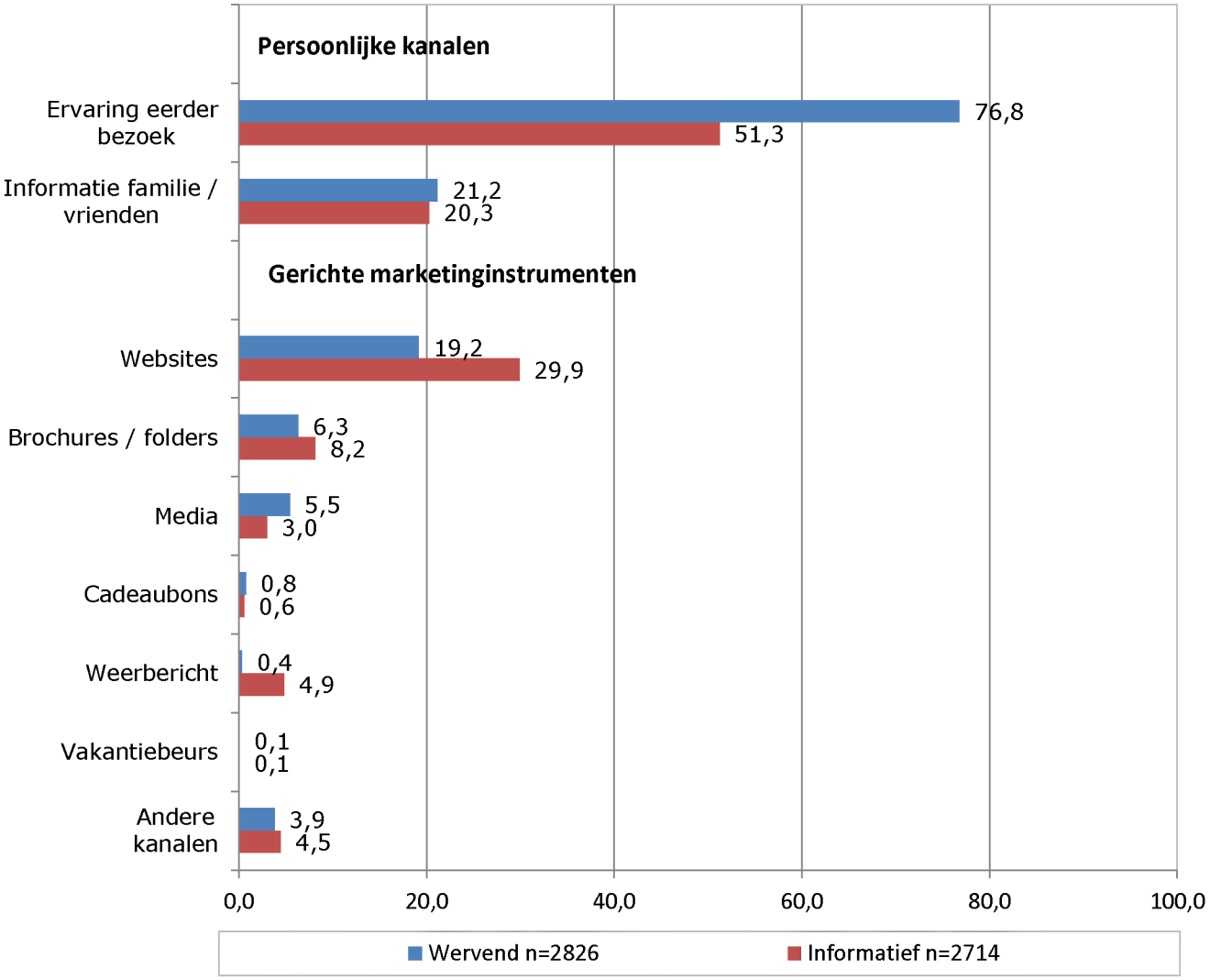
6.2.1. Inspiratie-en informatiebronnen vóór vertrek, 2011

6.2.1.1. Generieke inspiratie- en informatiebronnen

Er werd een onderscheid gemaakt tussen:
- de informatiebronnen die *'zin gegeven hebben'* om een vakantie aan de Vlaamse Kust te boeken of de wervende bronnen.
- de informatiebronnen die *'concreet gebruikt werden ter voorbereiding van het verblijf'* of de informatieve bronnen.

Grafiek 129 geeft de informatiebronnen voor vertrek, gestructureerd naar type instrumenten.

Grafiek 129
Informatiebronnen vóór vertrek naar wervend of informatief karakter, vakantiegangers commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



- De persoonlijke ervaring is de belangrijkste wervende én informatieve bron. Dit is vrij normaal bij een bestemming met een zeer hoog percentage van herhaalbezoek.

- Op de tweede plaats komt informatie van vrienden en familie als wervende én als informatieve bron.

- Bij de gerichte marketinginstrumenten komen de websites op de eerste plaats vooral informatief maar toch ook wervend. Websites hebben 19 % van de vakantiegangers aangezet om een vakantie te nemen aan de Vlaamse Kust. Zij zijn nog belangrijker als informatieve bron met 30 % van de vakantiegangers die een of andere website geraadpleegd heeft voor concrete informatie.

- Brochures hebben slechts een beperkt belang. Ze hebben zowel een wervende als een informatieve rol.

- Media zijn ook beperkt in impact en zijn meer wervend dan informatie.

6.2.1.2. Gedetailleerde inspiratie- en informatiebronnen, 2011

Tabel 101 en 102 geven meer detail over de informatiebronnen. Er werd hierbij een opsplitsing gemaakt naar *wervende* en *informatieve bronnen*. Het onderscheid tussen wervend en informatief was voor de respondenten moeilijk te maken.

- Binnen de gerichte marketinginstrumenten zijn de belangrijkste bronnen, zowel wervend als informatief, in eerste instantie de websites van het logies of het verhuurkantoor (9,0% wervend, 16% informatief) en in tweede instantie de websites van de kustgemeenten (7,0% wervend, 11% informatief). Beiden worden duidelijk meer als informatiebron geraadpleegd dan als inspiratiebron.

- Bij de wervende inspiratiebronnen komen de websites van Toerisme Vlaanderen op de derde plaats, bij de informatieve bronnen is dit het weerbericht van de Kust (zowel op tv, op de radio als op websites) die als niet onbelangrijke informatiebron naar voren komt.

- Brochures spelen slechts een relatieve rol.

- Andere webgerelateerde informatie die zowel wervend als informatief goed is voor ongeveer 8% van de respondenten, gaat vooral over zoekrobotten als Google of Yahoo waarbij de uiteindelijke website waarop men terecht komt niet meer geweten is. Deze webgerelateerde communicatie heeft wellicht een gelijkaardige verdeling als deze van alle websites die erboven vermeld staan.

Tabel 101
Inspiratiebronnen vóór vertrek, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

Inspiratiebronnen	2011 (met paasvakantie)
PERSOONLIJKE KANALEN	
Ervaring eerder bezoek	76,8
Informatie familie / vrienden	21,2
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN	
Websites	
Websites logies/verhuurkantoor	9,0
Websites kustgemeenten	7,0
Websites Toerisme Vlaanderen	3,7
Kustwebsite	3,0
Reserverings- of boekingssites	1,2
Beoordelings- of reviewsites	0,5
Sociale netwerksites	0,2
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	7,9
Brochures / folders	
Brochure Vlavak	1,9
Brochure kustgemeente	1,1
Brochure / folder logies	1,0
Reisgids	0,5
Andere brochures / folders	2,7
Media	
Vlavak op TV	2,8
Geschreven pers	1,6
TV-uitzending of TV-spot	1,1
Radiouitzending of radiospot	0,3
Andere kanalen media	0,3
Andere infobronnen	
Cadeaubons	0,8
Weerbericht	0,4
Vakantiebeurs	0,1
Andere kanalen	3,9
Ongewogen aantal cases	2 825

Tabel 102
Informatiebronnen vóór vertrek, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van de respondenten)

Informatiebronnen	2011 (met paasvakantie)
PERSOONLIJKE KANALEN	
Ervaring eerder bezoek	51,3
Informatie familie / vrienden	20,3
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN	
Websites	
Websites logies/verhuurkantoor	16,2
Websites kustgemeenten	10,6
Reserverings- of boekingssites	3,0
Kustwebsite	2,8
Websites Toerisme Vlaanderen	2,1
Beoordelings- of reviewsites	0,8
Sociale netwerksites	0,1
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	8,1
Brochures / folders	
Brochure Vlavak	1,9
Brochure / folder logies	1,7
Brochure kustgemeente	1,0
Reisgids	0,8
Andere brochures / folders	3,9
Media	
Geschreven pers	1,7
Vlavak op TV	1,2
TV-uitzending of TV-spot	0,4
Radiouitzending of radiospot	0,3
Andere kanalen media	0,2
Andere infobronnen	
Weerbericht	4,9
Cadeaubons	0,6
Vakantiebeurs	0,1
Andere kanalen	4,5
Ongewogen aantal cases	2 714

6.2.2. Inspiratie- en informatiebronnen naar herkomst

Tabel 103 en 104 geven respectievelijk de wervende en informatieve bronnen weer naar herkomst.

- Alle buitenlanders, met uitzondering van de Luxemburgers hebben lagere aandelen voor ervaring van een eerder bezoek. De Nederlanders hebben het laagste aandeel wat betreft ervaring van een eerder bezoek.

- In alle markten is de informatie van familie en vrienden even belangrijk, met uitzondering van de Luxemburgers.

- Websites van logies/verhuurkantoor zijn zeer belangrijk bij Nederlanders, Fransen en Duitsers, en dit nog sterker als informatiebron dan als wervende bron.

- Websites van kustgemeenten zijn belangrijker als informatieve bron voor de buitenlandse vakantiegangers, met uitzondering van de Britten. Ook de reserverings- en bookingsites zijn vooral belangrijk op de buitenlandse markten.

- De websites van Toerisme Vlaanderen in het buitenland zijn belangrijker op de buitenlandse markten.

Tabel 103

Inspiratiebronnen vóór vertrek naar herkomst, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Inspiratiebronnen	Vla.	Wall./ Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN									
Ervaring eerder bezoek	77,6	83,9	*79,6*	58,8	64,2	65,0	74,9	70,5	76,8
Informatie familie / vrienden	20,2	20,3	*20,2*	21,3	28,8	31,4	14,2	32,1	21,2
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN									
Websites									
Websites logies/verhuurkantoor	8,1	7,1	*7,8*	14,6	18,5	17,6	6,6	4,2	9,0
Websites kustgemeenten	7,2	5,2	*6,6*	9,9	12,6	6,5	7,0	2,1	7,0
Websites Toerisme Vlaanderen	4,4	1,3	*3,4*	6,2	4,8	3,9	2,4	1,2	3,7
Kustwebsite	3,9	1,5	*3,1*	3,2	3,1	2,4	1,2	0,6	3,0
Reserverings- of boekingssites	1,0	0,6	*0,9*	4,3	1,8	1,4	2,3	5,1	1,2
Beoordelings- of reviewsites	0,3	0,6	*0,4*	2,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,5
Sociale netwerksites	0,1	0,1	*0,1*	0,3	0,4	0,0	0,6	0,0	0,2
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	8,8	4,7	*7,5*	12,9	10,1	8,4	6,2	0,7	7,9
Brochures / folders									
Brochure Vlavak	3,1	0,2	*2,2*	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9
Brochure kustgemeente	1,0	1,1	*1,1*	1,0	1,2	1,5	1,8	0,6	1,1
Brochure / folder logies	1,2	0,2	*0,9*	1,6	1,3	2,9	0,6	0,0	1,0
Reisgids	0,6	0,2	*0,5*	0,6	1,0	0,0	1,7	0,0	0,5
Andere brochures / folders	2,9	2,1	*2,7*	3,9	2,3	1,3	1,1	5,2	2,7
Media									
Vlavak op TV	4,5	0,6	*3,3*	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,8
Geschreven pers	1,6	1,9	*1,7*	0,7	1,8	0,0	1,9	0,5	1,6
TV-uitzending of TV-spot	0,8	1,6	*1,0*	0,9	1,7	1,8	1,7	0,0	1,1
Radiouitzending of radiospot	0,3	0,3	*0,3*	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,3
Andere kanalen media	0,1	0,6	*0,3*	0,1	0,2	0,3	0,6	0,0	0,3
Andere infobronnen									
Cadeaubons	0,9	0,5	*0,8*	0,6	0,4	1,7	0,0	0,0	0,8
Weerbericht	0,4	0,4	*0,4*	0,5	0,6	0,0	0,0	0,0	0,4
Vakantiebeurs	0,1	0,0	*0,1*	0,0	0,4	0,0	0,0	0,6	0,1
Andere kanalen	4,6	3,0	*4,1*	2,5	3,1	2,8	1,1	4,9	3,9
Ongewogen aantal cases	1 142	433	*1 575*	410	350	199	137	154	2 825

Tabel 104

Informatiebronnen vóór vertrek naar herkomst, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiebronnen	Vla.	Wall./ Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN									
Ervaring eerder bezoek	53,4	58,6	*55,0*	29,4	38,8	33,7	51,2	30,9	51,3
Informatie familie / vrienden	20,5	21,7	*20,9*	16,9	20,6	18,7	10,1	17,3	20,3
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN									
Websites									
Websites logies/verhuurkantoor	13,2	14,3	*13,5*	33,5	26,7	32,7	15,6	14,3	16,2
Websites kustgemeenten	10,4	7,9	*9,6*	16,6	16,0	13,6	13,0	8,7	10,6
Reserverings- of boekingssites	1,3	2,9	*1,8*	8,7	7,6	8,6	6,9	9,7	3,0
Kustwebsite	3,5	0,8	*2,7*	3,2	4,0	2,9	3,9	0,6	2,8
Websites Toerisme Vlaanderen	1,9	0,7	*1,5*	4,3	5,5	6,6	2,0	5,4	2,1
Beoordelings- of reviewsites	0,6	0,2	*0,4*	2,3	3,2	2,0	0,8	1,8	0,8
Sociale netwerksites	0,1	0,1	*0,1*	0,6	0,4	0,0	0,0	0,0	0,1
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	5,7	9,5	*6,9*	15,3	11,5	14,4	7,4	12,9	8,1
Brochures / folders									
Brochure Vlavak	3,2	0,0	*2,2*	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9
Brochure / folder logies	2,0	1,0	*1,7*	1,0	2,5	3,2	3,1	0,0	1,7
Brochure kustgemeente	0,6	1,5	*0,9*	1,8	1,6	0,8	1,8	0,8	1,0
Reisgids	0,5	1,6	*0,8*	0,4	0,9	1,0	0,0	1,3	0,8
Andere brochures / folders	4,4	2,0	*3,7*	3,5	3,5	3,5	0,6	19,7	3,9
Media									
Geschreven pers	1,7	2,1	*1,8*	0,7	1,9	0,0	2,1	0,5	1,7
Vlavak op TV	2,0	0,0	*1,4*	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2
TV-uitzending of TV-spot	0,4	0,1	*0,3*	0,0	1,4	0,0	0,0	2,8	0,4
Radiouitzending of radiospot	0,1	1,0	*0,4*	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
Andere kanalen media	0,1	0,4	*0,2*	0,1	0,0	0,0	1,1	0,0	0,2
Andere infobronnen									
Weerbericht	6,5	2,1	*5,1*	5,6	4,4	1,3	2,9	0,0	4,9
Cadeaubons	0,6	0,5	*0,6*	0,9	0,4	1,6	0,0	0,0	0,6
Vakantiebeurs	0,1	0,0	*0,1*	0,0	0,2	0,0	0,0	0,6	0,1
Andere kanalen	5,0	3,9	*4,6*	3,3	4,8	1,5	0,7	10,6	4,5
Ongewogen aantal cases	1 097	392	*1 489*	442	338	187	125	133	2 714

6.2.3. Inspiratie- en informatiebronnen naar logiesvorm

Tabel 105 en 106 tonen respectievelijk de wervende en informatieve bronnen weer naar logiesvorm.

- Ervaring van een eerder bezoek speelt het minst bij de vakantieparken.
- De websites van het logies zijn heel belangrijk bij vakantieparken (56% bij informatieve bronnen). Ook de andere webgerelateerde infokanalen zijn heel belangrijk bij deze vakantiegangers.
- Voor de vakantiegangers op hotel zijn naast de websites van het logies ook de websites van de kustgemeenten en ook reserverings- of boekingssites belangrijk.
- De Vlaanderen Vakantieland brochure is het belangrijkst voor de hotels.
- De geschreven pers, maar ook de TV-uitzendingen van Vlaanderen Vakantieland zijn iets belangrijker voor hotels dan voor de andere logiesvormen.
- Voor vakantieparken is de folder of brochure van het logies belangrijker dan voor de andere logiesvormen.

Tabel 105
Inspiratiebronnen vóór vertrek naar logiesvorm, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Inspiratiebronnen	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN						
Ervaring eerder bezoek	75,6	83,8	73,1	53,2	70,6	76,8
Informatie familie / vrienden	19,7	24,1	21,1	18,9	17,4	21,2
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN						
Websites						
Websites logies/verhuurkantoor	8,5	6,4	9,2	38,1	5,8	9,0
Websites kustgemeenten	7,7	6,9	9,4	9,8	3,3	7,0
Websites Toerisme Vlaanderen	2,8	4,8	3,7	2,8	2,8	3,7
Kustwebsite	1,8	4,5	4,0	3,5	1,5	3,0
Reserverings- of boekingssites	2,4	0,7	1,5	0,5	0,0	1,2
Beoordelings- of reviewsites	0,7	0,3	1,1	0,2	0,3	0,5
Sociale netwerksites	0,1	0,2	0,3	0,6	0,0	0,2
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	4,4	8,9	12,5	17,3	8,1	7,9
Brochures / folders						
Brochure Vlavak	2,7	1,9	1,4	1,6	0,4	1,9
Brochure kustgemeente	1,4	1,0	1,4	0,8	0,6	1,1
Brochure / folder logies	1,5	0,3	0,7	3,3	1,0	1,0
Reisgids	0,3	0,8	0,7	0,4	0,0	0,5
Andere brochures / folders	2,3	2,6	5,2	1,8	3,7	2,7
Media						
Vlavak op TV	3,6	3,1	0,5	2,5	1,1	2,8
Geschreven pers	1,8	1,5	1,2	0,8	1,9	1,6
TV-uitzending of TV-spot	1,0	0,8	1,3	3,0	1,3	1,1
Radiouitzending of radiospot	0,4	0,2	0,7	0,4	0,0	0,3
Andere kanalen media	0,3	0,3	0,4	0,6	0,0	0,3
Andere infobronnen						
Cadeaubons	1,5	0,4	0,4	1,2	0,0	0,8
Weerbericht	0,5	0,2	0,2	1,8	0,0	0,4
Vakantiebeurs	0,1	0,0	0,4	0,0	0,0	0,1
Andere kanalen	3,0	1,7	2,7	3,5	13,2	3,9
Ongewogen aantal cases	1 049	670	410	460	236	2 825

Tabel 106
Informatiebronnen vóór vertrek naar logiesvorm, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiebronnen	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN						
Ervaring eerder bezoek	46,1	60,1	60,6	26,3	46,7	51,3
Informatie familie / vrienden	16,4	24,9	19,8	13,4	20,2	20,3
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN						
Websites						
Websites logies/verhuurkantoor	17,7	9,8	11,6	55,5	14,1	16,2
Websites kustgemeenten	14,9	8,7	7,2	11,3	6,6	10,6
Reserverings- of boekingssites	7,1	0,8	1,5	0,9	0,4	3,0
Kustwebsite	2,0	3,1	3,8	2,8	3,2	2,8
Websites Toerisme Vlaanderen	2,4	2,3	2,7	2,1	0,8	2,1
Beoordelings- of reviewsites	1,6	0,2	1,2	1,3	0,0	0,8
Sociale netwerksites	0,1	0,2	0,5	0,5	0,0	0,1
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	8,8	8,1	7,7	14,1	3,3	8,1
Brochures / folders						
Brochure Vlavak	2,9	1,5	1,5	0,5	1,3	1,9
Brochure / folder logies	1,7	0,8	0,8	4,8	3,1	1,7
Brochure kustgemeente	1,0	1,2	1,3	0,1	0,5	1,0
Reisgids	1,0	1,1	0,3	0,3	0,0	0,8
Andere brochures / folders	4,4	3,2	5,3	1,6	4,8	3,9
Media						
Geschreven pers	2,0	1,6	1,2	0,7	2,0	1,7
Vlavak op TV	1,6	1,2	1,1	0,2	0,7	1,2
TV-uitzending of TV-spot	0,2	0,4	0,7	0,7	0,3	0,4
Radiouitzending of radiospot	0,3	0,3	0,6	0,0	0,3	0,3
Andere kanalen media	0,4	0,0	0,7	0,0	0,0	0,2
Andere infobronnen						
Weerbericht	3,5	5,7	4,2	4,9	6,2	4,9
Cadeaubons	1,0	0,2	0,4	1,2	0,4	0,6
Vakantiebeurs	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Andere kanalen	3,4	2,9	3,2	2,7	13,5	4,5
Ongewogen aantal cases	943	610	419	517	225	2 714

6.2.4. Inspiratie- en informatiebronnen naar leeftijd van de respondent

Tabel 107 en 108 geven respectievelijk de wervende en informatieve bronnen weer naar leeftijd van de respondent.

- Het belang van ervaring van een eerder bezoek neemt toe naarmate de leeftijd toeneemt. De informatie van vrienden, familie of kennissen is het hoogst bij de 18 tot 24-jarigen.
- Zowel wervend als informatief zijn de websites van het logies of het verhuurkantoor meer dan gemiddeld belangrijk bij de 25 tot 34-jarigen en bij de 35 tot 49-jarigen.
- De Vlaanderen Vakantieland brochure scoort opvallend goed bij de 65-plussers. Hetzelfde geldt voor de uitzendingen van Vlaanderen Vakantieland op tv.
- Als informatieve bron zijn de reserverings- en bookingsites duidelijk het populairst bij de jongeren (18 tot 24-jarigen).

Tabel 107

Inspiratiebronnen vóór vertrek naar leeftijd van de respondent, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Inspiratiebronnen	18-24 jaar	25-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65-74 jaar	75 jaar en meer	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN							
Ervaring eerder bezoek	61,0	66,6	72,2	80,0	82,9	80,2	76,8
Informatie familie / vrienden	36,5	26,3	23,3	20,1	15,3	23,2	21,2
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN							
Websites							
Websites logies/verhuurkantoor	4,9	15,0	11,6	8,5	6,4	3,0	9,0
Websites kustgemeenten	1,4	9,5	7,2	8,5	6,0	1,9	7,0
Websites Toerisme Vlaanderen	0,5	4,7	3,4	4,5	3,0	2,6	3,7
Kustwebsite	0,9	2,3	3,4	4,0	2,3	0,9	3,0
Reserverings- of boekingssites	0,0	1,5	2,0	1,2	0,4	1,1	1,2
Beoordelings- of reviewsites	0,0	1,6	1,0	0,2	0,2	0,0	0,5
Sociale netwerksites	0,0	0,8	0,2	0,1	0,0	0,0	0,2
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	3,6	13,0	9,9	7,7	6,1	1,2	7,9
Brochures / folders							
Brochure Vlavak	0,0	0,6	1,0	1,8	3,8	3,1	1,9
Brochure kustgemeente	0,0	0,8	1,5	1,0	0,9	0,8	1,1
Brochure / folder logies	3,7	1,8	1,5	0,6	0,3	1,2	1,0
Reisgids	0,0	0,1	0,3	0,1	0,4	3,1	0,5
Andere brochures / folders	0,0	2,6	2,4	2,2	3,1	5,6	2,7
Media							
Vlavak op TV	1,2	0,6	2,0	2,9	5,2	2,4	2,8
Geschreven pers	0,0	1,5	1,7	2,2	1,2	0,2	1,6
TV-uitzending of TV-spot	0,6	2,2	1,2	0,3	2,0	0,5	1,1
Radiouitzending of radiospot	0,0	0,0	0,1	0,0	0,9	0,5	0,3
Andere kanalen media							
Andere infobronnen	0,0	0,1	0,2	0,4	0,2	0,0	0,3
Cadeaubons	0,0	1,8	0,8	0,5	0,6	1,3	0,8
Weerbericht	1,7	0,5	0,4	0,3	0,4	0,0	0,4
Vakantiebeurs	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,6	0,1
Andere kanalen	0,0	2,6	3,5	3,1	4,2	9,3	3,9
Ongewogen aantal cases	66	286	879	896	503	195	2 825

Tabel 108
Informatiebronnen vóór vertrek naar leeftijd van de respondent, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiebronnen	18-24 jaar	25-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65-74 jaar	75 jaar en meer	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN							
Ervaring eerder bezoek	29,2	37,6	46,5	54,4	55,3	66,7	51,3
Informatie familie / vrienden	32,1	22,0	20,8	18,9	19,9	20,0	20,3
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN							
Websites							
Websites logies/verhuurkantoor	20,3	25,8	20,9	16,9	8,6	3,8	16,2
Websites kustgemeenten	12,0	14,3	14,6	11,3	5,7	1,1	10,6
Reserverings- of boekingssites	9,2	3,7	4,5	2,7	1,2	0,6	3,0
Kustwebsite	1,6	2,9	3,8	3,4	1,4	0,2	2,8
Websites Toerisme Vlaanderen	0,6	1,2	2,6	2,7	1,8	0,4	2,1
Beoordelings- of reviewsites	2,6	0,8	1,7	0,4	0,2	0,0	0,8
Sociale netwerksites	0,0	0,7	0,2	0,1	0,0	0,0	0,1
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	11,3	11,2	10,6	8,8	4,3	0,7	8,1
Brochures / folders							
Brochure Vlavak	0,6	0,5	0,5	2,4	4,0	1,6	1,9
Brochure / folder logies	1,0	2,2	1,7	0,8	3,1	1,8	1,7
Brochure kustgemeente	0,0	0,8	1,0	1,4	0,7	0,2	1,0
Reisgids	2,6	0,0	0,8	0,4	0,8	2,8	0,8
Andere brochures / folders	0,0	4,3	3,5	3,3	4,8	5,6	3,9
Media							
Geschreven pers	0,0	1,6	1,8	2,3	1,3	0,3	1,7
Vlavak op TV	0,0	0,5	0,6	1,3	2,4	1,1	1,2
TV-uitzending of TV-spot	0,7	0,5	0,6	0,3	0,2	0,0	0,4
Radiouitzending of radiospot	0,0	0,5	0,3	0,0	0,8	0,0	0,3
Andere kanalen media	0,0	0,0	0,3	0,0	0,5	0,0	0,2
Andere infobronnen							
Weerbericht	1,0	8,3	5,8	4,7	4,5	0,4	4,9
Cadeaubons	0,0	1,8	0,3	0,6	0,3	1,4	0,6
Vakantiebeurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,1
Andere kanalen	4,0	4,6	3,1	3,4	5,8	10,8	4,5
Ongewogen aantal cases	66	286	866	859	461	176	2 714

6.2.5. Inspiratie- en informatiebronnen naar type vakantie

Tabel 109 en 110 bespreken de inspiratie- en informatieve bronnen naar type vakantie.

- Het belang van de ervaring van een eerder bezoek als informatieve bron neemt toe naarmate de verblijfsduur langer wordt: bij de informatieve bronnen van 40% voor weekends tot 71% voor vakanties van meer dan 2 weken.

- Voor weekends of verlengde weekends spelen de websites van het logies, die van de kustgemeenten en ook reserverings- of bookingssites een duidelijk belangrijker rol als informatieve bron dan voor de langere verblijven.

- De brochure Vlaanderen Vakantieland en ook de TV-uitzendingen van Vlaanderen Vakantieland scoren opvallend bij de midweeks.

- De geschreven pers wordt als informatieve bron vaker genoemd bij weekends of verlengde weekends dan bij de langere verblijven.

Tabel 109

Inspirerende bronnen vóór vertrek naar type vakantie, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Inspirerende bronnen	(Verlengd) weekend	Midweek (ma-vr)	Korte vakantie (< 7 n)	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 n en +	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN							
Ervaring eerder bezoek	69,2	73,4	73,9	78,6	87,5	90,5	76,8
Informatie familie / vrienden	24,6	18,6	22,6	20,0	13,5	20,6	21,2
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN							
Websites							
Websites logies/verhuurkantoor	10,8	15,8	7,0	9,1	4,1	8,9	9,0
Websites kustgemeenten	8,4	9,1	6,4	6,0	7,5	6,2	7,0
Websites Toerisme Vlaanderen	3,8	1,9	4,1	3,3	3,9	4,1	3,7
Kustwebsite	4,6	2,1	1,6	2,8	4,1	2,6	3,0
Reserverings- of boekingssites	1,6	1,3	2,0	0,7	0,8	0,7	1,2
Beoordelings- of reviewsites	0,8	0,0	0,7	0,3	0,4	0,1	0,5
Sociale netwerksites	0,0	0,2	0,2	0,2	0,0	0,2	0,2
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	8,8	13,9	6,2	7,9	5,7	7,3	7,9
Brochures / folders							
Brochure Vlavak	2,0	4,3	1,4	2,2	0,6	2,1	1,9
Brochure kustgemeente	1,2	1,5	1,1	1,0	0,9	0,8	1,1
Brochure / folder logies	1,5	1,6	1,0	0,8	0,8	0,3	1,0
Reisgids	0,3	1,5	1,0	0,1	1,0	0,1	0,5
Andere brochures / folders	3,0	4,3	2,8	2,8	1,4	1,9	2,7
Media							
Vlavak op TV	1,5	4,1	2,9	4,4	1,6	1,2	2,8
Geschreven pers	2,4	0,4	1,3	1,1	1,6	2,1	1,6
TV-uitzending of TV-spot	1,3	1,2	0,5	0,9	1,6	1,9	1,1
Radiouitzending of radiospot	0,4	0,0	0,0	0,2	0,7	0,2	0,3
Andere kanalen media	0,3	0,4	0,2	0,4	0,1	0,0	0,3
Andere infobronnen							
Cadeaubons	1,6	0,8	1,1	0,3	0,0	0,0	0,8
Weerbericht	0,1	0,3	0,5	0,6	0,0	0,8	0,4
Vakantiebeurs	0,0	0,0	0,1	0,0	0,6	0,0	0,1
Andere kanalen	2,3	3,5	3,5	5,9	5,1	1,3	3,9
Ongewogen aantal cases	807	177	594	838	181	228	2 825

Tabel 110

Informatiebronnen vóór vertrek naar type vakantie, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiebronnen	(Verlengd) weekend	Midweek (ma-vr)	Korte vakantie (< 7 n)	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 n en +	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN							
Ervaring eerder bezoek	40,0	54,7	47,2	54,1	59,3	71,4	51,3
Informatie familie / vrienden	18,5	23,4	22,1	20,5	21,2	17,8	20,3
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN							
Websites							
Websites logies/verhuurkantoor	22,7	18,7	14,8	14,3	13,8	9,9	16,2
Websites kustgemeenten	16,5	6,3	9,7	9,1	11,7	3,8	10,6
Reserverings- of boekingssites	5,6	1,3	5,0	1,3	0,0	0,2	3,0
Kustwebsite	3,7	2,8	1,2	3,1	3,4	2,5	2,8
Websites Toerisme Vlaanderen	1,7	0,8	3,4	1,8	2,2	2,0	2,1
Beoordelings- of reviewsites	1,5	0,4	1,2	0,4	0,1	0,1	0,8
Sociale netwerksites	0,1	0,0	0,2	0,2	0,3	0,0	0,1
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	10,3	9,9	7,3	8,5	6,9	2,4	8,1
Brochures / folders							
Brochure Vlavak	1,5	3,1	2,1	1,9	0,6	2,7	1,9
Brochure / folder logies	2,0	0,7	1,9	1,7	2,5	0,5	1,7
Brochure kustgemeente	0,8	0,0	1,4	0,7	1,6	1,2	1,0
Reisgids	0,1	0,0	1,3	0,6	3,6	0,2	0,8
Andere brochures / folders	5,1	3,2	4,6	2,9	2,1	4,1	3,9
Media							
Geschreven pers	2,6	0,5	1,4	1,2	1,7	2,3	1,7
Vlavak op TV	0,9	2,6	1,1	1,1	1,3	1,5	1,2
TV-uitzending of TV-spot	0,1	0,2	0,3	0,4	0,4	0,9	0,4
Radiouitzending of radiospot	0,4	0,0	0,0	0,4	0,0	0,9	0,3
Andere kanalen media	0,4	0,0	0,2	0,0	0,2	0,2	0,2
Andere infobronnen							
Weerbericht	5,1	9,6	3,9	4,9	4,2	4,5	4,9
Cadeaubons	1,3	1,0	0,4	0,4	0,1	0,0	0,6
Vakantiebeurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,1
Andere kanalen	2,1	4,2	4,3	6,1	6,9	4,0	4,5
Ongewogen aantal cases	782	167	554	806	185	220	2 714

6.2.6. Inspiratie- en informatiebronnen naar beroep van gezinshoofd

Tabel 111 en 112 bespreken de inspiratie- en informatieve bronnen naar beroep van het gezinshoofd.

- Wervend zijn de websites van het logies of het verhuurkantoor iets meer dan gemiddeld belangrijk voor kaderpersoneel. Hetzelfde geldt voor de websites van Toerisme Vlaanderen.
- De Vlaanderen Vakantieland brochure en website scoren, zowel wervend als informatief, opvallend goed bij de gepensioneerden.
- De websites van de kustgemeenten scoren (vooral informatief) beter dan gemiddeld bij bedienden en onderwijzers.
- Reserverings- en bookingssites scoren (informatief) sterker bij de hogere beroepscategorieën.

Tabel 111

Inspiratiebronnen vóór vertrek naar beroep gezinshoofd, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Inspiratiebronnen	Ondern./ vrije beroep	Zelfst. handelaar/ ambacht	Kader	Bediende	Onder-wijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepensio-neerd	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN									
Ervaring eerder bezoek	72,2	73,2	75,1	75,5	84,8	65,9	64,1	82,4	76,8
Informatie familie / vrienden	24,3	19,0	25,8	21,8	17,8	26,8	30,1	18,0	21,2
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN									
Websites									
Websites logies/verhuurkantoor	11,3	7,8	14,8	11,8	8,7	10,9	10,8	5,5	9,0
Websites kustgemeenten	8,5	7,9	9,5	8,3	8,9	10,4	1,2	4,5	7,0
Websites Toerisme Vlaanderen	5,1	1,6	7,7	3,9	0,7	5,5	0,0	2,9	3,7
Kustwebsite	5,1	4,1	2,8	3,7	3,1	4,3	6,6	1,7	3,0
Reserverings- of boekingssites	3,2	1,9	2,1	1,7	0,7	1,5	0,0	0,6	1,2
Beoordelings- of reviewsites	1,7	0,3	1,0	0,9	0,6	0,4	0,0	0,1	0,5
Sociale netwerksites	0,5	1,0	0,3	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	11,9	6,7	9,6	11,8	10,3	7,2	8,5	4,8	7,9
Brochures / folders									
Brochure Vlavak	0,8	1,0	1,8	0,7	0,3	2,7	1,2	3,0	1,9
Brochure kustgemeente	0,2	1,3	1,3	1,4	1,1	1,1	0,9	0,9	1,1
Brochure / folder logies	0,6	1,1	2,8	1,0	0,3	2,0	0,3	0,5	1,0
Reisgids	0,0	0,1	0,7	0,4	0,0	0,0	0,0	0,8	0,5
Andere brochures / folders	2,7	3,2	2,2	2,7	0,0	2,6	0,4	3,2	2,7
Media									
Vlavak op TV	1,3	1,0	2,6	2,3	0,3	2,1	3,5	4,0	2,8
Geschreven pers	2,2	4,1	2,0	1,8	1,5	1,7	0,0	0,9	1,6
TV-uitzending of TV-spot	0,2	0,6	2,1	1,4	0,3	0,5	0,0	1,2	1,1
Radiouitzending of radiospot	0,2	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,6	0,3
Andere kanalen media	1,4	0,0	0,0	0,0	3,1	0,1	0,0	0,2	0,3
Andere infobronnen									
Cadeaubons	2,2	0,8	0,1	1,3	0,6	0,4	0,0	0,6	0,8
Weerbericht	0,0	1,2	0,7	0,2	1,9	0,2	0,8	0,2	0,4
Vakantiebeurs	0,3	0,2	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1
Andere kanalen	0,7	0,3	1,5	4,5	2,0	2,7	0,0	5,5	3,9
Ongewogen aantal cases	148	205	255	693	114	384	57	961	2 817

Tabel 112

Informatiebronnen vóór vertrek naar beroep gezinshoofd, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiebronnen	Ondern./ vrije beroep	Zelfst. handelaar/ ambacht	Kader	Bediende	Onder-wijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepensio-neerd	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN									
Ervaring eerder bezoek	41,8	50,0	45,7	48,1	49,7	40,6	45,3	59,6	51,3
Informatie familie / vrienden	24,1	17,1	22,1	20,0	14,6	20,5	38,5	19,6	20,3
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN									
Websites									
Websites logies/verhuurkantoor	19,0	20,1	28,7	22,1	20,9	16,1	12,6	9,1	16,2
Websites kustgemeenten	14,1	10,7	13,6	17,1	17,8	11,8	5,1	4,8	10,6
Reserverings- of boekingssites	5,3	5,0	4,4	4,0	2,5	4,1	2,5	1,2	3,0
Kustwebsite	2,3	3,9	4,3	3,8	2,0	4,2	4,4	1,2	2,8
Websites Toerisme Vlaanderen	2,3	3,2	4,8	2,5	3,1	0,8	0,5	1,6	2,1
Beoordelings- of reviewsites	1,4	0,2	1,3	1,2	2,3	1,6	0,0	0,1	0,8
Sociale netwerksites	0,7	1,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	10,2	9,0	13,9	12,3	12,5	6,0	1,5	4,5	8,1
Brochures / folders									
Brochure Vlavak	0,0	2,2	0,9	0,9	0,0	0,8	1,8	3,3	1,9
Brochure / folder logies	0,2	1,4	3,8	1,3	0,4	1,0	0,3	2,2	1,7
Brochure kustgemeente	0,0	1,1	2,2	1,1	1,6	1,3	0,0	0,6	1,0
Reisgids	0,4	0,3	1,2	1,2	0,4	0,0	0,0	1,0	0,8
Andere brochures / folders	3,8	5,4	4,6	2,4	0,4	5,4	0,8	4,4	3,9
Media									
Geschreven pers	2,3	4,6	2,1	2,0	1,6	1,8	0,0	1,0	1,7
Vlavak op TV	0,0	1,2	1,0	0,7	0,0	1,0	0,0	1,9	1,2
TV-uitzending of TV-spot	0,2	0,0	0,3	0,6	1,5	0,0	0,0	0,3	0,4
Radiouitzending of radiospot	1,5	0,0	0,3	0,2	0,3	0,0	0,0	0,4	0,3
Andere kanalen media	1,6	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,0	0,2	0,2
Andere infobronnen									
Weerbericht	8,6	1,9	4,2	7,6	4,4	5,5	7,5	3,1	4,9
Cadeaubons	2,8	0,0	0,3	0,9	0,7	0,4	0,0	0,4	0,6
Vakantiebeurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1
Andere kanalen	3,4	2,7	3,3	3,4	2,7	1,8	0,3	7,1	4,5
Ongewogen aantal cases	150	195	257	683	99	374	58	896	2 712

6.2.7. Inspiratie- en informatiebronnen naar initieel of herhaalbezoek

Tabel 113 en 114 bespreken de inspiratie- en informatieve bronnen naar initieel of herhaalbezoek. Belangrijk hierbij is dat initieel bezoek gedefinieerd wordt als geen bezoek de voorbije drie jaar.

- Van de initiële bezoekers liet toch 32% noteren zich geïnformeerd te hebben op basis van een eerder bezoek (meer dan 3 jaar geleden).

- Websites spelen een duidelijk belangrijker rol voor initiële bezoekers dan voor herhaalbezoekers.

- Opvallend is ook dat het weerbericht een belangrijker rol speelt bij herhaalbezoekers dan bij initiële bezoekers.

- De cadeaubon is vaker een info bron bij initieel bezoek dan bij herhaalbezoek.

Tabel 113
Inspirerende bronnen vóór vertrek naar initieel of herhaalbezoek, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Inspirerende bronnen	Herhaalbezoek	Initieel bezoek	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN			
Ervaring eerder bezoek	81,9	52,0	76,9
Informatie familie / vrienden	18,5	34,6	21,2
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN			
Websites			
Websites logies/verhuurkantoor	8,4	11,6	8,9
Websites kustgemeenten	6,7	8,3	7,0
Websites Toerisme Vlaanderen	3,5	4,6	3,7
Kustwebsite	2,8	3,8	3,0
Reserverings- of boekingssites	0,9	2,8	1,3
Beoordelings- of reviewsites	0,4	1,0	0,5
Sociale netwerksites	0,2	0,0	0,2
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	7,8	8,0	7,9
Brochures / folders			
Brochure Vlavak	2,1	1,1	1,9
Brochure kustgemeente	1,2	0,7	1,1
Brochure / folder logies	1,0	1,3	1,0
Reisgids	0,5	0,2	0,5
Andere brochures / folders	2,8	2,4	2,7
Media			
Vlavak op TV	2,9	2,2	2,8
Geschreven pers	1,7	1,0	1,6
TV-uitzending of TV-spot	0,7	2,7	1,1
Radiouitzending of radiospot	0,2	0,5	0,3
Andere kanalen media	0,3	0,2	0,3
Andere infobronnen			
Cadeaubons	0,3	3,2	0,8
Weerbericht	0,4	0,5	0,4
Vakantiebeurs	0,1	0,2	0,1
Andere kanalen	3,9	3,6	3,9
Ongewogen aantal cases	2 059	752	2 811

Tabel 114
Informatiebronnen vóór vertrek naar initieel of herhaalbezoek, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiebronnen	Herhaalbezoek	Initieel bezoek	Totaal
PERSOONLIJKE KANALEN			
Ervaring eerder bezoek	55,6	31,8	51,3
Informatie familie / vrienden	19,2	25,6	20,4
GERICHTE MARKETINGINSTRUMENTEN			
Websites			
Websites logies/verhuurkantoor	14,4	24,4	16,2
Websites kustgemeenten	9,6	15,4	10,6
Reserverings- of boekingssites	2,7	4,3	3,0
Kustwebsite	2,6	3,6	2,8
Websites Toerisme Vlaanderen	1,9	3,3	2,1
Beoordelings- of reviewsites	0,6	1,4	0,8
Sociale netwerksites	0,2	0,1	0,1
Andere webgerelateerde communicatie (zoekrobots)	7,3	11,6	8,1
Brochures / folders			
Brochure Vlavak	2,0	1,1	1,9
Brochure / folder logies	1,5	2,8	1,7
Brochure kustgemeente	0,7	2,0	1,0
Reisgids	0,8	0,8	0,8
Andere brochures / folders	3,5	5,7	3,9
Media			
Geschreven pers	1,8	1,0	1,7
Vlavak op TV	1,2	1,2	1,2
TV-uitzending of TV-spot	0,3	0,6	0,4
Radiouitzending of radiospot	0,3	0,5	0,3
Andere kanalen media	0,2	0,1	0,2
Andere infobronnen			
Weerbericht	5,7	1,4	4,9
Cadeaubons	0,3	2,1	0,6
Vakantiebeurs	0,1	0,1	0,1
Andere kanalen	4,3	5,2	4,4
Ongewogen aantal cases	1 930	773	2 703

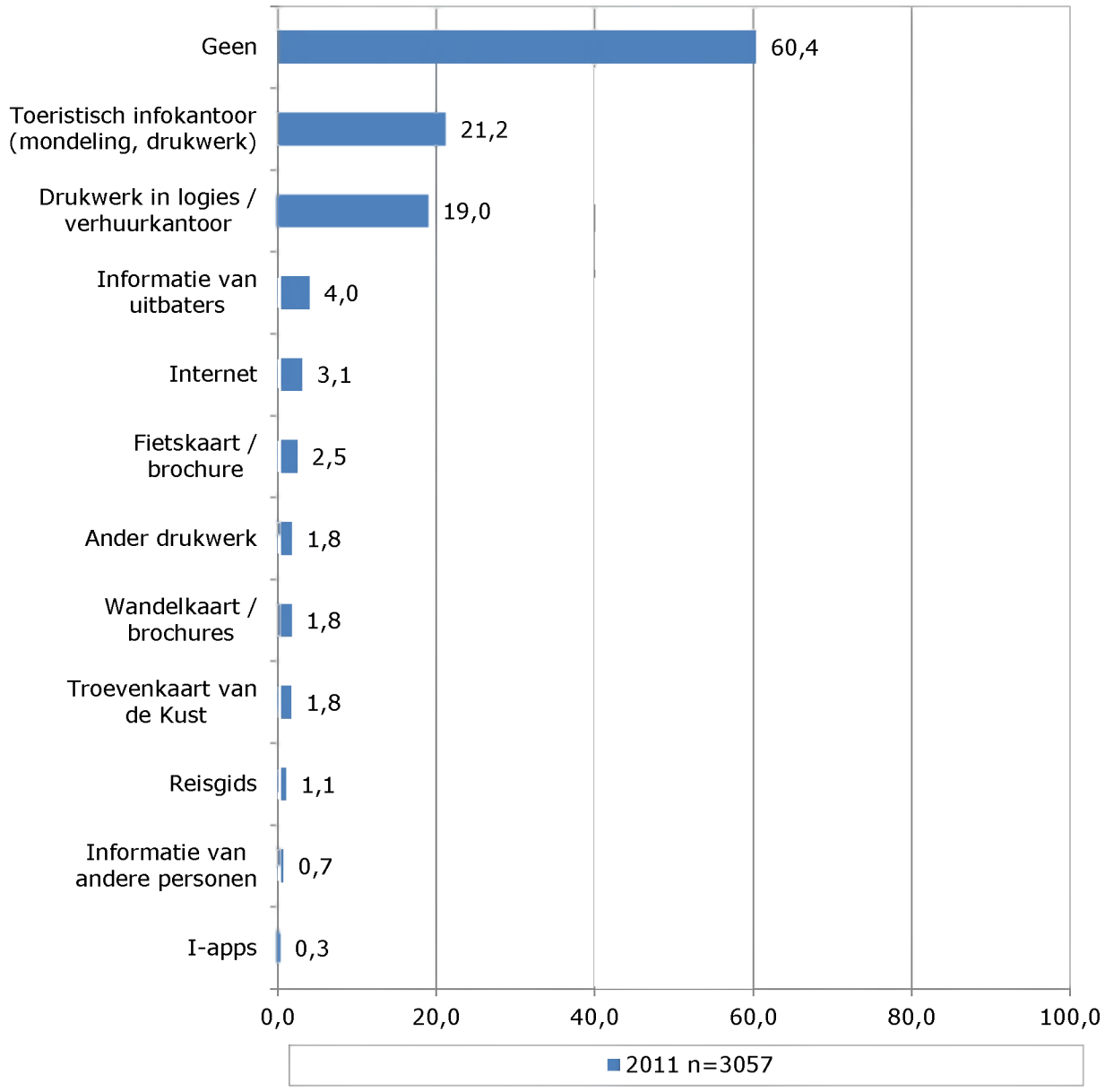
6.3. Informatie ingewonnen ter plaatse

6.3.1. Informatie ingewonnen ter plaatse, 2011

- 60% van de vakantiegangers in commercieel logies aan de Kust winnen geen informatie meer in wanneer ze ter plaatse zijn. Door het hoge aandeel herhaalbezoekers is bijkomende info vaak niet meer noodzakelijk.

- Wanneer de vakantiegangers info ter plaatse verkregen hebben gaat het op de eerste plaats over een bezoek aan de toeristische dienst (21%) en op de tweede plaats om drukwerk in het logies of in het verhuurkantoor.

Grafiek 130
Informatiekanalen ter plaatse, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



6.3.2. Informatie ingewonnen ter plaatse naar herkomst

Tabel 115 toont de ter plaatse ingewonnen informatie naar herkomst.

- De Vlamingen, Walen/Brusselaars en de Luxemburgers informeren zich het minst ter plaatse. Zij kennen de Kust immers het best (hoogste aandelen van herhaalbezoekers).

- De toeristische infokantoren zijn nog steeds een belangrijkste informatiebron ter plaatse.
- De Duitsers hebben een opvallend hoog percentage vakantiegangers dat zich informeert in een toeristische dienst. Maar ook één vijfde van de Vlamingen, Walen/Brusselaars zoeken hun informatie nog in een toeristische dienst.

- Bij de Nederlanders, Fransen, Britten en Duitsers is ook de info verworven bij de logies-uitbater/ verhuurkantoor relatief belangrijk.

Tabel 115
Informatiekanalen ter plaats naar herkomst, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiekanalen	Vla.	Wall. Bru.	*België*	Nedl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Geen	59,5	65,1	61,2	55,5	53,2	57,1	62,2	66,4	60,4
Toeristisch infokantoor (mondeling, drukwerk)	22,0	20,0	21,4	16,0	29,3	19,7	19,0	13,1	21,2
Drukwerk in logies / verhuurkantoor	18,1	15,5	17,3	28,3	25,2	28,3	19,3	25,5	19,0
Informatie van uitbaters	2,7	3,8	3,1	10,3	6,3	9,1	8,5	3,9	4,0
Internet ter plaatse	3,1	3,3	3,2	3,9	3,3	2,6	2,1	0,4	3,1
Fietskaart / brochure	2,8	2,4	2,7	3,1	1,3	0,9	0,5	0,0	2,5
Ander drukwerk	2,3	1,4	2,0	1,2	0,2	0,0	3,6	0,0	1,8
Wandelkaart / brochures	2,2	1,1	1,8	1,8	1,4	0,0	3,8	0,7	1,8
Troevenkaart van de Kust	1,6	2,1	1,8	2,2	1,8	1,5	1,1	0,0	1,8
Reisgids	0,8	1,0	0,8	1,4	2,9	2,6	1,0	0,7	1,1
Informatie van andere personen	0,5	0,9	0,6	0,3	1,5	2,4	1,9	0,0	0,7
I-apps	0,1	0,7	0,3	0,5	0,6	0,7	0,0	0,0	0,3
Ongewogen aantal cases	1 220	454	1 674	479	391	211	142	160	3 057

6.3.3. Informatie ingewonnen ter plaatse naar logiesvorm

Tabel 116 toont de ter plaatse ingewonnen informatie naar logiesvorm.

- Bij de vakantiegangers op hotel en in een vakantiecentrum wordt er minst informatie ingewonnen ter plaatse.
- Vakantiegangers in vakantiewoningen gaan het vaakst naar een toeristisch infokantoor, vakantiegangers in een vakantiepark het minst.
- Vakantiegangers in een vakantiepark, op hotel of in een vakantiecentrum vinden hun toeristische info ter plaatse meest in het logies zelf.
- Internet wordt ter plaatse maar door 3% van de respondenten gebruikt voor het opzoeken van informatie.

Tabel 116
Informatiekanalen ter plaatse naar logiesvorm, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiekanalen	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
Geen	65,2	55,1	60,2	58,9	64,0	60,4
Toeristisch infokantoor (mondeling, drukwerk)	16,8	31,2	17,9	8,2	11,1	21,2
Drukwerk in logies / verhuurkantoor	23,6	11,6	20,1	30,2	22,6	19,0
Informatie van uitbaters	4,0	3,0	5,9	9,1	3,7	4,0
Internet	1,5	4,7	3,9	4,3	1,7	3,1
Fietskaart / brochure	1,6	3,6	4,1	1,1	1,6	2,5
Ander drukwerk	0,8	2,9	2,1	1,1	1,2	1,8
Wandelkaart / brochures	1,2	2,2	2,9	0,9	1,8	1,8
Troevenkaart van de Kust	0,8	2,6	3,2	2,7	0,5	1,8
Reisgids	0,8	1,3	1,7	1,6	0,3	1,1
Informatie van andere personen	1,2	0,5	0,3	0,3	0,6	0,7
I-apps	0,2	0,4	0,0	0,6	0,4	0,3
Ongewogen aantal cases	1 090	693	454	573	247	3 057

6.3.4. Informatie ingewonnen ter plaatse naar leeftijd van de respondent

Tabel 117 toont de ter plaatse ingewonnen informatie naar leeftijd van de respondent.

- 18 tot 24-jarigen en 25 tot 34-jarigen bezoeken minder dan de oudere leeftijdscategorieën een toeristisch infokantoor, maar raadplegen dan weer meer dan de ouderen het drukwerk in het logies of het verhuurkantoor en ze doen meer dan de ouderen een beroep op informatie van uitbaters.

- Internet ter plaatse is vooral populair in de leeftijdscategorie 25 tot 34 jaar en 35 tot 49 jaar.

- De wandelkaarten zijn vooral belangrijk voor de 75-plussers.

6.3.5. Informatie ingewonnen ter plaatse naar type vakantie

Tabel 118 geeft de ter plaatse ingewonnen informatie weer naar type vakantie.

- Het raadplegen van een toeristisch informatiekantoor neemt gestaag toe met het toenemen van de verblijfsduur (van 13% voor een weekend tot 37% voor een vakantie van meer dan 2 weken).

- Van alle ter plaatse geraadpleegde informatiebronnen is het aandeel opvallend hoger voor de lage vakanties van 2 weken of meer

Tabel 117
Informatiekanalen ter plaats naar leeftijd van de respondent, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiekanalen	18-24 jaar	25-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65-74 jaar	75 jaar en meer	Totaal
Geen	60,6	62,2	58,0	61,5	59,9	63,3	60,4
Toeristisch infokantoor (mondeling, drukwerk)	14,3	17,9	22,0	22,4	21,2	19,2	21,2
Drukwerk in logies / verhuurkantoor	23,5	21,0	20,9	17,1	19,2	15,6	19,0
Informatie van uitbaters	6,9	7,4	3,6	3,8	3,3	4,2	4,0
Internet ter plaatse	3,8	4,3	4,8	2,8	1,5	0,9	3,1
Fietskaart / brochure	0,5	1,6	2,9	2,7	2,4	2,1	2,5
Ander drukwerk	0,0	0,9	2,7	1,4	1,8	1,1	1,8
Wandelkaart / brochures	0,0	1,6	1,7	1,9	0,7	4,3	1,8
Troevenkaart van de Kust	0,0	2,8	1,2	2,4	1,1	2,2	1,8
Reisgids	1,0	1,5	0,9	1,6	0,8	0,0	1,1
Informatie van andere personen	0,0	0,6	0,9	0,4	0,8	1,1	0,7
I-apps	0,0	2,1	0,4	0,1	0,0	0,0	0,3
Ongewogen aantal cases	72	314	970	969	523	209	3 057

Tabel 118
Informatiekanalen ter plaats naar type vakantie, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiekanalen	(Verlengd) weekend	Midweek (ma-vr)	Korte vakantie (< 7 n)	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 n en +	Totaal
Geen	68,2	63,2	64,2	58,4	52,1	42,6	60,4
Toeristisch infokantoor (mondeling, drukwerk)	12,8	16,3	17,9	22,7	35,9	36,6	21,2
Drukwerk in logies / verhuurkantoor	20,7	19,1	19,7	18,8	12,6	18,8	19,0
Informatie van uitbaters	3,5	5,4	4,3	3,4	5,2	5,3	4,0
Internet ter plaatse	2,1	2,1	3,3	3,3	3,3	5,3	3,1
Fietskaart / brochure	1,6	2,3	2,0	2,1	4,6	5,7	2,5
Ander drukwerk	0,9	1,2	1,1	1,9	2,4	4,8	1,8
Wandelkaart / brochures	1,0	2,4	1,8	1,9	2,3	2,5	1,8
Troevenkaart van de Kust	1,5	0,6	1,3	2,0	2,8	2,3	1,8
Reisgids	0,8	0,2	1,1	0,7	1,4	2,8	1,1
Informatie van andere personen	0,9	1,3	0,7	0,5	0,8	0,5	0,7
I-apps	0,7	0,0	0,3	0,1	0,0	0,5	0,3
Ongewogen aantal cases	895	188	619	905	205	245	3 057

6.3.6. *Informatie ingewonnen ter plaatse naar herhaal- en intieel bezoek*

Tabel 119 toont de ter plaatse ingewonnen informatie naar herhaal- en initieel bezoek.

- Drukwerk in het logies is duidelijk belangrijker bij een initieel bezoek dan bij een herhaalbezoek.
- Hetzelfde geldt voor informatie van uitbaters en het gebruik van internet ter plaatse.

Tabel 119
Informatiekanalen ter plaats naar herhaal- en initieel bezoek, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Informatiekanalen	Herhaal-bezoek	Initieel bezoek	Totaal
Geen	61,6	54,5	60,4
Toeristisch infokantoor (mondeling, drukwerk)	21,6	19,2	21,2
Drukwerk in logies / verhuurkantoor	16,9	28,4	19,0
Informatie van uitbaters	3,3	7,5	4,0
Internet	2,8	4,6	3,1
Fietskaart / brochure	2,4	3,0	2,5
Ander drukwerk	2,0	0,8	1,8
Wandelkaart / brochures	1,9	1,1	1,8
Troevenkaart van de Kust	1,6	2,6	1,8
Reisgids	1,0	1,5	1,1
Informatie van andere personen	0,7	0,5	0,7
I-apps	0,2	0,7	0,3
Ongewogen aantal cases	2 192	849	3 057

7. Reserveringsgedrag

7.1. Moment van reservering van logies

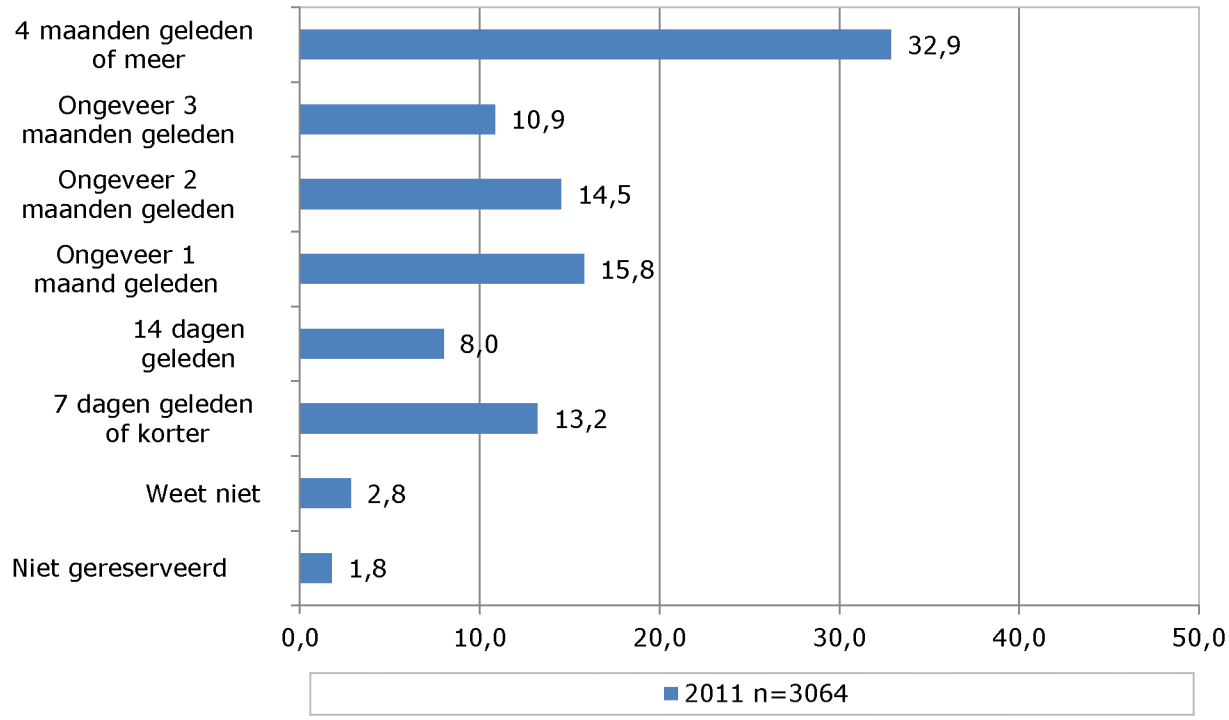
7.1.1. Moment van reservering: globaal

In de vragenlijst werd gepolst naar het moment van beslissing en dat van de effectieve reservering. Uit de analyses blijkt dat deze twee momenten zeer dicht bij elkaar liggen. Daarom wordt in de verdere bespreking enkel nog het moment van reservering besproken.

- Eén derde van de respondenten reserveert hun logies vier maanden of eerder nog vóór hun vakantie aan de Kust.

- Eén vijfde reserveert tussen ongeveer 2 en 3 maanden. Eén vierde reserveert minder dan veertien dagen voor hun vertrek. 13% reserveert zelfs eerder 'last minute' namelijk zeven dagen en korter. Dit hoge percentage van last minutes heeft waarschijnlijk te maken met het hele mooie weer in het voorjaar van 2011, waardoor vele mensen, door het mooie weer, snel nog een vakantie of weekend aan zee boekten.

Grafiek 131
Moment van effectieve reservering van logies, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



7.1.2. Moment van reservering van logies naar herkomst

- Fransen en Luxemburgers reserveren iets meer last minute, de Britten doen dit het minst.

- De Vlamingen, Britten en Duitsers boeken meer dan de andere vakantiegangers lang van te voren hun logies (4 maanden geleden of meer).

Tabel 120
Moment van reservering van logies naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Moment van reservering	Vla.	Wall. Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
4 maanden geleden of meer	36,8	28,7	34,3	28,6	30,5	17,3	18,9	29,5	32,9
Ongeveer 3 maanden geleden	11,3	10,1	10,9	9,8	11,5	11,3	5,7	14,9	10,9
Ongeveer 2 maanden geleden	15,1	13,4	14,6	12,9	11,6	16,4	20,1	19,4	14,5
Ongeveer 1 maand geleden	13,1	20,0	15,2	19,7	15,7	21,2	20,3	16,2	15,8
Veertien dagen geleden	7,7	7,8	7,7	9,9	8,9	9,1	11,6	6,7	8,0
Zeven dagen geleden of korter	11,3	15,7	12,6	14,3	16,8	19,2	19,2	9,9	13,2
Weet niet	2,9	2,9	2,9	1,8	2,2	3,8	4,2	2,8	2,8
Niet gereserveerd	1,8	1,4	1,7	3,0	2,7	1,7	0,0	0,7	1,8
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 223	453	1 676	483	392	211	142	160	3 064

7.1.3. Moment van reservering naar logiesvorm

- Last minutes komen het meest voor bij hotels en op campings.
- Vakantiewoningen en vakantiecentra maar ook vakantieparken worden relatief meer lang van te voren geboekt.
- Verder is het interessant om vast te stellen dat ook bij vakantiewoningen 14% van de vakanties in 2011 minder dan 14 dagen vooraf werd geboekt.

Tabel 121
Moment van reservering van logies naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Moment van reservering	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
4 maanden geleden of meer	16,1	43,8	27,5	39,1	43,7	32,9
Ongeveer 3 maanden geleden	10,0	11,0	7,2	12,7	13,3	10,9
Ongeveer 2 maanden geleden	17,9	12,1	8,1	13,2	16,5	14,5
Ongeveer 1 maand geleden	20,9	14,7	8,9	14,4	9,4	15,8
Veertien dagen geleden	11,9	4,8	7,8	6,6	7,9	8,0
Zeven dagen geleden of korter	19,6	9,1	16,8	11,1	8,4	13,2
Weet niet	2,8	4,0	1,9	2,2	0,5	2,8
Niet gereserveerd	0,7	0,5	21,9	0,7	0,3	1,8
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 091	693	455	576	249	3 064

7.1.4. Moment van reservering naar seizoen

- In juli en augustus worden vakanties relatief meer lang van te voren geboekt dan in het voor- en naseizoen: 43% is reeds 4 maanden of langer gereserveerd.

- In het najaar van 2011 zijn er meer last minutes dan in het voorjaar en de zomer: 19% in het najaar is minder dan 7 dagen vooraf geboekt.

Tabel 122
Moment van reservering van logies naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Moment van reservering	Voorseizoen	Juli-augustus	Naseizoen	Totaal
4 maanden geleden of meer	26,7	43,4	25,7	32,9
Ongeveer 3 maanden geleden	12,4	10,0	9,6	10,9
Ongeveer 2 maanden geleden	16,3	13,3	13,6	14,5
Ongeveer 1 maand geleden	18,1	12,1	18,1	15,8
Veertien dagen geleden	8,4	6,8	9,3	8,0
Zeven dagen geleden of korter	12,2	10,8	19,3	13,2
Weet niet	4,5	1,7	2,0	2,8
Niet gereserveerd	1,4	1,8	2,4	1,8
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	1 184	1 136	744	3 064

7.1.5. Moment van reservering naar leeftijd van de respondent

- Hoe ouder de respondent wordt, hoe hoger het aandeel van vroegboekingen: bij 65-plussers is meer dan de helft 3 maand op voorhand gereserveerd en 35% zelfs 4 maanden of langer.

- Omgekeerd is het aandeel van last minutes hoger naarmate de respondent jonger wordt. Bij deze jonger dan 35 jaar is het aandeel van last minutes meer dan 20%.

Tabel 123
Moment van reservering van logies naar leeftijd van de respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

Moment van reservering	18-24 jaar	25-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65-74 jaar	75 jaar en meer	Totaal
4 maanden geleden of meer	13,4	26,0	31,6	32,6	38,7	36,1	32,9
Ongeveer 3 maanden geleden	2,4	8,3	10,9	9,2	13,7	14,6	10,9
Ongeveer 2 maanden geleden	17,0	15,5	12,5	15,1	15,6	15,4	14,5
Ongeveer 1 maand geleden	17,5	17,9	18,5	15,9	13,2	9,7	15,8
Veertien dagen geleden	7,5	6,3	7,4	9,9	6,3	9,2	8,0
Zeven dagen geleden of korter	23,5	21,3	14,9	13,2	8,1	9,1	13,2
Weet niet	15,3	3,5	2,3	1,6	3,4	4,7	2,8
Niet gereserveerd	3,4	1,0	1,9	2,5	0,9	1,1	1,8
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	71	316	972	971	525	209	3064

7.1.6. Moment van reservering naar type vakantie

- Hoe korter de vakantie hoe vaker er last minute wordt geboekt.

- De langere vakanties van 14 dagen en meer worden in grote mate vier maanden of langer voor vertrek geboekt.

Tabel 124

Moment van reservering van logies naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

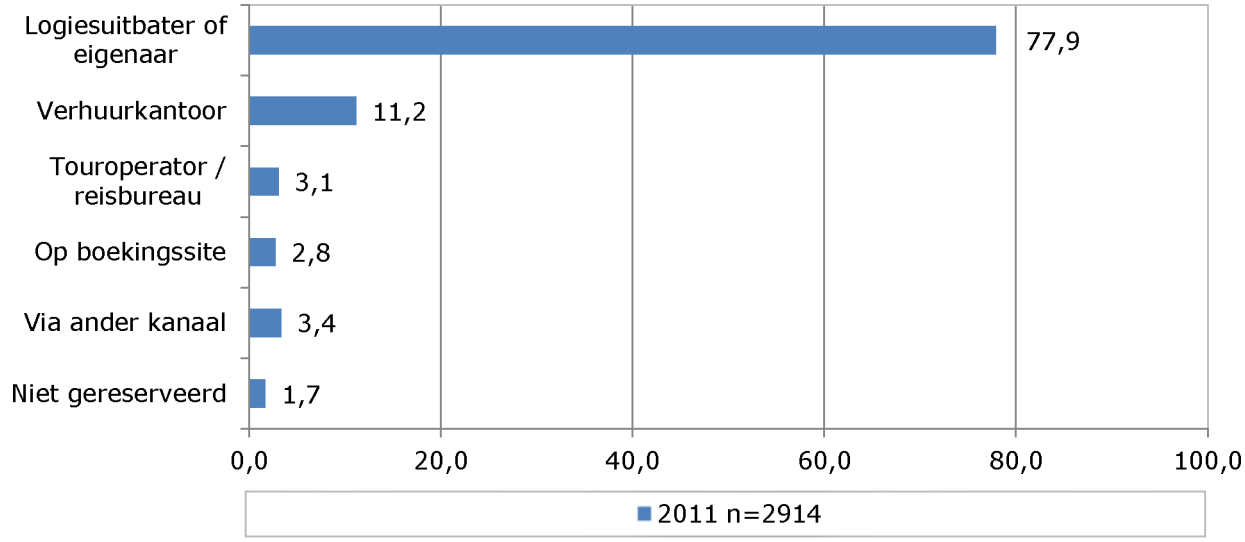
Moment van reservering	(Verlengd) weekend	Midweek (ma - vrij)	Andere vakantie < 7 n	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 en + n	Totaal
4 maanden geleden of meer	14,0	28,3	16,9	40,3	65,9	70,3	32,9
Ongeveer 3 maanden geleden	6,8	11,3	9,0	14,9	14,3	9,6	10,9
Ongeveer 2 maanden geleden	17,4	19,2	14,3	15,3	8,9	7,2	14,5
Ongeveer 1 maand geleden	20,1	14,1	22,2	14,5	4,6	4,5	15,8
Veertien dagen geleden	12,7	7,5	12,9	4,8	0,9	1,2	8,0
Zeven dagen geleden of korter	24,9	12,3	19,6	6,0	1,1	1,9	13,2
Weet niet	1,5	6,8	2,0	3,2	4,2	3,9	2,8
Niet gereserveerd	2,6	0,3	3,1	0,9	0,2	1,5	1,8
Totaal (in %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	895	189	621	908	206	245	3 064

7.2. Kanaal van reservering

7.2.1. Kanaal van reservering, 2011

- 78% van de respondenten reserveert rechtstreeks bij de logiesuitbater of eigenaar van de vakantiewoning en 11% reserveert via een verhuurkantoor.
- De andere manieren van reserveren zoals touroperator/reisbureau en bookingsites zijn vrij beperkt.
- Slechts 2% van alle respondenten reserveert niet.

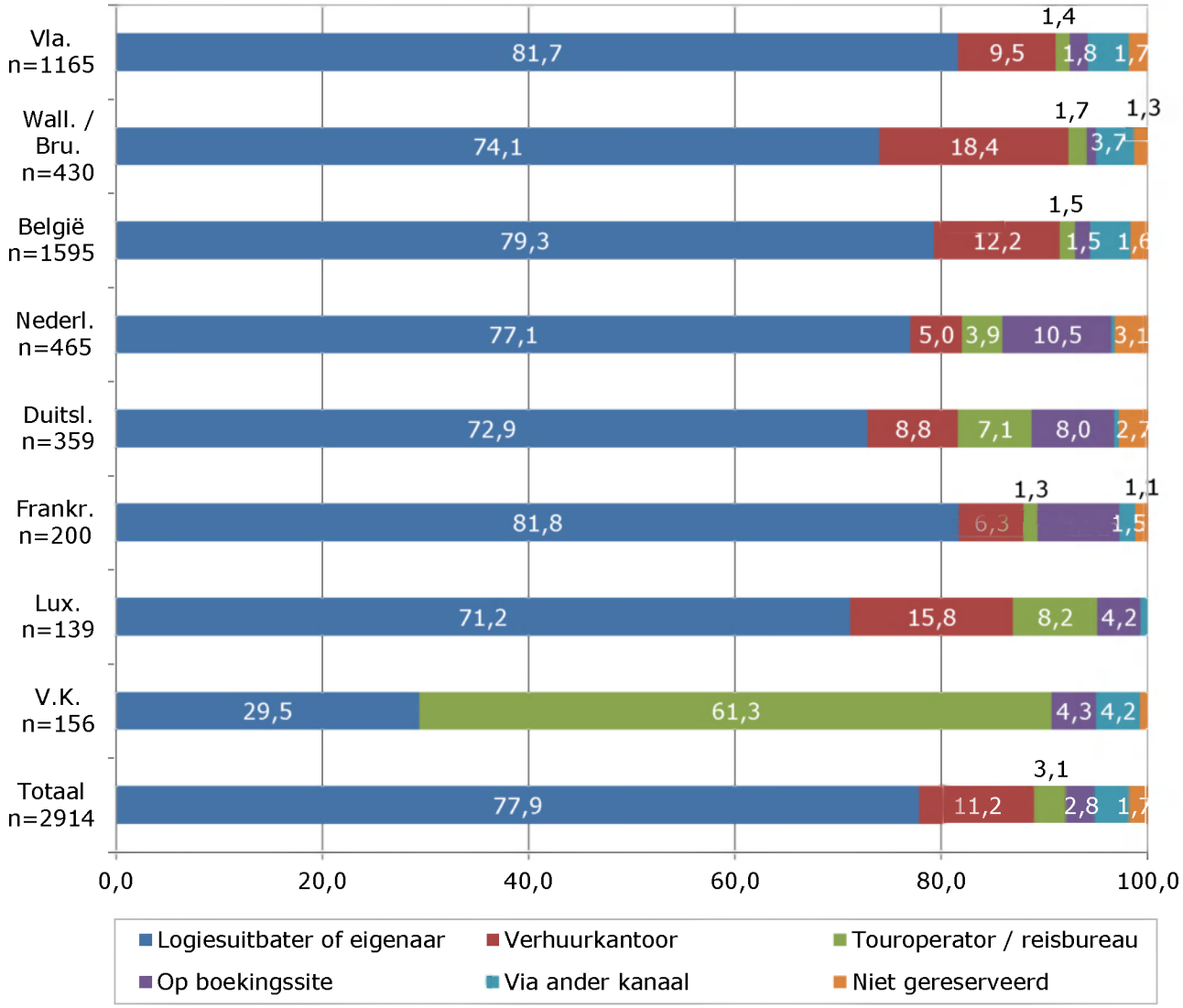
Grafiek 132
Kanaal van reservering, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



7.2.2. Kanaal van reservering naar herkomst

- In bijna alle markten wordt het meest rechtstreeks gereserveerd bij de logiesuitbater of de eigenaar.
- De Britse vakantiegangers maken hier een uitzondering op: twee derden van hen reserveert via een touroperator.
- Walen en Luxemburgers reserveren relatief meer bij verhuurkantoren.
- Bookingsites zijn meer populair bij buitenlandse markten en vooral bij de Nederlanders, Duitsers en Fransen.

Grafiek 133
Kanaal van reservering naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

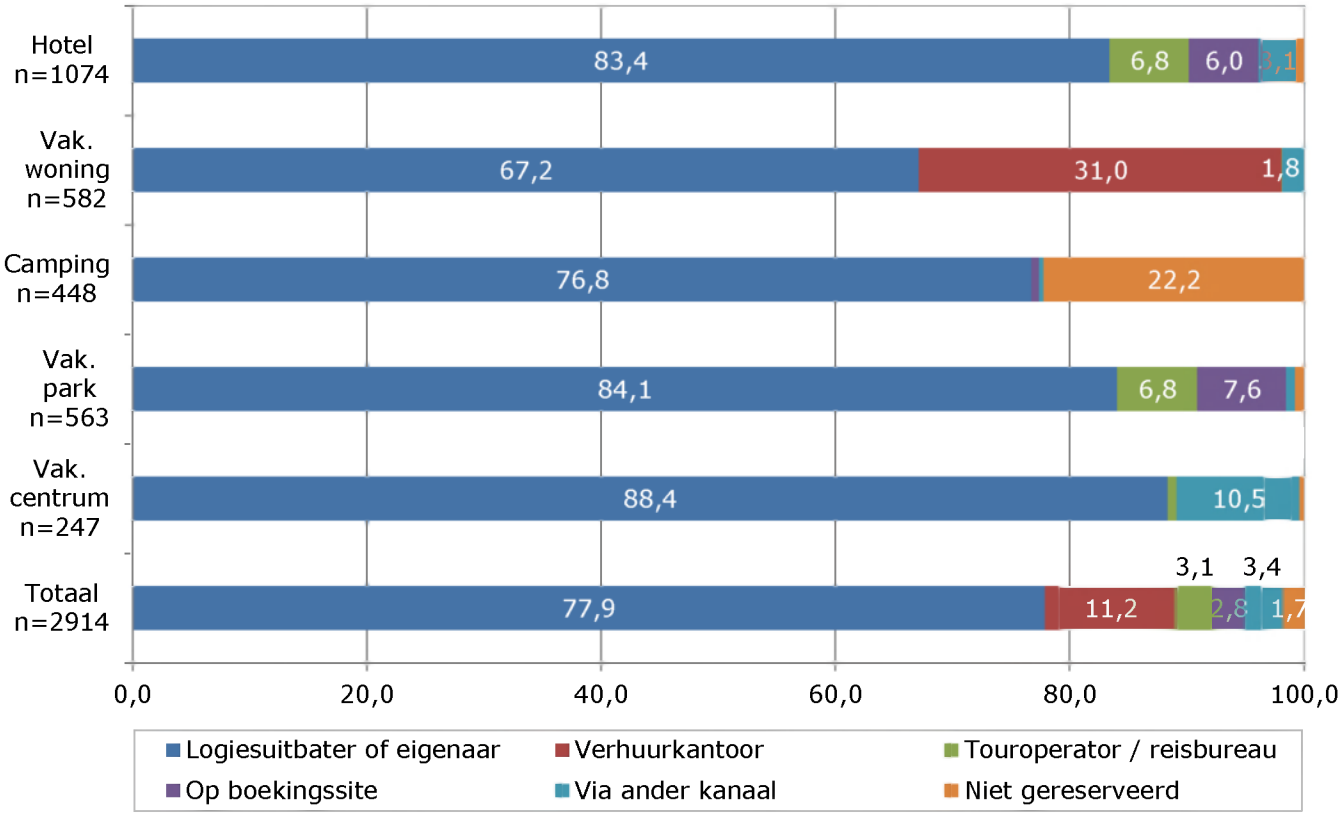


7.2.3. Kanaal van reservering naar logiesvorm

- Bij alle logiesvormen vinden we een hoog aandeel van vakantiegangers die rechtstreeks reserveren bij de logiesuitbater of eigenaar. Het percentage ligt iets lager bij vakantiegangers in vakantiewoningen waar men ook voor 31% reserveert via een verhuurkantoor.

- Het kanaal van de tour operators en de bookingsites is enkel van enig belang voor de vakantiegangers op hotel en in een vakantiepark.

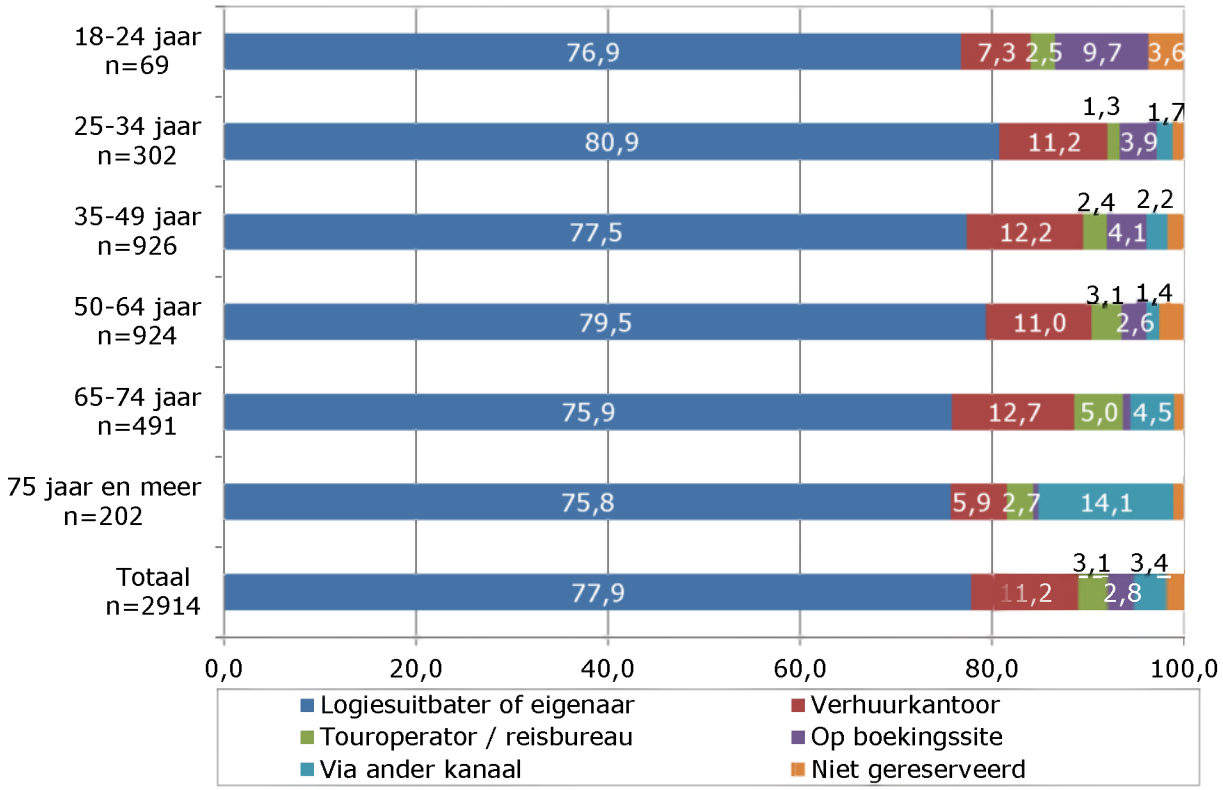
Grafiek 134
Kanaal van reservering naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



7.2.4. Kanaal van reservering naar leeftijd van de respondent

- De jongste respondenten (18-24 jaar) reserveren iets vaker via een boekingssite.
- De oudste respondenten (75+), maar ook de jongsten (18 tot 24 jaar) reserveren iets minder via een verhuurkantoor.
- Touroperators die vaak door de Britten worden gecontacteerd, worden iets meer door de 65-74 jarigen ingeschakeld.

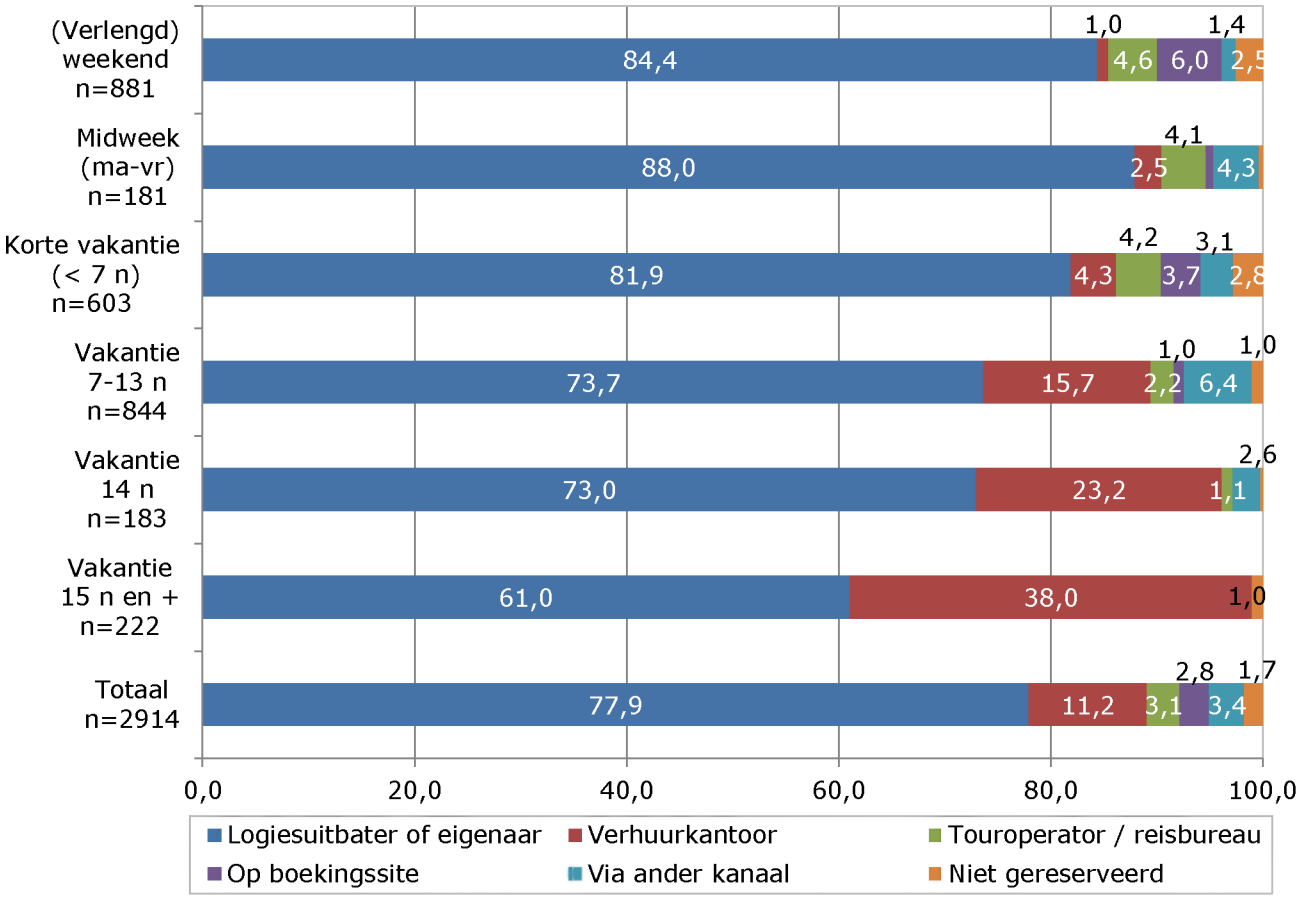
Grafiek 135
Kanaal van reservering naar leeftijd respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



7.2.5. Kanaal van reservering naar type vakantie

- Hoe korter de vakantie, hoe vaker men rechtstreeks reserveert bij de logiesuitbater of eigenaar.
- Voor langere vakanties huurt men meer een vakantiewoning en gaat men ook meer boeken bij een verhuurkantoor.
- Bookingsites hebben vooral bij weekends en verlengde weekends een belang (6%).
- Touroperators die vaak door de Britten worden gecontacteerd, worden vooral voor weekends en midweeks ingeschakeld.

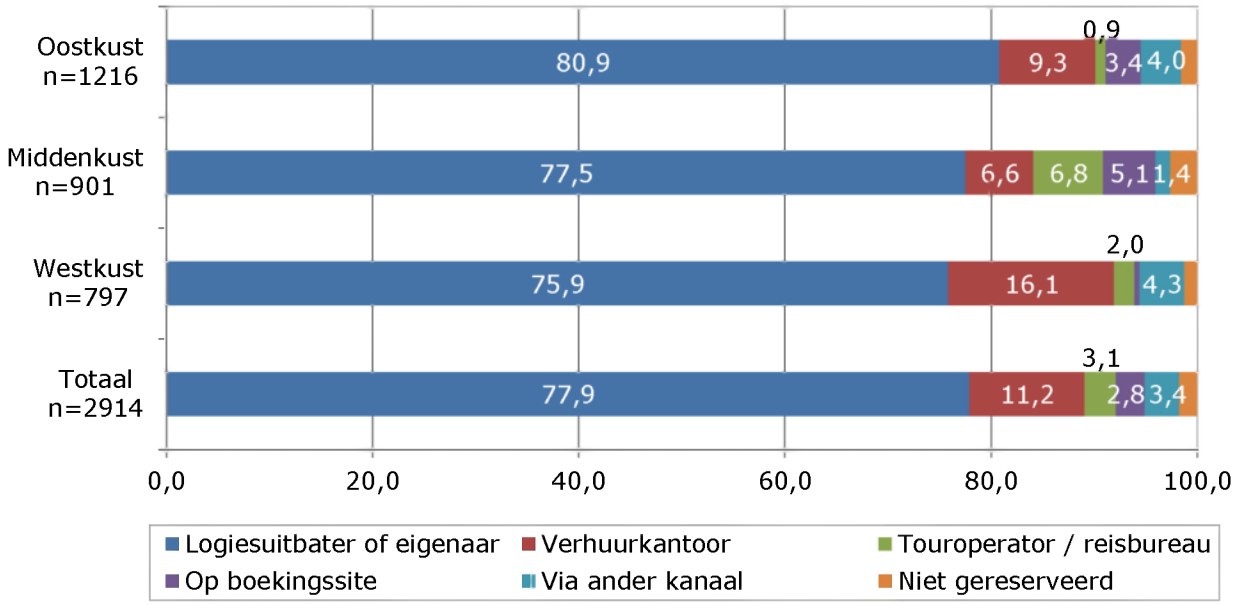
Grafiek 136
Kanaal van reservering naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



7.2.6. Kanaal van reservering naar subregio Kust

- Aan de Westkust zijn de verhuurkantoren belangrijker dan in de andere subregio's Kust.
- Bij reserveringen aan de Middenkust worden vooral touroperators die vaak door de Britten worden gecontacteerd, ingeschakeld.
- Het aandeel van reserveringen via logiesuitbater of eigenaar is het hoogst aan de Oostkust.

Grafiek 137
Kanaal van reservering naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

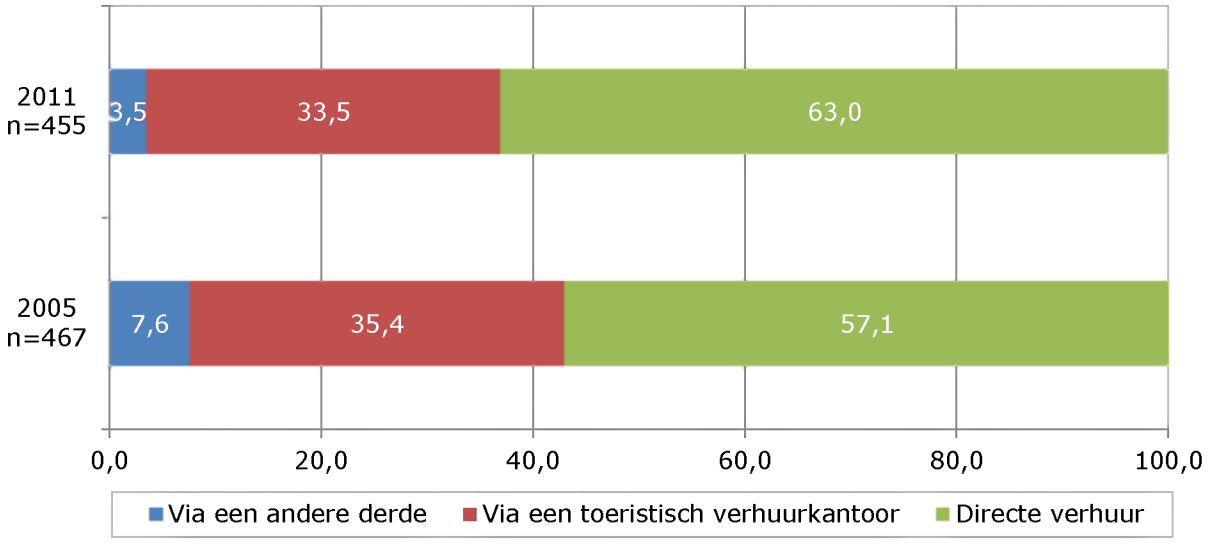


7.2.7. Verhuurkanaal voor vakantiewoning

7.2.7.1. Evolutie van verhuurkanaal voor vakantiewoning, 2005- 2011

Grafiek 138 toont dat binnen de verhuur van vakantiewoningen het aandeel van gezelschappen ia directe verhuur tot 63% is toegenomen in 2011 (zonder de paasvakantie) in vergelijking met 2005. De verhuur via verhuurkantoren is afgenomen. De verhuur via andere derden (bv. conciërge) nam af van een kleine 8% naar zowat 4% in 2011.

Grafiek 138
*Verhuurkanaal van vakantiewoning, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, **zonder paasvakantie 2011** (in % van respondenten op vakantiewoning)*

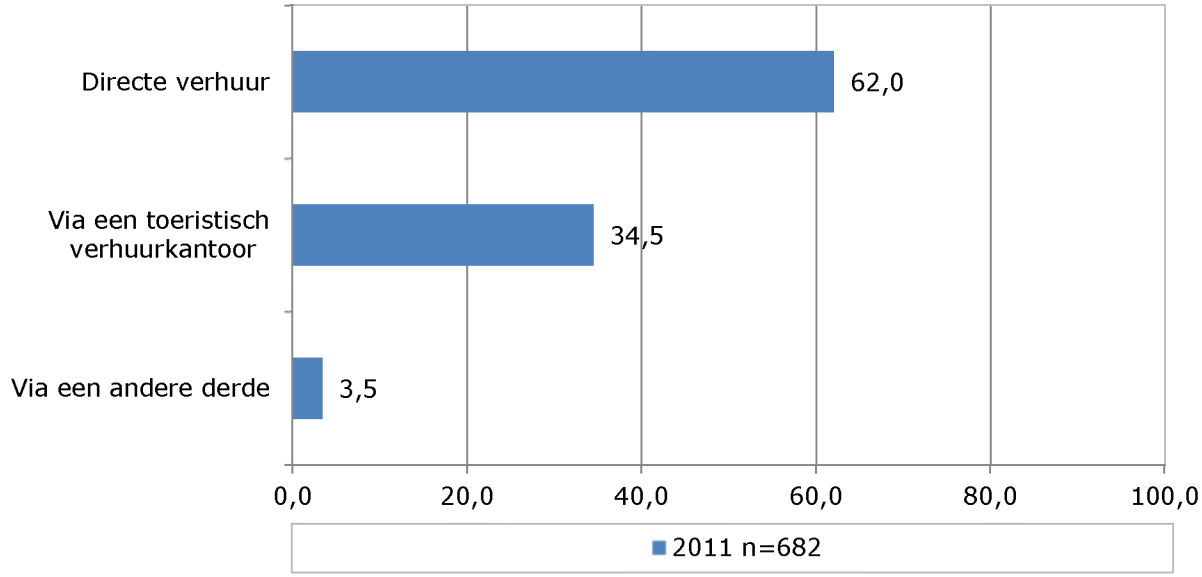


7.2.7.2. Verhuurkanaal van vakantiewoning, 2011

Grafiek 139 toont de verhouding naar verhuurkanaal bij de vakantiewoningen voor 2011 inclusief de paasvakantie. De verhouding van het aandeel van gezelschappen via verhuurkantoren tegenover deze in directe verhuur of via een andere derde bedraagt 35% tegenover 65%.

Deze onderverdeling naar directe verhuur (rechtstreeks van de eigenaar), verhuur via toeristische verhuurkantoor of verhuur via een andere derde komt overeen met de resultaten uit de blitsenquête in 2011 (KiTS–project): op jaarbasis is de verhouding 38% verhuur via toeristisch verhuurkantoor en 62% directe verhuur of via andere derde in 2011.

Grafiek 139
Verhuurkanaal van vakantiewoning, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011, (in % van respondenten op vakantiewoning)



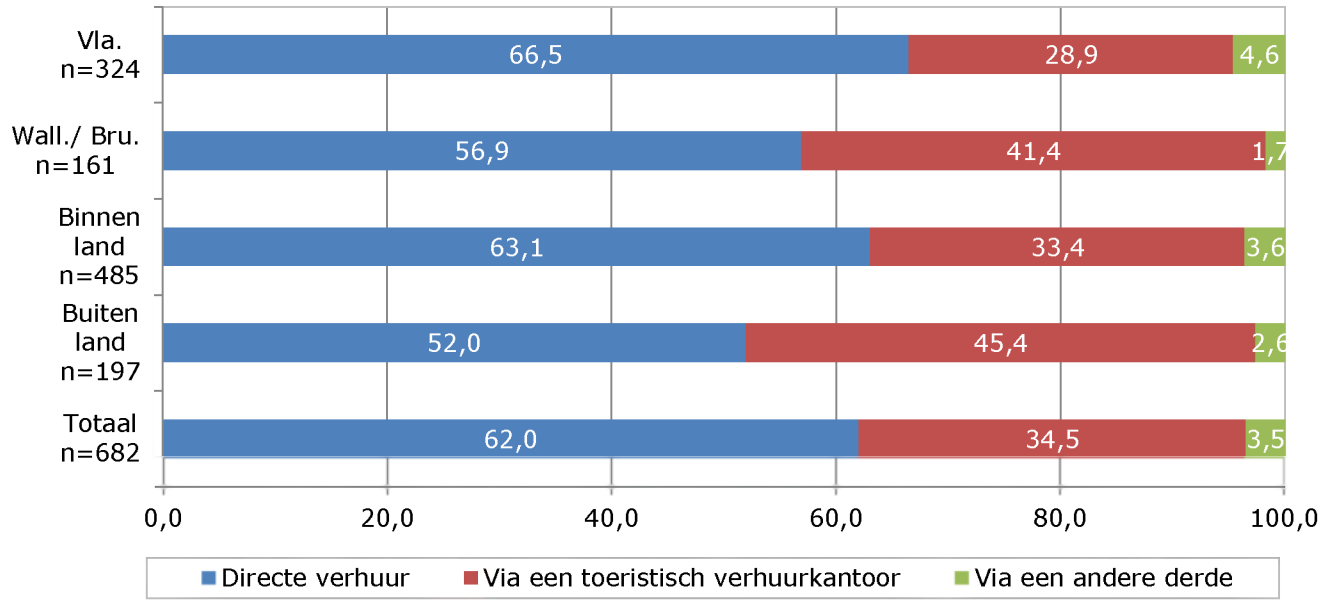
7.2.7.3. Verhuurkanaal van vakantiewoning naar binnenlandse en buitenlandse markt

Grafiek 140 geeft het verhuurkanaal van vakantiewoningen weer voor de diverse markten. De buitenlandse markten werden samengenomen omwille van te weinig cases binnen de afzonderlijke markten.

- In *Vlaanderen* wordt bij het huren van een vakantiewoning meer dan in Wallonië of de buurlanden direct aan de eigenaar gehuurd.

- In de *buurlanden en in Wallonië* is het aandeel van de verhuur via een toeristisch verhuurkantoor groter dan in Vlaanderen.

Grafiek 140
Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar binnenlandse versus buitenlandse markt, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op vakantiewoning)

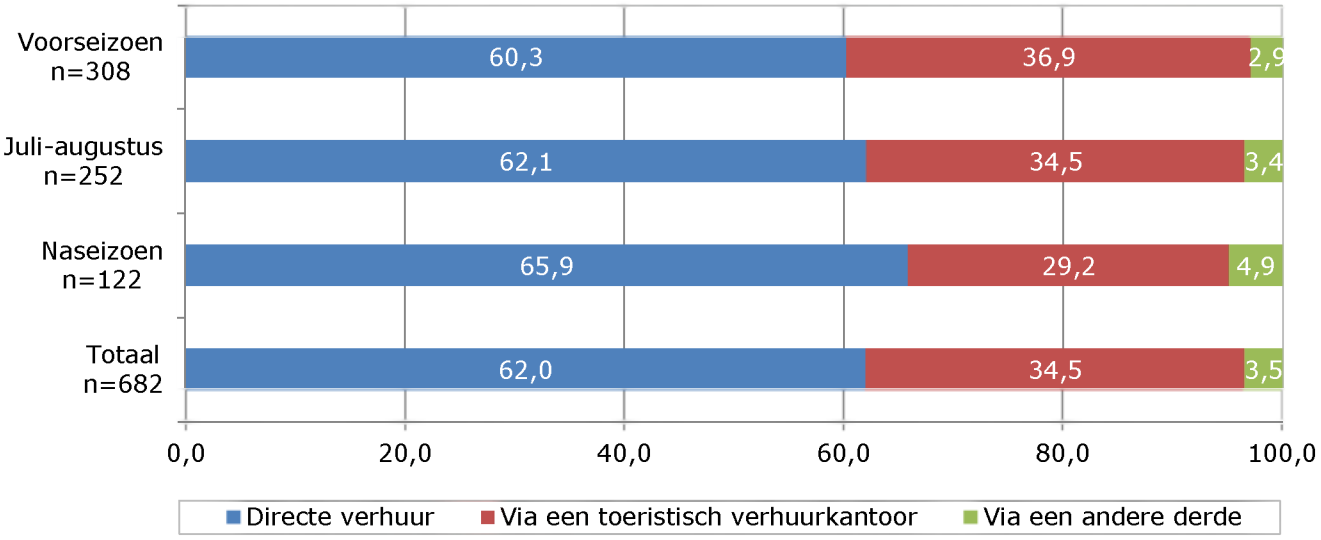


7.2.7.4. Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar seizoen van vakantie

Het verhuurkanaal voor de vakantiewoningen wijkt niet erg veel af naar seizoen van de vakantie.

- De verhuur via een verhuurkantoor is het grootst voor een vakantie in het voorjaar en in de zomermaanden.
- De verhuur via een verhuurkantoor ligt iets lager in het najaar.

Grafiek 141
Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op vakantiewoning)

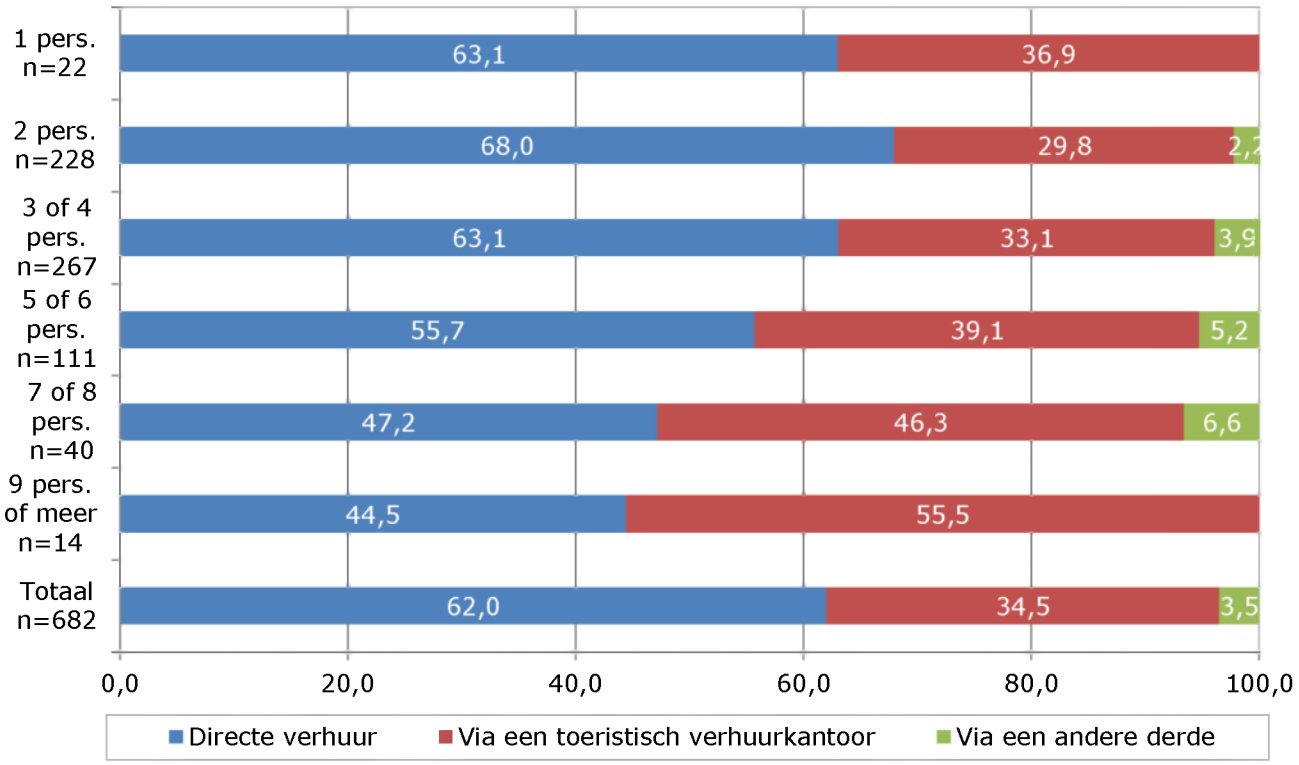


7.2.7.5. Verhuurkanaal van vakantiewoning naar grootte vakantiegezelschap

Het verhuurkanaal voor de vakantiewoningen verschilt naar grootte van het vakantiegezelschap.

- De verhuur via een verhuurkantoor neemt toe naarmate het gezelschap groter wordt.
- De directe verhuur is het hoogst bij tweepersoonsgezelschappen.

Grafiek 142
Verhuurkanaal van vakantiewoning naar grootte van gezelschappen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op vakantiewoning)

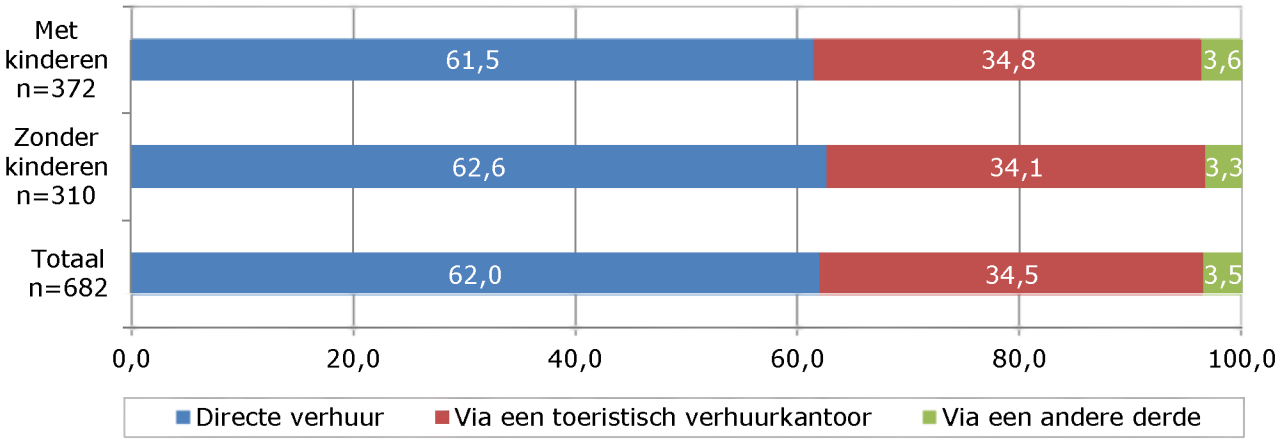


7.2.7.6. Verhuurkanaal van vakantiewoning naar type vakantiegezelschap

<u>Naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen</u>

Het verhuurkanaal voor de vakantiewoningen wijkt weinig af naar gezelschappen met en zonder kinderen.

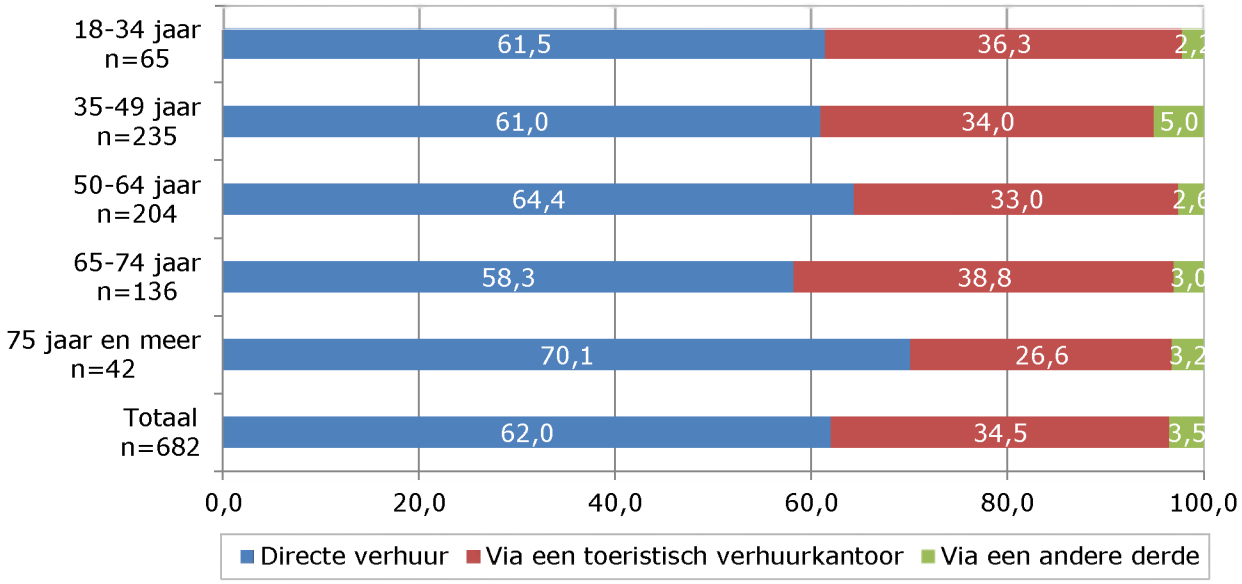
Grafiek 143
Verhuurkanaal van vakantiewoning naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op vakantiewoning)



7.2.7.7. Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar leeftijd van de respondent

- Bij de oudste respondenten, 75 jaar en ouder, is de directe verhuur meer populair.
- Verhuur via verhuurkantoor komt iets vaker voor bij respondenten van 65 tot 74 jaar.

Grafiek 144
Verhuurkanaal van vakantiewoning naar leeftijd van de respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op vakantiewoning)



7.2.7.8. Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar type vakantie

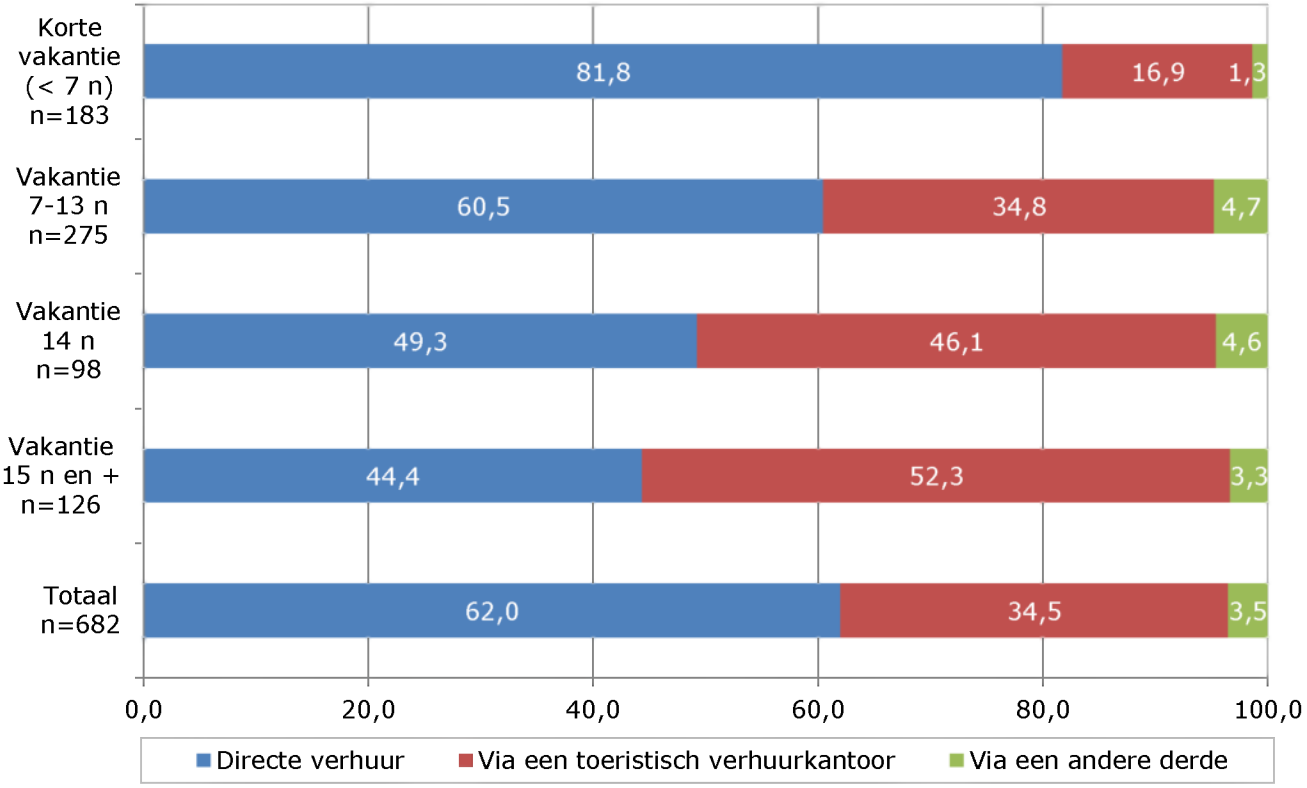
Grafiek 145 geeft het verhuurkanaal van vakantiewoningen naar type vakantie.

Het belang van de directe verhuur neemt af naarmate de verblijfsduur toeneemt.

- Bij korte vakanties van minder dan een week bedraagt het aandeel directe verhuur meer dan 80% en is het aandeel van de verhuurkantoren slechts 17%.
  De verhuurkantoren laten hier een markt liggen.

- Hoe langer de vakanties hoe hoger het aandeel van de verhuurkantoren. Bij vakanties van meer dan 2 weken is dit aandeel iets hoger dan de helft van de vakanties op vakantiewoning.

Grafiek 145
Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op vakantiewoning)

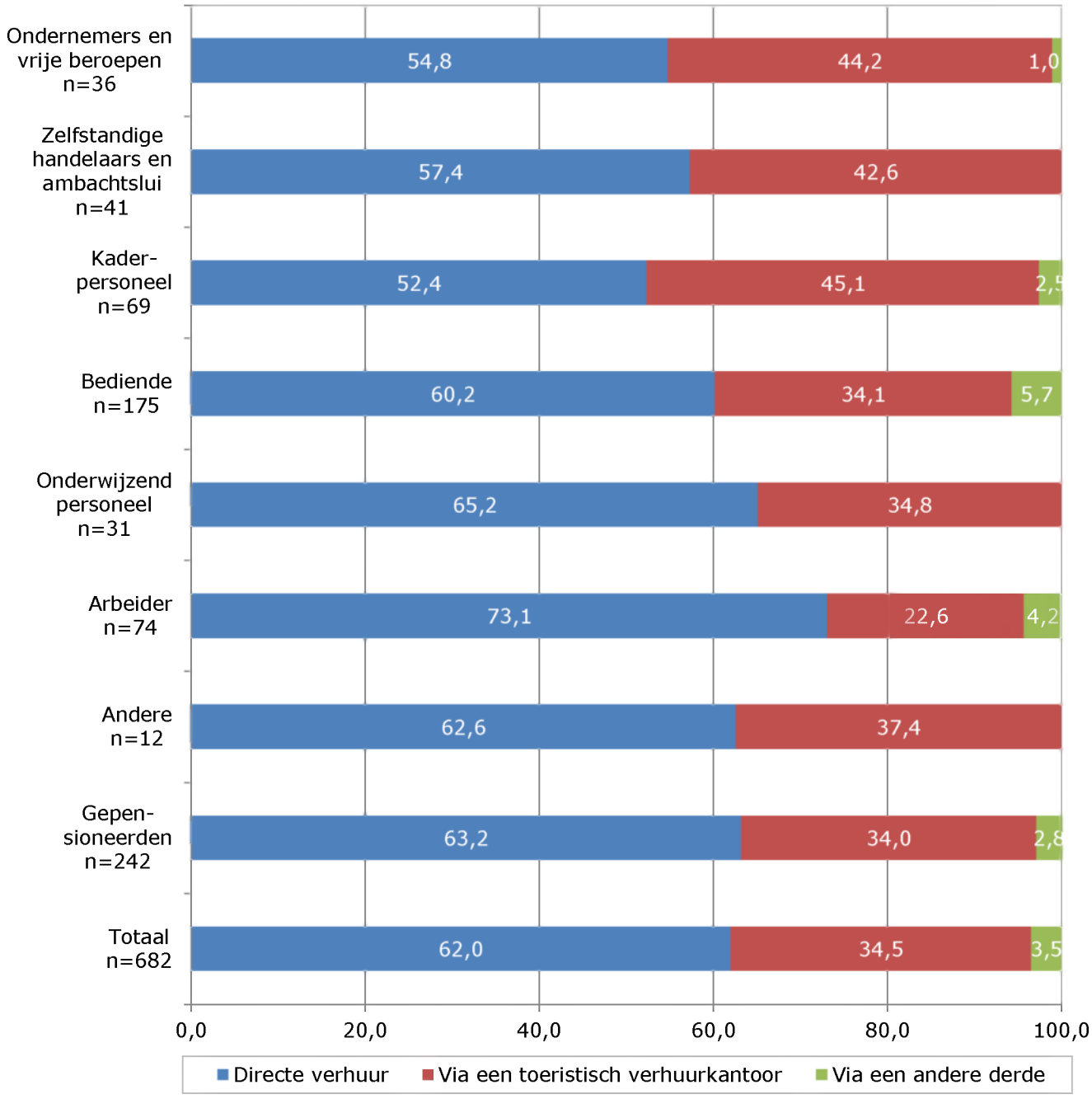


7.2.7.9. Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar beroep van gezinshoofd

- Arbeiders hebben het hoogste aandeel directe verhuur van meer dan 70%. Ook bij het onderwijzend personeel kiest ongeveer twee derden voor directe verhuur.

- Kaderpersoneel en ondernemers en vrije beroepen doen dan weer meer een beroep op een toeristisch verhuurkantoor.

Grafiek 146
Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op vakantiewoning)

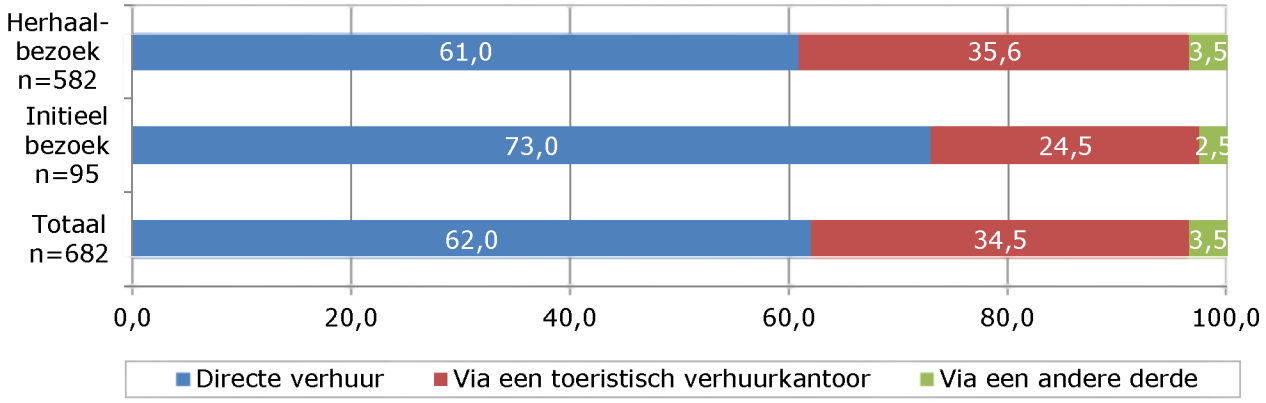


7.2.7.10. Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar herhaal- of initieel bezoek

Grafiek 147 geeft het verhuurkanaal bij vakantiewoningen naar herhaal- of initieel bezoek.

- 61% van de herhaalbezoekers huren toch nog voor 36% via een verhuurkantoor.
- Initiële bezoekers (geen bezoek aan de Kust gedurende de voorbije 3 jaar) blijken veel meer via directe verhuur hun vakantiewoning te boeken.

Grafiek 147
Verhuurkanaal bij vakantiewoningen naar initieel of herhaalbezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op vakantiewoning)

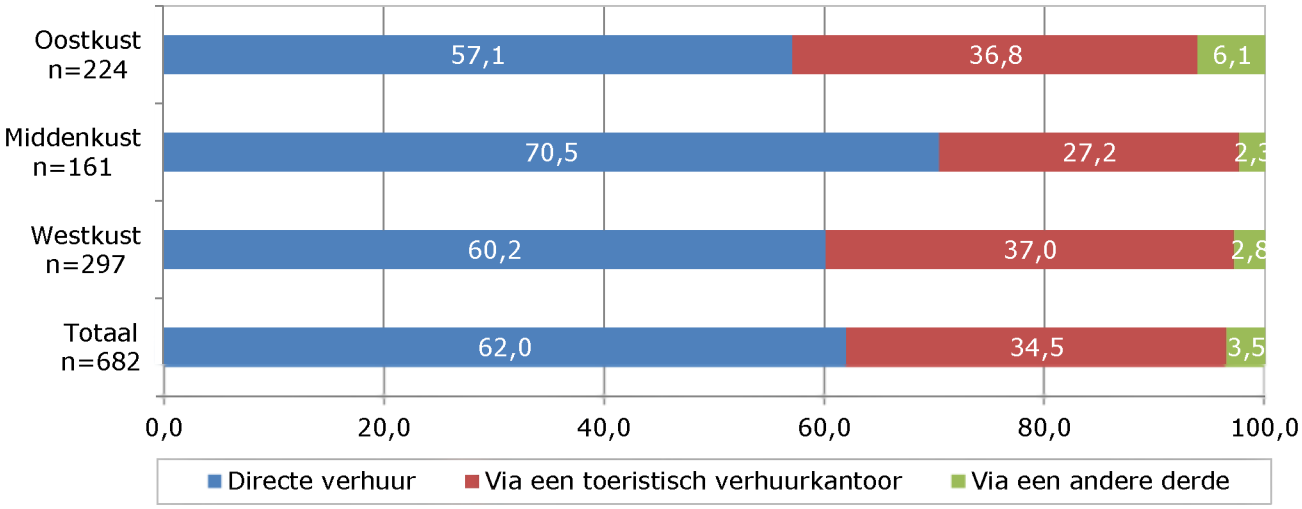


7.2.7.11. Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar subregio kust

Grafiek 148 geeft het verhuurkanaal bij vakantiewoningen naar subregio kust.

- De toeristische verhuurkantoren staan het sterkst aan de Oost- & de Westkust: 37% van de vakantiewoningen wordt geboekt via een kantoor.
- Aan de Middenkust heeft directe verhuur een groter aandeel van 71%

Grafiek 148
Verhuurkanaal van vakantiewoningen naar subregio Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten op vakantiewoning)



7.3. Methode van reserveren

7.3.1. Methode van reserveren, 2011

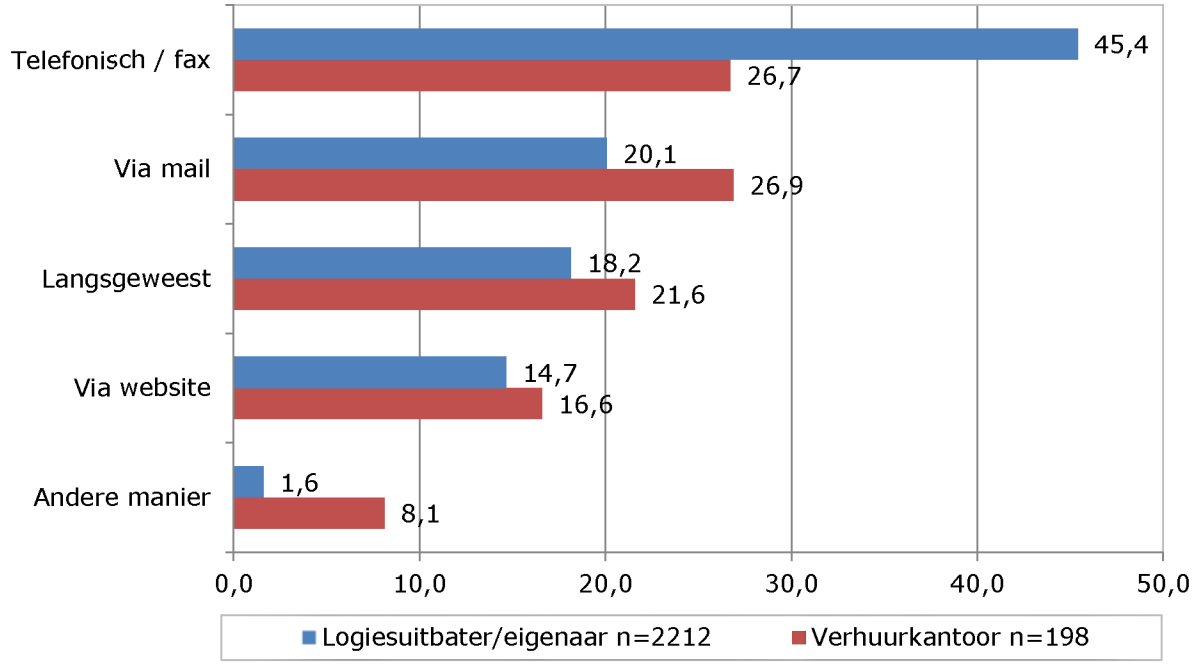
- Vakantiegangers die rechtstreeks bij de logiesuitbater of eigenaar reserveren doen dit heel vaak (45%) nog met telefoon en fax. De vakantiegangers die reserveren bij een verhuurkantoor gebruiken minder telefoon of fax (27%).

- Een vrij hoog percentage van 19% van de respondenten gaat langs bij de logiesuitbater/eigenaar (18%) tegenover 22% bij het verhuurkantoor.

- Bij de verhuurkantoren wordt in 27% van de respondenten met mail gereserveerd tegenover 20% bij reservering rechtstreeks bij de logiesuitbaters/eigenaars.

- 17% van de respondenten die reserveren via een verhuurkantoor gebruikt een website verhuurkantoren en 15% bij reservering rechtstreeks bij de logiesuitbaters/eigenaars.

Grafiek 149
Methode van reserveren, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die bij de logiesuitbater/eigenaar reserveren)



7.3.1.1. Methode van reserveren naar binnenlandse en buitenlandse markt

Tabel 125 toont de methode van reserveren bij de logiesuitbater/eigenaar. Voor methode van reserveren bij verhuurkantoren zijn er te weinig cases om een opsplitsing te maken naar herkomst. Daarom wordt in grafiek 150 enkel een onderverdeling gemaakt van binnenland/buitenland.

- Van de respondenten die rechtstreeks reserveren bij logiesuitbater/eigenaar zijn het vooral de Vlamingen, Walen/Brusselaars en Luxemburgers die nog vrij traditioneel reserveren met telefoon of fax.
  Bij verhuurkantoren ligt dit enigszins anders: het zijn vooral de buitenlanders die telefonisch en met fax reserveren.

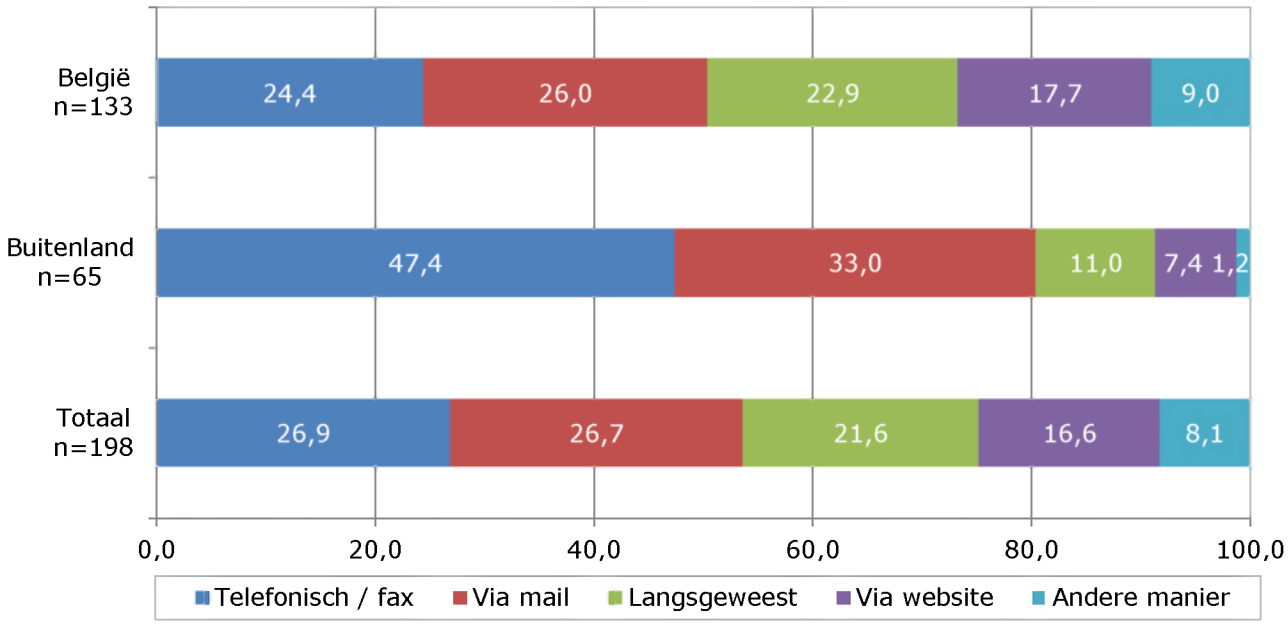
- De Vlamingen (21%) en Walen/Brusselaars (18%) gaan meer dan de buitenlandse markten langs bij de logiesaanbieder om te reserveren.
  Dit is ook zo wanneer ze reserveren bij verhuurkantoren (23% bij de Belgen).

- De mail is voor alle markten ongeveer even belangrijk (20%), maar toch iets meer voor de Luxemburgers, Nederlanders en Duitsers.
  De mail is iets belangrijker (27%) voor reserveren via verhuurkantoren maar wordt relatief meer gebruikt door buitenlanders dan door Belgen.

- Bij Nederlandse en Franse vakantiegangers is het reserveren via websites veel belangrijker (40%) wanneer ze rechtstreeks reserveren bij de logiesuitbater/eigenaar.
  Bij de Duitse vakantiegangers zijn websites voor dergelijke reserveringen ook nog relatief belangrijk.

- Bij reserveringen via verhuurkantoren zijn websites minder belangrijk bij buitenlanders dan bij Belgen.

Grafiek 150
Methode van reserveren bij verhuurkantoor naar binnenlandse en buitenlandse markt, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die bij het verhuurkantoor reserveren)



Tabel 125
Methode van reserveren bij logiesuitbater/eigenaar naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die bij de logiesuitbater/eigenaar reserveren)

Wijze van reservering	Vla.	Wall. Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Telefonisch / fax	44,0	56,7	*47,7*	29,5	37,3	35,5	50,9	32,2	45,4
Via mail	21,1	13,5	*18,9*	27,0	27,1	20,1	29,9	24,4	20,1
Langs geweest	21,3	18,1	*20,4*	8,1	8,7	4,9	5,4	6,5	18,2
Via website	11,6	10,5	*11,3*	35,1	24,4	38,7	12,7	36,9	14,7
Andere manier	2,0	1,1	*1,7*	0,3	2,5	0,8	1,1	0,0	1,6
Totaal (in %)	100,0	100,0	*100,0*	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	950	328	*1 278*	362	264	168	106	34	2 212

7.3.2. *Methode van reserveren naar logiesvorm*

- De meest populaire methode van reserveren bij hotels is telefoon en fax (50%). Daarna volgt mail (23%) en website (17%).

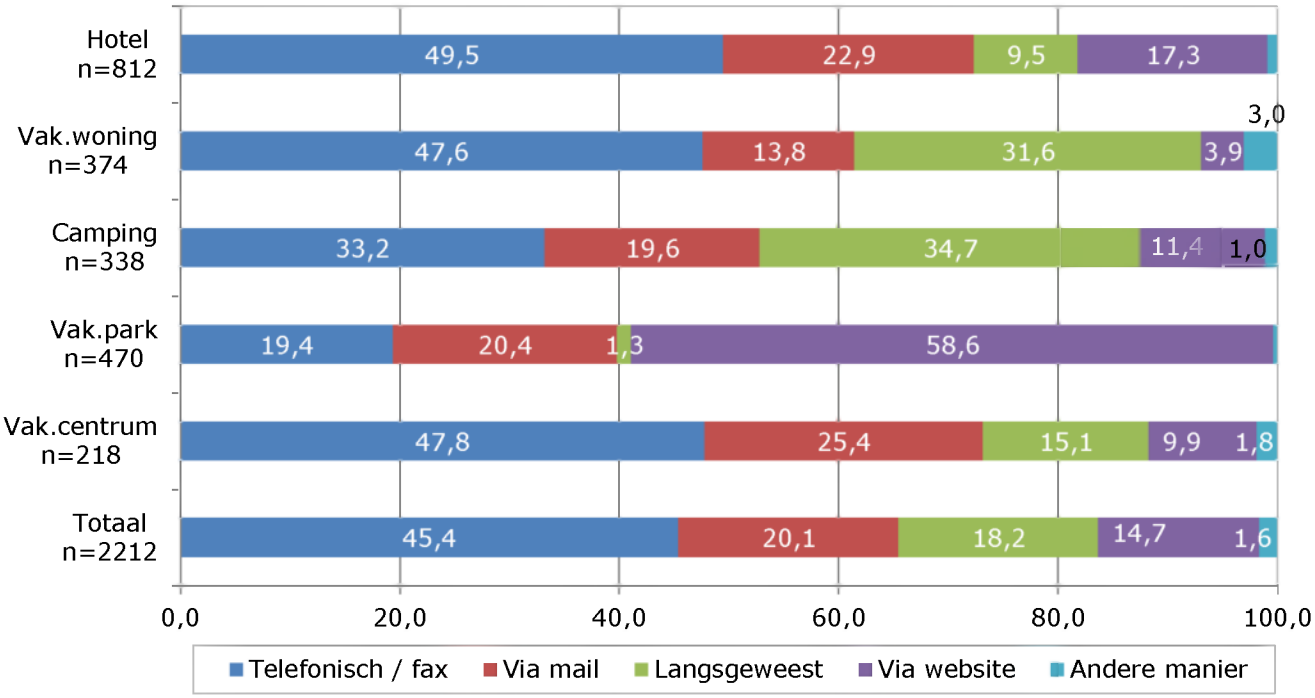
- Voor het reserveren van een vakantiewoning is de telefoon en fax ook heel belangrijk (48%) maar is er een derde (32%) van de cliënteel die langs gaat om te reserveren.

- Voor de campings is het aandeel van respondenten die langs geweest zijn (35%) ongeveer even groot als deze die gereserveerd hebben telefonisch of met fax (33%). Mail is goed voor 20% van de reserveringen, websites voor 11%.

- 59% van de vakantiegangers in vakantieparken boekt via een website, 20% via mail en slechts 19% via telefoon of fax. Men gaat bijna nooit langs om te boeken.

- Bij vakantiecentra ligt het patroon enigszins gelijkaardig aan dat van hotels: telefoon en fax zijn heel belangrijk (48%), gevolgd door mail (25%) en een iets groter percentage dan bij hotels van respondenten die langs is geweest om te reserveren (15%) . Websites zijn minder belangrijk dan bij hotels (10%).

Grafiek 151
Methode van reserveren bij logiesuitbater/eigenaar naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die bij de logiesuitbater/eigenaar reserveren)



7.3.3. Methode van reserveren naar leeftijd van respondent

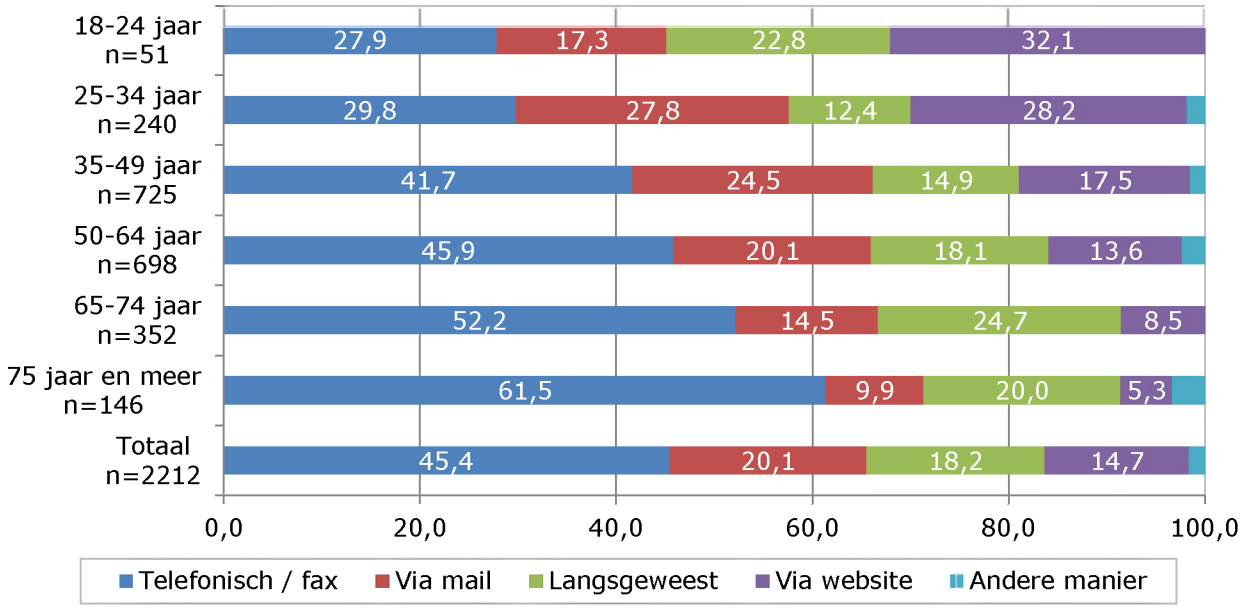
- Hoe ouder de respondent, hoe frequenter men bij de logiesuitbater/eigenaar reserveert via telefoon of fax. Bij de respondenten die 75 jaar of ouder zijn is dit zelfs 62%.

- Vanaf 35 jaar neemt met de leeftijd het gebruik van mail voor reservering bij de logiesuitbater af.

- Langsgaan bij de logiesuitbater/eigenaar voor reservering komt nog frequent voor bij de jongste en de oudste respondenten. De respondenten tussen 25 en 49 jaar gebruiken dit het minst.

- Reserveren via de website wordt het vaakst gebruikt door de jongere respondenten (18 tot 35 jaar).

Grafiek 152
Methode van reserveren bij logiesuitbater/eigenaar naar leeftijd respondent, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die bij de logiesuitbater/eigenaar reserveren)

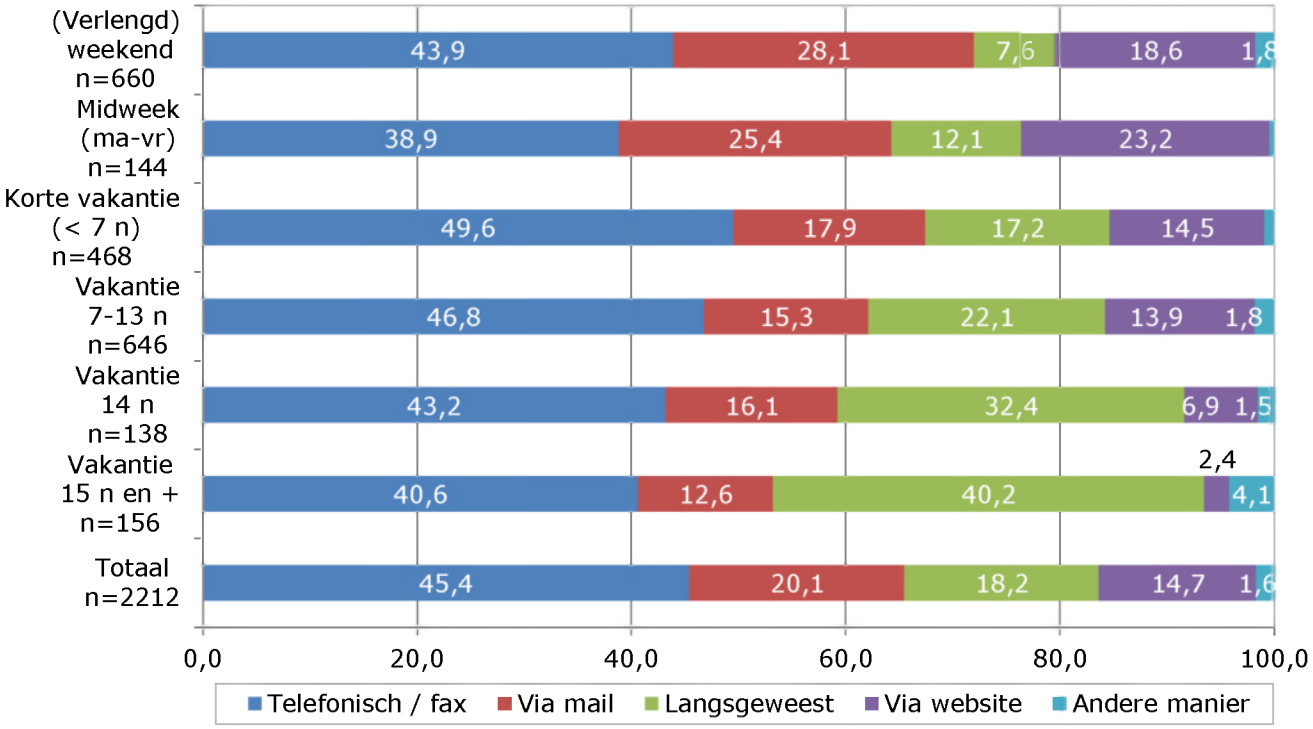


7.3.4. Methode van reserveren naar type vakantie

7.3.4.1. Methode van reserveren bij logiesuitbater/eigenaar

- Men gaat meest langs bij de aanbieder/eigenaar wanneer het gaat om een langere vakantie.
- De websites en de mail worden meer gebruikt voor kortere vakanties.

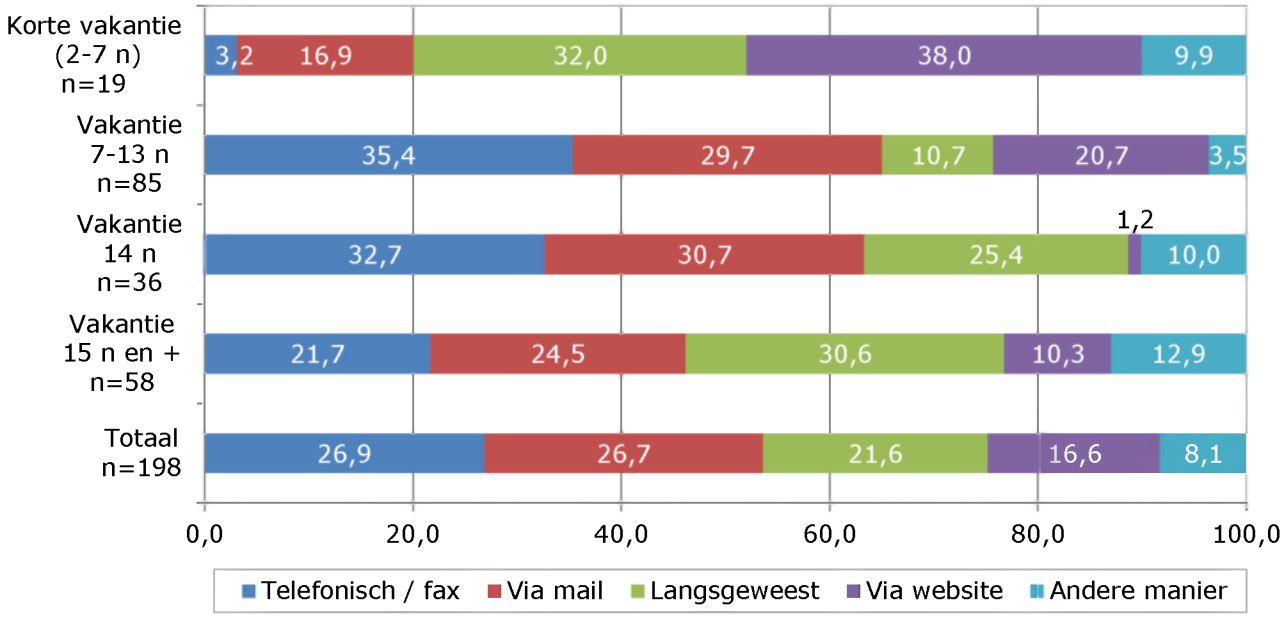
Grafiek 153
Methode van reserveren bij logiesuitbater/eigenaar naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die bij de logiesuitbater/eigenaar reserveren)



7.3.4.2. Methode van reserveren bij verhuurkantoor

- Bij korte vakanties (minder dan één week) reserveert men het vaakst via de website (38%).
- Langsgaan bij het kantoor komt vaak voor bij korte vakanties (32%) en bij vakanties van meer dan twee weken (31%).
- Telefonisch of via fax reserveren gebeurt bijna niet voor korte vakanties en gebeurt het vaakst voor vakanties voor één week à twee weken. Ook reserveren via e-mail wordt vooral gebruikt bij deze vakanties.

Grafiek 154
Methode van reserveren van vakantiewoning bij verhuurkantoor naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die bij het verhuurkantoor reserveren)

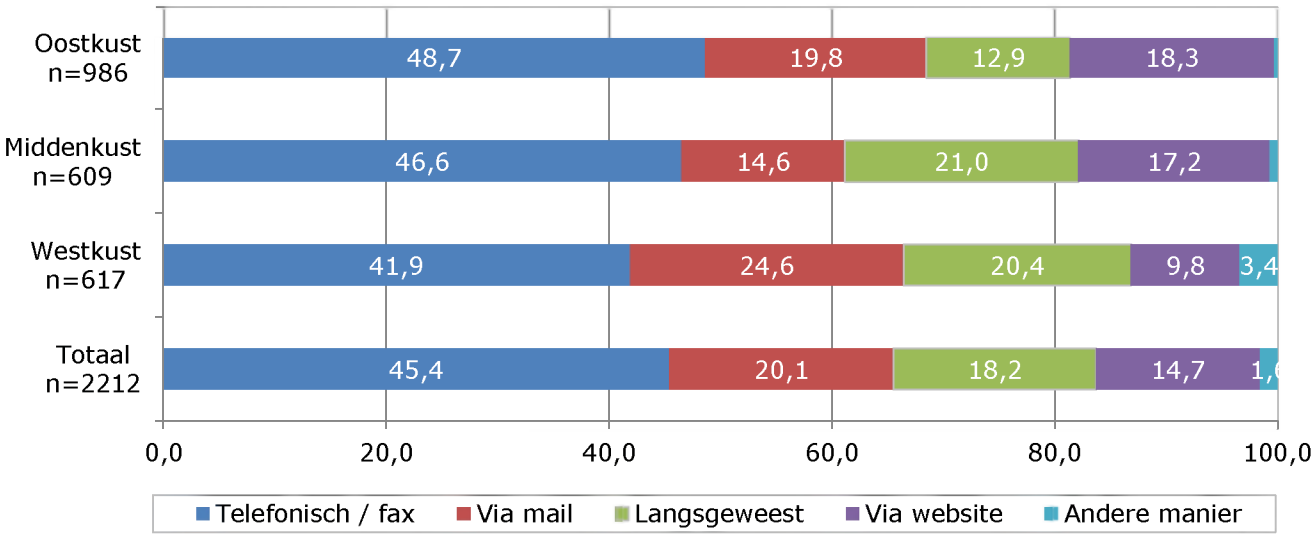


7.3.4.3. Methode van reserveren naar subregio Kust

De methode van reserveren bij logiesuitbater/eigenaar wijkt niet veel af naar subregio Kust.

- Aan de Westkust reserveert men wel minder via de website en meer via e-mail.
- Aan de Oostkust gaat men minder langs en reserveert men meer telefonisch.

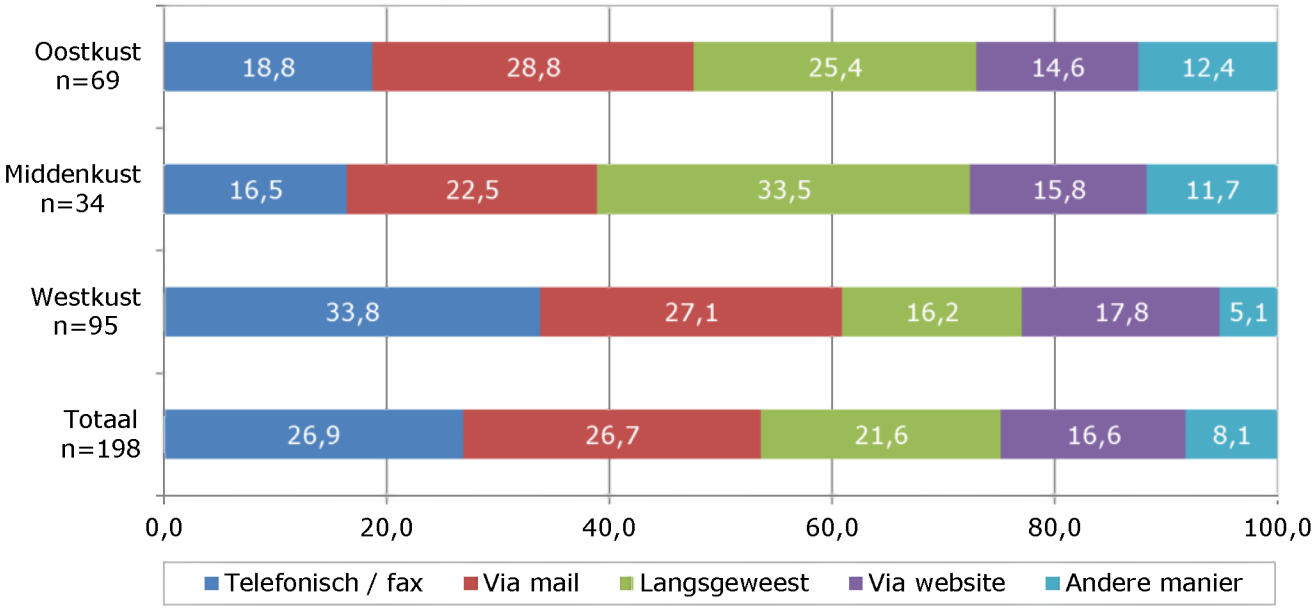
Grafiek 155
Methode van reserveren bij logiesuitbater/eigenaar naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die bij de logiesuitbater/eigenaar reserveren)



De methode van reserveren voor vakantiewoningen verschilt naar subregio Kust.

- Aan de Westkust maakt men meer gebruik van telefoon en fax om een vakantiewoning te reserveren.
- Telefoon/fax en mail worden minder gebruikt in de Middenkust, men gaat meer langs bij het kantoor.
- Het reserveren via website verschilt voor vakantiewoningen niet naar subregio Kust.

Grafiek 156
Methode van reserveren van vakantiewoning bij verhuurkantoor naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die bij het verhuurkantoor reserveren)



8. Graad van tevredenheid over de vakantie aan zee

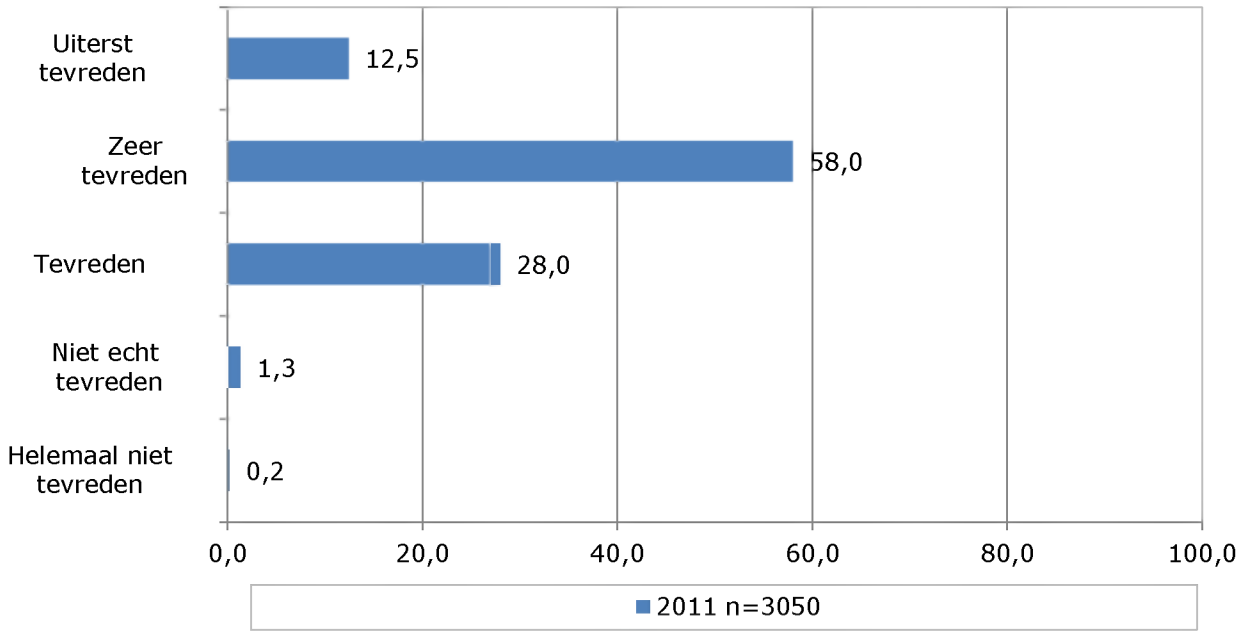
8.1. Tevredenheid over de vakantie aan zee

8.1.1. Tevredenheid over vakantie aan zee

Deze bevraging kan niet worden vergeleken met 2005 omdat de vraag op een andere manier werd gesteld.

- Globaal is de vakantieganger heel tevreden over zijn vakantie aan zee: 71% van alle respondenten is zeer tot uiterst tevreden.
- 28% van de respondenten is gewoon tevreden.
- Er zijn weinig respondenten die niet echt of helemaal niet tevreden zijn.

Grafiek 157
Globale tevredenheid over de vakantie aan zee, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

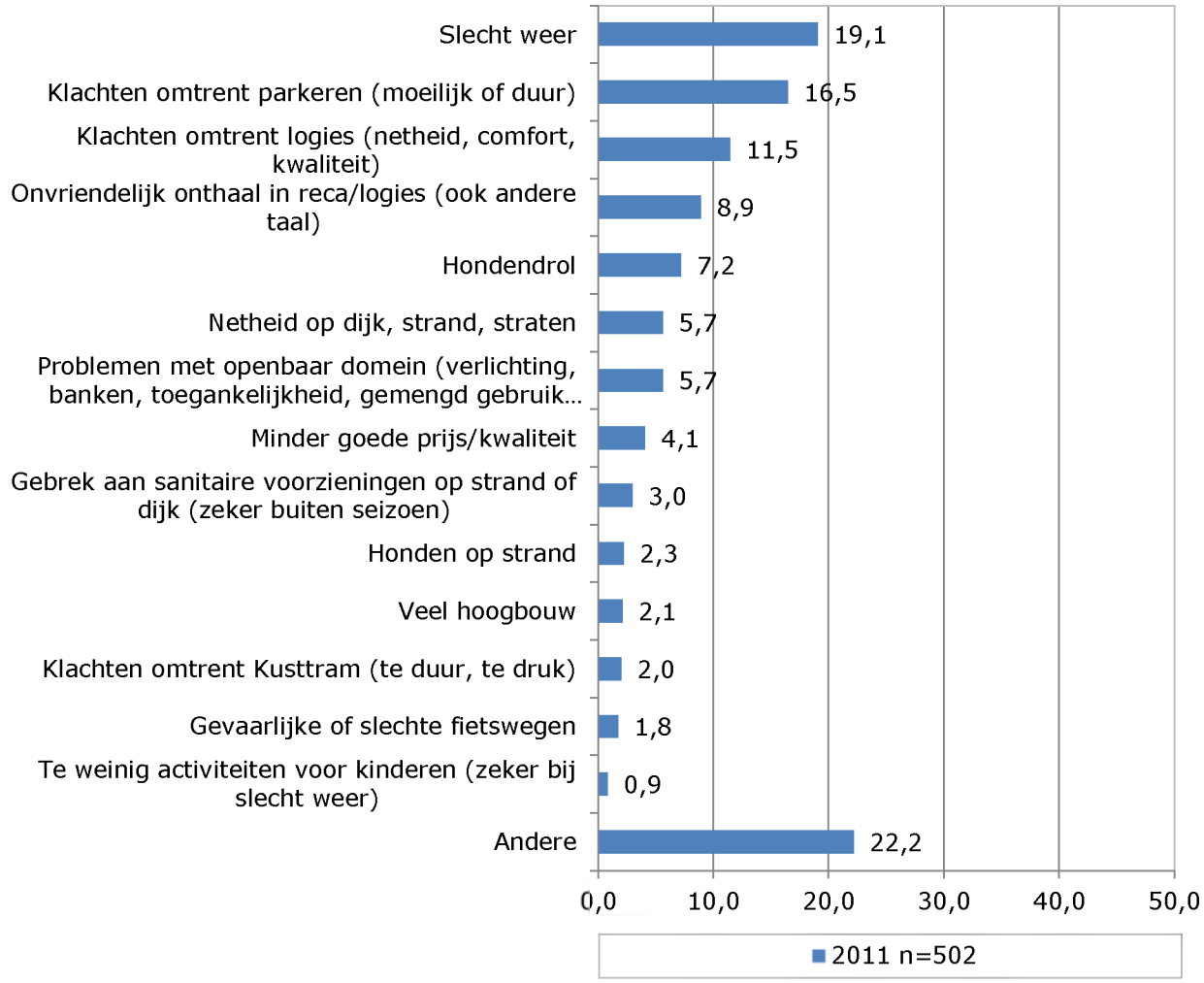


Van alle respondenten gaf 16,2% één of meerdere redenen op waarom ze ontevreden waren.

Grafiek 158 geeft een overzicht van de meest genoemde redenen.

De top 5 van de vaakst genoemde redenen zijn:
1. Slecht weer
2. Klachten omtrent parkeren (moeilijk of duur)
3. Klachten omtrent logies (netheid, comfort, kwaliteit)
4. Onvriendelijk onthaal in het logies (ook ontevredenheid mbt tot taalgevoeligheid)
5. Hondendrol.

Grafiek 158
Redenen van ontevredenheid over de vakantie aan zee, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die één of meer redenen voor ontevredenheid hebben opgegeven, multiple response)

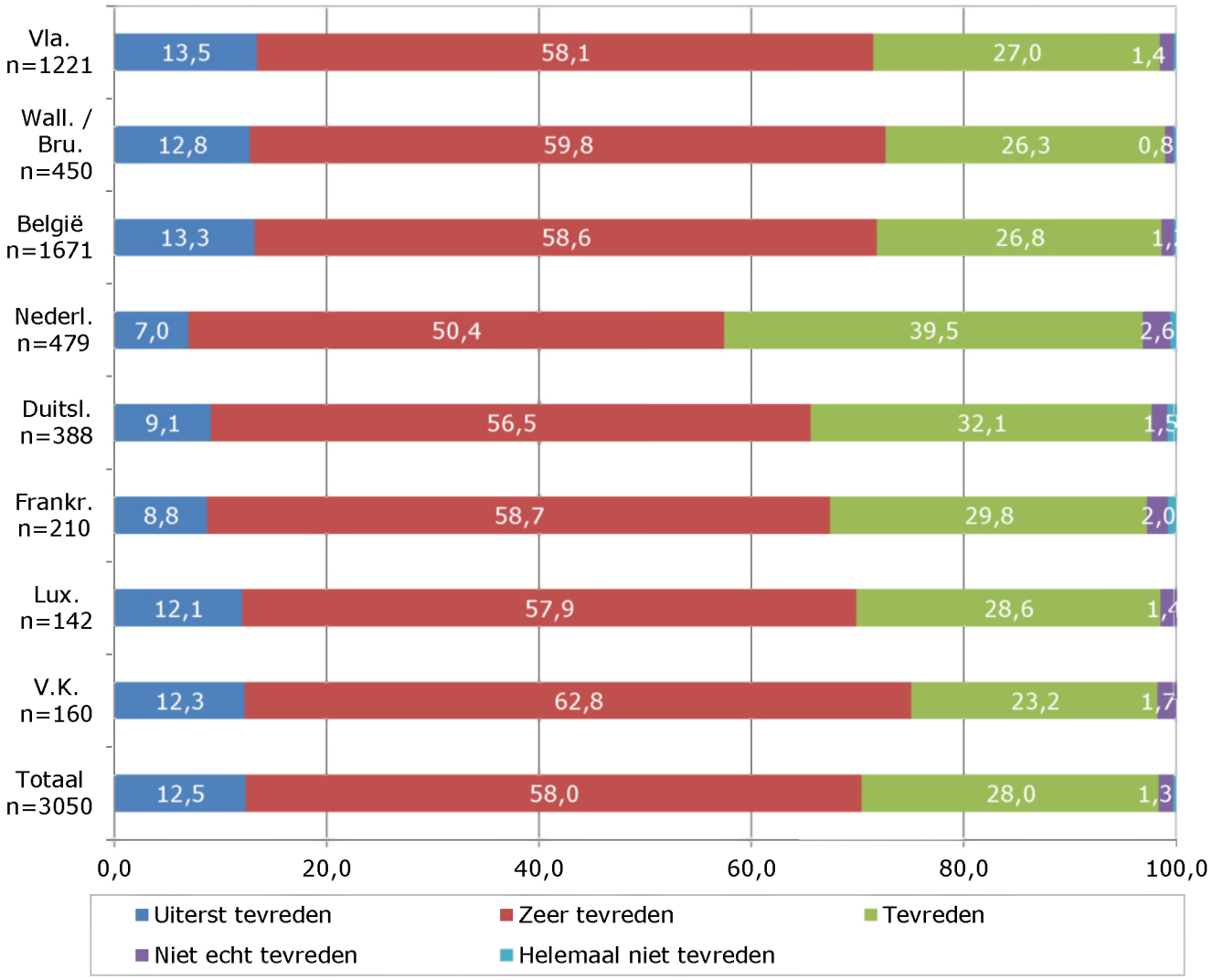


8.1.2. *Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar herkomst*

- De Britten, Vlamingen, Walen/Brusselaars en Luxemburgers hebben het hoogste aandeel van uiterst en zeer tevreden vakantiegangers (meer den 70%).

- De Nederlanders hebben het kleinste aandeel van uiterst en zeer tevreden vakantiegangers (57%), gevolgd door de Duitsers (66%) en Fransen (68%).

Grafiek 159
Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



Tabel 126 geeft een overzicht van de meest genoemde redenen van ontevredenheid naar herkomst, naar binnenlandse versus buitenlandse markt.

- De Belgen klagen meer over het slechte weer dan de buitenlanders.

- De buitenlanders klagen het meest over het logies (netheid, comfort, kwaliteit). In vergelijking met de Belgen komen klachten over de prijs-kwaliteit verhouding vaker voor.

- Bij de Walen zijn er de meeste klachten omtrent parkeren (moeilijk of duur). Walen klagen ook meer over de netheid op dijk, strand en straten.
- Klachten over hondendrol worden het vaakst genoemd door Vlamingen.
- Ontevredenheid over de vriendelijkheid bij onthaal in reca/logies, komt het meest voor bij Walen en buitenlanders (Fransen, Luxemburg) – hetzij deze vakantiegangers met de grootste taalgevoeligheid.

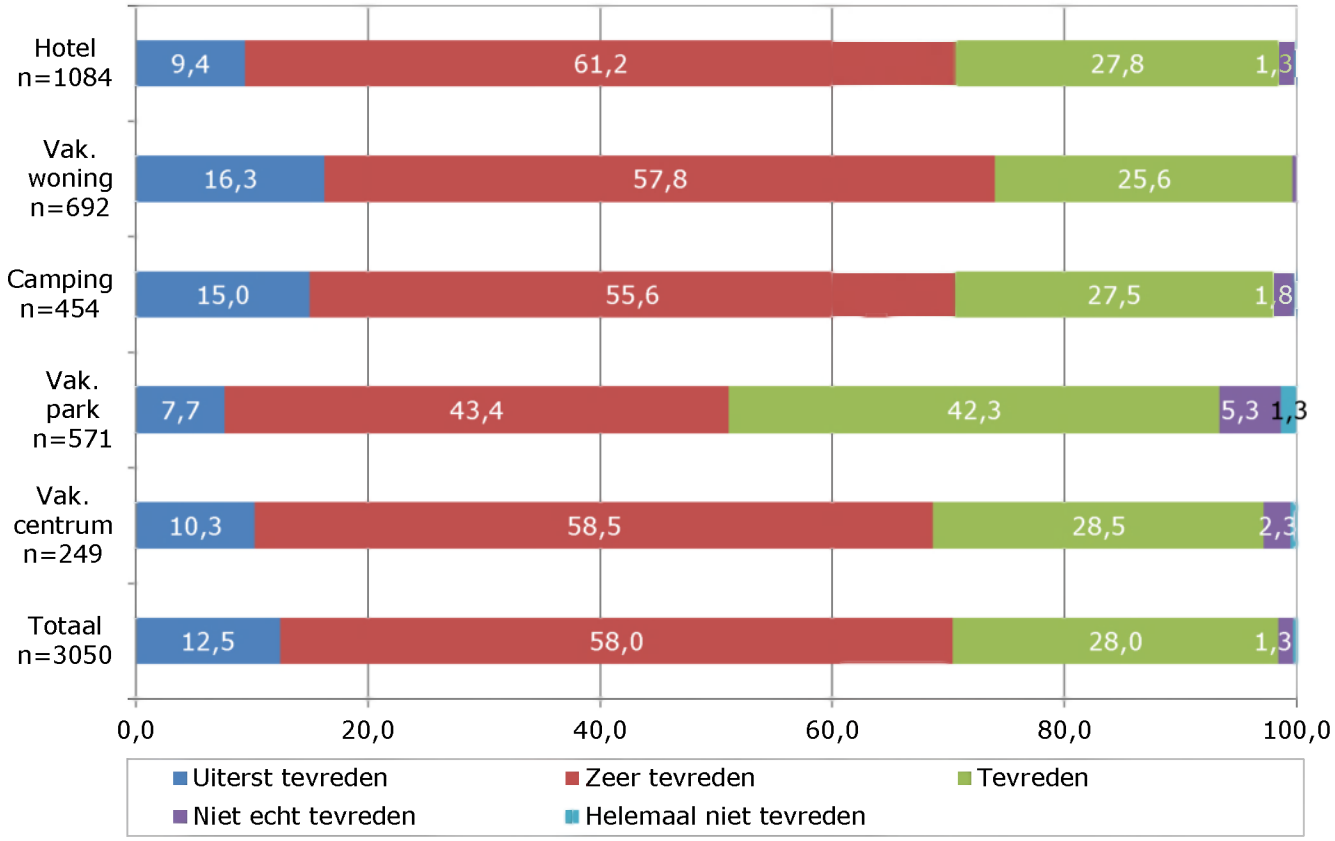
Tabel 126
Redenen van ontevredenheid over de vakantie aan zee naar binnenlandse versus buitenlandse markt, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die één of meer redenen voor ontevredenheid hebben opgegeven, multiple response)

Redenen van ontevredenheid over de vakantie aan zee	Vla.	Wal. Bru.	*Belg*	Buiten-land	Totaal
Slecht weer	20,6	22,6	*21,2*	10,4	19,1
Klachten omtrent parkeren (moeilijk of duur)	15,2	24,2	*17,8*	11,0	16,5
Klachten omtrent logies (netheid, comfort, kwaliteit)	9,8	1,5	*7,4*	28,5	11,5
Onvriendelijk onthaal in reca/logies (ook andere taal)	3,5	18,5	*7,9*	13,2	8,9
Hondendrol	10,7	1,0	*7,8*	4,7	7,2
Netheid op dijk, strand, straten	3,2	12,7	*6,0*	4,3	5,7
Problemen met openbaar domein (verlichting, banken, toegankelijkheid, gemengd gebruik zeedijk)	7,5	3,1	*6,2*	3,4	5,7
Minder goede prijs/kwaliteit	3,1	2,7	*3,0*	8,8	4,1
Gebrek aan sanitaire voorzieningen op strand of dijk (zeker buiten seizoen)	4,5	1,3	*3,6*	0,8	3,0
Honden op strand	2,5	1,2	*2,1*	3,0	2,3
Veel hoogbouw	1,7	2,5	*1,9*	3,0	2,1
Klachten omtrent Kusttram (te duur, te druk)	2,5	1,2	*2,1*	1,7	2,0
Gevaarlijke of slechte fietswegen	2,5	0,3	*1,8*	1,5	1,8
Te weinig activiteiten voor kinderen (zeker bij slecht weer)	0,7	1,5	*0,9*	0,7	0,9
Andere	25,6	18,1	*23,4*	17,3	22,2
Totaal	**113,5**	**112,3**	***113,1***	**112,1**	**112,9**
Aantal ongewogen cases	198	71	*269*	233	502

8.1.3. *Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar logiesvorm*

De tevredenheid over de vakantie aan zee is het grootst bij diegenen die logeren in een vakantiewoning en het laagst bij vakantiegangers in vakantieparken.

Grafiek 160
Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

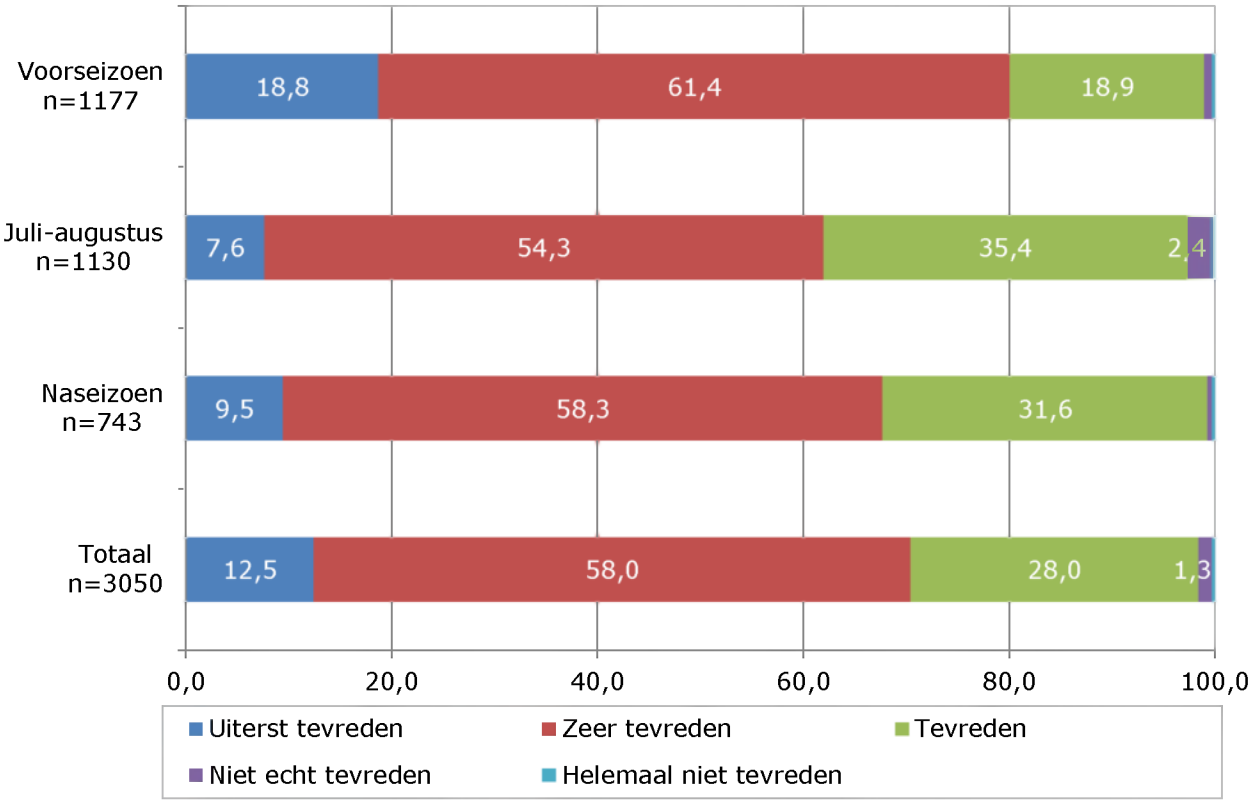


8.1.4. Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar seizoen

- De tevredenheid is hoger in het voorseizoen. Dit heeft wellicht te maken met het mooie weer in het voorjaar van 2011.

- Het najaar zorgt voor iets meer uiterst tot zeer tevreden vakantiegangers dan in de zomervakantie.

Grafiek 161
Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

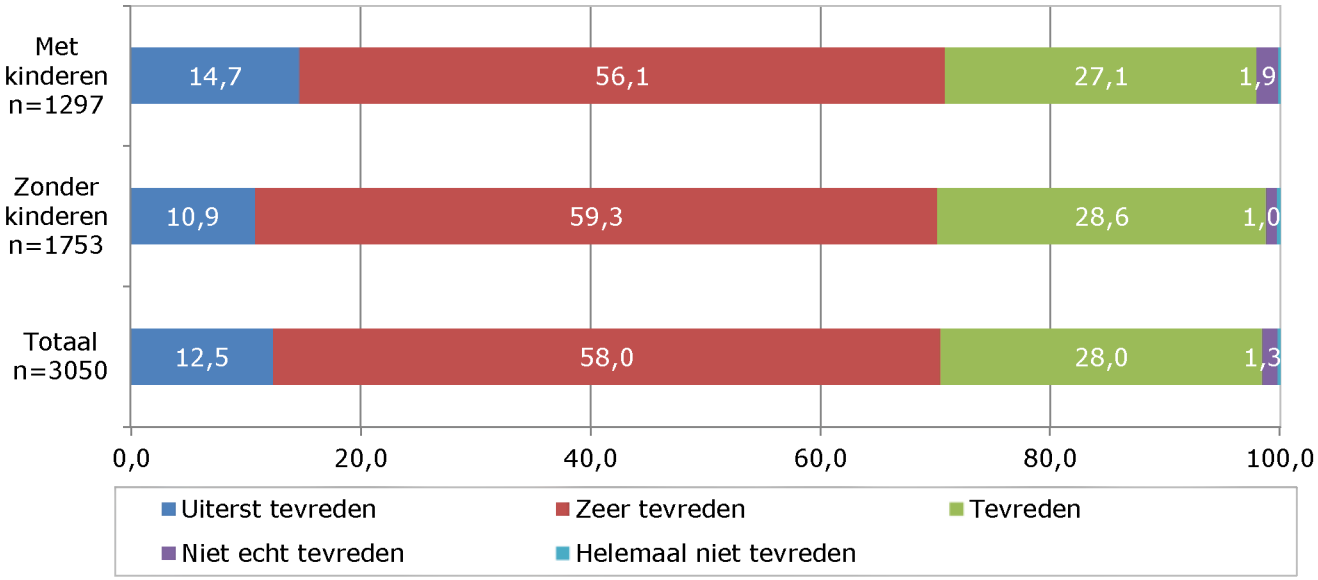


8.1.5. Algemene tevredenheid over vakantie naar type vakantiegezelschap

Naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Gezelschappen met kinderen zijn iets meer tevreden dan gezelschappen zonder kinderen: er zijn meer respondenten onder hen (15%) die uiterst tevreden zijn.

Grafiek 162
Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



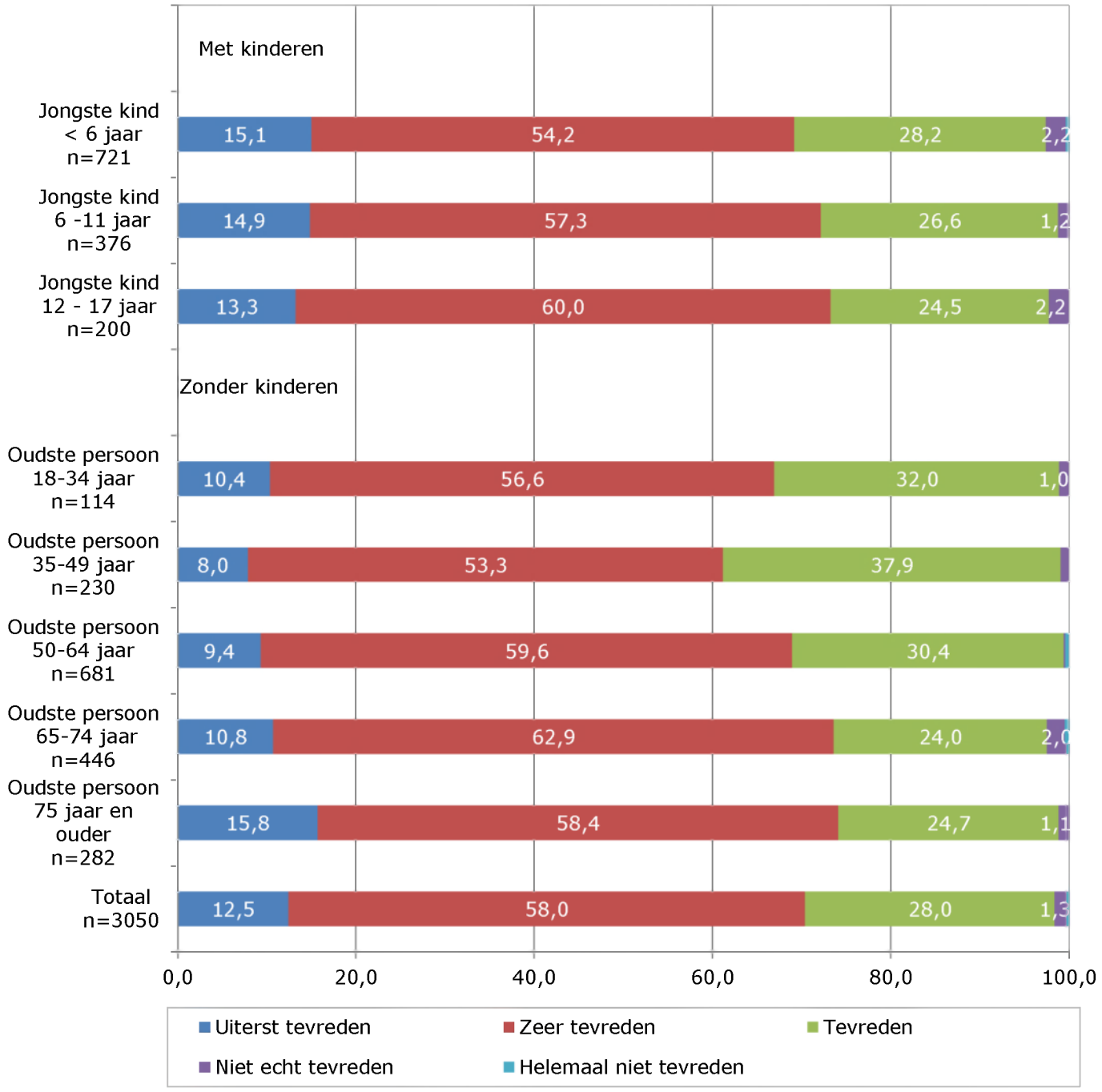
Naar typologie van vakantiegezelschap

Grafiek 163 geeft de tevredenheid naar meer gedetailleerde gezelschappen.

- Het aandeel van uiterst en zeer tevreden is het grootst bij gezelschappen met kinderen van 6 tot 17 jaar maar ook bij gezelschappen zonder kinderen met de oudste persoon ouder dan 65 jaar. De Kust is dus een zeer geschikte bestemming voor de twee uitersten: gezinnen met jonge kinderen en bejaarden ouder dan 75 jaar.

- Gezelschappen zonder kinderen tussen 35-49 jaar zijn minst tevreden.

Grafiek 163
Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar typologie van vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

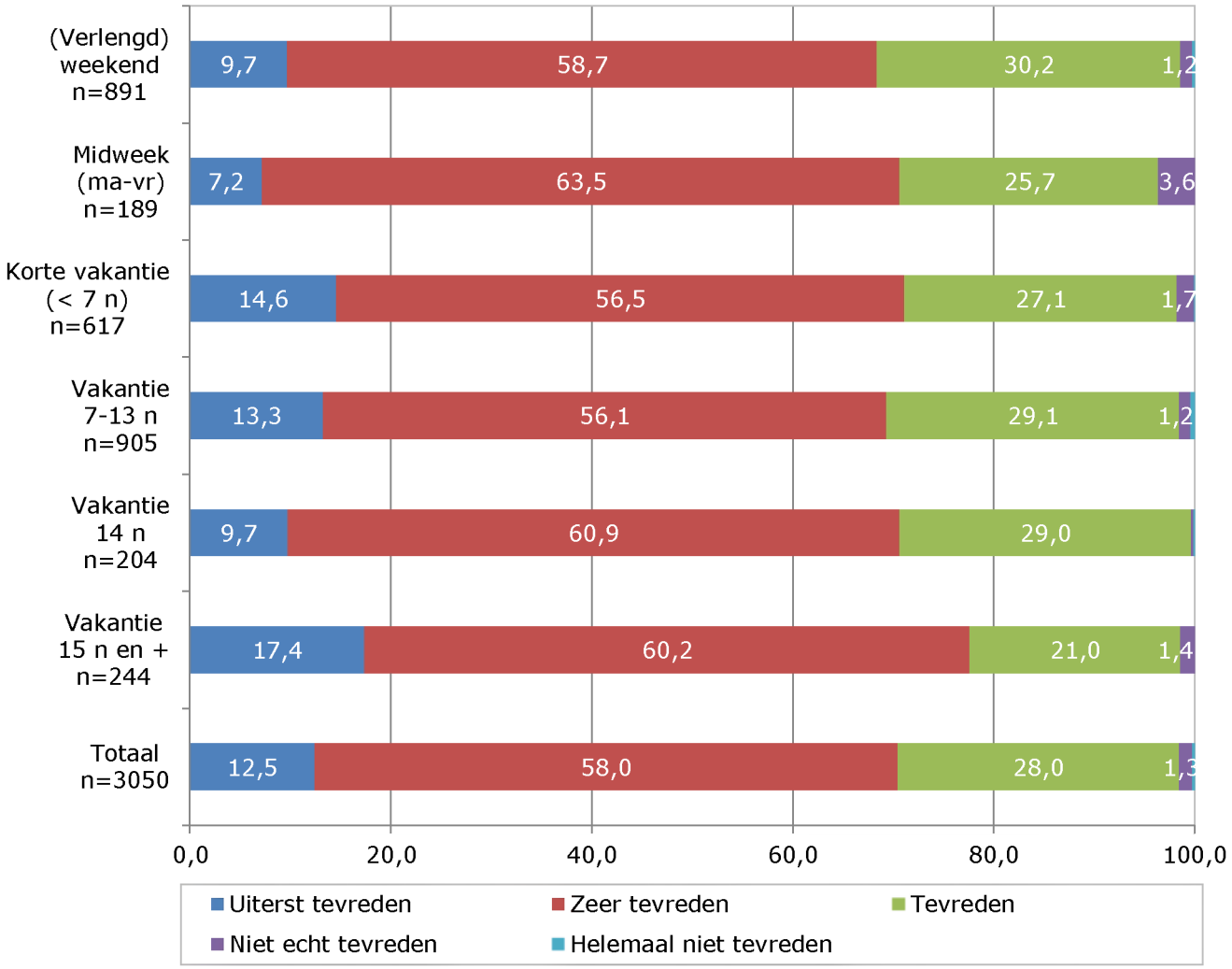


8.1.6. *Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar type vakantie*

- De vakantiegangers die voor een vakantie van meer dan 2 weken logeren aan de Kust zijn het meest tevreden. Zij zijn ook voor een groot deel herhaalbezoekers.

- Voor de andere types vakantie is er weinig verschil in graad van tevredenheid.

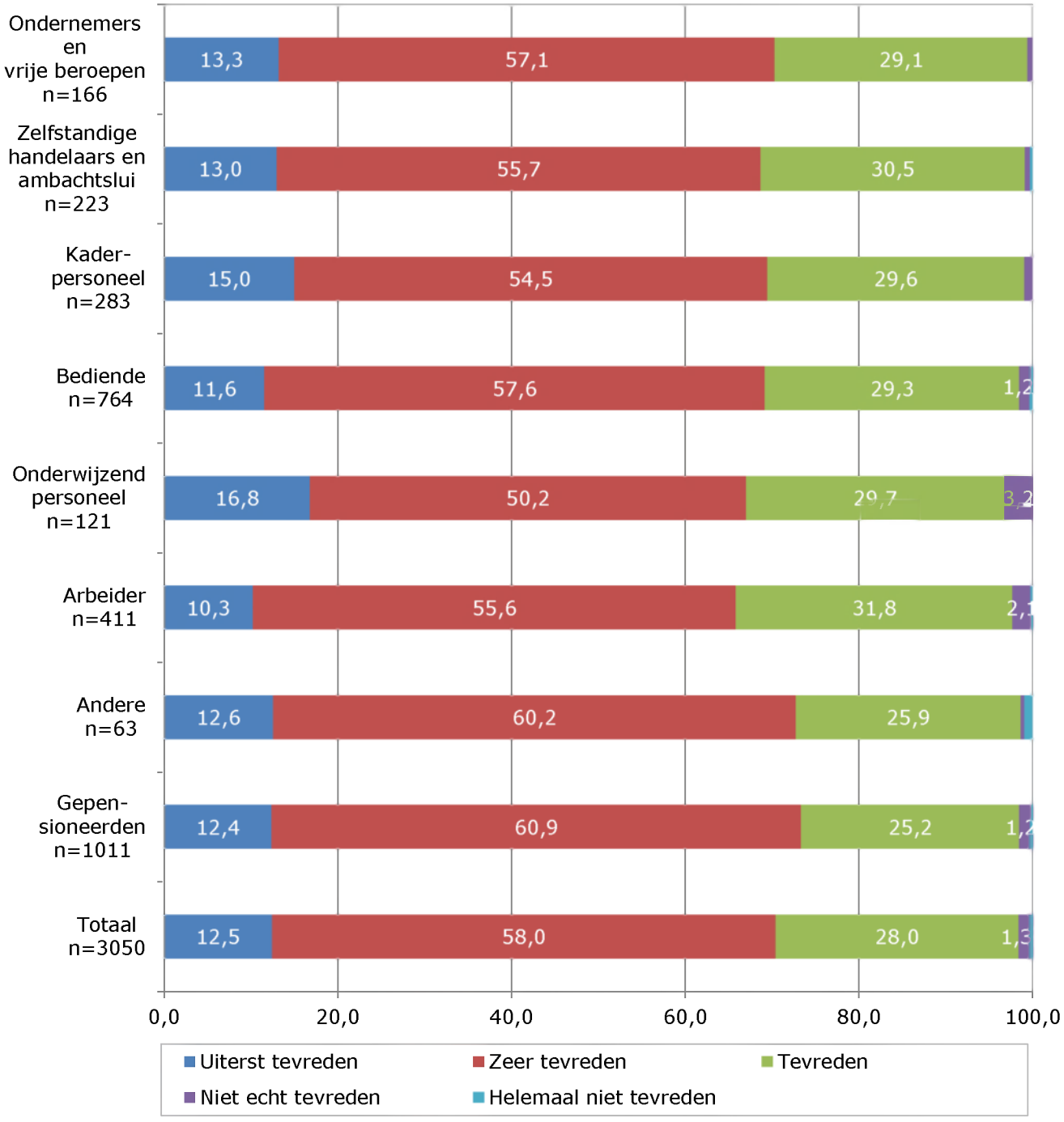
Grafiek 164
Algemene tevredenheid over vakantie aan zee naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



8.1.7. Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar beroep van gezinshoofd

Voor de verschillende beroepen is er weinig verschil in graad van tevredenheid.

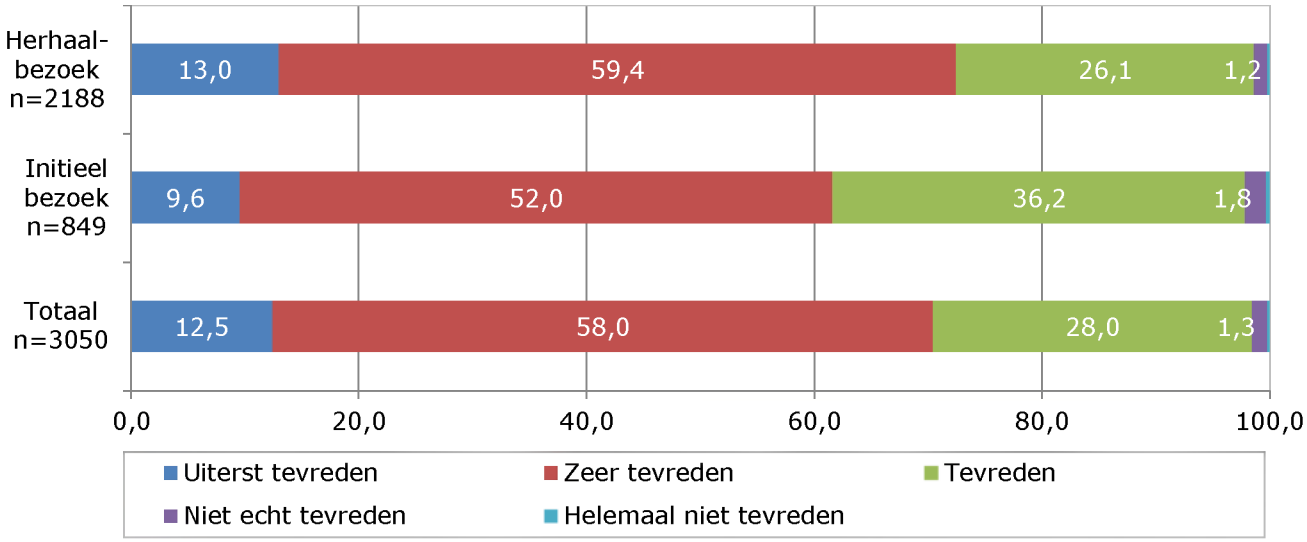
Grafiek 165
Algemene tevredenheid over vakantie aan zee naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



8.1.8. *Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar initieel of herhaalbezoek*

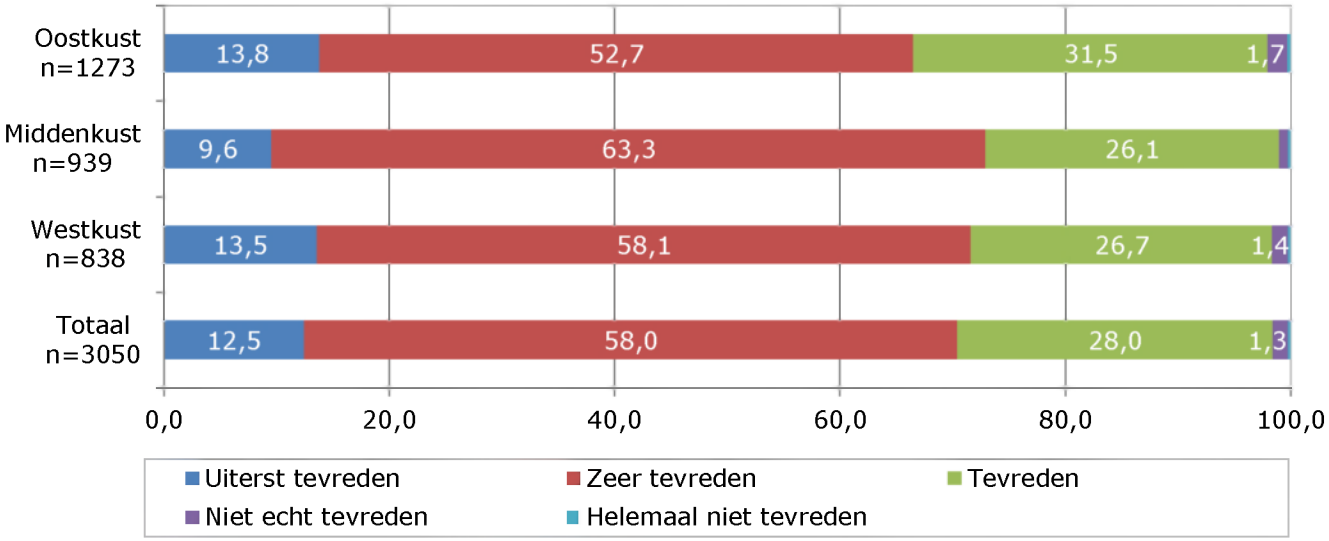
- Initiële vakantiegangers zijn minder tevreden dan herhaalbezoekers.
- Herhaalbezoekers komen vaak uit gewoonte en zijn minder kritisch.
- Initiële bezoekers logeren vaker in vakantieparken waar men gemiddeld minder tevreden is.

Grafiek 166
Algemene tevredenheid over vakantie aan zee naar initieel of herhaalbezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



8.1.9. *Algemene tevredenheid over de vakantie aan zee naar subregio kust*

Grafiek 167
Algemene tevredenheid over vakantie aan zee naar subregio kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



8.2. Tevredenheid over kenmerken van de kust als vakantiebestemming

8.2.1. Beoordeling van kenmerken

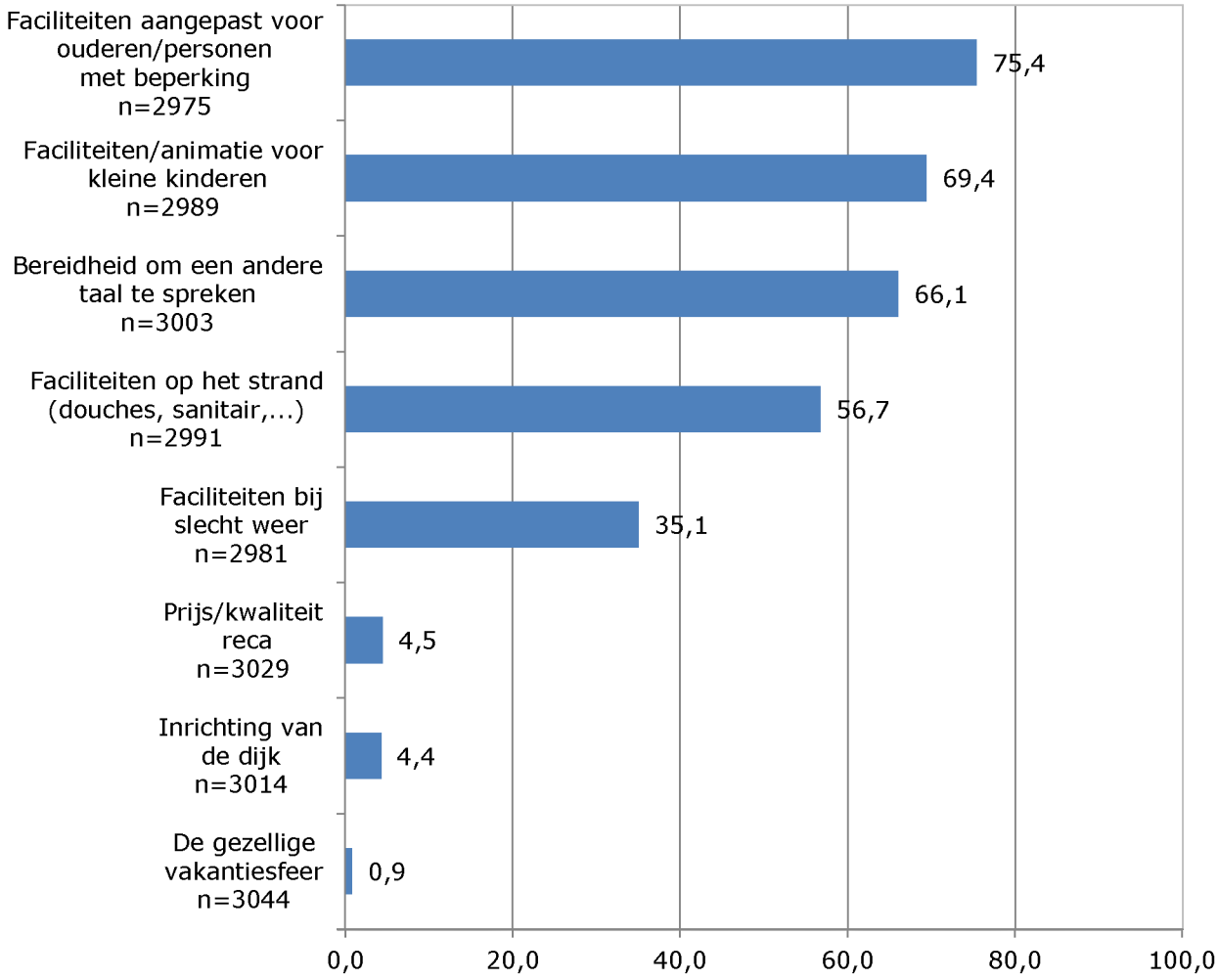
Naast de algemene tevredenheid werd gepolst naar de tevredenheid over specifieke kenmerken van de kust als vakantiebestemming. Er werd ook de mogelijkheid geboden om aan te geven dat één of ander kenmerk niet van toepassing was voor de respondent of dat de respondent er geen opinie over had. Bepaalde kenmerken werden uiteindelijk door een groot aantal respondenten niet beoordeeld.

Volgende grafiek geeft per kenmerk van de kust als vakantiebestemming het aandeel van respondenten weer dat geen beoordeling gegeven heeft omdat dit kenmerk voor hen niet van toepassing was of er zich geen opinie over konden vormen.

- Enkel over prijs/kwaliteit in de reca, de inrichting van de dijk en de gezellige vakantiesfeer kan bijna iedereen een appreciatie geven.

- Over de diverse andere aspecten zijn er heel veel respondenten die geen opinie hebben of voor wie dit aspect niet van toepassing is en moet meer omzichtig omgesprongen worden met de interpretatie van de hierna volgende tabellen omwille van het beperkt aantal cases.

Grafiek 168
Aandeel 'niet van toepassing' of 'geen opinie' voor specifieke kenmerken van de kust als vakantiebestemming, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van de respondenten)

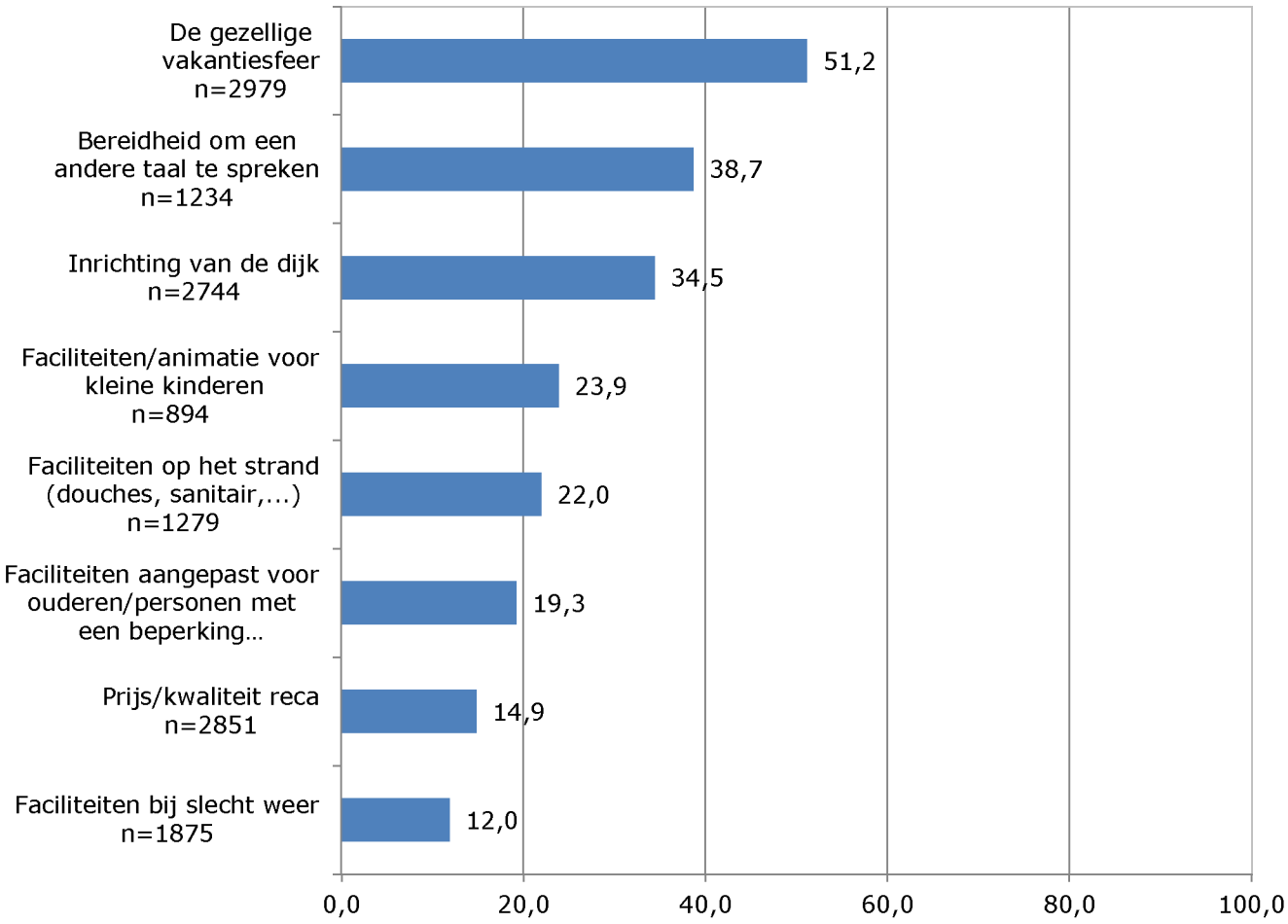


8.2.2. Appreciatie van kenmerken van de kust als vakantiebestemming, 2011

In grafiek 169 wordt aangegeven wat het aandeel is van diegenen die uiterst of zeer tevreden zijn over de specifieke kenmerken van de Kust als vakantiebestemming er mee rekening houdend dat niet iedereen op alles een appreciatie heeft gegeven.

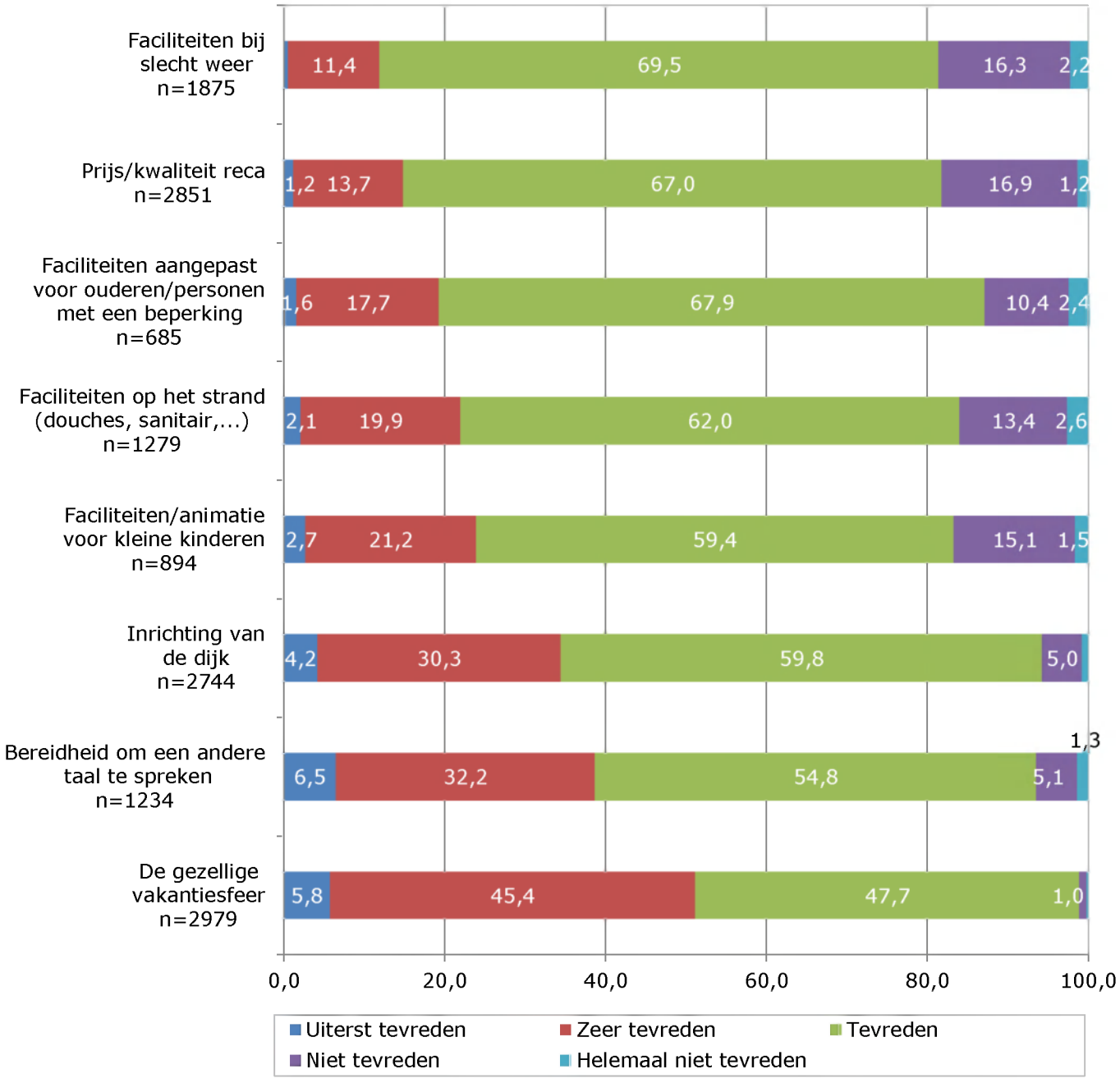
- Een vakantie aan de Vlaamse Kust wordt het meest geapprecieerd voor de gezellige vakantiesfeer, de bereidheid om een andere taal te spreken en voor de inrichting van de dijk.
- De Kust scoort in het algemeen minder op faciliteiten bij slecht weer, op de prijs-kwaliteitsverhouding in restaurants, cafés en tearooms, op faciliteiten voor oudere mensen of personen met een beperking, op faciliteiten op het strand en op faciliteiten en animatie voor kleine kinderen.

Grafiek 169
Aandeel van 'uiterst en zeer tevreden' over kenmerken van de kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die deze aspecten beoordeeld hebben)



Grafiek 170 geeft een volledig overzicht van de tevredenheid voor de diverse kenmerken van de kust.

Grafiek 170
Tevredenheid over kenmerken van de kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die deze aspecten beoordeeld hebben)



8.2.3. Tevredenheid over kenmerken kust als vakantiebestemming naar herkomst

Tabel 127 geeft het aandeel van 'uiterst tot zeer tevreden' weer voor de diverse kenmerken van de vakantiebestemming naar herkomst.

Bij verdere opsplitsing naar diverse variabelen zijn er voor bepaalde beoordelingen niet voldoende cases om uitspraken te kunnen doen. In deze gevallen wordt geen waarde opgenomen in de tabel.

- *De gezellige vakantiesfeer* wordt door alle herkomstlanden als zeer positief gewaardeerd. Vooral de Britten en de Walen/Brusselaars geven hiervoor een hoge waardering.

- De *bereidheid om een andere taal te spreken* is ook een troef van de Vlaamse Kust. Vooral de Britten zijn daardoor gecharmeerd maar het aandeel 'uiterst en zeer tevreden' ligt ook vrij hoog in de andere markten.

- De *inrichting van de dijk* komt als derde aspect van waardering. De Waalse/Brusselse en Britse vakantiegangers geven de hoogste appreciatie.

- De Nederlanders zijn in bijna alle kenmerken minder tevreden dan vakantiegangers uit andere markten.

Tabel 127
Aandeel van 'uiterst tot zeer tevreden' over kenmerken van de kust naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die deze aspecten beoordeeld hebben)

Kenmerken	Vla.	Wall. Bru.	*België*	Nederl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Gezellige vakantiesfeer (n=1445)	48,3	60,5	*52,1*	42,9	51,0	47,1	42,4	58,5	51,2
Bereidheid om andere taal te spreken (n=480)	0,0	38,9	*38,9*	0,0	38,0	28,6	28,3	63,6	38,7
Inrichting van dijk (n=875)	31,9	44,3	*35,7*	25,5	30,4	28,1	26,5	38,9	34,5
Faciliteiten/animatie voor kleine kinderen (n=220)	20,6	30,3	*23,6*	-	-	-	-	-	23,9
Faciliteiten op strand (douches, sanitair,...) (n=246)	19,8	29,3	*22,8*	15,9	18,3	-	-	-	22,0
Faciliteiten aangepast voor ouderen/personen met beperking (n=133)	18,0	-	*19,5*	-	-	-	-	39,3	19,3
Prijs/kwaliteit reca (n=395)	14,5	17,5	*15,4*	10,3	10,1	15,6	-	-	14,9
Faciliteiten bij slecht weer (n=248)	10,3	14,2	*11,4*	14,0	15,1	-	-	-	12,0

- : onvoldoende cases (<30)

8.2.4. *Tevredenheid over kenmerken van de kust als vakantiebestemming naar logiesvorm*

- Vakantiegangers in vakantiewoningen en hotelgasten weten meer dan gemiddeld de gezellige vakantiesfeer te appreciëren.
- Hotelgasten zijn meer dan gemiddeld tevreden over de faciliteiten en animatie voor kleine kinderen.
- Vakantiegangers in vakantieparken zijn minder positief over de inrichting van de dijk en over de faciliteiten op het strand en iets positiever dan gemiddeld over de faciliteiten bij slecht weer.
- Kampeerders zijn iets minder positief over strandfaciliteiten en over de vakantiesfeer.
- Vakantiegangers in vakantiecentra zijn iets minder positief over de gezellige vakantie-sfeer.

Tabel 128
Aandeel van 'uiterst en zeer tevreden' over kenmerken van de kust naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die deze aspecten beoordeeld hebben)

Kenmerken	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
Gezellige vakantiesfeer (n=1445)	51,1	58,4	45,7	42,6	36,9	51,2
Bereidheid om andere taal te spreken (n=480)	41,7	35,7	32,2	33,6	-	38,7
Inrichting van dijk (n=875)	34,8	37,5	30,7	23,1	30,6	34,5
Faciliteiten/animatie voor kleine kinderen (n=220)	33,7	22,0	21,0	26,6	-	23,9
Faciliteiten op strand (douches, sanitair,...) (n=246)	25,5	24,9	18,2	18,3	-	22,0
Faciliteiten aangepast voor ouderen / personen met een beperking (n=133)	19,5	19,4	-	-	-	19,3
Prijs/kwaliteit reca (n=395)	14,6	16,6	16,9	12,1	-	14,9
Faciliteiten bij slecht weer (n=248)	11,7	12,6	12,6	19,8	-	12,0

- : onvoldoende cases (<30)

8.2.5. *Tevredenheid over kenmerken van de kust als vakantiebestemming naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen*

Faciliteiten/animatie voor kleine kinderen wordt minder goed geapprecieerd door gezelschappen met kinderen die deze faciliteiten het meest van doen hebben.

Tabel 129
Aandeel van 'uiterst en zeer tevreden' over kenmerken van de kust naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die deze aspecten beoordeeld hebben)

Kenmerken van de vakantiebestemming	Met kinderen	Zonder kinderen	Totaal
De gezellige vakantiesfeer (n=1445)	53,0	50,0	51,2
Bereidheid om een andere taal te spreken (n=480)	33,6	42,4	38,7
Inrichting van de dijk (n=875)	31,4	36,7	34,5
Faciliteiten/animatie voor kleine kinderen (n=220)	21,6	33,9	23,9
Faciliteiten op het strand (douches, sanitair,...) (n=246)	21,2	22,8	22,0
Faciliteiten aangepast voor ouderen/personen met een beperking (n=133)	-	20,0	19,3
Prijs/kwaliteit reca (n=395)	12,7	16,3	14,9
Faciliteiten bij slecht weer (n=248)	12,0	11,9	12,0

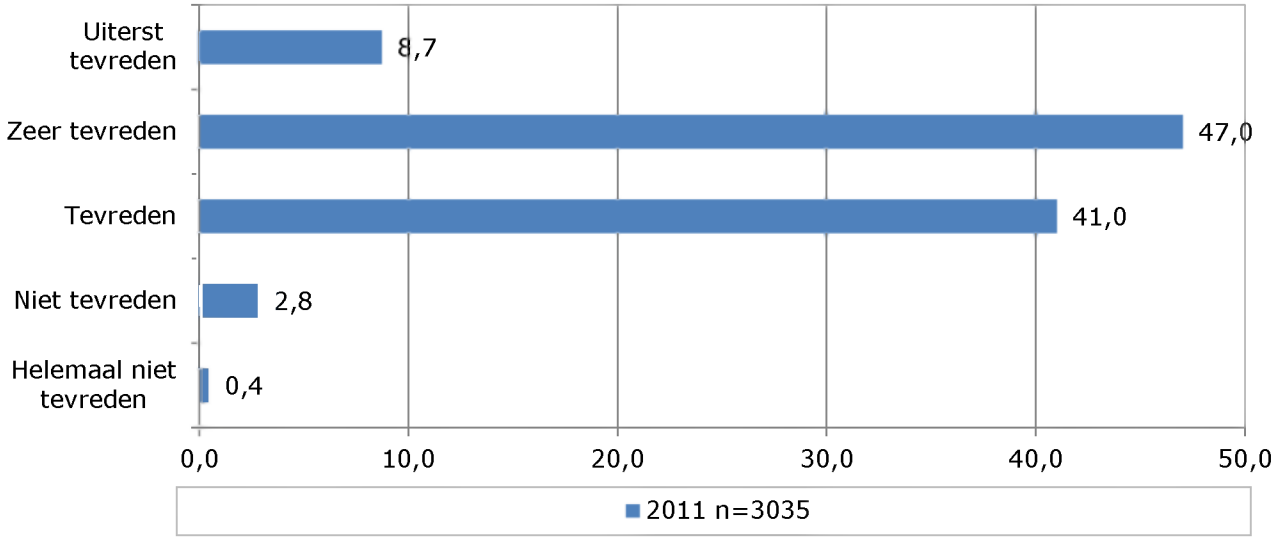
- : onvoldoende cases (<30)

8.3. Tevredenheid over logies

8.3.1. Globale tevredenheid over logies

56% van de vakantiegangers is zeer tot uiterst tevreden over hun logies, 41% is tevreden en slechts 3% is niet tevreden.

Grafiek 171
Algemene tevredenheid over logies, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

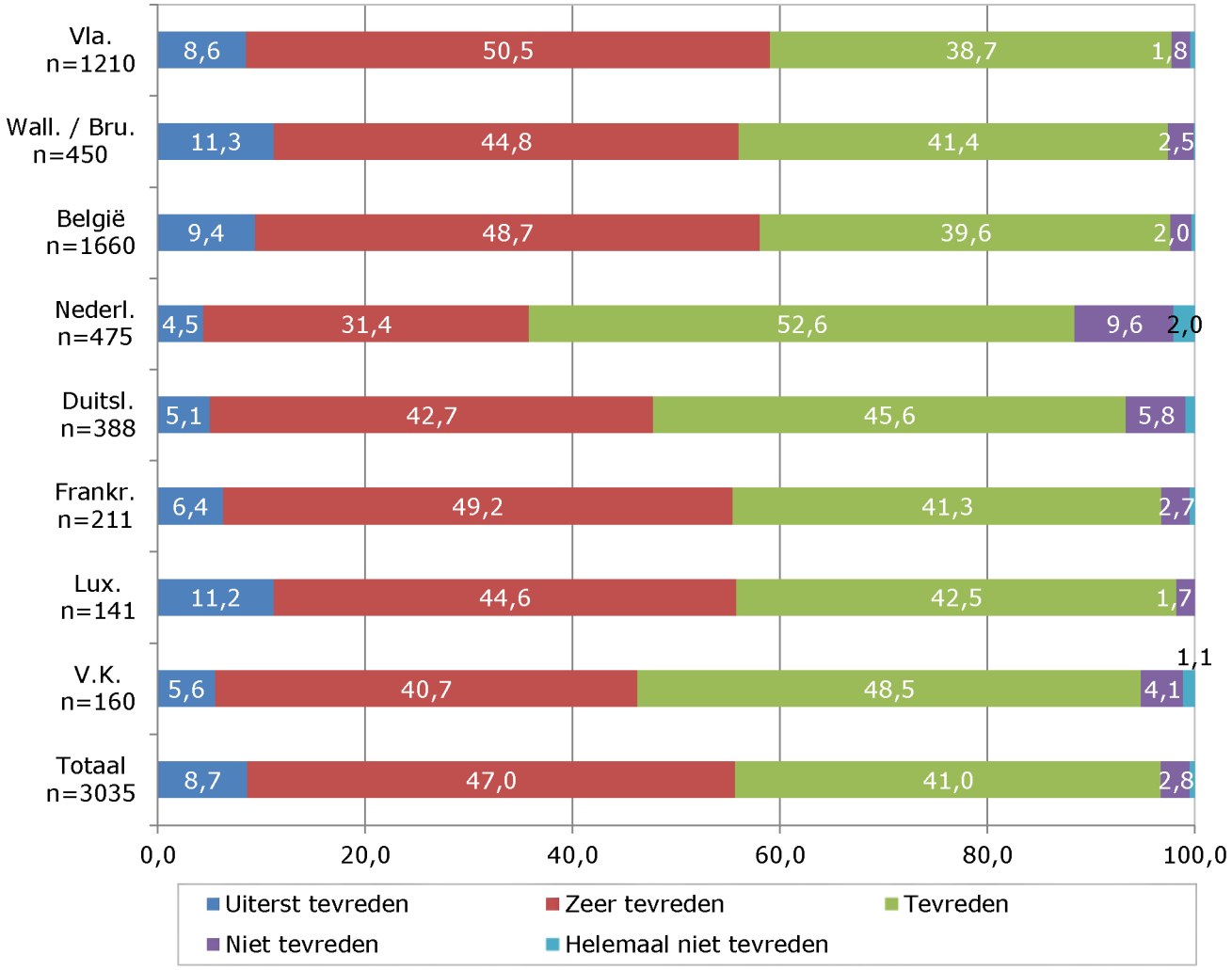


8.3.2. Tevredenheid over logies naar herkomst

Grafiek 172 geeft de algemene tevredenheid over het logies voor de diverse markten.

- De Vlamingen, Walen/Brusselaars, Luxemburgers en Fransen zijn in het algemeen meer tevreden over hun logies dan de vakantiegangers uit andere markten.
- De Nederlanders, die vaak in een vakantiepark logeren, zijn het minst tevreden over hun logies.
- De Britten, die allen op hotel logeren, zijn iets minder tevreden dan gemiddeld.
- Ook de Duitsers laten een kleiner aandeel van 'zeer tot uiterst' tevreden noteren dan gemiddeld.

Grafiek 172
Algemene tevredenheid over logies naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)

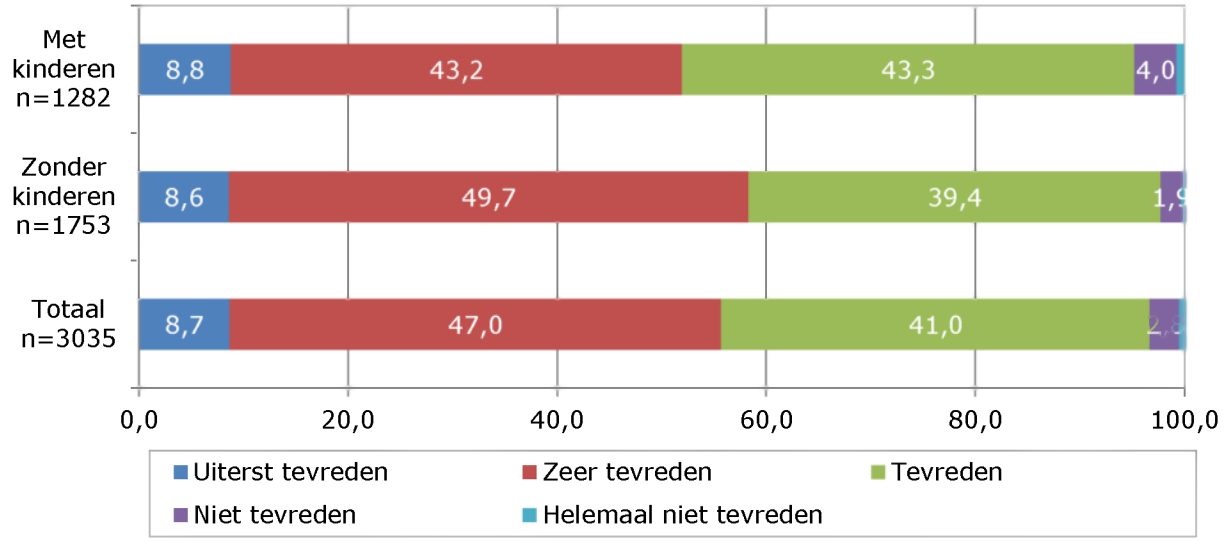


8.3.3. Tevredenheid over logies naar type vakantiegezelschap

Naar vakantiegezelschappen met en zonder kinderen

Gezelschappen zonder kinderen hebben een groter aandeel van 'zeer tot uiterst tevreden' dan de gezelschappen met kinderen.

Grafiek 173
Algemene tevredenheid over logies naar typologie van vakantiegezelschappen met of zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



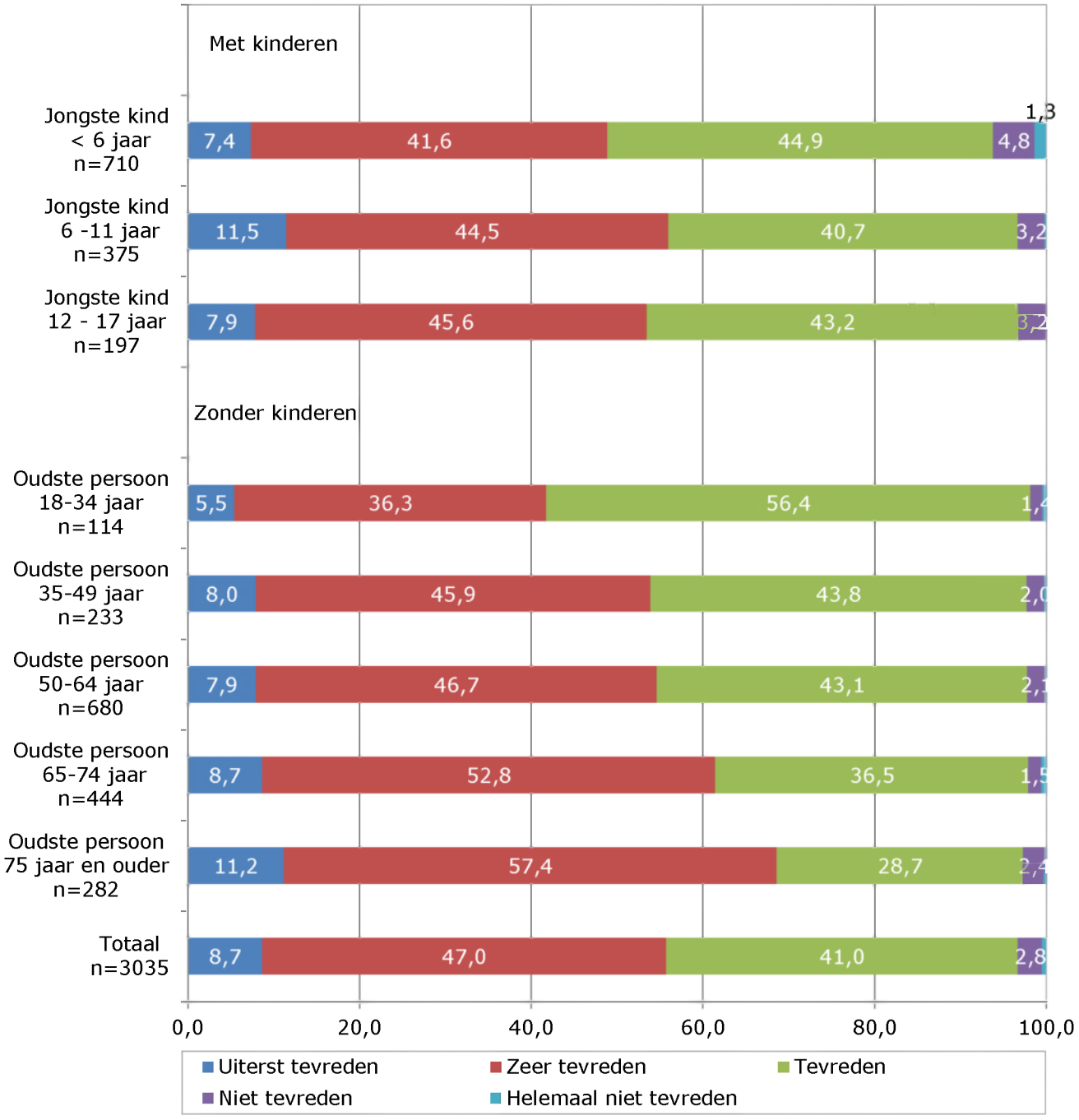
Naar typologie van vakantiegezelschappen

Grafiek 174 heeft de graad van tevredenheid naar een meer gedetailleerde opdeling van gezelschappen.

Jonge gezelschappen zonder kinderen van 18 tot 34 jaar en gezelschappen met kleine kinderen zijn iets minder tevreden dan de anderen.

Oudere gezelschappen zonder kinderen zijn iets meer tevreden dan gemiddeld. De gezelschappen zonder kinderen met oudste persoon 75 jaar en ouder zijn het meest uitgesproken tevreden.

Grafiek 174
Algemene tevredenheid over logies naar typologie van vakantiegezelschappen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



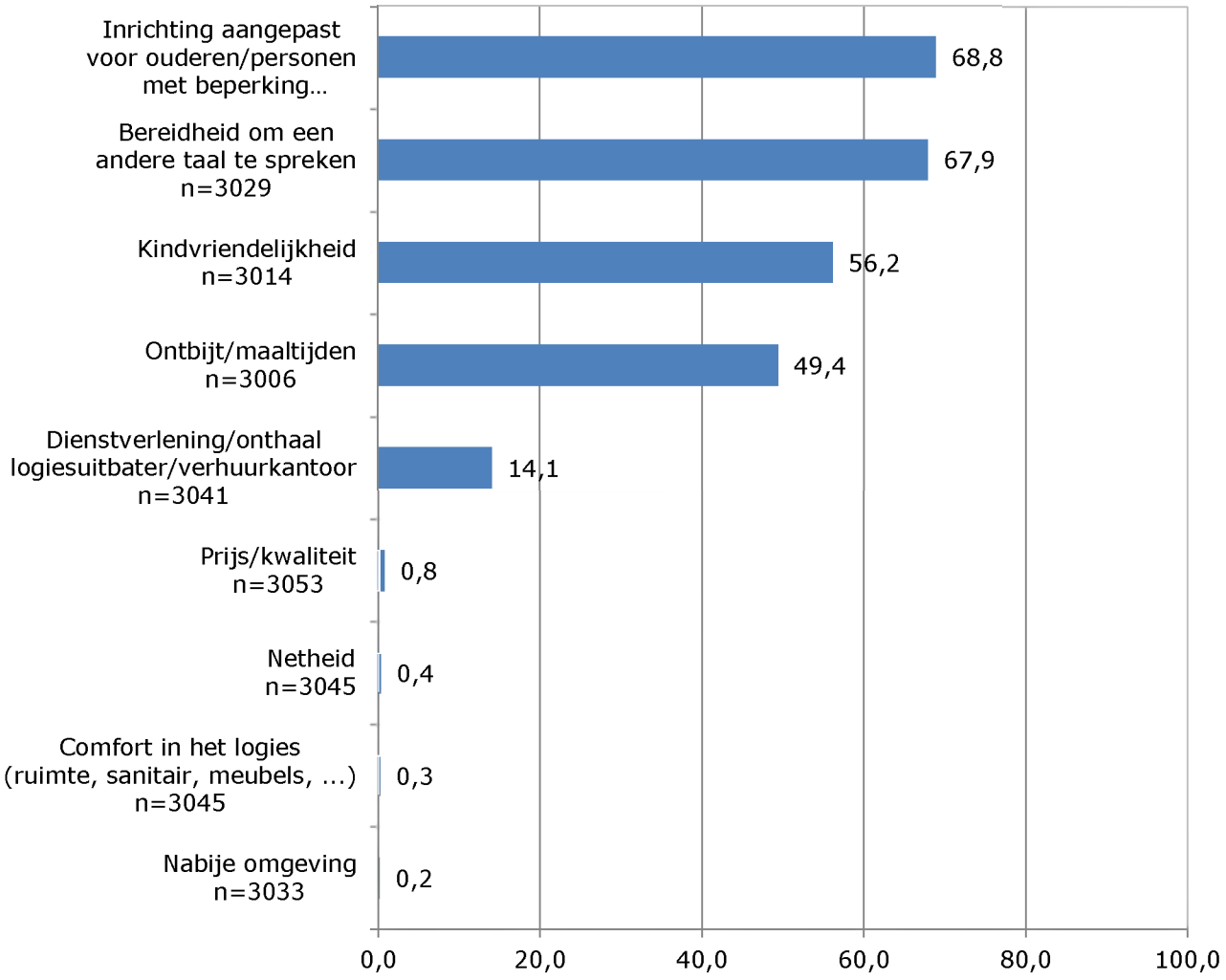
8.4. Tevredenheid over specifieke kenmerken van het logies

8.4.1. Beoordeling specifieke kenmerken van het logies

Ook bij de beoordeling van deze specifieke kenmerken werd de mogelijkheid geboden om aan te geven dat één of ander aspect niet van toepassing was of dat men er geen opinie over had. Bepaalde kenmerken werden dan ook door een groot aantal respondenten niet beoordeeld.
Grafiek 175 geeft per kenmerk van het logies het aandeel van respondenten aan dat geen beoordeling gegeven heeft omdat dit kenmerk voor hen niet van toepassing was.

- De verhouding prijs/kwaliteit, netheid, comfort en nabije omgeving kunnen beoordeeld worden door bijna alle vakantiegangers.
- Het aangepast zijn aan ouderen/personen met beperking, de bereidheid om een andere taal te spreken, de kindvriendelijkheid, het ontbijt en maaltijden en het onthaal in het logies of verhuurkantoor kunnen slechts door een deel van de vakantiegangers worden beoordeeld omdat ze voor een groot deel van de vakantiegangers niet van toepassing zijn.

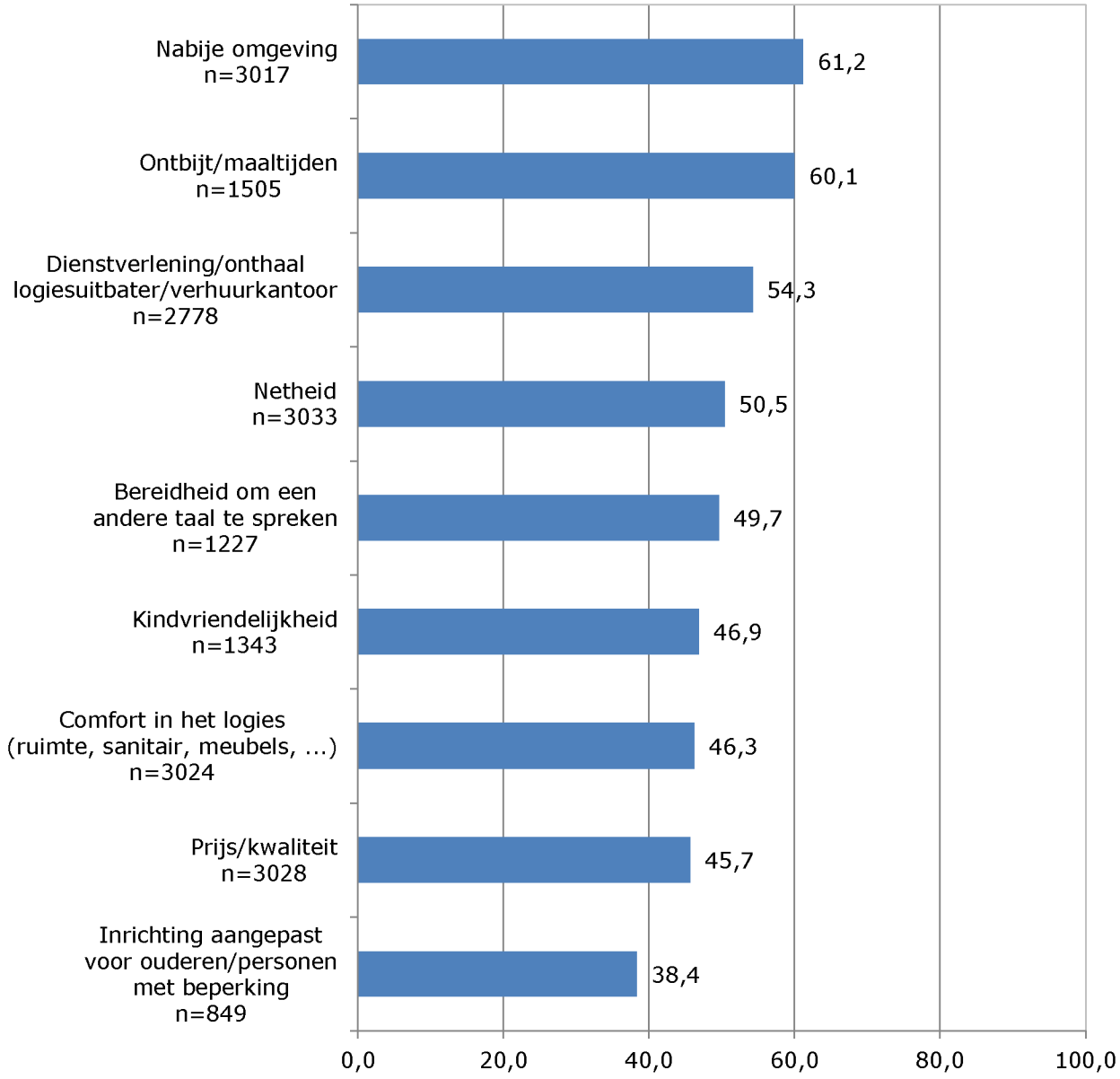
Grafiek 175
Aandeel 'niet van toepassing / geen opinie' voor diverse aspecten van het logies, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van de respondenten)



8.4.2. Appreciatie van specifieke kenmerken logies, 2011

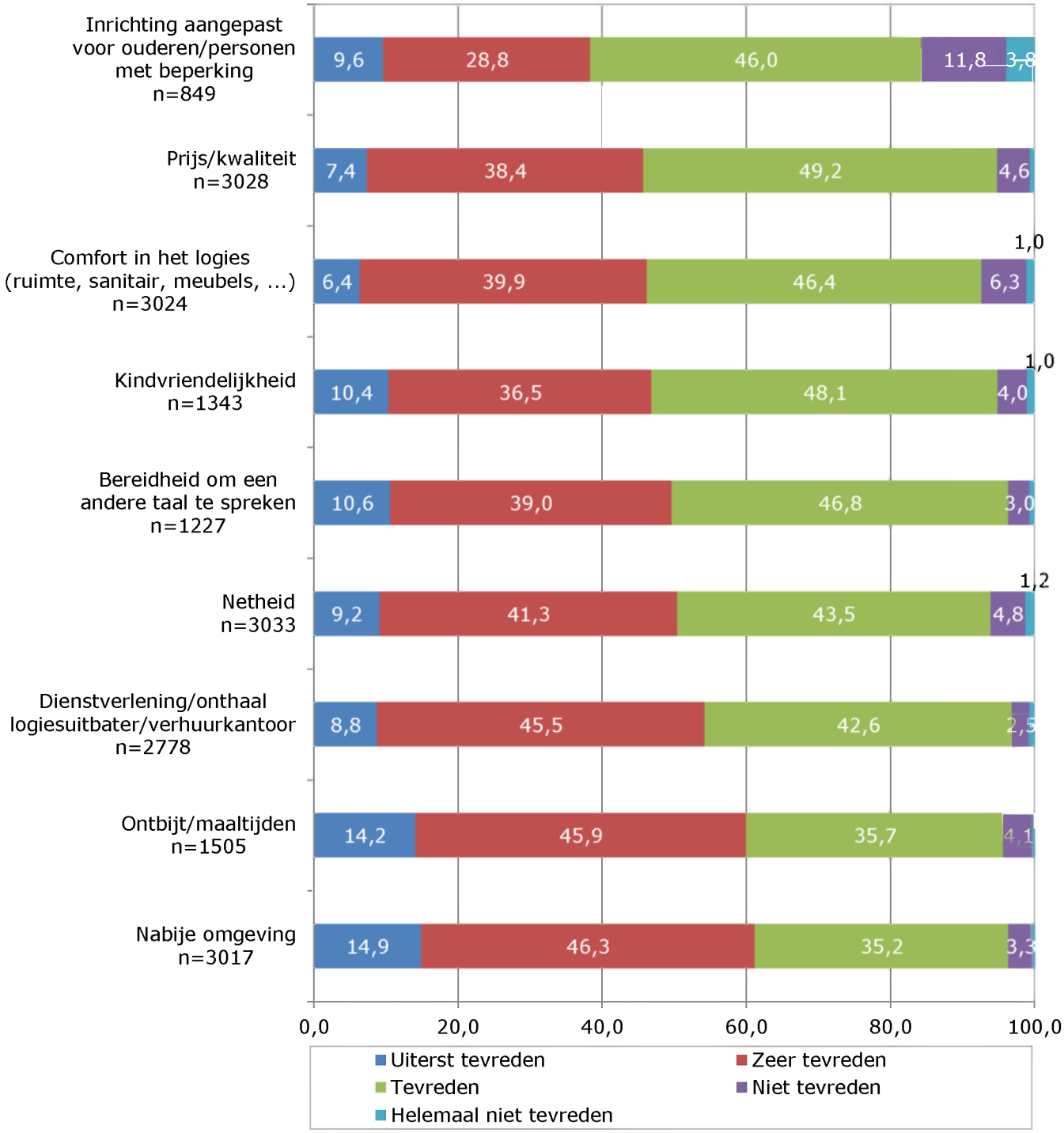
Grafiek 176 geeft het aandeel van de uiterst en zeer tevreden vakantiegangers voor de diverse kenmerken van het logies door die respondenten voor wie dit kenmerk van toepassing was.
Voor het logies zijn de nabije omgeving, het ontbijt en de maaltijden in het logies de meest belangrijke troeven. Ook de dienstverlening/onthaal door logiesuitbater en verhuurkantoor scoort goed, samen met de netheid en de bereidheid om een andere taal te spreken.

Grafiek 176
Aandeel 'uiterst tevreden' en 'zeer tevreden' voor diverse kenmerken van het logies, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van de respondenten)



Grafiek 177 geeft een volledig overzicht van de tevredenheidsscores voor de diverse kenmerken van het logies.

Grafiek 177
Tevredenheid over specifieke kenmerken van het logies, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten die deze aspecten beoordeeld hebben)



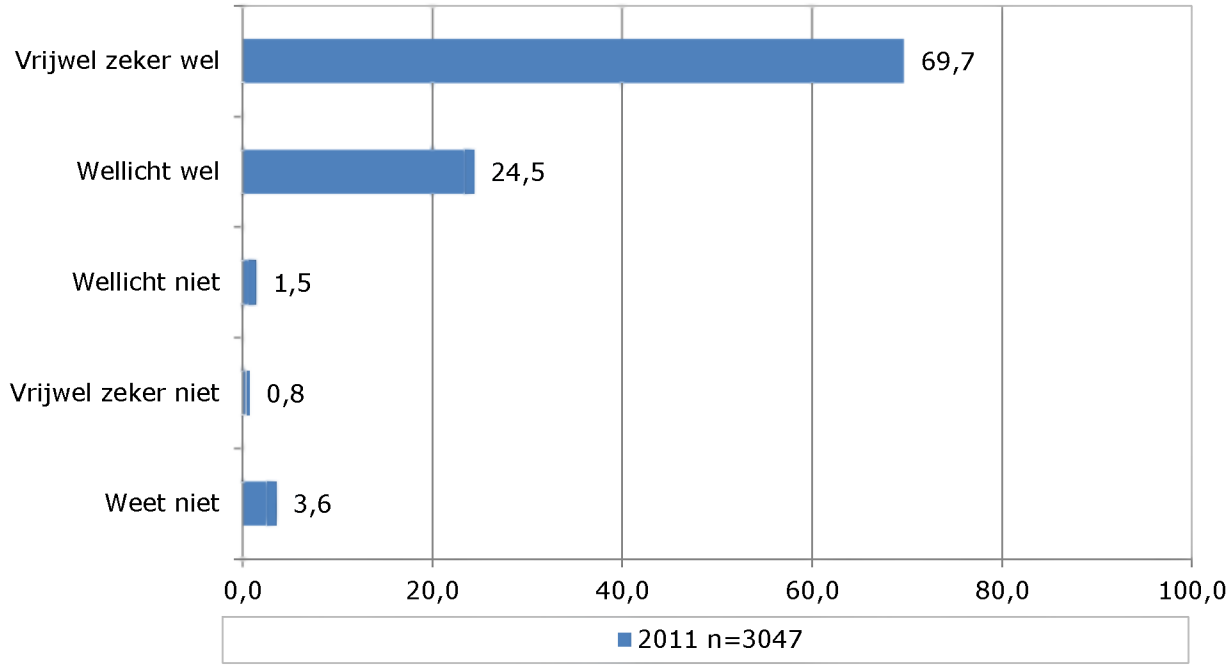
8.5. Intentie tot herhaalvakantie naar de Vlaamse Kust

De graad van tevredenheid kan ook worden gemeten aan de intentie om opnieuw op vakantie te komen naar de Vlaamse Kust. Dit is een heel belangrijke parameter voor de robuustheid van het kusttoerisme. Er werd gevraagd of men overwoog om de komende drie jaar opnieuw op vakantie te komen aan de Vlaamse Kust.

8.5.1. Intentie tot herhaalvakantie, 2011

De Kust kan onder de vakantiegangers in commercieel logies rekenen op een zeer trouw cliënteel: 70% weet nu al zeker dat ze terug op vakantie zullen komen naar de Kust in de komende drie jaar. Bovendien is er nog eens 25% dat 'wellicht' van plan is terug te komen.

Grafiek 178
Intentie tot herhaalvakantie naar de Vlaamse Kust in de komende drie jaar, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van respondenten)

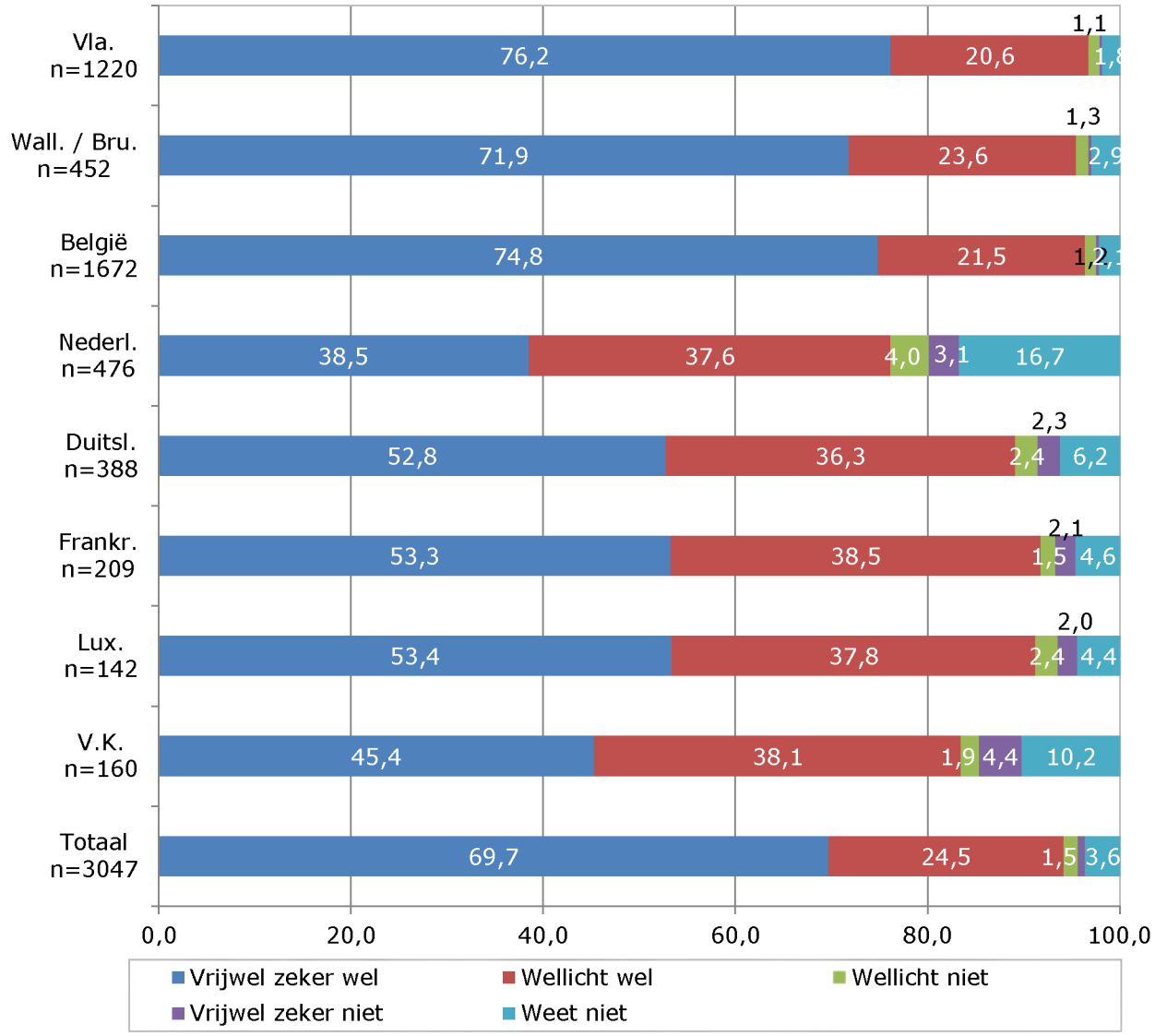


8.5.2. *Intentie tot herhaalvakantie naar herkomst*

- De Vlamingen en Walen/Brusselaars zijn het trouwste cliënteel: zij bijna allemaal zijn vrijwel of wellicht zeker dat ze terug vakantie zullen nemen aan de Vlaamse Kust.

- Bij de buitenlanders ligt deze intentie beperkter. Vooral de Nederlanders en de Britten aarzelen meer om opnieuw te komen. Zij hebben ook het laagste percentage van vakantiegangers dat zeker weet dat ze terug zullen komen.

Grafiek 179
Intentie tot herhaalvakantie naar de Vlaamse Kust in komende drie jaar naar herkomst, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van respondenten)

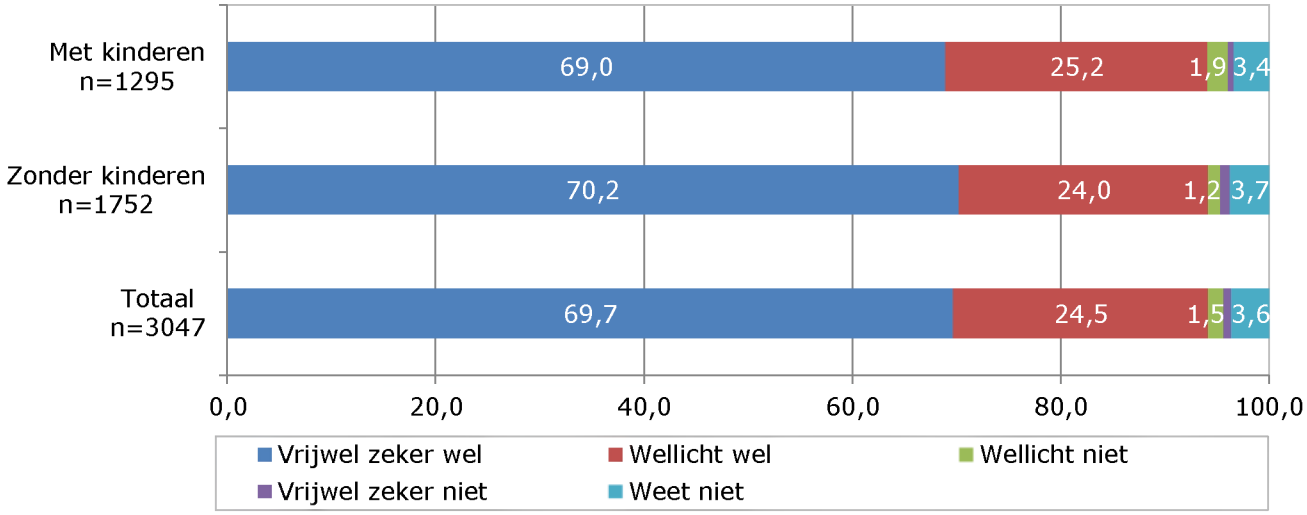


8.5.3. *Intentie tot herhaalvakantie naar type vakantiegezelschap*

<u>Naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen</u>

De intentie tot herhaalvakantie verschilt weinig naar vakantiegezelschappen met en zonder kinderen.

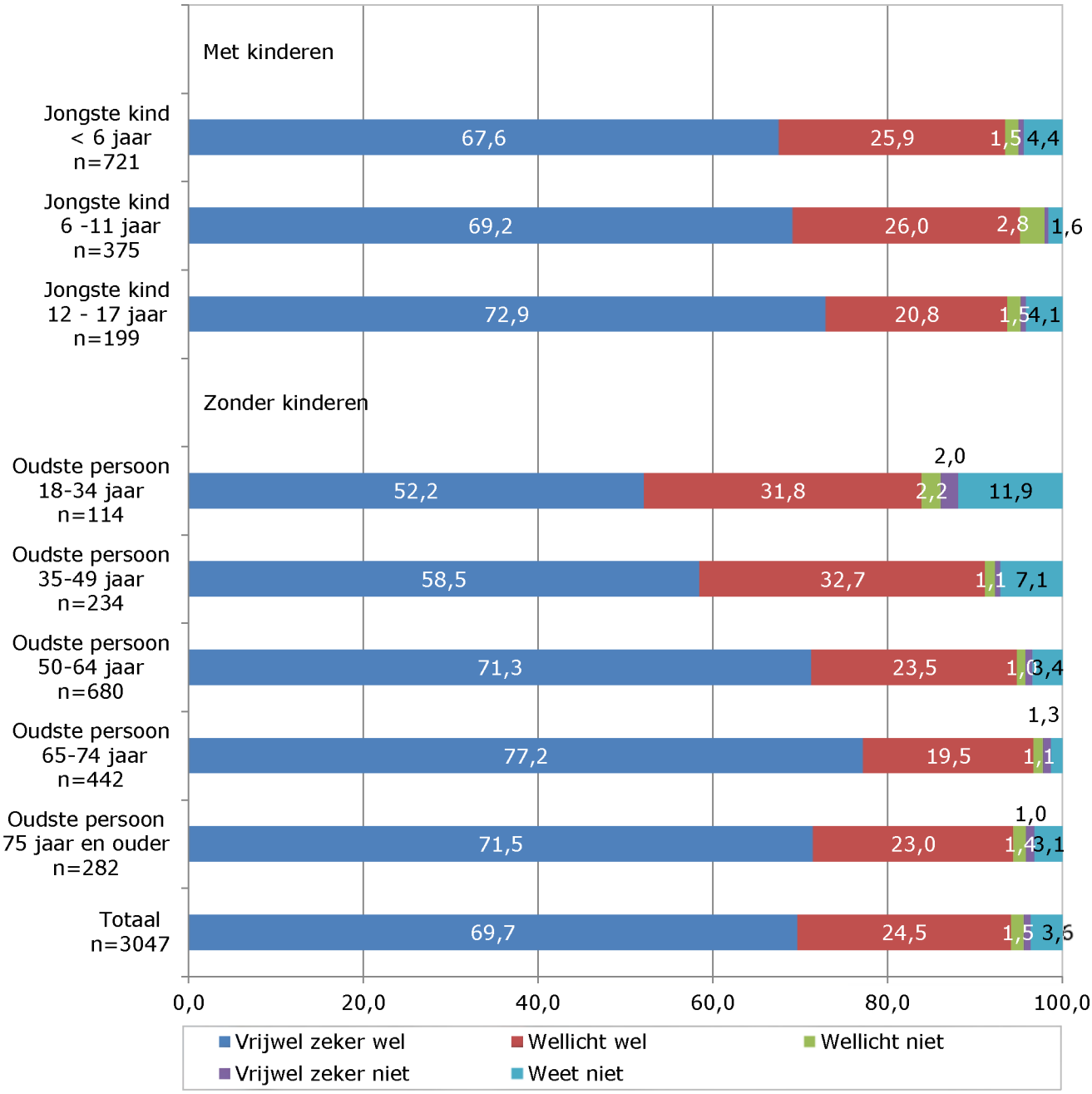
Grafiek 180
Intentie tot herhaalvakantie naar de Vlaamse Kust in komende drie jaar naar typologie van gezelschap met of zonder kinderen, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van respondenten)



Typologie van vakantiegezelschap

Jongere gezelschappen zonder kinderen (tussen 18 en 49 jaar) zijn het minst geneigd om nog op vakantie terug te komen aan de Kust.

Grafiek 181
Intentie tot herhaalvakantie naar de Vlaamse Kust in komende drie jaar naar typologie van gezelschap, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van respondenten)



8.6. Intentie tot vakantie elders in Vlaanderen

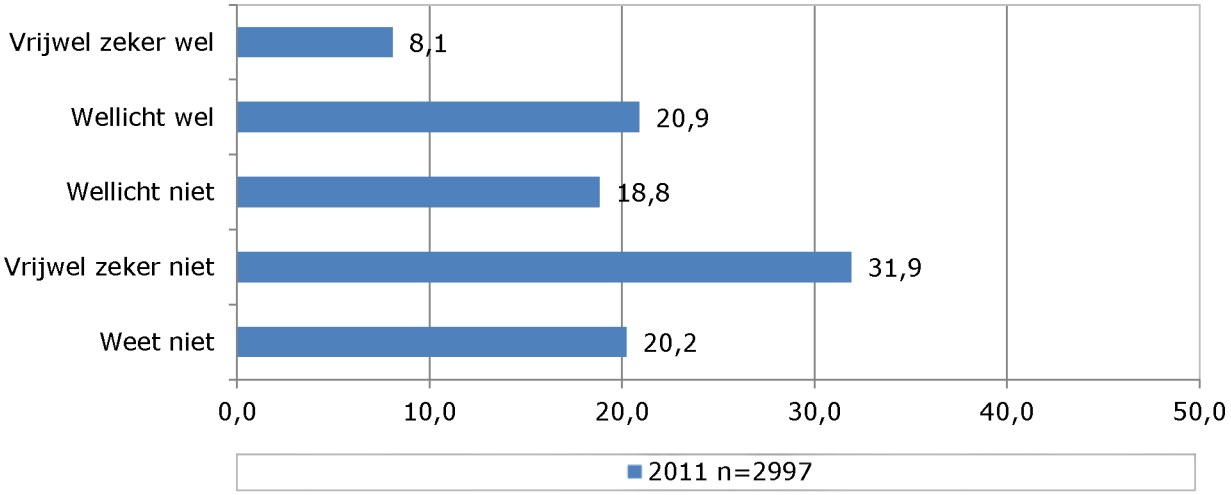
Er werd ook gepolst naar de interesse van de actuele vakantiegangers aan de Kust om op vakantie te gaan elders in Vlaanderen in de komende drie jaar.

8.6.1. Intentie tot vakantie elders in Vlaanderen

Grafiek 182 geeft aan in welke mate de actuele vakantiegangers aan de Kust geïnteresseerd zijn in andere Vlaamse bestemmingen voor een vakantie.

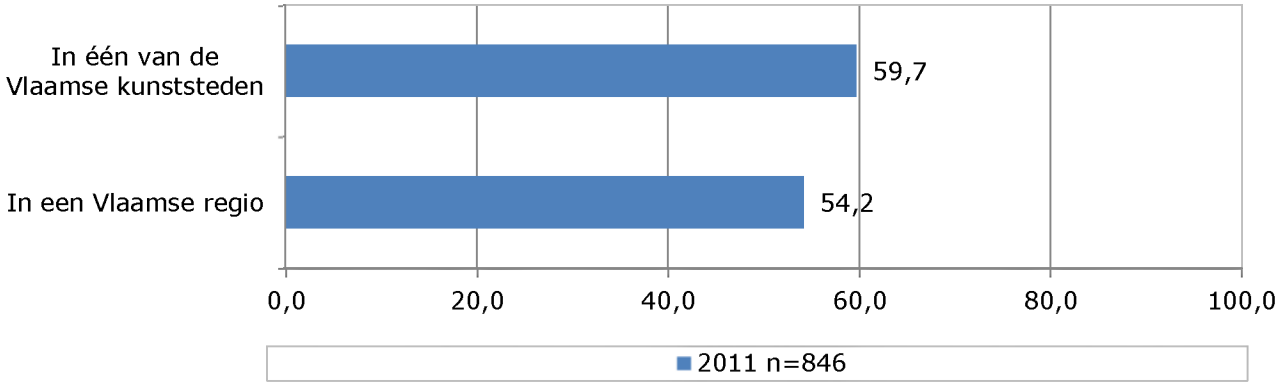
8% van de actuele vakantiegangers aan de Kust wil zeker in de volgende drie jaar ergens anders in Vlaanderen op vakantie gaan. 21% denkt dit wellicht wel te doen.

Grafiek 182
Intentie tot vakantie elders in Vlaanderen in de komende drie jaar, vakantieganger commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in % van respondenten)



In grafiek 183 wordt aangegeven waar elders in Vlaanderen men dan wel zou willen vakantie nemen. De Vlaamse kunststeden worden het meest vermeld.

Grafiek 183
Waar vakantie elders in Vlaanderen, vakantieganger commercieel logies Vlaamse kust, 2011 (in % van diegenen die 'zeker of wellicht van plan zijn een vakantie te nemen in de komende drie jaar elders in Vlaanderen)

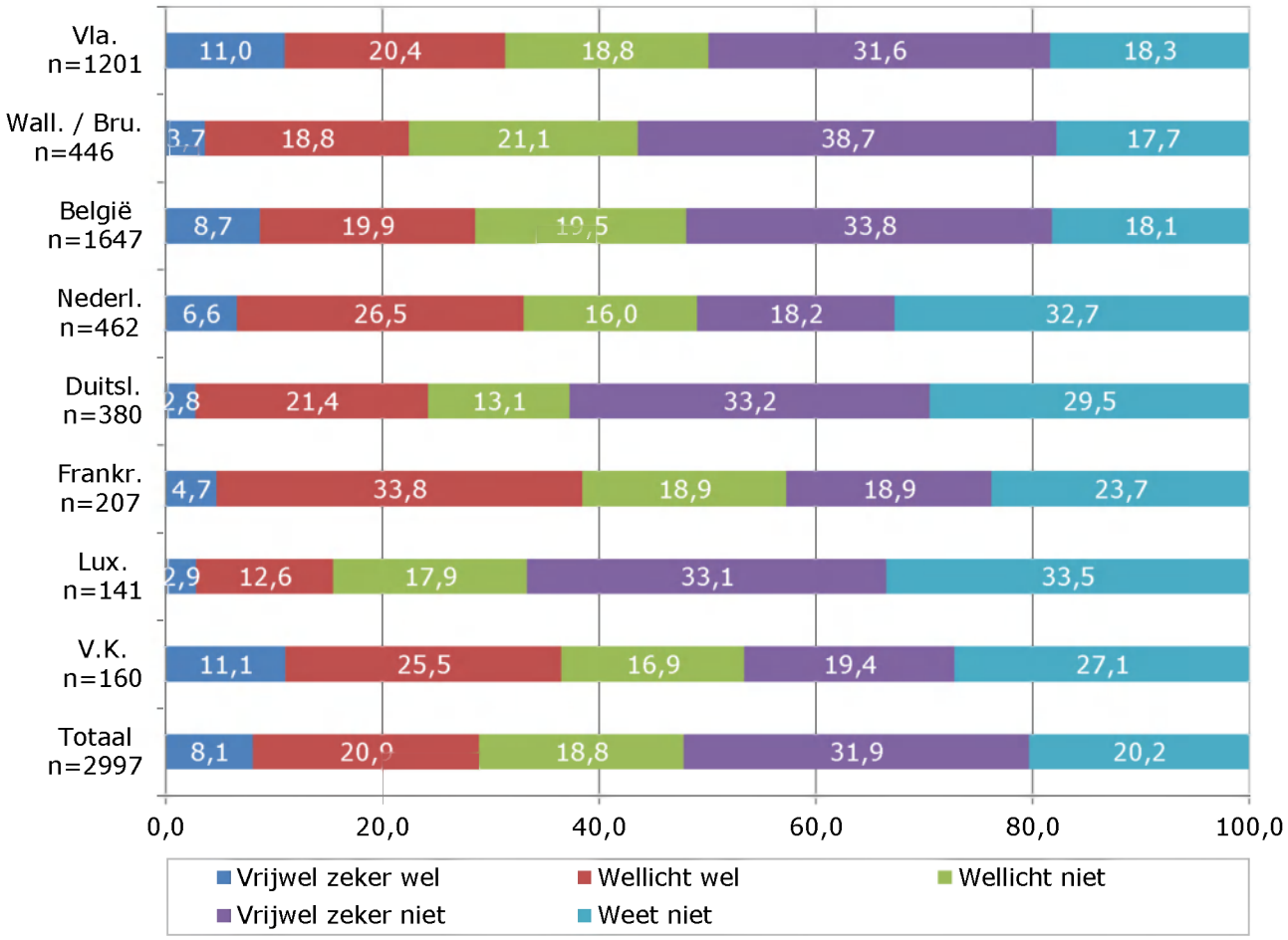


8.6.2. *Intentie tot vakantie elders in Vlaanderen naar herkomst*

- De Franse en Britse vakantiegangers aan de Kust zijn het meest van plan om in de komende drie jaar een vakantie te nemen elders in Vlaanderen.

- De Luxemburgers zijn dat het minst van plan, gevolgd door de Walen.

Grafiek 184
Intentie tot vakantie elders in Vlaanderen in de komende drie jaar naar herkomst, vakantieganger commercieel logies Kust, 2011 (in % van respondenten)

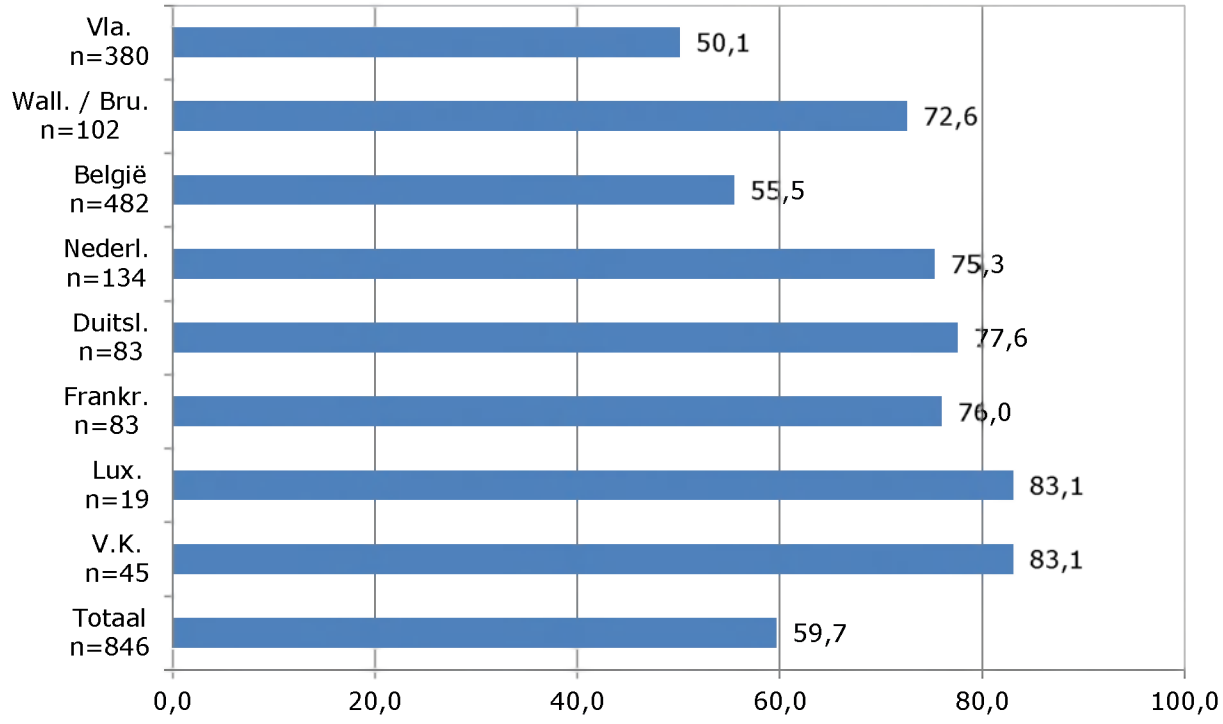


In grafiek 185 en grafiek 186 wordt aangegeven waar elders in Vlaanderen men dan wel zou willen vakantie nemen en dit naar herkomstland/-regio

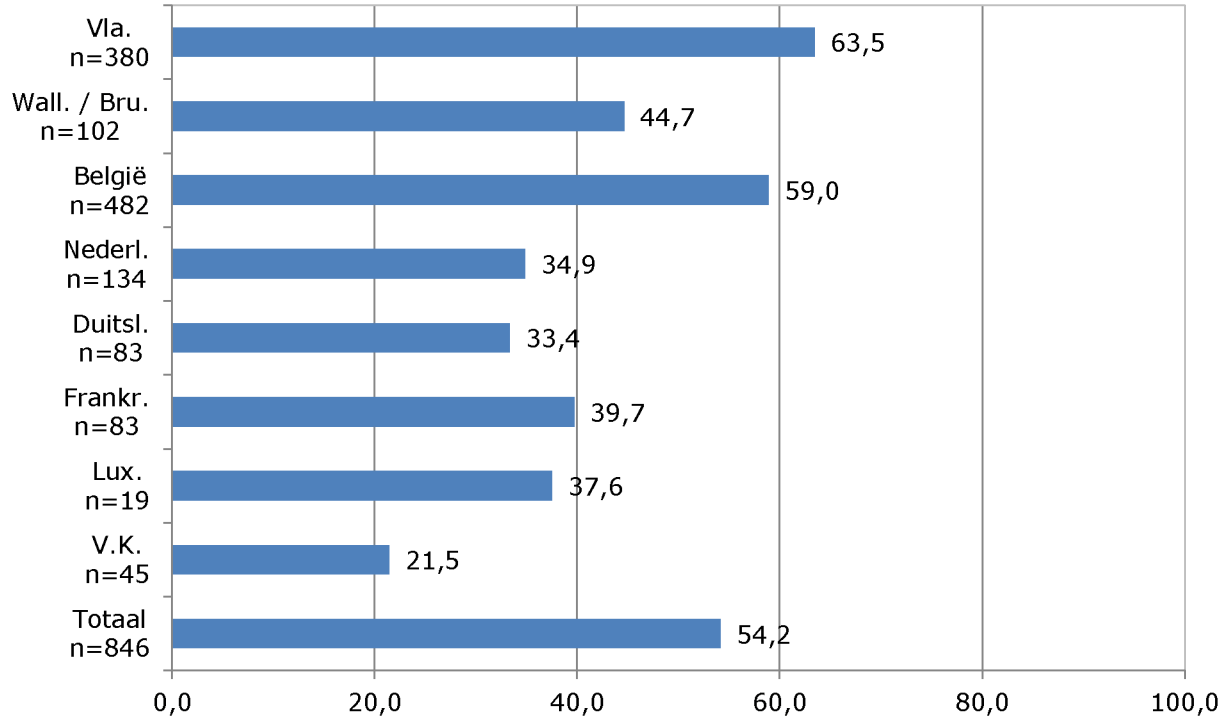
- De Vlaamse vakantiegangers aan de Kust zijn meer geïnteresseerd in een vakantie in de Vlaamse kunststeden.

- Alle andere markten, inclusief de Waals/Brusselse markt, zijn meer geïnteresseerd in de Vlaamse kunststeden.

Grafiek 185
*Waar vakantie elders in Vlaanderen "**Kunststeden**" naar herkomst, vakantieganger commercieel logies Vlaamse kust, 2011 (in % van diegenen die 'zeker of wellicht van plan zijn een vakantie te nemen in de komende drie jaar elders in Vlaanderen)*



Grafiek 186
*Waar vakantie elders in Vlaanderen "**Vlaamse regio's**" naar herkomstland/-regio, vakantieganger commercieel logies Vlaamse kust, 2011 (in % van diegenen die 'zeker of wellicht van plan zijn een vakantie te nemen in de komende drie jaar elders in Vlaanderen)*



9. Bestedingen door vakantiegangers

9.1. Evolutie van bestedingen 2005-2011

Om te kunnen vergelijken met 2005 nemen we voor 2011 de cases van de paasvakantie niet mee en indexeren we het bestedingsbedrag van 2005 met de evolutie in de index van de consumptieprijzen. Op die manier kunnen we de reële daling in bestedingen tegenover 2005 vaststellen. De gemiddelde bestedingen per persoon per nacht door vakantiegangers in commercieel logies zijn gedaald met 6%.

Tabel 130
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2005-2011, ***zonder paasvakantie 2011*** *(in euro in reële termen)*

Bestedingen	2005	2011	Verschil %
Totaal aan de Kust	**67,30**	**63,38**	**-5,8**
Logies	*26,61*	*25,66*	-3,6
Maaltijden in half/vol pension	*2,46*	*2,42*	-1,6
Totaal logies	***29,07***	***28,08***	**-3,4**
Restaurant	*10,60*	*10,76*	+1,5
Café, terras	*4,08*	*3,20*	-21,6
Tearoom, snackbar	*1,35*	*1,43*	+5,9
Totaal reca	***16,03***	***15,39***	**-4,0**
Aankopen levensmiddelen	*11,57*	*8,77*	-24,2
Shopping	*7,25*	*8,55*	+17,9
Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*1,42*	*1,61*	+13,4
Vervoer ter plaatse	*1,27*	*0,78*	-38,6
Andere	*0,69*	*0,20*	-71,0
Totaal in het hinterland	**1,50**	**1,18**	**-21,3**
Totaal Kust + Hinterland	**68,79**	**64,56**	**-6,1**
Aantal ongewogen cases	2 799	2 464	

Ter vergelijking geven we ook de gemiddelde bestedingen van dagtoeristen aan de Kust (resultaten op basis van onderzoek uitgevoerd door Westtoer in 2003 en 2009). Het is duidelijk dat de dagtoeristen, meer dan de vakantiegangers in commercieel logies, bespaarden op de uitgaven naar aanleiding van de crisis.

Tabel 131
Gemiddelde bestedingen van dagtoeristen aan de Vlaamse Kust, 2003-2009 (in euro in reële termen, rekening houdend met het consumptiecijfer)

Bestedingen	2003	2009	Verschil %
Reca	**22,20**	**20,53**	**-7,5**
- Restaurants	*14,73*	*13,37*	*-9,2*
- Tearooms, cafés en snacks	*7,47*	*7,16*	*-4,1*
Shopping	**11,53**	**9,08**	**-21,2**
- Periodieke aankopen	*10,00*	*8,33*	*-16,7*
- Diverse en uitzonderlijke aankopen	*1,53*	*0,75*	*-51,0*
Transport	**3,13**	**2,38**	**-23,9**
Andere	**2,63**	**2,30**	**-12,4**
- Aankoop voeding en drank	*1,19*	*1,24*	*4,1*
- Toegangsgelden	*0,83*	*0,40*	*-51,8*
- Huur van materiaal	*0,61*	*0,67*	*9,2*
Totale bestedingen per persoon	39,49	34,29	-13,2
Aantal ongewogen cases	10 584	10 349	

9.2. Bestedingen, 2011

Gemiddelde bestedingen

Per persoon per nacht wordt door de vakantieganger in 2011 (met de paasvakantie) in commercieel logies gemiddeld **62,29 euro** besteed waarvan 61,19 euro aan de Kust en 1,10 euro in het hinterland.

- De grootste post is het logies met gemiddeld 26,53 euro per persoon per nacht.
- Daarna volgen de bestedingen in restaurants, cafés, tearooms met 15,33 euro waarvan de restaurants het grootste deel toebedeeld krijgen en dat vooral besteed wordt aan de kust (14,61 euro).
- De derde belangrijkste post is de aankoop van levensmiddelen (9,00 euro) en daarna komen de diverse andere shoppinguitgaven (8,66 euro).
- De bestedingen van de vakantiegangers aan de Kust in het hinterland gaan vooral naar restaurants/café/tearooms met 0,72 euro per persoon per nacht.

Gedetailleerde bestedingen

Tabel 132
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

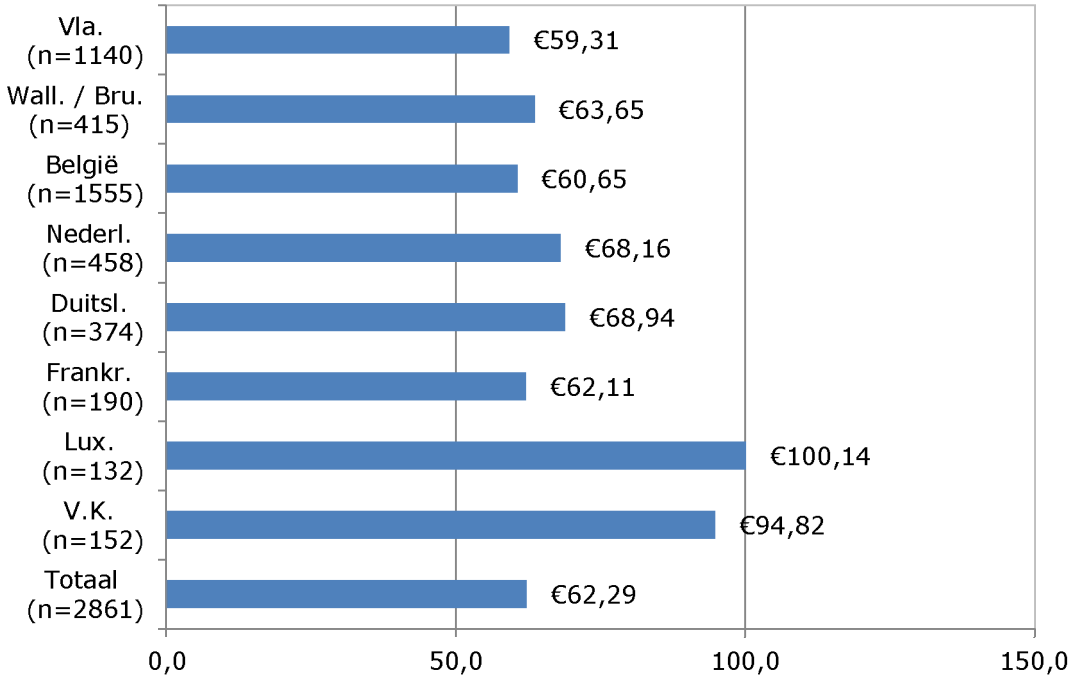
Bestedingen	Aan de Kust	In het hinterland	Totaal Kust + hinterland
Logies	24,37	0,00	24,37
Maaltijden in half/vol pension in logies	2,16	0,00	2,16
Totaal logies	**26,53**	**0,00**	**26,53**
Restaurant	10,09	0,47	10,56
Café, terras	3,16	0,09	3,25
Tearoom, snackbar	1,36	0,16	1,52
Totaal reca	**14,61**	**0,72**	**15,33**
Aankoop van levensmiddelen	8,96	0,04	9,00
Shopping van kledij, e.a.	8,53	0,13	8,66
Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	1,64	0,07	1,71
Vervoer ter plaatse	0,74	0,13	0,87
Andere	0,18	0,02	0,20
Totaal	**61,19**	**1,10**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	2 861	2 861	2 861

9.3. Bestedingen naar herkomst

Gemiddelde bestedingen

De Luxemburgers hebben de hoogste bestedingen per persoon per nacht, gevolgd door de Britten.

Grafiek 187
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar herkomstland/-regio, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Tabel 133
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar herkomst, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

Bestedingen	Vla.	Wall. Bru.	*België*	Nedl.	Duitsl.	Frankr.	Lux.	V.K.	Totaal
Totaal aan de kust	**58,65**	**62,42**	***59,81***	**65,89**	**66,53**	**60,61**	**98,43**	**86,19**	**61,19**
- Logies	*23,80*	*22,37*	*23,33*	*29,02*	*28,92*	*27,87*	*39,22*	*36,85*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*2,46*	*1,86*	*2,26*	*1,05*	*0,74*	*1,33*	*3,16*	*11,46*	*2,16*
Totaal logies	**26,26**	**24,23**	***25,59***	**30,07**	**29,66**	**29,20**	**42,38**	**48,31**	**26,53**
- Restaurant	8,83	11,86	*9,79*	11,13	11,31	9,48	20,39	14,00	10,09
- Café, terras	3,43	2,46	*3,13*	3,22	2,96	2,73	3,81	7,79	3,16
- Tearoom, snackbar	1,59	0,74	*1,32*	1,51	1,27	1,47	1,63	4,06	1,36
Totaal reca	**13,85**	**15,06**	***14,24***	**15,86**	**15,54**	**13,68**	**25,83**	**25,85**	**14,61**
- Aankoop levensmiddelen	*8,62*	*9,77*	*8,98*	*8,09*	*10,85*	*7,76*	*9,93*	*3,11*	*8,96*
- Shopping	*7,65*	*10,56*	*8,57*	*8,26*	*7,08*	*7,65*	*17,17*	*6,50*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*1,41*	*1,95*	*1,58*	*2,41*	*2,19*	*1,14*	*0,97*	*1,42*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*0,59*	*0,82*	*0,66*	*1,13*	*1,12*	*1,05*	*1,85*	*1,00*	*0,74*
- Andere	*0,27*	*0,03*	*0,19*	*0,07*	*0,09*	*0,13*	*0,30*	*0,00*	*0,18*
Totaal in het hinterland	**0,66**	**1,23**	***0,84***	**2,27**	**2,41**	**1,50**	**1,71**	**8,63**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**59,31**	**63,65**	***60,65***	**68,16**	**68,94**	**62,11**	**100,14**	**94,82**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	1 140	415	*1 555*	458	374	190	132	152	2 861

Gedetailleerde bestedingen

- De vakantiegangers uit Luxemburg besteden het meest. Ze hebben niet alleen hogere bestedingen in het logies (42,38 euro) , maar ze geven per persoon per nacht ook veel uit voor reca (25,83 euro), en dan vooral op restaurant (20,39 euro). Bovendien hebben de Luxemburgers ook de hoogste uitgaven voor shopping (17,17 euro).

- Van alle vakantiegangers hebben de Britten de hoogste bestedingen in het logies (48,31 euro) en ook voor reca (25,85 euro). In dit onderzoek werden wel enkel de Britten op hotel bevraagd. Vanuit de activiteiten blijkt dat de Britten meer stads- en dorpsbezoeken doen buiten de kustregio, wat hun hogere bestedingen in het hinterland verklaart (8,63 euro).

- De Nederlandse en Duitse vakantiegangers hebben een gelijkaardig bestedingspatroon. De Nederlanders besteden gemiddeld 68,16 euro en de Duitsers 68,94 euro. Dit is net iets meer dan de gemiddelde Franse vakantieganger (62,11 euro). De Fransen geven iets minder uit op restaurant en de Nederlanders en de Duitsers besteden iets meer aan sport, ontspanning en toegangsprijzen.

- De Vlaamse vakantiegangers besteden relatief gezien het minst per persoon per nacht. In vergelijking met de buurlanden geeft de Vlaming minder uit voor zijn logies. Ook de bestedingen in het hinterland zijn het laagst bij de Vlaamse vakantiegangers.

- De bestedingen van de Waalse vakantiegangers liggen iets hoger dan de Vlaamse en ook de Franse vakantiegangers. De Walen geven het minste uit aan logies, maar besteden graag wat extra op restaurant of aan shopping.

9.4. Bestedingen naar logiesvorm

Gemiddelde bestedingen

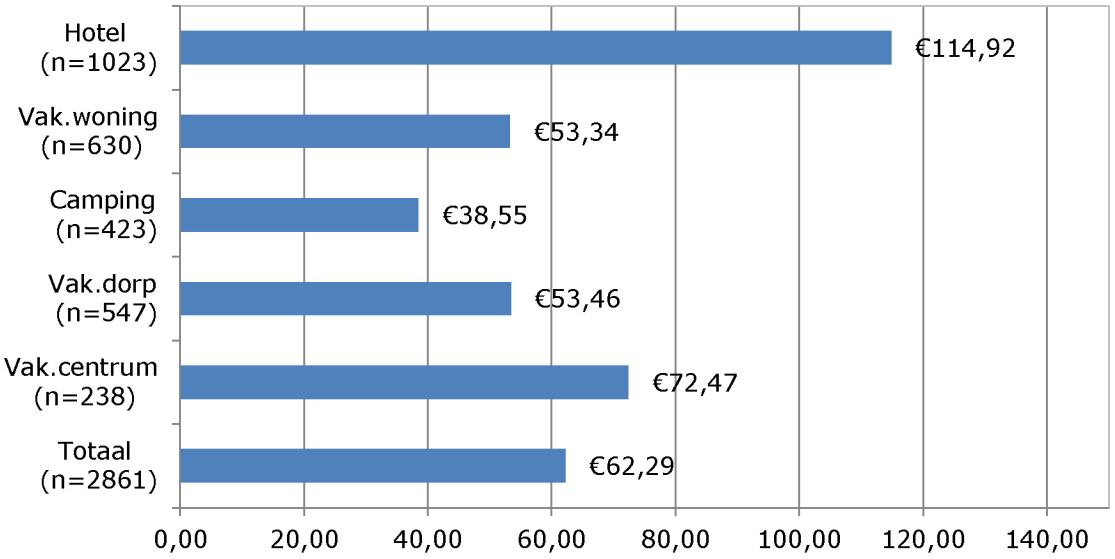
- De vakantiegangers op hotel besteden per persoon per nacht het meest met ongeveer 115 euro.

- De kampeerders besteden slechts 38,55 euro per persoon per nacht en hebben daarmee de kleinste bestedingen.

- Vakantieparken en vakantiewoningen zitten qua gegenereerde bestedingen op hetzelfde niveau.

- Opvallend zijn de hoge bestedingen voor vakantiecentra met 72,47 euro per persoon.

Grafiek 188
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Gedetailleerde bestedingen

- De bestedingen van hotelgasten zijn niet enkel hoger in het logies (57,79 euro) maar zij liggen per persoon per nacht ook hoger (28,15 euro) voor reca buiten het hotel (vooral restaurants) en voor shopping (19,92 euro).

- De vakantiegangers in vakantiecentra besteden veel binnen het logies (47,19 euro) maar een groot deel gaat daarvan naar maaltijden. In vakantiecentra logeert men vaak met een formule half- of volpension. De bestedingen op restaurant buiten het logies zijn daarom relatief laag.

- De vakantiegangers in een vakantiepark besteden relatief meer per persoon per nacht voor hun logies (28,17 euro) dan deze die een vakantiewoning huren (19,29 euro).
  Zij besteden echter minder op andere posten van vakantiegangers op vakantiewoningen als op de aankoop van levensmiddelen waardoor de gemiddelde bestedingen in een vakantiepark ongeveer even groot zijn dan deze van vakantiegangers in een gehuurde vakantiewoning.

- Op camping betaalt men het minst voor het logies (10,64 euro per persoon per nacht). Ook de bestedingen in reca liggen relatief laag (9,14 euro). De aankoop van levensmiddelen ligt op hetzelfde niveau (10,42 euro) als dat van de vakantiegangers in vakantiewoningen.

Tabel 134
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar logiesvorm, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

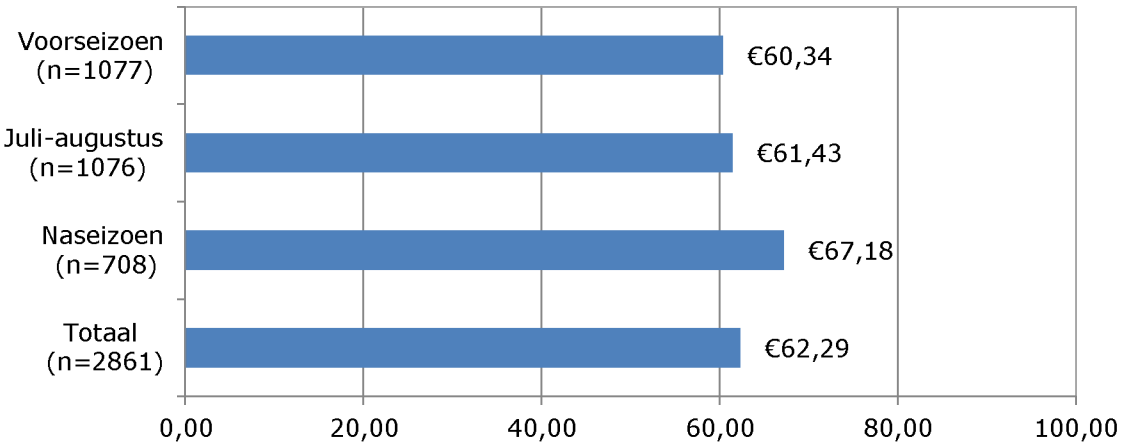
Bestedingen	Hotel	Vak. woning	Camping	Vak. park	Vak. centrum	Totaal
Totaal aan de kust	**113,23**	**52,39**	**36,98**	**51,24**	**72,28**	**61,19**
- Logies	*49,43*	*19,29*	*10,64*	*27,82*	*31,45*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*8,36*	*0,00*	*0,00*	*0,35*	*15,74*	*2,16*
Totaal logies	**57,79**	**19,29**	**10,64**	**28,17**	**47,19**	**26,53**
- Restaurant	*20,12*	*9,40*	*5,64*	*4,73*	*5,02*	*10,09*
- Café, terras	*5,16*	*2,60*	*2,76*	*2,14*	*5,24*	*3,16*
- Tearoom, snackbar	*2,87*	*1,06*	*0,74*	*1,63*	*1,34*	*1,36*
Totaal reca	**28,15**	**13,06**	**9,14**	**8,50**	**11,60**	**14,61**
- Aankoop levensmiddelen	*2,75*	*10,60*	*10,42*	*8,96*	*5,54*	*8,96*
- Shopping	*19,92*	*7,16*	*4,26*	*3,58*	*6,26*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*2,79*	*1,46*	*1,69*	*1,57*	*1,12*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*1,62*	*0,62*	*0,71*	*0,42*	*0,49*	*0,74*
- Andere	*0,21*	*0,20*	*0,12*	*0,04*	*0,08*	*0,18*
Totaal in het hinterland	**1,69**	**0,95**	**1,57**	**2,22**	**0,19**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**114,92**	**53,34**	**38,55**	**53,46**	**72,47**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	1 023	630	423	547	238	2 861

9.5. Bestedingen naar seizoen

Gemiddelde bestedingen

De gemiddelde bestedingen liggen veel hoger in het najaar dan in het voorjaar en juli-augustus.

Grafiek 189
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Gedetailleerde bestedingen

- In het voorjaar en in juli-augustus zijn de bestedingen ongeveer even hoog. In het voorjaar besteedt men meer aan shopping en in het hinterland. In juli-augustus betaalt men meer voor het logies.

- In het najaar zijn de bestedingen het hoogst, vooral door de hogere bestedingen op restaurant en café.

Tabel 135
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar seizoen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

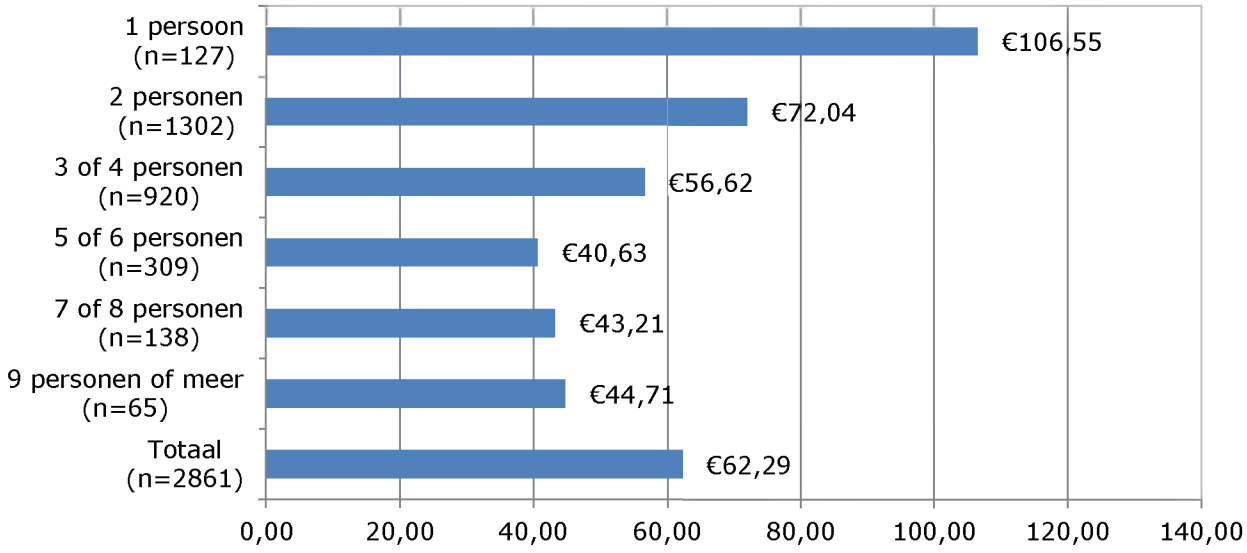
Bestedingen	Voorseizoen	Juli-augustus	Naseizoen	Totaal
Totaal aan de kust	**58,68**	**60,86**	**65,74**	**61,19**
- Logies	*22,81*	*25,46*	*24,35*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*2,35*	*2,01*	*2,21*	*2,16*
Totaal logies	***25,16***	***27,47***	***26,56***	***26,53***
- Restaurant	*8,20*	*9,88*	*13,33*	*10,09*
- Café, terras	*3,28*	*3,09*	*3,12*	*3,16*
- Tearoom, snackbar	*1,53*	*0,84*	*2,28*	*1,36*
Totaal reca	***13,01***	***13,81***	***18,73***	***14,61***
- Aankoop van levensmiddelen	*8,88*	*8,76*	*9,54*	*8,96*
- Shopping	*9,23*	*8,12*	*8,44*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*1,60*	*1,82*	*1,29*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*0,72*	*0,61*	*1,06*	*0,74*
- Andere	*0,08*	*0,27*	*0,12*	*0,18*
Totaal in het hinterland	**1,66**	**0,57**	**1,44**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**60,34**	**61,43**	**67,18**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	1 077	1 076	708	2 861

9.6. Bestedingen naar grootte vakantiegezelschap

Gemiddelde bestedingen

De gemiddelde bestedingen per persoon per nacht zijn het hoogst voor gezelschappen die bestaan uit 1 persoon. Bij grotere gezelschappen (vanaf 5 personen en meer) liggen de gemiddelde bestedingen per persoon per nacht veel lager.

Grafiek 190
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar grootte vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Gedetailleerde bestedingen

- Gezelschappen met 1 persoon hebben de hoogste gemiddelde bestedingen, vooral door de hogere uitgaven in het logies (52,46 euro), zowel voor het logies als voor de maaltijden in het logies. Daarnaast besteden deze gezelschappen ook het hoogste bedrag aan shopping (21,07 euro)

- De bestedingen van gezelschappen met 2 personen zijn hoger dan bij de grotere gezelschappen (72,04 euro). Dit komt door de iets hogere bestedingen voor het logies en vooral door de grotere uitgaven op restaurant en café.

- Bij gezelschappen met meerdere personen nemen de gemiddelde bestedingen per persoon per nacht af naarmate het aantal personen in het gezelschap toeneemt. Bij de grootste gezelschappen (7 personen of meer) neemt de gemiddelde besteding per persoon per nacht weer iets toe door ofwel hoger uitgaven op restaurant ofwel meer bestedingen aan shopping.

Tabel 136
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar grootte vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

Bestedingen	1 persoon	2 personen	3 of 4 personen	5 of 6 personen	7 of 8 personen	9 personen of meer	Totaal
Totaal aan de kust	**105,33**	**71,02**	**55,21**	**40,39**	**41,83**	**43,28**	**61,19**
- Logies	*42,40*	*29,27*	*20,66*	*16,59*	*16,47*	*13,55*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*10,06*	*3,06*	*1,02*	*0,58*	*0,37*	*1,02*	*2,16*
Totaal logies	**52,46**	**32,33**	**21,68**	**17,17**	**16,84**	**14,57**	**26,53**
- Restaurant	*8,18*	*12,68*	*9,17*	*5,58*	*10,10*	*4,45*	*10,09*
- Café, terras	*5,34*	*3,76*	*2,91*	*2,13*	*1,38*	*1,60*	*3,16*
- Tearoom, snackbar	*1,94*	*1,76*	*1,21*	*0,54*	*1,12*	*0,18*	*1,36*
Totaal reca	**15,46**	**18,20**	**13,29**	**8,25**	**12,60**	**6,23**	**14,61**
- Aankoop levensmiddelen	*14,88*	*9,15*	*8,98*	*7,74*	*7,57*	*4,73*	*8,96*
- Shopping	*21,07*	*9,09*	*8,22*	*4,23*	*3,42*	*14,40*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*0,85*	*1,12*	*2,02*	*2,59*	*1,09*	*3,12*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*0,61*	*1,05*	*0,62*	*0,41*	*0,11*	*0,23*	*0,74*
- Andere	*0,00*	*0,08*	*0,40*	*0,00*	*0,20*	*0,00*	*0,18*
Totaal in het hinterland	**1,22**	**1,02**	**1,41**	**0,24**	**1,38**	**1,43**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**106,55**	**72,04**	**56,62**	**40,63**	**43,21**	**44,71**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	127	1 302	920	309	138	65	2 861

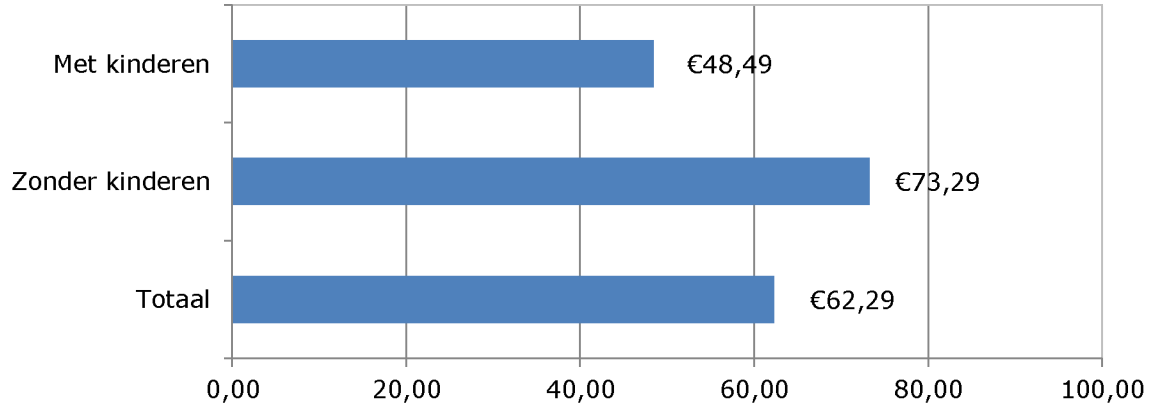
9.7. Bestedingen naar type vakantiegezelschap

Vakantiegezelschap met en zonder kinderen

Vakantiegezelschappen zonder kinderen geven gemiddeld per persoon per nacht meer uit dan gezelschappen met kinderen.

Gemiddelde bestedingen

Grafiek 191
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar vakantiegezelschap met en zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Gedetailleerde bestedingen

- Gezelschappen met kinderen besteden gemiddeld 25 euro per persoon per nacht minder dan gezelschapen zonder kinderen. Gezelschappen met kinderen besteden relatief wel iets meer aan sportbeoefening, ontspanning en toegangsprijzen.

- De bestedingen van gezelschappen zonder kinderen zijn hoger. Niet alleen de grotere bestedingen in het logies, maar ook meer uitgaven per persoon per nacht op restaurant en café en aan shopping kunnen dit verklaren. Gezelschappen zonder kinderen besteden ook iets meer in het hinterland.

Tabel 137
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar typologie van met/zonder kinderen, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

Bestedingen	Met kinderen	Zonder kinderen	Totaal
Totaal aan de kust	**47,86**	**71,82**	**61,19**
- Logies	*18,23*	*29,23*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*0,72*	*3,30*	*2,16*
Totaal logies	**18,95**	**32,53**	**26,53**
- Restaurant	*7,45*	*12,22*	*10,09*
- Café, terras	*2,30*	*3,84*	*3,16*
- Tearoom, snackbar	*0,93*	*1,71*	*1,36*
Totaal reca	**10,68**	**17,77**	**14,61**
- Aankoop levensmiddelen	*8,28*	*9,51*	*8,96*
- Shopping	*6,87*	*9,87*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*2,31*	*1,10*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*0,47*	*0,95*	*0,74*
- Andere	*0,30*	*0,09*	*0,18*
Totaal in het Hinterland	**0,63**	**1,47**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**48,49**	**73,29**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	1 232	1 629	2 861

Typologie van vakantiegezelschap

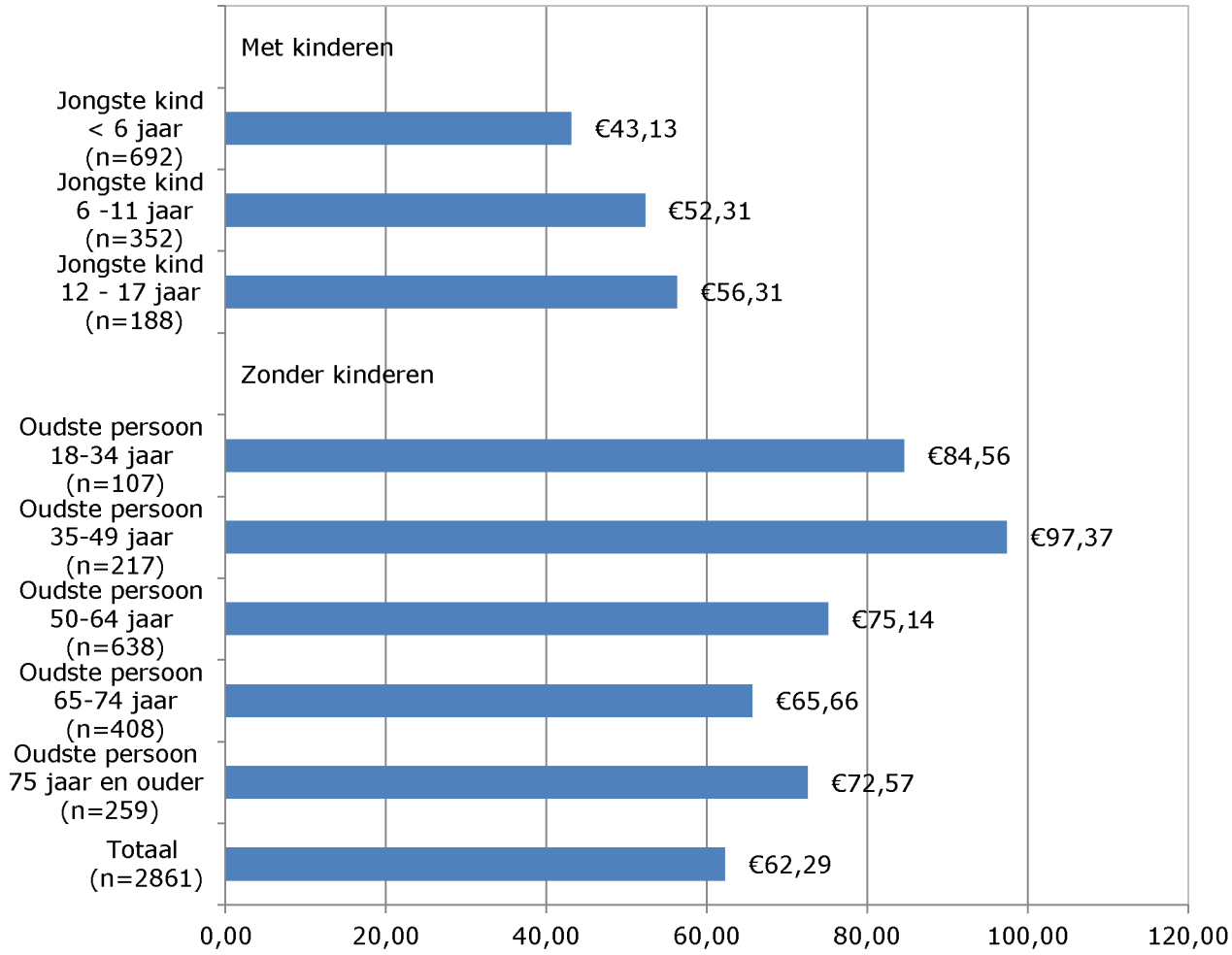
Gemiddelde bestedingen

- De bestedingen per persoon per nacht zijn lager bij gezelschappen met kinderen. Het zijn vooral de gezelschappen met kleine kinderen (43,13 euro) die minder uitgeven per persoon per nacht gezien ze minder uitgeven voor hun kinderen.

- Gezelschappen zonder kinderen waarvan de oudste persoon tussen 35 en 49 kaar oud is, geven het meest uit met 97,37 euro. Ook de jongere gezelschappen zonder kinderen tussen 18 en 34 jaar zijn relatief grote spenders met 84,56 euro.

- De oudere gezelschappen zonder kinderen geven iets minder uit.

Grafiek 192
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar typologie van vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Gedetailleerde bestedingen

- Hoe jonger de kinderen, hoe minder men per persoon per nacht uitgeeft op restaurant. Enkel de gezelschappen met de jongste kinderen geven ook minder uit aan shopping.

- Gezelschappen zonder kinderen waarvan de oudste persoon tussen 35 en 49 kaar oud is, geven het meest uit, en dan vooral aan logies, restaurant en café en shopping. Enkel de jongere gezelschappen zonder kinderen tussen 18 en 34 jaar geven nog meer uit op restaurant en café.

- Gezelschappen zonder kinderen waarvan de oudste persoon tussen 35 en 49 kaar oud is, spenderen ook meer in het hinterland, net als de medioren gezelschappen (oudste persoon tussen 50 en 64 jaar).

Tabel 138
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar typologie van vakantiegezelschap, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

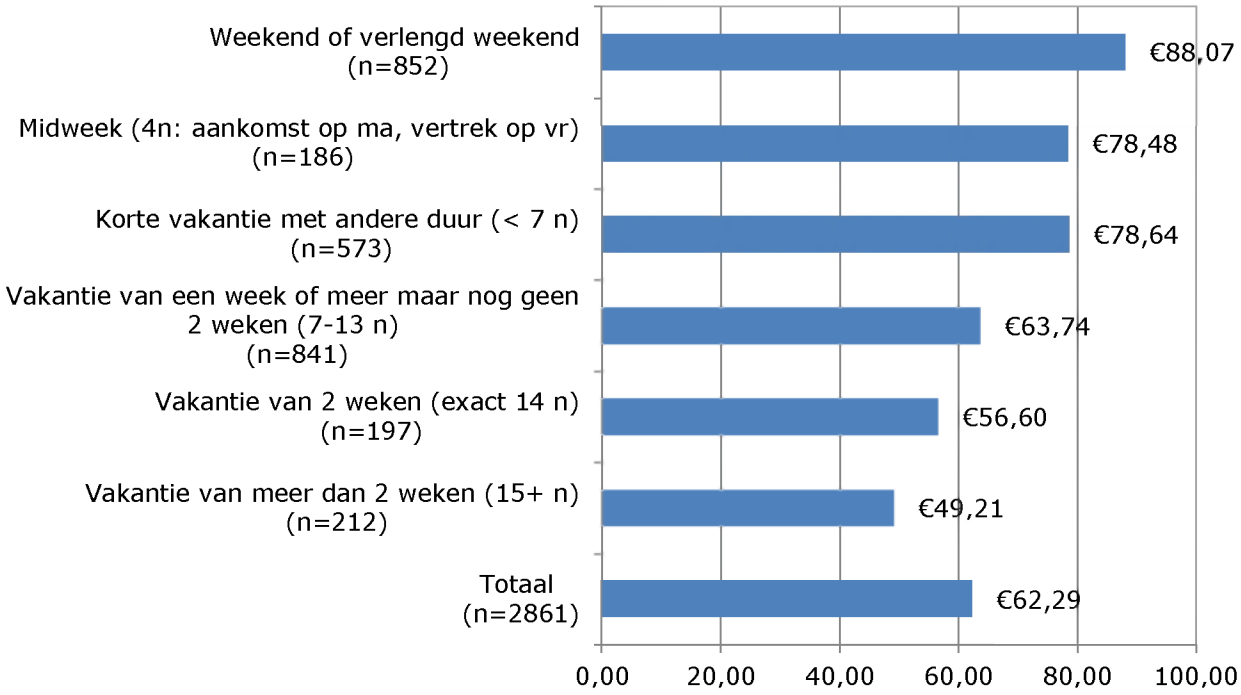
Bestedingen	Jongste kind <6 j	Jongste kind 6-11 j	Jongste kind 12-17 j	Oudste persoon 18-34 j	Oudste persoon 35-49 j	Oudste persoon 50-64 j	Oudste persoon 65-74 j	Oudste persoon 75 j en meer	Totaal
Totaal aan de kust	**42,34**	**51,92**	**55,64**	**83,66**	**94,17**	**72,34**	**65,10**	**72,25**	**61,19**
- Logies	*17,79*	*17,98*	*19,91*	*33,84*	*39,12*	*27,72*	*28,66*	*29,00*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*0,57*	*0,66*	*1,28*	*0,24*	*2,01*	*1,84*	*3,75*	*5,77*	*2,16*
Totaal logies	***18,36***	***18,64***	***21,19***	***34,08***	***41,13***	***29,56***	***32,41***	***34,77***	**26,53**
- Restaurant	*4,68*	*10,17*	*10,06*	*20,11*	*17,15*	*11,95*	*11,88*	*10,69*	*10,09*
- Café, terras	*1,94*	*2,01*	*3,89*	*5,38*	*5,30*	*4,34*	*3,51*	*2,97*	*3,16*
- Tearoom, snackbar	*0,87*	*1,04*	*0,88*	*1,38*	*2,22*	*2,02*	*1,45*	*1,49*	*1,36*
Totaal reca	***7,49***	***13,22***	***14,83***	***26,87***	***24,67***	***18,31***	***16,84***	***15,15***	**14,61**
- Aankoop levensmiddelen	*8,53*	*8,00*	*8,10*	*7,29*	*7,10*	*10,92*	*8,07*	*10,19*	*8,96*
- Shopping	*4,56*	*9,12*	*9,07*	*10,64*	*18,16*	*10,79*	*5,86*	*11,25*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*2,83*	*1,69*	*2,03*	*3,96*	*2,19*	*1,28*	*0,97*	*0,32*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*0,54*	*0,42*	*0,39*	*0,80*	*0,78*	*1,37*	*0,84*	*0,55*	*0,74*
- Andere	*0,03*	*0,83*	*0,03*	*0,02*	*0,14*	*0,11*	*0,11*	*0,02*	*0,18*
Totaal in het hinterland	**0,79**	**0,39**	**0,67**	**0,90**	**3,20**	**2,80**	**0,56**	**0,32**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**43,13**	**52,31**	**56,31**	**84,56**	**97,37**	**75,14**	**65,66**	**72,57**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	692	352	188	107	217	638	408	259	2 861

9.8. Bestedingen naar type vakantie

Gemiddelde bestedingen

Hoe korter de vakantie hoe hoger de bestedingen per persoon per nacht. De bestedingen liggen het hoogst bij een weekend of verlengd weekend met 88,07 euro per persoon per nacht.

Grafiek 193
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Gedetailleerde bestedingen

- Bij de weekends, midweeks en andere kortere vakanties gaat er niet alleen meer geld per persoon per nacht naar het logies maar ook naar de uitgaven op restaurant en aan shopping.

- Bij de langere vakanties dalen de uitgaven voor logies omdat men kiest voor een goedkopere logiesvorm als camping of vakantiewoning en nemen de uitgaven voor de aankoop van levensmiddelen toe door deze keuze van selfcatering logies.

Tabel 139
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar type vakantie, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

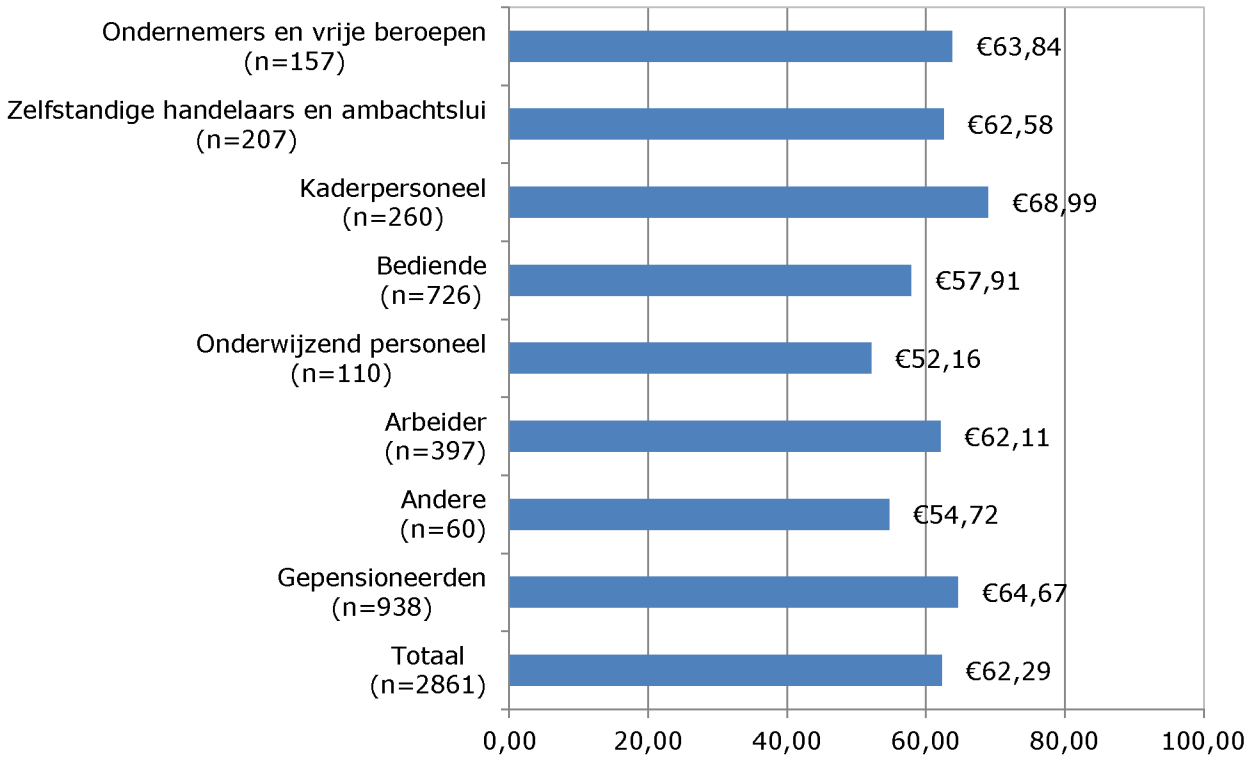
Bestedingen	(Verlengd) weekend	Midweek (ma - vrij)	Andere vakantie < 7 n	Vakantie 7-13 n	Vakantie 14 n	Vakantie 15 en + n	Totaal
Totaal aan de kust	**86,91**	**76,79**	**77,21**	**62,71**	**56,33**	**47,65**	**61,19**
- Logies	*35,83*	*39,14*	*33,30*	*25,23*	*21,06*	*17,76*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*3,79*	*8,13*	*3,42*	*2,88*	*1,00*	*0,64*	*2,16*
Totaal logies	***39,62***	***47,27***	***36,72***	***28,11***	***22,06***	***18,4***	***26,53***
- Restaurant	*18,17*	*9,20*	*12,12*	*10,20*	*10,56*	*6,36*	*10,09*
- Café, terras	*4,53*	*3,98*	*3,74*	*3,16*	*3,33*	*2,28*	*3,16*
- Tearoom, snackbar	*2,84*	*1,16*	*2,53*	*1,32*	*0,61*	*1,05*	*1,36*
Totaal reca	***25,54***	***14,34***	***18,39***	***14,68***	***14,50***	***9,69***	***14,61***
- Aankoop levensmiddelen	*4,81*	*5,47*	*6,48*	*9,39*	*9,66*	*10,54*	*8,96*
- Shopping	*10,95*	*7,93*	*12,87*	*8,41*	*7,57*	*6,96*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*4,66*	*1,02*	*1,78*	*1,20*	*1,72*	*1,20*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*1,07*	*0,53*	*0,89*	*0,79*	*0,80*	*0,48*	*0,74*
- Andere	*0,26*	*0,23*	*0,08*	*0,13*	*0,01*	*0,38*	*0,18*
Totaal in het hinterland	**1,16**	**1,69**	**1,43**	**1,03**	**0,28**	**1,56**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**88,07**	**78,48**	**78,64**	**63,74**	**56,60**	**49,21**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	852	186	573	841	197	212	2 861

9.9. Bestedingen naar beroep van gezinshoofd

Gemiddelde bestedingen

De bestedingen naar beroep van gezinshoofd wijken niet overdreven sterk van elkaar af. Het onderwijzend personeel en de andere beroepen (inclusief niet-actieven), besteden gemiddeld wel iets minder dan bijvoorbeeld het kaderpersoneel. Daar is de besteding het hoogst met 68,99 euro per persoon per nacht.

Grafiek 194
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Gedetailleerde bestedingen

- Bij het kaderpersoneel zijn de uitgaven iets hoger dan gemiddeld, vooral door de hogere bestedingen in het hinterland.
- Bij het onderwijzend personeel gaat er opvallend minder geld per persoon per nacht naar de uitgaven op restaurant.
- De andere beroepen (inclusief niet-actieven) besteden gemiddeld minder geld aan shopping.

Tabel 140
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar beroep van gezinshoofd, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

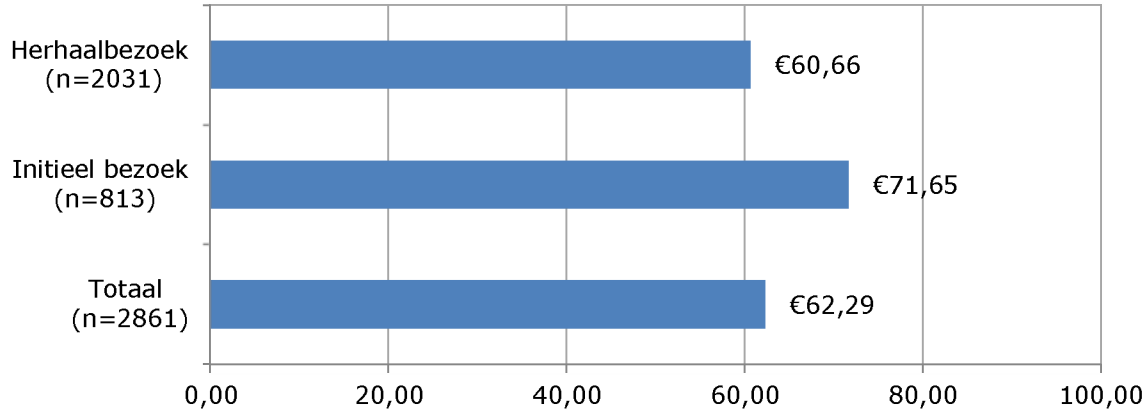
Bestedingen	Ondern./ vrije beroep	Zelfst. handelaar/ ambacht	Kader	Bediende	Onder-wijzend personeel	Arbeider	Andere	Gepensio-neerd	Totaal
Totaal aan de kust	**62,00**	**60,99**	**62,64**	**57,25**	**51,03**	**60,96**	**54,50**	**64,23**	**61,19**
- Logies	*26,42*	*24,75*	*27,41*	*23,01*	*23,15*	*21,42*	*26,87*	*25,17*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*0,98*	*0,61*	*1,25*	*1,25*	*0,93*	*1,30*	*1,25*	*3,40*	*2,16*
Totaal logies	***27,40***	***25,36***	***28,66***	***24,26***	***24,08***	***22,72***	***28,12***	***28,57***	***26,53***
- Restaurant	9,31	11,58	12,86	9,16	3,96	10,02	8,39	10,65	*10,09*
- Café, terras	3,29	3,79	3,11	2,39	2,15	3,25	3,66	3,52	*3,16*
- Tearoom, snackbar	1,21	1,90	0,81	1,32	0,50	2,22	1,84	1,27	*1,36*
Totaal reca	***13,81***	***17,27***	***16,78***	***12,87***	***6,61***	***15,49***	***13,89***	***15,44***	***14,61***
- Aankoop levensmiddelen	*7,39*	*6,16*	*7,46*	*8,94*	*9,85*	*9,80*	*7,95*	*9,39*	*8,96*
- Shopping	*9,95*	*7,46*	*7,97*	*8,17*	*9,05*	*9,34*	*3,79*	*8,79*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*2,73*	*2,12*	*1,20*	*2,20*	*0,91*	*2,83*	*0,43*	*1,12*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*0,72*	*0,95*	*0,49*	*0,71*	*0,53*	*0,72*	*0,32*	*0,81*	*0,74*
- Andere	*0,00*	*1,67*	*0,08*	*0,10*	*0,00*	*0,06*	*0,00*	*0,11*	*0,18*
Totaal in het hinterland	**1,84**	**1,59**	**6,35**	**0,66**	**1,13**	**1,15**	**0,22**	**0,44**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**63,84**	**62,58**	**68,99**	**57,91**	**52,16**	**62,11**	**54,72**	**64,67**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	157	207	260	726	110	397	60	938	2 861

9.10. Bestedingen naar herhaal- of initieel bezoek

Gemiddelde bestedingen

De bestedingen liggen hoger bij de initiële vakantiegangers dan bij de herhaalbezoekers.
Ze besteden iets meer aan het logies, maar geven vooral meer uit op restaurant en voor shopping.

Grafiek 195
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar initieel of herhaalbezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Gedetailleerde bestedingen

Tabel 141
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar herhaal- en initieel bezoek, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

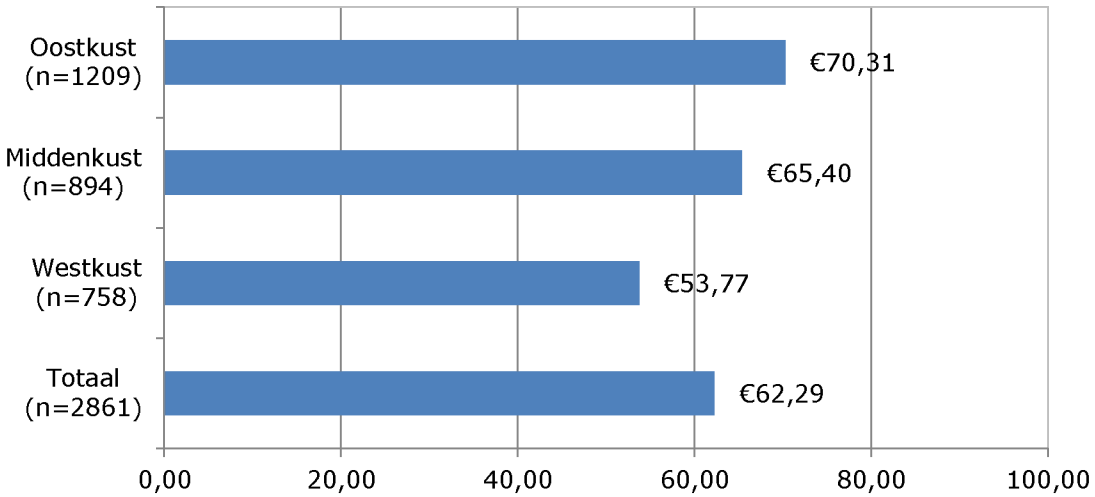
Bestedingen	Herhaal-bezoek	Initieel bezoek	Totaal
Totaal aan de kust	**59,69**	**69,88**	**61,19**
- Logies	*24,00*	*26,53*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*2,07*	*2,67*	*2,16*
Totaal logies	***26,07***	***29,20***	***26,53***
- Restaurant	*9,50*	*13,36*	*10,09*
- Café, terras	*3,13*	*3,35*	*3,16*
- Tearoom, snackbar	*1,40*	*1,21*	*1,36*
Totaal reca	***14,03***	***17,92***	***14,61***
- Aankoop levensmiddelen	*8,94*	*9,02*	*8,96*
- Shopping	*8,11*	*11,02*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*1,69*	*1,40*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*0,66*	*1,17*	*0,74*
- Andere	*0,19*	*0,15*	*0,18*
Totaal in het hinterland	**0,97**	**1,77**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**60,66**	**71,65**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	2 031	813	2 861

9.11. Bestedingen naar subregio kust

Gemiddelde bestedingen

De bestedingen liggen het hoogst aan de Oostkust gevolgd door deze aan de Middenkust. Ze besteden meer aan het logies en geven ook meer uit op restaurant en voor shopping dan aan de Westkust.

Grafiek 196
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar subregio Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)



Gedetailleerde bestedingen

Tabel 142
Gemiddelde bestedingen aan de Kust en in het hinterland per persoon per nacht naar subregio Kust, vakantieganger in commercieel logies Vlaamse Kust, 2011 (in euro)

Bestedingen	Oostkust	Middenkust	Westkust	Totaal
Totaal aan de kust	**68,51**	**64,49**	**53,14**	**61,19**
- Logies	*28,02*	*25,05*	*20,97*	*24,37*
- Maaltijden in half/vol pension	*2,44*	*2,14*	*1,95*	*2,16*
Totaal logies	***30,46***	***27,19***	***22,92***	***26,53***
- Restaurant	*10,92*	*11,15*	*8,74*	*10,09*
- Café, terras	*3,71*	*3,00*	*2,81*	*3,16*
- Tearoom, snackbar	*1,44*	*1,83*	*1,00*	*1,36*
Totaal reca	***16,07***	***15,98***	***12,55***	***14,61***
- Aankoop van levensmiddelen	*8,60*	*9,93*	*8,65*	*8,96*
- Shopping	*10,19*	*8,86*	*6,96*	*8,53*
- Sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen	*1,86*	*1,52*	*1,53*	*1,64*
- Vervoer ter plaatse	*0,94*	*0,84*	*0,51*	*0,74*
- Andere	*0,39*	*0,17*	*0,02*	*0,18*
Totaal in het hinterland	**1,80**	**0,91**	**0,63**	**1,10**
Totaal Kust + Hinterland	**70,31**	**65,40**	**53,77**	**62,29**
Aantal ongewogen cases	1 209	894	758	2 861

10. Omzet uit recreatief verblijfstoerisme in commercieel logies

10.1. Volumes van recreatief verblijfstoerisme

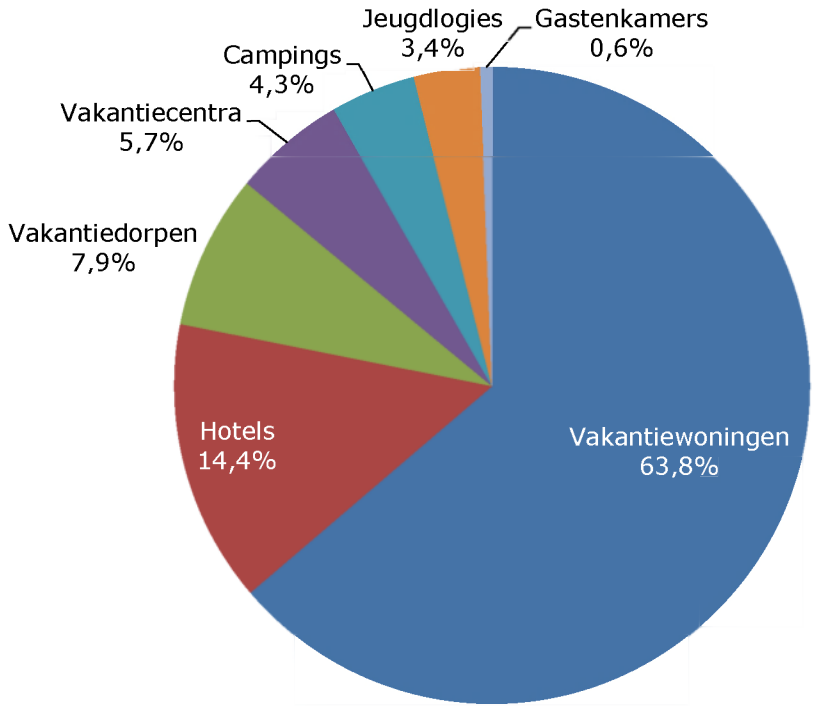
Sinds de opstart van het KiTS-project in 2007 worden de volledige cijfers voor de vraag in commercieel logies aan de kust verzameld:

- met een correctie van 1,22 voor de hotels op basis van de hotelbarometer bij een representatieve steekproef van hotels (132 hotels)
- met een inschatting van de aankomsten en overnachtingen van de verhuringen van vakantiewoningen rechtstreeks aan de eigenaar of aan een andere derde op basis van een tweejaarlijkse bevraging bij gebruikers van vakantiewoningen en de FOD-cijfers voor verhuur via verhuurkantoren.

Voor 2011 worden de totale overnachtingen in commercieel logies aan de Kust ingeschat op circa **14,9 miljoen.** Deze cijfers, en ook hun evolutie sinds 2007, worden in detail weergegeven in het Trendrapport KiTS Kust 2006-2011.

Wanneer we de vraag gegenereerd door meetings en andere beroepsdoeleinden aftrekken, komen we aan circa 14 653 000 recreatieve overnachtingen. Voor de berekening van de omzet van vakantiegangers gebruiken we deze recreatieve overnachtingscijfers naar logiesvorm.

Grafiek 197
Structuur van de recreatieve overnachtingen in commercieel logies, KiTS Kust, 2011



10.2. Totale omzet naar logiesvorm, 2011

Voor het berekenen van de omzet worden hypotheses gebruikt voor bestedingen in die combinaties van logiesvorm en herkomstland die niet bevraagd werden. Ook wordt een inschatting gemaakt voor bestedingen van vakantiegangers in jeugdlogies en van deze op gastenkamers. Deze hypothesen werden besproken in het inleidende deel. Het gaat hier om de directe bestedingen van vakantiegangers die uitgegeven worden aan de Kust.

Tabel 143
Omzet uit directe bestedingen van vakantiegangers in commercieel logies naar logiesvorm, Vlaamse Kust, 2011 (bestedingen uitgegeven aan de Kust - in miljoen euro)

Type logies	Recreatieve overnachtingen	Omzet aan de Kust (in mio euro)	In %
Vakantiewoningen	9 342 093	485,2	54,5
Hotels	2 106 558	238,1	26,7
Vakantiedorpen	1 152 857	59,5	6,7
Vakantiecentra	838 390	60,5	6,8
Campings	631 779	23,5	2,6
Jeugdlogies (inschatting)	492 359	17,2	1,9
Gastenkamers (inschatting)	89 080	6,8	0,8
Totaal	14 653 116	890,9	100,0

Deze omzet gegenereerd aan de Kust uit het recreatief verblijfstoerisme in commercieel logies (inclusief jeugdtoerisme en gastenkamers) van **890,9 miljoen euro** staat tegenover een totale omzet in verblijfstoerisme in commercieel logies (inclusief meetings en andere beroepsdoeleinden die voorlopig ingeschat worden aan bestedingen van de vakantiegangers) van **914,6 miljoen euro.**

De omzet gegenereerd aan de Kust door vakantiegangers in commercieel logies werd in 2005 ingeschat op 1 058 miljoen euro (924 miljoen euro geïndexeerd naar 2011), terwijl dit in 2011 op 890,9 miljoen euro komt. Vergeleken met 2005 kennen we dus een **daling van 16%** in de directe bestedingen van vakantiegangers in commercieel logies aan de Kust.

Naast de bestedingen van vakantiegangers in commercieel logies gegenereerd aan de Kust spenderen de vakantiegangers in commercieel logies ook nog ongeveer 15 miljoen euro in het hinterland van de Kust in 2011.

Het verblijfstoerisme in commercieel logies staat tegenover **1,3 miljard euro** uit het tweede verblijfstoerisme (recente inschatting van Westtoer op basis van onderzoek bij tweede verblijvers over bestedingen, van tweede verblijvers in vakantiewoningen en op vaste standplaatsen en van gebruikers van ligplaatsen in de kustjachthavens) en tegenover **0,7 miljard euro** uit dagtoerisme.

In totaal bedraagt de omzet in het kusttoerisme in 2011 **2,8 miljard euro.**

Tabel 144
Omzet uit directe bestedingen naar type kusttoerisme, 2011 (bestedingen uitgegeven aan de Kust - in miljard euro)

Type kusttoerisme	In miljard euro	In %
Verblijfstoerisme in commercieel logies	0,9	32,2
Tweede verblijfstoerisme (inclusief vaste standplaatsen op campings en ligplaatsen in jachthavens)	1,3	44,3
Dagtoerisme	0,7	23,5
Totaal	2,8	100,0

10.3. Totale omzet in recreatief verblijftoerisme naar herkomst (inclusief jeugdlogies en gastenkamers), 2011

De Vlamingen zijn goed voor 58% van alle omzet aan de Kust gegenereerd door vakantiegangers in commercieel logies, de Walen en Brusselaars voor 23%.

19% van de omzet komt voor uit vakanties van buitenlanders. De Nederlandse en Duitse vakantiegangers zijn even belangrijk qua omzet op elk 6% of ongeveer 51 miljoen euro. Daarna volgen de Fransen met 28,5 miljoen euro en de Luxemburgers met 18,6 miljoen euro.

Tabel 145
Omzet uit directe bestedingen van vakantiegangers in commercieel logies (inclusief jeugdlogies en gastenkamers) naar herkomst, Vlaamse Kust, 2011 (bestedingen uitgegeven aan de Kust - in miljoen euro)

Herkomst	Recreatieve overnachtingen	Omzet aan de Kust (in mio euro)	In %
Vlaanderen	8 996 961	519,6	58,3
Wallonië/Brussel	3 175 586	203,0	22,8
Belgen	*12 172 547*	*722,6*	*81,1*
Nederland	773 126	51,0	5,7
Duitsland	775 893	50,7	5,7
Frankrijk	462 634	28,5	3,2
Luxemburg	203 011	18,6	2,1
Verenigd Koninkrijk	170 369	12,2	1,4
Andere landen	95 536	7,3	0,8
Buitenlanders	*2 480 569*	*168,3*	*18,9*
Totaal	14 653 116	890,9	100,0

11. Bijlage: Vragenlijst (Nederlandstalige versie)

N

ONDERZOEK VAKANTIEGANGER VLAAMSE KUST 2011

Datum: ..... - ..... – 2011 Dag: M / D / W / D / V / Z / Z *(omcirkel)* Volgnummer: .....
(in te vullen door Westtoer)

Tijdstip van afname: ..... u ..... min Naam enquêteur: .....

Badplaats:

O	Knokke (vanaf Casino tot Zoute)
O	Duinbergen (tot Casino)
O	Heist
O	Blankenberge
O	Wenduine
O	De Haan

O	Bredene
O	Oostende
O	Mariakerke
O	Middelkerke
O	Westende
O	Lombardsijde

O	Nieuwpoort
O	Oostduinkerke
O	Koksijde / St-Idesbald
O	De Panne

SELECTIEVRAGEN

Ik werk mee aan een onderzoek rond verblijfstoerisme aan de Kust. Mag ik u enkele vragen stellen?

- *Omcirkel de taal van de respondent:* NL / FR / DU / EN
- *Enkel bij twijfel:* **Bent u ouder dan 16 jaar ?** ⇨ *Indien jonger dan 16,* ***STOP***
- **Bent u hier op vakantie (of weekend) in een <u>betaald logies</u>?**
  ⇨ *Indien neen,* ***STOP*** *Enkel de kustgemeente waar u vandaag enquêteert komt in aanmerking. Andere badplaats in dezelfde kustgemeente is toegelaten.*
- **Heeft u hier reeds <u>minimum 2 nachten</u> overnacht?**
  ⇨ *Indien neen,* ***STOP***
- **In welke logiesvorm logeert u?** *(Eén antwoord)*
  - O **Huurvakantiewoning** (appartement, studio, villa) **BETALEND**
    Via welk kanaal hebt u gehuurd? *(Eén antwoord)*
    - O Directe verhuur (rechtstreeks van de eigenaar)
    - O Via een toeristisch verhuurkantoor
    - O Via een andere derde (conciërge of ander)
  - O **Hotel** *(noteer naam !)*: .....
    Met hoeveel personen logeert u in uw hotelkamer: ☐ personen
  - O **Camping** *(noteer naam !)*: .....
    Gebruik van een plaats voor kortkampeerders. Dus geen vaste standplaats! (Eén antwoord)
    - O Tent
    - O Toercaravan/vouwcaravan
    - O Kampeerauto
    - O Huur van stacaravan / chalet / bungalow voor korte periode
      (geen plaats die men huurt voor een seizoen of een jaar)
  - O **Vakantiedorp** *(noteer naam !)*: .....
  - O **Vakantiecentrum voor sociaal toerisme** *(noteer naam !)*: .....
  - O **Jeugdlogies** *(noteer naam !)*: .....

⇨ ***STOP*** *indien in een andere logiesvorm dan 6 bovengenoemde* *Geen verblijvers in B&B's (gastenkamers) Geen verblijvers in kampeerauto's die niet op een camping staan*

INLEIDING

Als verblijfstoerist aan de Vlaamse Kust komt u in aanmerking om aan dit onderzoek deel te nemen. De verdere vragen gaan over uw profielkenmerken, uw activiteiten, uw bestedingen maar ook over uw tevredenheid. Het onderzoek wordt georganiseerd door Westtoer, de provinciale organisatie voor toerisme in West-Vlaanderen, met de steun van de Vlaamse regering in het kader van het Impulsprogramma Kust. Als u deelneemt maakt u kans om een **vakantiecheque** te winnen **ter waarde van 150 euro.** Er zijn 12 vakantiecheques te winnen over de periode april-november 2011. De bevraging duurt ongeveer 20 minuten.

PROFIELVRAGEN

1. In welk land woont u? Wat is uw postcode?

O België Postcode: ☐

O Nederland Postcode: ☐

2. Wanneer bent u aan de Kust aangekomen en hoe lang blijft u?

a. Aankomstdatum aan de Kust

Dag: M / D / W / D / V / Z / Z *(omcirkel)*

Datum: ..... - ..... - *2011*

b. Vertrekdatum van de Kust

Dag: M / D / W / D / V / Z / Z *(omcirkel)*

Datum: ..... - ..... - *2011*

⇨ *TOON KALENDER*

⇨ *Vink correcte categorie aan in tabel rechts (één antwoord)*

O	weekend of verlengd weekend *(Weekend = vrij. en zat. of zat. en zon.)* *(Verlengd weekend = + maa.. en/of vrij.)*
O	midweek *(van ma. t.e.m. vrij.)*
O	korte vakantie met andere duur *(< 1 week)*
O	vakantie van een week
O	vakantie van meer dan een week maar nog geen twee weken
O	vakantie van twee weken
O	vakantie van meer dan twee weken

3. Met welke transportmiddelen bent u naar de Kust gekomen tot aan het logies waar u verblijft en wat was uw belangrijkste transportmiddel (grootste afstand) ?

Linkerkolom: alle gebruikte transportmiddelen tot aan het logies waar men verblijft.

Rechterkolom: belangrijkste transportmiddel waarmee grootste afstand werd afgeleg.

TRANSPORTMIDDEL	Alle gebruikte transportmiddelen (meerdere antwoorden mogelijk)	Belangrijkste transportmiddel (slechts 1 antwoord mogelijk)
Auto	O	O
Gewone trein	O	O
Hoge snelheidstrein (HST)	O	O
Kusttram	O	O
Bus (openbaar vervoer)	O	O
Touringcar	O	O
Kampeerauto	O	O
Ander vervoermiddel *Welk?*	O	O

4. Geef het totaal <u>aantal personen</u> op van het reisgezelschap waarmee u tijdens deze vakantie/dit weekend samen bent aan de Kust (uzelf inbegrepen).

⇨ *Alle opgegeven personen moeten <u>heel de vakantie of althans het grootste deel van de vakantie</u> samen doorbrengen aan de Kust. Het betreft dus het onmiddellijke reisgezelschap.*

Aantal personen in het reisgezelschap: ☐ personen (respondent inbegrepen)

Geef voor elke persoon in uw onmiddellijk reisgezelschap de leeftijd op zeg of het leden van uw gezin zijn, andere familieleden of vrienden.

⇨ *Per persoon in het reisgezelschap de leeftijd invullen en de juiste kolom aanvinken. Eén antwoord per persoon.*
⇨ *Onder <u>kerngezin</u> verstaan we alle personen die op hetzelfde adres wonen. Volwassen kinderen die niet meer thuis wonen worden onder "andere familieleden" geplaatst.*

⇨ *Toeristen op individuele basis in jeugdlogies: onderstaande tabel invullen !*
⇨ *Toeristen in groep in jeugdlogies: zie afzonderlijke vragen onderaan de tabel !*

Personen	Leeftijd	Lid van uw kerngezin	Andere familieleden	Vrienden	Anderen
Respondent	..... jaar	X			
Persoon 2	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 3	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 4	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 5	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 6	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 7	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 8	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 9	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 10	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 11	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 12	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 13	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 14	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 15	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 16	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 17	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 18	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 19	..... jaar	O	O	O	O
Persoon 20	..... jaar	O	O	O	O

*Enkel voor respondenten die **<u>in groep</u>** in **<u>jeugdlogies</u>** verblijven:*

Wat is uw leeftijd? ☐ jaar

Wat is de gemiddelde leeftijd van de groep (schatting volstaat)? ☐ jaar

Hoeveel personen zijn er in de hele groep? ☐ personen

Hoeveel begeleiders zijn er mee met de groep? ☐ begeleiders

VRAGEN ROND UW ACTIVITEITEN

Nu gaan we dieper in op de activiteiten gedurende uw huidige vakantie of weekend. Voor de vragen t.e.m. vraag 12, moet u antwoorden in de plaats van de persoon in het reisgezelschap die nu het eerst verjaart en die ouder is dan 12 jaar.

⇨ *Selecteer de persoon in het aanwezige reisgezelschapvoor de vakantie aan de Kust die nu het eerst verjaart en ouder is dan 12 jaar. (De persoon hoeft niet op het moment zelf aanwezig te zijn)*

5. Wat is de leeftijd van deze persoon? ☐ jaar

Voor de activiteiten tijdens uw vakantie maken we een onderscheid tussen:

- ***Minder frequente activiteiten*** die u slechts één of enkele malen tijdens uw vakantie/weekend uitoefent (bv. bezoeken aan attracties, musea of daguitstappen naar andere badplaatsen, naar steden of dorpen in het hinterland, lange fietstochten, rondritten met de auto). Deze worden bevraagd over de hele vakantie/weekend.

- ***Frequente activiteiten*** die u (bijna) dagelijks uitoefent (met zeer hoge frequentie). Deze worden bevraagd voor de dag van gisteren.

MINDER FREQUENTE ACTIVITEITEN van de persoon die eerst verjaart en ouders is dan 12

6. Bezocht deze persoon tijdens deze vakantie/dit weekend - tot op vandaag - musea, attracties, boottochten of evenementen, ook niet aan de Kust?

○ Nee

○ Ja → **Welke waren dit, in welke badplaats of gemeente was dit en met welk transportmiddel bent u er naartoe gegaan?**

⇨ *Noteer de naam van het museum/evenement/attractiepunt en de plaats en met welk transportmiddel **TV** (te voet), **F** (Fiets), **A** (Auto), **Tra** (Tram), **Tre** (Trein), **And** (Andere)*

Bezoeken	**In de badplaats waar u verblijft** *(zet kruisje)*	**In andere badplaats** *(noteer plaats)*	**Niet gelegen aan de Kust** *(noteer plaats)*	**Transport-middel** *(met afkortingen)*
Musea *(noteer de naam)*				
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
Attracties/ boottochten *(noteer de naam)*				
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
Evenementen (grotere evenementen, geen animatie) *(noteer de naam)*				
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

7. Heeft deze persoon tijdens deze vakantie/dit weekend - tot op vandaag - recreatieve fietstochten van méér dan één uur ondernomen?

⇨ *Een recreatieve fietstocht is een tocht om vooral recreatief te fietsen, niet om functioneel een attractie, een museum, een evenement of een badplaats te bezoeken.*

O Nee → *Ga naar vraag 8*

O Ja → *Vul alle vragen hieronder in*

Hoeveel recreatieve fietstochten van meer dan 1 uur heeft deze persooon - tot op vandaag - gemaakt langs de Kust en hoeveel naar het hinterland?

[ ] fietstochten langs de Kust

[ ] fietstochten naar het hinterland

Werd daarbij een fietsnetwerk met knooppunten gebruikt?	O Ja O Neen
Werd daarbij een lusvormige route gebruikt?	O Ja O Neen
Werd daarbij gebruik gemaakt van een fietskaart?	O Ja O Neen
Werd daarbij gebruik gemaakt van een draagbaar gps-toestel of een smartphone met gps-functie?	O Ja O Neen
Met welke fiets werd de tocht gemaakt?	O Eigen fiets O Gehuurde fiets
Was er nood aan een elektrische fiets ?	O Neen O Ja, maar er was er geen beschikbaar O Ja, en ik heb er één gebruikt

8. Heeft deze persoon tijdens deze vakantie/dit weekend - tot op vandaag - <u>een excursie gemaakt naar een andere badplaats</u> dan waar u logeert?

⇨ *'Excursi'e is een andere uitstap dan een bezoek aan een museum, een attractie of een evenement of dan een bezoek tijdens een recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur.*

O Nee *Ga naar vraag 9.*

O Ja *Vul alle vragen hieronder in.*

Hoeveel excursies naar andere badplaatsen in totaal? [ ] excursies

Naar welke badplaatsen was dit? Met welk transportmiddel was dit? *(Vul onderstaande tabel in)*

	Met welk transportmiddel? *(vink aan) (één antwoord)*			
Naar welke badplaats? *(noteer naam)*	**Auto**	**Kusttram**	**Fiets**	**Ander**
1.	O	O	O	O
2.	O	O	O	O
3.	O	O	O	O
4.	O	O	O	O
5.	O	O	O	O
6.	O	O	O	O
7.	O	O	O	O
8.	O	O	O	O
9.	O	O	O	O
10.	O	O	O	O

9. Heeft deze persoon tijdens deze vakantie/dit weekend - tot op vandaag - een excursie ondernomen naar niet-kustbestemmingen?

⇨ *'Excursie' is een andere uitstap dan een bezoek aan een museum, een attractie of een evenement of dan een bezoek tijdens een recreatieve fietstocht van meer dan 1 uur.*

(één antwoord)

- O Ja, naar een specifieke stad of specifiek dorp niet aan de Kust
  - ⇨ *Naar één specifieke stad of één specifiek dorp, eventueel gecombineerd met één andere bestemming. Dus: stads- of dorpsbezoek = max. 1 of 2 punten bezocht per trip.*
  - ⇨ *Ga naar vraag 10*
- O Ja, in een rondrit met de auto/moto niet aan de Kust
  - ⇨ *Met de term 'rondrit' bedoelen we een trip met auto of motorfiets waarbij minstens 3 punten/bestemmingen werden aangedaan (geen fietstochten).*
  - ⇨ *Ga naar vraag 11*
- O Ja, beiden ⇨ *Ga naar vraag 10 én vraag 11*
- O Nee ⇨ *Ga naar vraag 12*

---

10. Hoeveel stads- of dorpsbezoeken (niet aan de Kust) waren dit in totaal ?

[ ] stads- of dorpsbezoeken

Welke steden of dorpen werden bezocht tijdens deze vakantie/dit weekend?
(Vul onderstaande tabel in)

Naam stad/dorp	
1.	6. .....
2.	7. .....
3.	8. .....
4.	9. .....
5.	10. .....

---

11. Hoeveel rondritten waren dit in totaal ?

[ ] rondritten met auto/moto

In welke regio('s) vonden de rondritten hoofdzakelijk plaats? *TOON KAART*
(vul onderstaande tabel in) (meerdere antwoorden mogelijk)

	Brugse Ommeland	Westhoek	Zeeuws-Vlaanderen	Noord-Frankrijk	Andere regio
1.	O	O	O	O	O
2.	O	O	O	O	O
3.	O	O	O	O	O
4.	O	O	O	O	O
5.	O	O	O	O	O

FREQUENTE ACTIVITEITEN van de persoon die eerst verjaart en ouder is dan 12

12. Welke recreatieve activiteiten heeft deze persoon <u>gisteren</u> aan de Kust gedaan?

Kunt u telkens aanduiden of deze activiteiten plaatsvonden <u>in de eigen badplaats</u> waar u logeert of in <u>een andere badplaats</u>?

TOON DE VRAGENLIJST *Overloop alle rubrieken ! Meerdere antwoorden mogelijk.*

Activiteiten	Plaats van de activiteiten	
	In de eigen badplaats	In een andere badplaats
Rusten, luieren	O	O
Bezoek aan restaurant (maaltijd)	O	O
Café/terrasbezoek/tearoom (snack, drank)	O	O
Discotheek	O	O
Zonnen	O	O
Zwemmen in zee	O	O
Zwemmen in zwembad	O	O
Wandelen, kuieren op de dijk	O	O
Kleinere wandeling op het strand, in duinen, in polder (minder dan 1 uur)	O	O
Wandelingen / wandeltochten van meer dan 1 uur	O	O
Joggen	O	O
Kleinere fietstocht (minder dan 1 uur)	O	O
Gocart, cuisse-tax	O	O
Zeilen, surfen, kitesurfen en andere watersporten	O	O
Strandsporten/-spelen (voetbal, volley, vliegeren...)	O	O
Zeilwagenrijden, speedzeilen op strand	O	O
Golf	O	O
Andere sportactiviteiten niet op strand en water (tennis, paardrijden, ...)	O	O
Bezoek van markt(en) (wekelijkse markt, rommelmarkt)	O	O
(Window) shopping	O	O
Natuurobservatie (observeren van fauna en flora)	O	O
Lunapark	O	O
Minigolf	O	O
Casino	O	O
Animatie, kleinere evenementen	O	O
Bezoek aan tentoonstellingen (buiten musea en attracties)	O	O
Bezoek aan vrienden, familie, kennissen	O	O
Wellnessactiviteiten (massage, stoombad, sauna, verzorging...)	O	O
Andere *Welke?*	O	O

VRAGEN ROND BESTEDINGEN door de respondent

Voor de verdere vragen mag u weer <u>voor uzelf</u> antwoorden. De volgende vragen hebben betrekking op uw uitgaven aan de Kust. We stellen u eerst enkele vragen over algemene verblijfskosten.

13. Betreft uw reisformule een arrangement of package?

⇨ *'Arrangement' is een reisformule waarbij een globale prijs werd betaald en waarvan de afzonderlijke prijzen NIET gekend zijn maar niet in hotel, jeugdlogies en vakantiecentra met enkel ontbijt, halpension of volpension.*

O Ja
- O Een groepsarrangement
- O Individueel arrangement (niet in groepsverband)

⇨ *Ga in beiden gevallen naar vraag 14*

O Nee ⇨ *Ga verder met vraag 17*

---

14. Welke elementen zijn er - <u>naast het logies</u> - in de prijs van het <u>arrangement</u> inbegrepen? *(meerdere antwoorden mogelijk)*

- O Ontbijt
- O Half pension
- O Vol pension
- O Vervoer
- O Andere diensten (bv. City Pass)

Welke? .....

---

15. Hoeveel hebt u in het totaal betaald voor het hele arrangement/package?

☐ euro

---

16. Op hoeveel personen slaat de opgegeven prijs van het arrangement?

☐ personen ⇨ *Ga verder met vraag 22*

---

17. U logeert in of op...

⇨ *Zie logiestype bij de selectievragen.*

O	Plaats voor kortkampeerders/kampeerauto op camping (max. 31d)	⇨ *Ga verder met vraag 18*
O	Hotel	⇨ *Ga verder met vraag 19a*
O	Jeugdlogies	⇨ *Ga verder met vraag 19a*
O	Vakantiecentrum voor sociaal toerisme	⇨ *Ga verder met vraag 19b*
O	Individuele vakantiewoning	⇨ *Ga verder met vraag 21*
O	Gehuurde stacaravan/chalet/bungalow op een camping	⇨ *Ga verder met vraag 21*
O	Vakantiedorp	⇨ *Ga verder met vraag 21*

---

18. We willen zicht krijgen op de totale kostprijs <u>per nacht</u> voor uw verblijf op een <u>plaats voor kortkampeerders</u>.

18.a. Werd er voor uw <u>plaats voor kortkampeerders</u> een forfait per nacht aangerekend voor de standplaats, 4 personen, auto en elektriciteit?

O Nee ⇨ *Ga naar vraag 18.b.*

O Ja → **Wat is de prijs van dit forfait?** ☐ euro

→ **Werden nog extra kosten aangerekend (bv. extra personen)?**

- O Nee
- O Ja ⇨ *Ga naar vraag 18.b.*

18.b. Kunt u de (extra) kosten voor uw plaats voor kortkampeerders opsplitsen naar volgende rubrieken?

⇨ *Vul onderstaande tabel in.*
⇨ *Altijd de totale kost per nacht voor het aantal personen invullen.*

Kosten	**Bedragen** *(voor totaal aantal personen die logeren op de plaats voor kortkampeerders)*
Prijs per nacht voor plaats voor kortkampeerders/kampeerauto	..... euro
Prijs per nacht per volwassene x aantal volwassenen	..... euro
Prijs per nacht per kind x aantal kinderen	..... euro
Elektriciteit per nacht	..... euro
Andere kosten per nacht (bv. douchemunten, hond, …)	..... euro
Totale kost per nacht voor ..... personen	..... **euro**

⇨ *Ga verder met vraag 22*

---

19. Zijn in de kostprijs van uw verblijf maaltijden in de prijs van de overnachting inbegrepen?

19a Indien in hotel of jeugdlogies	**19b** Indien in vakantiecentrum sociaal toerisme
O Ja ⇨ *Ga verder met vraag 19c*	O Ja ⇨ *Ga verder met vraag 19c*
O Nee ⇨ *Ga verder met vraag 20*	O Nee ⇨ *Ga verder met vraag 21*

19c Over welke logiesformule gaat het?

O enkel ontbijt
O half pension
O vol pension

⇨ *Ga verder met vraag 20*

---

20. Welke zijn de kosten per nacht voor een overnachting in uw hotel, vakantiecentrum of jeugdlogies (maaltijden inbegrepen indien dit het geval is)

[ ] euro per overnachting voor [ ] personen

⇨ *Ga verder met vraag 22*

---

21. Hoeveel bedraagt de huurprijs voor uw vakantiewoning voor het volledige verblijf? Geef ook aan op hoeveel personen dit slaat.

⇨ *Het gaat over individuele vakantiewoning, huisje in vakantiecentrum, huisje op vakantiedorp, gehuurde stacaravan/chalet/bungalow op camping.*

[ ] euro is de totale huurprijs voor het hele verblijf voor [ ] personen

Welke elementen zijn inbegrepen in de huurprijs van uw vakantiewoning?
(Meerdere antwoorden mogelijk)

O Elektriciteit
O Water
O Eindschoonmaak
O Andere

---

22. Huurt u een strandcabine tijdens de duur van uw verblijf aan de Kust?

O Ja → **Wat kost dit voor het volledige verblijf?** [ ] euro
O Nee

---

23. Huurt u een parking voor de volledige duur van het verblijf?

O Ja → **Wat kost dit voor het volledige verblijf?** [ ] euro
O Nee

Nu volgen enkele vragen over uw uitgaven van gisteren. *(slaan op volledige volle dag gisteren)*

24. Hebt u gisteren uitgaven gemaakt?

O Ja

O Nee, ik heb geen enkele uitgave gemaakt ⇨ *Ga verder naar vraag 25*

Kunt u aangeven welke uitgaven (in euro) u - *SAMEN MET ALLE PERSONEN DIE ZICH IN UW REISGEZELSCHAP BEVINDEN* - gemaakt heeft, waar deze uitgaven gedaan zijn en op hoeveel personen deze uitgaven betrekking hadden? ⇨ *Noteer ook de uitgaven in het logies!*

a. Op hoeveel personen hebben de uitgaven betrekking? ☐ personen

b. Laten we nu de uitgaven even overlopen. ⇨ *TOON DE VRAGENLIJST*

Welke uitgaven?	**In logies**	**Aan de Kust Buiten logies**	**In het hinterland**
Voeding, drank	**€**	**€**	**€**
Aankoop snacks, friet, ijs ... om mee te nemen			
Uitgaven op café, terras			
Uitgaven in tearoom, snackbar			
Uitgaven in restaurant			
Aankoop levensmiddelen/dranken in supermarkt			
Aankoop levensmiddelen/dranken in andere winkel			
Aankoop levensmiddelen/dranken in tankstation, automaat			
Aankopen niet-voeding	**€**	**€**	**€**
Shopping (kledij, schoenen, e.a.)			
Aankoop recreatieve goederen (strandspeelgoed, speelgoed, aankoop sportuitrusting...)			
Souvenirs, postkaarten, postzegels, e.a.			
Foto's, filmmateriaal			
Kranten, boeken, folders, wegenkaarten, e.a.			
Fiets- en wandelkaarten			
Beauty en gezondheid	**€**	**€**	**€**
Aankoop verzorgingsproducten (zonnecrème, tandpasta,..)			
Kapper, dokter, tandarts, apotheker			
Zonnebank, sauna, andere verzorging			
Toegangsprijzen	**€**	**€**	**€**
Toegangsprijs attracties, musea, speeltuinen			
Ticket voor boottocht			
Toegangsprijs evenement, concert, festival			
Sport en ontspanning	**€**	**€**	**€**
Huur van fiets, gocart, cuisse tax, skeelers...			
Huur strandstoelen en parasols			
Andere kosten sportbeoefening (huur van sportmateriaal, lessen, terreinen...)			
Uitgaven in discotheek			
Casino			
Andere ontspanning (film, lunapark, bowling...)			
Vervoer	**€**	**€**	**€**
Parking (niet parking gehuurd voor het hele verblijf)			
Openbaar vervoer (trein, bus, tram)			
Taxi			
Brandstof voor voertuig getankt aan de Kust			
Herstel of onderhoud van de auto			
Allerlei	**€**	**€**	**€**
Wasserette			
Telefoonkaart, herlaadkaart GSM			
Andere → *Welke ?*			

VRAGEN ROND UW INFORMATIEGEDRAG EN HET BESLUITVORMINGSPROCES

25. Eerst vragen we u welke informatiebronnen u <u>zin hebben gegeven</u> voor een vakantie of weekend aan de Vlaamse Kust.

Daarna vragen wij u hoe u zich ter voorbereiding van deze specifieke vakantie <u>concreet hebt geïnformeerd</u> na uw beslissing voor een vakantie/weekend aan de Kust.

- ⇨ In **KOLOM A** aanvinken **welke informatie zin heeft doen krijgen**
- ⇨ In **KOLOM B** aanvinken **welke informatie werd gebruikt voor concrete voorbereiding na beslissing voor vakantie/weekend aan de Kust**

⇨ *Overloop per rubriek steeds beide kolommen !* ⇨ *Meerdere antwoorden mogelijk*	*Zin gegeven*	*Concrete informatie*
Eigen ervaring van een eerder bezoek	O	O
Informatie en aanbeveling van vrienden, familie, kennissen	O	O
Websites/on line		
Vlaanderen Vakantieland website (www.vlaanderen-vakantieland.be)	O	O
Vlaanderen Vakantieland website van TVprogramma 'Vlaanderen Vakantieland' (www.een.be/vlaanderenvakantieland)	O	O
Vlaanderen Vakantieland blog in Nederland (www.vlaanderenvakantieland.nl)	O	O
De website van Toerisme Vlaanderen in Nederland (www.toerismevlaanderen.nl)	O	O
Website "Vlaamse Kust in de Kijker" (Nederland) (www.devlaamsekust.nl)	O	O
Kustwebsite (www.dekust.be of www.dekust.org)	O	O
Website kustgemeente	O	O
Website toeristisch verhuurkantoor van vakantiewoning	O	O
Website logiesaccommodatie waar u logeert	O	O
Beoordelings- of reviewsites (bv. Tripadvisor, Zoover, Vakantiewijzer,...)	O	O
Reserverings- of boekingssites (bv. Expedia, weekendjeweg, booking.com,...)	O	O
Sociale netwerksites (Facebook, Twitter, Netlog, LinkedIn, Hyves,...)	O	O
Blogs	O	O
Digitale mailing / nieuwsbrief	O	O
Zoekrobots (Google, Yahoo, ...)	O	O
Media		
Vlaanderen Vakantieland op TV	O	O
Reclamespot op TV (bv. 'Genieten' spot over de Kust)	O	O
Andere TV-uitzendingen	O	O
Reclame/advertentie op radio (bv. StuBru)	O	O
Radio-uitzending(en) over de Kust of kustgemeente	O	O
Reclame/advertentie in (papieren) krant	O	O
Artikel, reportage in (papieren) krant over Kust of kustgemeente	O	O

Meerdere antwoorden mogelijk	*Zin gegeven*	*Concrete informatie*
Reclame/advertentie in magazine	O	O
Artikel, reportage in magazine (bv. Grande, Nest, Libelle, ...) over Kust of kustgemeente	O	O
Andere kanalen van de media	O	O
Brochures, folders of ander drukwerk *(TOON KAART)*		
Brochure Vlaanderen Vakantieland (Toerisme Vlaanderen)	O	O
Brochure / magazine / logiesgids van een kustgemeente	O	O
Troevenkaart van de Kust (Kustkaart) (Westtoer)	O	O
Brochure van touroperator (bv. Thomas Cook, Jetair, Neckermann,...)	O	O
Brochure logiesaccommodatie waar u logeert	O	O
Reisgids / toeristische gids (bv. 20x logeren en genieten aan de Kust, Trotter,...)	O	O
Fiets- en/of wandelkaarten	O	O
Brochure Recreatiegids West-Vlaanderen (Westtoer)	O	O
Andere brochures, folders of drukwerk *Welke?*	O	O
Andere kanalen		
Vakantiebeurs / reisbeurs	O	O
Reisbureau	O	O
Persoonlijk contact met de Dienst voor Toerisme van een kustgemeente (telefonisch, ter plaatse)	O	O
Cadeaubon	O	O
Andere kanalen *Welke?*.....	O	O
Geen van bovenstaande	O	O

26. Heeft <u>u ter plaatse</u> tijdens uw vakantie/weekend aan de Vlaamse Kust nog gebruik gemaakt van informatiebronnen?

O Neen

O Ja → **Welke ?** *Meerdere antwoorden mogelijk*

O	Brochures of folders ter beschikking in het logies / verhuurkantoor
O	Mondelinge informatie van logiesuitbaters/verhuurkantoren
O	Brochures of folders in een toeristisch infokantoor *(in folderbakken of -rekken, niet aan balie)*
O	Mondelinge informatie aan de balie van een toeristisch infokantoor
O	Mondelinge informatie van andere kustactoren
O	Troevenkaart van de Kust *(Kustkaart)*
O	Reisgids / toeristische gids
O	Fietskaarten / fietsbrochures
O	Wandelkaarten / wandelbrochures
O	Internet *(ook mobiel internet op gsm, smartphone, i-pad)*
O	I-apps en dergelijke op smartphone, i-pad *(bv. hotels, resto, gedownloade wandelroute)*
O	Andere → Welke ? .....

27. Bent u actief op sociale netwerksites ?

O Neen ⇨ *Ga naar vraag 28*

O Ja → **Op welke sociale netwerksites bent u actief?** *Meerdere antwoorden mogelijk.*

→ **Geef ook telkens aan in welke mate deze sites u geïnspireerd hebben bij uw keuze voor een vakantie/weekend aan de Kust.**

			Geïnspireerd bij uw keuze voor deze vakantie/weekend? *(vink aan)*			
Actief op ... *(vink aan)* *(meerdere antwoorden mogelijk)*			**Helemaal niet**	**In beperkte mate**	**In eerder grote mate**	**In zeer grote mate**
O	Facebook	→	O	O	O	O
O	Twitter	→	O	O	O	O
O	Netlog	→	O	O	O	O
O	LinkedIn	→	O	O	O	O
O	Hyves	→	O	O	O	O
O	Plaxo	→	O	O	O	O
O	YouTube	→	O	O	O	O
O	Flickr	→	O	O	O	O
O	Blogs	→	O	O	O	O
O	Andere *Welke?*	→	O	O	O	O
O	Geen enkele	→	O	O	O	O

---

28. Heeft u nog een andere bestemming overwogen vóór u besloot om aan de Vlaamse Kust vakantie te nemen ?

O Nee

O Ja → **Was dit ?**

O In het binnenland (België)

O In het buitenland aan een kust

O In het buitenland niet aan een kust

---

29. Welke aspecten hebben u specifiek doen kiezen voor een vakantie/weekend aan de Vlaamse Kust en niet ergens anders? *Maximum 3 in volgorde van belang.*

1. .....

2. .....

3. .....

30. Wanneer heeft u beslist om een vakantie/weekend te nemen aan de Vlaamse Kust? Heeft u uw logies gereserveerd en zo ja, hoeveel op tijd op voorhand?

		Periode vóór aankomst !	**Logies effectief Gereserveerd** *(één antwoord)*	
Beslist om naar de Kust op vakantie te komen *(één antwoord)*		Niet gereserveerd----------	O	→ *Ga naar vraag 32*
	O	Op de dag zelf----------	O	*Ga naar vraag 31*
	O	Zeven dagen geleden of korter---------	O	
	O	Veertien dagen geleden----------	O	
	O	Ongeveer één maand geleden---------	O	
	O	Ongeveer twee maanden geleden-----	O	
	O	Ongeveer drie maanden geleden-------	O	
	O	Vier maanden geleden of meer---------	O	
	O	Weet niet----------	O	

---

31. Bij wie en hoe hebt u het logies gereserveerd?

- ⇨ *Overloop de de verschillende antwoordmogelijkheden.*
- ⇨ *Zet in onderstaande tabel een kruisje - **slechts één** - in het vakje dat best overeenkomt met de combinatie van antwoordmogelijkheden die de respondent geeft.*
- ⇨ *Indien via een boekingswebsite of via een ander kanaal werd gereserveerd, gelieve te noteren via welk(e). Indien op een andere manier werd gereserveerd dan aangegeven, gelieve te noteren op welke manier.*

	Op welke manier ?				
Bij wie ?	Via website	Via mail	Telefonisch of per fax	Langs-geweest	Andere Hoe? .....
Rechtstreeks bij logiesuitbater / eigenaar	O	O	O	O	O
Bij verhuurkantoor	O	O	O	O	O
Bij een touroperator of reisbureau	O	O	O	O	O
Via het toeristisch infokantoor van een kustgemeente	O	O	O	O	O
Via een andere derde (bv. conciërge,...)	O	O	O	O	O
Op een boekingswebsite Welke?	O				
Via een ander kanaal Welk?	O	O	O	O	O

32. Verbleef u de laatste 3 jaar aan de Vlaamse Kust voor een vakantie/weekend in <u>commercieel logies</u>, dit huidige verblijf niet inbegrepen?

Met commercieel logies bedoelen we logies waarvoor u betaald hebt voor de periode waarin u aan de kust verblijft.

⇨ *Dus geen tweede woning, geen B&B, geen vaste standplaats op een camping of gratis verblijf bij vrienden / familie / kennissen.*

- O Ja, één keer
- O Ja, meerdere keren
- O Nee

Was dit?
- O Steeds in dezelfde badplaats
- O In verschillende badplaatsen

VRAGEN ROND TEVREDENHEID

33. In welke mate bent u in het algemeen tevreden over deze vakantie/weekend aan de Kust?

- O Uiterst tevreden
- O Zeer tevreden
- O Tevreden
- O Niet echt tevreden
- O Helemaal niet tevreden

Waarover bent u 'niet echt' of 'helemaal niet' tevreden? *(Max 3 elementen noteren)*

.....

.....

.....

---

34. Hoe beoordeelt u volgende aspecten van het LOGIES waar u verblijft aan de Kust?

Een kenmerk kan ook niet van toepassing (nvt) zijn, of niet relevant voor de vakantieganger, of hij/zij heeft er geen mening over. Geef dit aan in de laatste kolom.	Uiterst tevreden	Zeer tevreden	Tevreden	Niet echt tevreden	Helemaal niet tevreden	Nvt / geen mening
Algemene tevredenheid over het logies	O	O	O	O	O	O
Waar voor uw geld (prijs/kwaliteitsverhouding in logies)	O	O	O	O	O	O
Dienstverlening/onthaal van logiesuitbater of in verhuurkantoor	O	O	O	O	O	O
Algemeen comfort in het logies (ruimte, sanitair, meubels, ...)	O	O	O	O	O	O
Ligging (nabije omgeving)	O	O	O	O	O	O
Netheid	O	O	O	O	O	O
Ontbijt, maaltijden	O	O	O	O	O	O
Kindvriendelijkheid van het logies	O	O	O	O	O	O
Inrichting aangepast voor oudere mensen of personen met handicap	O	O	O	O	O	O
Bereidheid om een andere taal te spreken	O	O	O	O	O	O

35. Hoe beoordeelt u volgende aspecten van uw verblijf aan de Kust BUITEN HET LOGIES?

Een kenmerk kan ook niet van toepassing (nvt) zijn, of niet relevant voor de vakantieganger, of hij/zij heeft er geen mening over. Geef dit aan in de laatste kolom.	**Uiterst tevreden**	**Zeer tevreden**	**Tevreden**	**Niet echt tevreden**	**Helemaal niet tevreden**	**Nvt / geen mening**
De vakantiesfeer	O	O	O	O	O	O
Prijs/kwaliteitsverhouding in restaurants, cafés, tearooms, ...	O	O	O	O	O	O
Aanbod van faciliteiten op het strand (douches, sanitair, andere)	O	O	O	O	O	O
Inrichting van de dijk	O	O	O	O	O	O
Aanbod van faciliteiten bij slecht weer (indooromgevingen voor spelen, zwemmen, shoppen, ...)	O	O	O	O	O	O
Faciliteiten / animatie voor kleine kinderen	O	O	O	O	O	O
Faciliteiten aangepast voor oudere mensen of personen met een handicap	O	O	O	O	O	O
Bereidheid om een andere taal te spreken	O	O	O	O	O	O

---

36. Overweegt u om de komende 3 jaar <u>opnieuw</u> een vakantie/weekend door te brengen <u>aan de Vlaamse Kust</u>?

- O (Vrijwel) zeker wel
- O Wellicht wel
- O Wellicht niet
- O (Vrijwel) zeker niet
- O Weet niet

---

37. Overweegt u om de komende 3 jaar een vakantie/weekend door te brengen <u>ergens anders in Vlaanderen?</u> (Brussel uitgezonderd)

- O (Vrijwel) zeker wel
- O Wellicht wel
- O Wellicht niet
- O (Vrijwel) zeker niet
- O Weet niet

Indien '(vrijwel) zeker wel' of 'wellicht wel':

- O In één van de Vlaamse Kunststeden (Brugge, Gent, Antwerpen, Mechelen, Leuven)
- O In een Vlaamse regio: O Een specifieke regio → *Welke?* .....
  O Weet nog niet welke regio

VRAGEN OVER PERSOONSKENMERKEN

38. Geslacht van respondent

- O Man
- O Vrouw

---

39. Bent u het gezinshoofd ? (persoon in het gezin met het hoogste inkomen)

- O Ja
- O Nee → **Wat is de leeftijd van het gezinshoofd?** ☐ jaar

---

40. Is het gezinshoofd momenteel gepensioneerd?

- O Ja →
  - O Bruggepensioneerd
  - O Gewoon gepensioneerd
- O Nee

---

41. Wat is het beroep van het gezinshoofd?

⇨ *Vroeger beroep in geval van gepensioneerden. Eén antwoord.*

- O Arbeider
- O Bediende
- O Kaderpersoneel (hoger of middenkader)
- O Onderwijzend personeel
- O Landbouwer / tuinbouwer
- O Zelfstandig handelaar / ambachtsman
- O Ondernemer in handel/financiën/industrie
- O Vrij of intellectueel beroep
- O Werkloos
- O Student
- O Huisvrouw of -man
- O Andere → *Welke?* .....

---

42. Wat is het hoogst behaalde diploma van het gezinshoofd? *(één antwoord)*
(of indien hij/zij nog studeert: de opleiding die hij/zij nu volgt)

België	**Nederland**
O Geen of lager onderwijs	O Geen of basisonderwijs
O Lager secundair technisch of beroepsonderwijs	O VBO (voorbereidend beroepsonderwijs)
O Lager secundair algemeen vormend of kunstonderwijs	O MAVO (middelbaar algemeen voortgezet onderwijs
O Hoger secundair technisch of beroepsonderwijs	O HAVO (hoger algemeen voortgezet onderwijs
O Hoger secundair algemeen vormend of kunstonderwijs	O VWO (voorbereidend wetenschappelijk onderwijs
O Hoger niet-universitair onderwijs	O MBO (middelbaar beroepsonderwijs)
O Universitair of gelijkgesteld onderwijs	O HBO (hoger beroepsonderwijs
	O WO (wetenschappelijk onderwijs)

43. Gebruikt u internet voor privé-doeleinden?

- O Nee
- O Ja → **Hoe intens gebruikt u internet?**
  - O Af en toe eens op een maand
  - O Af en toe eens in een week
  - O Dagelijks
    - O 0-1 uur per dag
    - O 1–2 uur per dag
    - O 2–3 uur per dag
    - O 3–4 uur per dag
    - O Meer dan 4 uur per dag

---

44. Maakt u in uw vrije tijd (soms) gebruik van één van volgende toestellen?
Meerdere antwoorden mogelijk.

- O Smartphone (bv. i-phone, HTC, Blackberry of afgeleiden)
- O Draagbare muziekspeler (bv. MP3, MP4,...)
- O Draagbare DVD-speler
- O Draagbaar GPS-toestel voor fietsen of wandelen (dus geen auto-GPS)
- O Tablet PC (bv. i-pad of afgeleiden)
- O Neen, ik gebruik geen van deze

TOT SLOT

Mogen wij u tot slot om uw telefoonnummer van uw vast toestel of van uw GSM vragen voor eventuele controle van de enquêteur?

- O Thuis: .....
- O GSM: .....

Als u kans wil maken op het winnen van **één van de vakantiecheques van 150 EUR**, dan hebben wij ook uw adresgegevens nodig. Uw gegevens worden enkel gebruikt binnen het kader van dit onderzoek en worden niet aan derden doorgegeven.

Als u wint wordt de vakantiecheque naar u opgestuurd. De winnaars worden kenbaar gemaakt op kustwebsite www.dekust.be.

- O De Heer
- O Mevrouw

Voornaam: ..... Naam: .....

Straat + nr.: .....

Postcode: ..... Gemeente: .....

Land: O België
O Nederland

Hartelijk dank voor uw medewerking!