

Inhoud

1	Inleiding	5
2.2	Verwerking van de gegevens	8
2.2.1	Datacleaning	8
2.2.2	Weging van de resultaten	8
2.2.3	Berekening van activiteiten	9
2.2.4	Berekening van bestedingen	11
2.2.5	Nauwkeurigheid van de resultaten	12
3	Profiel- en gedragskarakteristieken	14
3.1	Belgische markt.....	14
3.1.1	Profiel van de Belgische verblijfstoeristen	14
3.1.1.1	Regio van herkomst	14
3.1.1.2	Sociale klasse.....	14
3.1.1.3	Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap.....	14
3.1.1.4	Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)	15
3.1.1.5	Herhaalbezoek.....	15
3.1.2	Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag	15
3.1.2.1	Logiesvorm	15
3.1.2.2	Verblijfsduur en type van verblijf	16
3.1.2.3	Verblijfsperiode	16
3.1.2.4	Gebruikte transportmiddel	16
3.1.3	Overwegen van andere bestemmingen	17
3.1.4	Evaluatie van verblijf aan de Kust	17
3.1.4.1	Algemene tevredenheid (2005)	17
3.1.4.2	Positieve of negatieve elementen in tevredenheid	17
3.1.4.3	Intentie voor herhaalbezoek	17
3.1.4.4	Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)	18
3.1.5	Informatie- en boekingsgedrag	18
3.1.5.1	Geraadpleegde diensten voor toerisme	18
3.1.5.2	Kennis en gebruik van Kustschatten	18
3.1.5.3	Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)	18
3.1.5.4	Geraadpleegde websites	18
3.1.5.5	Andere geraadpleegde informatiebronnen	19
3.1.5.6	Overzicht raadpleging informatiebronnen	19
3.1.5.7	Kanalen voor boekingen	19
3.2	Duitse markt	20
3.2.1	Profiel van de Duitse verblijfstoeristen	20
3.2.1.1	Regio van herkomst	20
3.2.1.2	Sociale klasse.....	20
3.2.1.3	Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap.....	20
3.2.1.4	Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)	21
3.2.1.5	Herhaalbezoek.....	21
3.2.2	Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag	21
3.2.2.1	Logiesvorm	21
3.2.2.2	Verblijfsduur en type van verblijf	22
3.2.2.3	Verblijfsperiode	22
3.2.2.4	Gebruikte transportmiddel	22

3.2.3	Overwegen van andere bestemmingen	23
3.2.4	Evaluatie van verblijf aan de Kust	23
3.2.4.1	Algemene tevredenheid (2005)	23
3.2.4.2	Positieve of negatieve elementen in tevredenheid	23
3.2.4.3	Intentie voor herhaalbezoek	23
3.2.4.4	Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)	23
3.2.5	Informatie- en boekingsgedrag	24
3.2.5.1	Geraadpleegde diensten voor toerisme	24
3.2.5.2	Kennis en gebruik van Kustschatten	24
3.2.5.3	Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)	24
3.2.5.4	Geraadpleegde websites	24
3.2.5.5	Andere geraadpleegde informatiebronnen	24
3.2.5.6	Overzicht raadpleging informatiebronnen	25
3.2.5.7	Kanalen voor boekingen	25
3.3	Nederlandse markt	26
3.3.1	Profiel van de Nederlandse verblijfstoeristen	26
3.3.1.1	Regio van herkomst	26
3.3.1.2	Sociale klasse	26
3.3.1.3	Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap	26
3.3.1.4	Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)	27
3.3.1.5	Herhaalbezoek	27
3.3.2	Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag	27
3.3.2.1	Logiesvorm	27
3.3.2.2	Verblijfsduur en type van verblijf	28
3.3.2.3	Verblijfsperiode	28
3.3.3	Overwegen van andere bestemmingen	29
3.3.4	Evaluatie van verblijf aan de Kust	29
3.3.4.1	Algemene tevredenheid (2005)	29
3.3.4.2	Positieve of negatieve elementen in tevredenheid	29
3.3.4.3	Intentie voor herhaalbezoek	29
3.3.4.4	Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)	30
3.3.5	Informatie- en boekingsgedrag	30
3.3.5.1	Geraadpleegde diensten voor toerisme	30
3.3.5.2	Kennis en gebruik van Kustschatten	30
3.3.5.3	Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)	30
3.3.5.4	Geraadpleegde websites	31
3.3.5.5	Andere geraadpleegde informatiebronnen	31
3.3.5.6	Overzicht raadpleging informatiebronnen	31
3.3.5.7	Kanalen voor boekingen	31
3.4	Franse markt	33
3.4.1	Profiel van de Franse verblijfstoeristen	33
3.4.1.1	Regio van herkomst	33
3.4.1.2	Sociale klasse	33
3.4.1.3	Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap	33
3.4.1.4	Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)	34
3.4.1.5	Herhaalbezoek	34
3.4.2	Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag	34
3.4.2.1	Logiesvorm	34
3.4.2.2	Verblijfsduur en type van verblijf	34
3.4.2.3	Verblijfsperiode	35
3.4.2.4	Gebruikte transportmiddel	35

3.4.3	Overwegen van andere bestemmingen	35
3.4.4	Evaluatie van verblijf aan de Kust	36
3.4.4.1	Algemene tevredenheid (2005)	36
3.4.4.2	Intentie voor herhaalbezoek	36
3.4.4.3	Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)	36
3.4.5	Informatie- en boekingsgedrag	36
3.4.5.1	Geraadpleegde diensten voor toerisme	36
3.4.5.2	Kennis en gebruik van Kustschatten	36
3.4.5.3	Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)	36
3.4.5.4	Geraadpleegde websites	37
3.4.5.5	Andere geraadpleegde informatiebronnen	37
3.4.5.6	Overzicht raadpleging informatiebronnen	37
3.4.5.7	Kanalen voor boekingen	37
3.5	Luxemburgse markt	39
3.5.1	Profiel van de Luxemburgse verblijfstoeristen	39
3.5.1.1	Sociale klasse	39
3.5.1.2	Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap	39
3.5.1.3	Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)	39
3.5.1.4	Herhaalbezoek	40
3.5.2	Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag	40
3.5.2.1	Logiesvorm	40
3.5.2.2	Verblijfsduur en type van verblijf	40
3.5.2.3	Verblijfsperiode	41
3.5.2.4	Gebruikte transportmiddel	41
3.5.3	Overwegen van andere bestemmingen	41
3.5.4	Evaluatie van verblijf aan de Kust	41
3.5.4.1	Algemene tevredenheid (2005)	41
3.5.4.2	Intentie voor herhaalbezoek	41
3.5.4.3	Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)	42
3.5.5	Informatie- en boekingsgedrag	42
3.5.5.1	Geraadpleegde diensten voor toerisme	42
3.5.5.2	Kennis en gebruik van Kustschatten	42
3.5.5.3	Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)	42
3.5.5.4	Geraadpleegde websites	42
3.5.5.5	Andere geraadpleegde informatiebronnen	43
3.5.5.6	Overzicht raadpleging informatiebronnen	43
3.5.5.7	Kanalen voor boekingen	43
3.6	Britse markt	44
3.6.1	Profiel van de Britse verblijfstoeristen	44
3.6.1.1	Regio van herkomst	44
3.6.1.2	Sociale klasse	44
3.6.1.3	Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap	44
3.6.1.4	Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)	45
3.6.1.5	Herhaalbezoek	45
3.6.2	Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag	45
3.6.2.1	Verblijfsduur en type van verblijf	45
3.6.2.2	Verblijfsperiode	45
3.6.2.3	Gebruikte transportmiddel	46
3.6.3	Overwegen van andere bestemmingen	46
3.6.4	Evaluatie van verblijf aan de Kust	46
3.6.4.1	Algemene tevredenheid (2005)	46

3.6.4.2	Positieve of negatieve elementen in tevredenheid	46
3.6.4.3	Intentie voor herhaalbezoek	47
3.6.4.4	Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)	47
3.6.5	Informatie- en boekingsgedrag	47
3.6.5.1	Geraadpleegde diensten voor toerisme	47
3.6.5.2	Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)	47
3.6.5.3	Geraadpleegde websites	47
3.6.5.4	Andere geraadpleegde informatiebronnen	48
3.6.5.5	Overzicht raadpleging informatiebronnen	48
3.6.5.6	Kanalen voor boekingen	48
3.7	Vergelijking diverse markten en logiesvormen	49
4	Activiteiten	50
4.1	Raming aantal ondernomen activiteiten	50
4.1.1	Excursies naar andere kustgemeenten.....	50
4.1.2	Rondritten weg van de Kust	50
4.1.3	Stads- en dorpsbezoeken weg van de Kust	51
4.1.4	Fietstochten van meer dan één uur	51
4.1.5	Bezoek aan musea, evenementen en attractiepunten	51
4.2	Overzicht bruto participatiegraad diverse activiteiten.....	52
4.3	Activiteiten van de vorige dag	52
5	Bestedingen.....	53
5.1	Gemiddelde bestedingen.....	53
5.2	Raming van de bestedingen	54
6	Bijlagen	56

1 Inleiding

Westtoer organiseerde in 2005 in samenwerking met Toerisme Vlaanderen een grootschalige enquête bij verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust. Dit onderzoek heeft als doel het verblijfstoerisme in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust in kaart te brengen voor de belangrijkste herkomstmarkten (België, Frankrijk, Nederland, Duitsland, Groot-Brittannië, Groothertogdom Luxemburg).

Daarbij wordt gepeild naar:

- het profiel van de verblijfstoeristen;
- de karakteristieken van verschillende segmenten naar vakantiegedrag;
- het overwegen van andere bestemmingen naast de Vlaamse Kust;
- de evaluatie door de verblijfstoeristen van hun verblijf aan de Kust;
- het informatie- en boekingsgedrag;
- de activiteiten;
- de bestedingen.

De meest recente gegevens hierover dateren momenteel van 1999, toen een gelijkaardig onderzoek werd uitgevoerd. Het huidige onderzoek laat toe deze gegevens te actualiseren.

De rapportering van het onderzoek wordt opgesplitst in één tekstrapport (deel 1), waarin de resultaten van het onderzoek worden besproken, en acht tabellenrapporten (deel 2 tot en met 9).

In dit tekstrapport (deel 1) beschrijven we eerst de gevolgde onderzoeksmethodologie (punt 2). Vervolgens komen de profiel- en gedragskarakteristieken van de verblijfs-toeristen aan bod (punt 3). Tenslotte komen de activiteiten (punt 4) en de bestedingen (punt 5) aan bod.

De tabellenrapporten zijn als volgt opgesplitst. Deel 2 bevat de tabellen met betrekking tot de profiel- en gedragskarakteristieken van de Belgische markt. Deel 3 bevat dezelfde tabellen voor de Duitse markt, deel 4 voor de Nederlandse markt, deel 5 voor de Franse markt, deel 6 voor de Luxemburgse markt en deel 7 voor de Britse markt. Deel 8 bevat de tabellen met de globale profiel- en gedragskarakteristieken over de markten heen, met een vergelijking naar markt en naar logiestype. Deel 9 bevat de tabellen met betrekking tot de activiteiten en bestedingen.

2 Onderzoeksmethodologie

2.1 Steekproef

We willen in dit onderzoek uitspraken kunnen doen over de verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust. Om pragmatische redenen werd de bevraging beperkt tot de belangrijkste combinaties van markten en logiesvormen. Tabel 1.1 geeft het aantal aankomsten weer in 2003 voor de in het onderzoek opgenomen combinaties van nationaliteit en logiesvorm. De bevroegde combinaties vertegenwoordigen 91 % van alle aankomsten.

*Tabel 1.1
Aantal aankomsten aan de Vlaamse Kust vanuit België en de buurlanden in huurvakantiewoningen, hotels, campings, vakantiecentra en vakantie dorpen in 1998, gecorrigeerde NIS-cijfers*

LOGIESVORM	België	Duits-land	Neder-land	Frank-rijk	G.H. Luxem-burg	Verenigd Konink-rijk	Totaal
Huurwoning	753	61	33	42	14		903
Hotel	830	85	80	73	29	150	1247
Camping	146	22	36				204
Vakantiecentra	252						252
Vakantiedorp	77	31	48				156
Totaal	2057	199	197	115	43	150	2761

Er werd geopteerd voor een quotasteekproef, zodanig dat binnen elke combinatie van nationaliteit en logiestype voldoende respondenten werden bevroegd om er uitspraken te kunnen over doen. Tabel 1.2 geeft de quota naar logiesvorm en land van herkomst weer die werden gehanteerd om de steekproef samen te stellen.

*Tabel 1.2
Quota gehanteerd bij het onderzoek bij verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust in 2005, naar logiesvorm en land van herkomst.*

LOGIESVORM	België	Duits-land	Neder-land	Frank-rijk	G.H. Luxem-burg	Verenigd Konink-rijk	Totaal
Huurwoning	300	200	100	100	100		800
Hotel	300	200	200	200	100	200	1200
Camping	200	100	100				400
Vakantiecentra	250						250
Vakantiedorp	150	100	100				350
Totaal	1200	600	500	300	200	200	3000

Naast de quota op nationaliteit 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 gecorrigeerde NIS-cijfers van 2003. Tabel 1.3 toont de quota naar periode en land van herkomst.

Tabel 1.3

Quota gehanteerd bij het onderzoek bij verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust in 2005, naar periode en land van herkomst.

LOGIESVORM	België	Duits-land	Neder-land	Frank-rijk	G.H. Luxem-burg	Verenigd Konink-rijk	Totaal
Mei-juni	313	167	130	101	51	51	813
Juli-augustus	598	305	269	100	105	52	1429
September-november	289	128	101	99	44	97	758
Totaal	1200	600	500	300	200	200	3000

Bij de organisatie van het veldwerk werd daarnaast ook rekening gehouden met de spreiding van de aankomsten over de verschillende kustgemeenten. Er werden binnen elke combinatie nationaliteit – logiestype quota naar kustgemeente opgesteld¹. Deze quota naar kustgemeente werden echter louter als richtlijn gehanteerd, aangezien we uitspraken wensden te doen op kustniveau en niet zozeer voor de kustgemeenten afzonderlijk. Gezien de grote concentratie van de Britse verblijfstoeristen in Oostende, werden zij enkel in deze kustgemeente bevraagd.

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

- verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen;
- reeds minimum 2 overnachtingen achter de rug;
- 18 jaar of ouder.

Volgende categorieën werden bijgevolg uitgesloten:

- 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), in een mobilhome die niet op een camping staat of in jeugdlogies;
- zakentoeeristen en deelnemers aan congressen of seminaries;
- dagtoeristen;
- verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen die slechts één nacht verblijven.

Het selectie criterium dat respondenten reeds 2 nachten hebben verbleven, is noodzakelijk voor een correcte inschatting van de bestedingen. Om de gemiddelde besteding per persoon per nacht te kunnen inschatten, dient immers informatie te worden verzameld over de bestedingen tijdens één volledige dag, namelijk de dag voorafgaand aan het interview. Maar dit is slechts een volledige dag wanneer de respondent reeds minimum 2 nachten ter plaatse is.

De ondervraging gebeurde 'face to face' van mei tot en met november 2005. 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 2774 bruikbare gerealiseerde enquêtes over. Daarmee werd informatie verzameld met betrekking tot ruim 8900 verblijfstoeristen aan de Kust,

¹ Voor hotels en huurvakantiewoningen werd dit gebaseerd op NIS-cijfers per kustgemeente van 2003, voor campings op NIS-cijfers van 1999, voor vakantiecentra en vakantie dorpen op STER-gegevens van 2004 met betrekking tot de verdeling van het aanbod (beddencapaciteit) over de kustgemeenten.

aangezien de bevraging grotendeels betrekking had op het reisgezelschap in haar geheel. Het gemiddelde reisgezelschap bestond uit 3 personen. Tabel 1.4 toont het aantal gerealiseerde enquêtes binnen elke combinatie van nationaliteit en logiestype. Vooral voor de Franse en Luxemburgse toeristen bleken de vooropgestelde quota moeilijk haalbaar. Toch is het gerealiseerde aantal enquêtes voldoende om uitspraken te doen over alle herkomstmarkten en alle logiesvormen.

Tabel 1.4

Aantal gerealiseerde enquêtes bij het onderzoek bij verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust in 2005, naar logiesvorm en land van herkomst.

LOGIESVORM	België	Duits-land	Neder-land	Frank-rijk	G.H. Luxem-burg	Verenigd Konink-rijk	Totaal
Huurwoning	334	152	90	57	32		665
Hotel	295	183	180	97	103	225	1083
Camping	218	66	125				409
Vakantiecentra	277						277
Vakantiedorp	146	95	99				340
Totaal	1270	496	494	154	135	225	2774

2.2 Verwerking van de 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 nationaliteit en logiesvorm voldoende respondenten werden bevraagd om uitspraken mogelijk te maken. Uiteraard is dit aantal bevraagde respondenten per nationaliteit en logiestype niet proportioneel met het aandeel van elke combinatie in de populatie. Om globale uitspraken mogelijk te maken over alle nationaliteiten en logiestypes heen, moeten de data 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.

Het berekenen van de wegingscoëfficiënten gebeurde in drie stappen:

- Het aandeel van de verschillende combinaties **nationaliteit/logiestype** in onze steekproef werd vergeleken met de gecorrigeerde NIS-cijfers van 2003². Er werd een eerste wegingsvariabele geconstrueerd om de steekproef in overeenstemming te brengen met de NIS-cijfers met betrekking tot de aankomsten of overnachtingen.
- Vervolgens werd per nationaliteit, over alle logiesvormen heen, de **verdeling over de kustgemeenten** bekeken, waarbij de in stap 1 berekende weging reeds werd toegepast. Voor elke nationaliteit werd het gewogen aandeel van de kustgemeenten in de steekproef vergeleken met het aandeel van de kustgemeenten in de NIS-cijfers, wat betreft aankomsten of overnachtingen. Er werden bijkomende wegingscoëfficiënten berekend om de steekproef in overeenstemming te brengen met de NIS-cijfers. Vermenigvuldiging van de in stap 1 berekende wegingsvariabelen met deze bijkomende wegingscoëfficiënten, levert de totale wegingsvariabele op. Deze tweede stap gebeurde uiteraard niet voor de Britten, aangezien zij enkel in Oostende werden bevraagd.
- Tenslotte werd bekeken of de in stap 2 uitgevoerde herweging op kustgemeente geen negatieve invloed heeft op de in stap 1 gemaakte herweging op nationaliteit en logiestype. Het is immers mogelijk dat beide wegingen elkaar tegenwerken. Voor de Belgen, Duitsers en Nederlanders bleek dit geen problemen op te leveren. Voor de Fransen en Luxemburgers bleek echter, dat de bijkomende weging op kustgemeente de verhouding tussen de logiestypes opnieuw vertekende. Bij deze nationaliteiten is Oostende namelijk enigszins oververtegenwoordigd in de steekproef, maar wanneer men hierop corrigeert, wordt het aandeel van de hotels teveel naar beneden getrokken, omdat in Oostende net veel hotelgasten werden bevraagd. Het is voor deze nationaliteiten bijgevolg onmogelijk om tegelijkertijd logiestype en kustgemeente onder controle te houden. Omdat een correct aandeel van de logiestypes belangrijker is voor de resultaten dan het aandeel van de kustgemeente, werd de weging op kustgemeente voor deze nationaliteiten opnieuw achterwege gelaten.

2.2.3 Berekening van activiteiten

Bij de verwerking 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 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, 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.
- Verder dient te worden opgemerkt dat de vragenlijst slechts het aantal excursies, fietstochten en bezoeken aan musea, attractiepunten en evenementen nagaat tot op

² Op het moment van bevraging waren de cijfers van 2003 de meest recente bruikbare gegevens. De cijfers van 2004 waren niet bruikbaar wegens de aanpassing van de definitie van een aantal logiestypes.

het ogenblik van ondervraging. Om de frequentie van deze activiteiten gedurende het volledige verblijf in te schatten, werd een correctiefactor toegepast. Voor elke categorie van respondenten waarover we een uitspraak willen doen (bvb. totaalresultaat, Belgen, hotelgasten, gezinnen met kinderen...) 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 2,2. Deze correctiefactor wordt toegepast op de brutoparticipatiegraad: het aantal ondernomen excursies, fietstochten of bezoeken per 100 verblijfstoeristen.

Toepassing van deze correctiefactor houdt in dat we veronderstellen dat, wanneer iemand bvb. 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 verblijfstoerist. Dit impliceert ook dat de correctie geen enkele invloed heeft op de nettoparticipatiegraad: het percentage van de verblijfstoeristen dat een bepaalde activiteit minstens één keer heeft ondernomen. Deze nettoparticipatiegraad wordt daarom niet gerapporteerd.

- Het aantal ondernomen activiteiten per verblijfstoerist 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 verblijfstoeristen 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 brutoparticipatiegraad wordt toegepast op het aantal aankomsten van verblijfstoeristen, om het totaal aantal ondernomen excursies, fietstochten en bezoeken in de populatie te ramen. Hiervoor werden de gecorrigeerde NIS-cijfers van de aankomsten in 2005 gebruikt³. Deze raming is beperkt tot de in het onderzoek bevroegde combinaties van nationaliteit en logiesvorm.
- Bij de bevraging van de excursies naar andere kustgemeenten werd niet nagegaan hoeveel keer elke kustgemeente werd aangedaan. Het is dan ook niet mogelijk om een brutoparticipatie per kustgemeente te berekenen (het aantal bezoeken per 100 verblijfstoeristen). De analyse is hier beperkt tot het weergeven van de kustgemeenten die werden aangedaan door de respondenten die op het moment van bevraging een excursie naar een andere kustgemeente hebben ondernomen.

³ In de NIS-cijfers van 2005 worden de logiesvormen anders gedefinieerd. De in het onderzoek gehanteerde categorieën 'vakantiedorpen' en 'vakantiecentra' worden niet langer gehanteerd. Om het aantal aankomsten in deze categorieën in 2005 in te schatten, werden de verhoudingen tussen de logiesvormen in 2003 toegepast op de cijfers van 2005.

- Ook bij de verschillende musea, attractiepunten en evenementen werd niet nagegaan hoeveel keer deze individuele punten werden bezocht. Voor de berekening van de brutoparticipatie gaan we ervan uit dat de ondervraagde personen de individuele musea, attractiepunten en evenementen maximaal één keer bezoeken.

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 land van herkomst en logiesvorm 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.
- 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 veronderstellingen over de prijs van half en vol pension, gebaseerd op brochures van en navraag bij hotels en vakantiecentra:
 - hotelverblijf, half pension: 17,93 euro per persoon per nacht;
 - hotelverblijf, half pension in arrangement: 14,34 euro per persoon per nacht;
 - hotelverblijf, vol pension: 30,76 euro per persoon per nacht;
 - hotelverblijf, vol pension in arrangement: 24,61 euro per persoon per nacht;
 - vakantiecentrum, half pension: 12,00 euro per persoon per nacht;
 - vakantiecentrum, half pension in arrangement: 9,60 euro per persoon per nacht;
 - vakantiecentrum, vol pension: 20,00 euro per persoon per nacht;
 - vakantiecentrum, vol pension in arrangement: 16,00 euro per persoon per nacht;
 - drank aan de bar inbegrepen in arrangement: 8,00 euro per persoon per nacht.
- Een aantal respondenten boekten een arrangement waarin transport inbegrepen is. We gaan uit van de volgende transportkosten binnen deze arrangementen⁴:
 - Britten op coach holiday:
 - 15% van het arrangement als touroperatorcommissie;
 - £390 per dag per bus met gemiddeld 38 personen;
 - £449 per bus voor de ferry, met gemiddeld 38 personen per bus.
 - Britten in een selfdrive formule:

⁴ Gebaseerd op een bevraging van de Britse touroperators via het buitenlandkantoor van Toerisme Vlaanderen voor de Britse verblijfstoeristen, en op een bevraging van de Belgische autocar sector voor de overige verblijfstoeristen.

- 15% van het arrangement als touroperatorcommissie;
 - £60 per wagen voor de ferry.
 - Belgen in autocar: 320 euro per dag + 0,6 euro per km, voor een bus met gemiddeld 38 personen.
 - Andere nationaliteiten in autocar: 340 euro per dag + 0,6 euro per km, voor een bus met gemiddeld 38 personen.
- De gemiddelde bestedingen per persoon per nacht worden gerapporteerd naar land van herkomst, logiesvorm en de combinatie van beide. Voor de gemiddelde bestedingen naar de diverse andere variabelen tonen we geen absolute bedragen, maar indexcijfers als indicator. De reden hiertoe is dat alhoewel het databestand de structuur van de overnachtingen met betrekking tot land van herkomst en logiesvorm weergeeft, dit niet noodzakelijk het geval is voor de afzonderlijke waarden van een variabele (bvb voor elke leeftijdscategorie apart). Bovendien treden naarmate men meer variabelen combineert meer en meer ontbrekende waarden op, waardoor men van het gemiddelde kan afwijken.
 - Om de geraamde bestedingen te berekenen, maakten we gebruik van de gecorrigeerde NIS-cijfers met betrekking tot de overnachtingen in 2005⁵. Voor de combinaties van nationaliteit en logiestype die niet bevraagd werden in het onderzoek, gingen we uit van de volgende veronderstellingen:
 - logies voor specifieke doelgroepen: 32 euro per persoon, per nacht, ongeacht de nationaliteit⁶;
 - Duitsland (vakantiecentra), Nederland (vakantiecentra), Frankrijk (vakantiedorpen, vakantiecentra, campings), G.H.-Luxemburg (vakantiedorpen, vakantiecentra en campings), Verenigd Koninkrijk (vakantiedorpen, vakantiecentra, individuele huurvakantiewoningen en campings): de verhouding van de bestedingen van de hotelgasten uit de betreffende buitenlandse markt tegenover de bestedingen van de Belgische hotelgasten overnemen;
 - andere markten dan België, Duitsland, Nederland, Frankrijk, G.H.-Luxemburg en het Verenigd Koninkrijk: per logiesvorm de gemiddelde bestedingen van de vijf onderzochte buitenlandse markten overnemen.

Merk wel op dat deze niet bevraagde combinaties van nationaliteit en logiestype slechts 7% uitmaken van het totaal aantal overnachtingen in 2005.

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

⁵ In de NIS-cijfers van 2005 worden de logiesvormen anders gedefinieerd. De in het onderzoek gehanteerde categorieën 'vakantiedorpen' en 'vakantiecentra' worden niet langer gehanteerd. Om het aantal aankomsten in deze categorieën in 2005 in te schatten, werden de verhoudingen tussen de logiesvormen in 2003 toegepast op de cijfers van 2005.

⁶ Op basis van brochures en bevraging van logies voor doelgroepen.

percentages rond 50% is groter dan de meetfout op percentages in de buurt van 0% of 100%.

Tabel 1.5 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 1.5

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
1000	3,1	2,8	1,9	1,4	0,6
1500	2,5	2,3	1,5	1,1	0,5
2000	2,2	2,0	1,3	1,0	0,4
2500	2,0	1,8	1,2	0,9	0,4
2774	1,9	1,7	1,1	0,8	0,4

Bij de aanmaak van de tabellen is ervoor gekozen, om bepaalde categorieën die slechts een beperkt aantal respondenten bevatten, 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 18-24 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 12 en 24 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- en gedragskarakteristieken

3.1 Belgische markt

3.1.1 Profiel van de Belgische verblijfstoeristen

3.1.1.1 Regio van herkomst

Iets meer dan een vijfde van de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is afkomstig van de provincie Antwerpen (zie tabel 2.1).

Oost-Vlaanderen, Limburg, Vlaams-Brabant en Luik leveren elk tussen 10 en 15% van de verblijfstoeristen.

De regio van herkomst van de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen in 2005 is grotendeels hetzelfde als in 1999.

3.1.1.2 Sociale klasse

Tabel 2.2 toont het huidige beroep van de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust, in tabel 2.3 wordt voor de gepensioneerden het vroeger beroep vermeld.

In 2005 is bij 43% van de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen het gezinshoofd gepensioneerd. Dit is iets meer dan in 1999 (tabel 2.3).

Ongeveer een derde is (of was) bediende, iets meer dan een kwart is arbeider, ongeveer een tiende is zelfstandig handelaar of oefent een ambacht uit, ongeveer een tiende is kaderpersoneel. Ondernemers en vrije beroepen vertegenwoordigen bijna 6% van de Belgische verblijfstoeristen, onderwijzend personeel iets meer dan 7%. In vergelijking met 1999 zijn er iets meer arbeiders, en minder ondernemers en vrije beroepen. De beroepscategorie wordt opgesplitst naar regio van herkomst in tabel 2.4.

Ongeveer een kwart heeft hoger niet-universitair onderwijs genoten, ongeveer een zevende volgde universitair onderwijs (tabel 2.5).

3.1.1.3 Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap

De ondervraagde Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn gemiddeld iets ouder dan 53 jaar (tabel 2.7), hun gezinshoofd is gemiddeld twee jaar ouder (tabel 2.8).

Ongeveer 15% van de ondervraagde toeristen is jonger dan 35; ongeveer een vierde is tussen 35 en 49 jaar. De medioren (50-64 jaar) maken iets meer dan een vierde uit. Bijna één derde van de Belgische verblijfstoeristen is ouder dan 65, waarvan ongeveer 12% ouder dan 75 (tabel 2.7). Deze laatste groep is ruim dubbel zo belangrijk geworden in vergelijking met 1999 (tabel 2.6).

Tabellen 2.9 tot 2.11 tonen de samenstelling van het reizende gezin (exclusief familie, vrienden, lief) en het reizende gezelschap (inclusief familie, vrienden, lief). In ongeveer 4 op 10 van de Belgische reisgezelschappen aan de Kust zijn er kinderen aanwezig (tabel 2.11). Het zwaartepunt ligt daarbij bij kinderen onder de 12 jaar (29%). Gezelschappen met kinderen vanaf 12 jaar komen weinig voor (7,8%). Bijna één derde van de gezelschappen bestaat uit gezelschappen van 65-plussers zonder kinderen.

Kijken we naar de samenstelling van het reizende gezin, in plaats van het reizende gezelschap, dan zien we een lager percentage met kinderen (31,7%). De reden hiervoor is, dat heel wat kinderen vergezeld worden door volwassenen tot wiens gezin zij niet behoren (bv. grootouders).

3.1.1.4 Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)

Bijna de helft (46%) van de Belgische verblijfstoeristen geeft aan, dat de invoering van een keurmerk dat garanties biedt voor het milieuvriendelijk beheer, hun keuze van het logies 'zeker of wellicht' zou beïnvloeden (tabel 2.12).

Ongeveer eenzelfde percentage (48%) van de Belgische verblijfstoeristen zou 'zeker of wellicht' bereid zijn tot het betalen van een extra financiële bijdrage voor het in stand houden en verbeteren van de natuur, het landschap en het cultureel erfgoed van de vakantiebestemming. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 2.12 tot 2.14.

3.1.1.5 Herhaalbezoek

Voor 85,2 % van de Belgische verblijfstoeristen is het huidige verblijf aan de Kust een herhaalbezoek. Dit betekent dat zij in de periode van 2003 tot en met 2005, reeds minstens één ander verblijf doorbrachten aan de Vlaamse Kust in een commerciële logiesvorm (tabel 2.15).

Ongeveer 66% van deze herhaalbezoekers verbleef daarbij telkens in dezelfde badplaats. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 2.16 tot en met 2.20.

3.1.2 Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag

3.1.2.1 Logiesvorm

Hotels (38,3%) en individuele huurvakantiewoningen (38,6%) zijn de belangrijkste commerciële logiesvormen voor Belgen aan de Kust, gevolgd door vakantiecentra (12,6%), campings (6,0%) en vakantiedorpen (4,4%). Deze verhoudingen zijn grotendeels ongewijzigd sinds 1999. Opgelet: deze verdeling is geen rechtstreeks resultaat uit de bevraging, maar vloeit voort uit de weging van de steekproef naar logiestype, op basis van de NIS-cijfers met betrekking tot de aankomsten van 2005 (tabel 2.21).

Ruim 90% van de verblijven in een individuele huurvakantiewoning betreft een appartement of studio. Meer dan de helft (57%) van de verhuur verloopt rechtstreeks via de eigenaar, ongeveer een derde (34,3%) via het verhuurkantoor, in de resterende 8% van de gevallen via een andere derde.

Bijna de helft (45,3%) van de kampeerverblijven gebeuren met een toercaravan, ongeveer een vijfde huurt een stacaravan, en ongeveer 15% slaapt in een tent. Verder huurt 8,7% een chalet of bungalow, en brengt respectievelijk 5,2% en 6,1% een campingcar of mobilhome mee. In vergelijking met 1999 is het belang van de tent als slaapplek op campings afgenomen.

Een beschrijving van de profielkenmerken binnen elke logiesvorm is opgenomen in de tabellen 2.22 tot en met 2.25.

3.1.2.2 Verblijfsduur en type van verblijf

Opgelet: de verblijfsduur wordt in deze studie enigszins overschat. Verblijfstoeristen die slechts voor één nacht aan de Kust verbleven werden immers uitgesloten uit het onderzoek. Bovendien hebben verblijfstoeristen 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 aangesproken te worden door een enquêteur.

De gemiddelde Belgische verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm blijft volgens onze resultaten 9,6 nachten aan de Kust. Dit is iets minder lang dan het gemiddelde in 1999 (10,8). Meer dan een vierde (27,5%) blijft minder dan 4 nachten (tabel 2.26).

Eén vierde van de verblijven betreft een weekend of verlengd weekend: een overnachting op zaterdag + maximum 3 nachten ervoor of erna (tabel 2.27). Midweeks (maximum 5 nachten, geen overnachting op vrijdag of zaterdag) vertegenwoordigen 13% van de verblijven. Ruim de helft van de verblijven (51%) duurt minimum een week, ruim een vijfde (22,3%) duurt minimum 2 weken. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar type van verblijf verwijzen we naar tabellen 2.28 tot en met 2.31.

3.1.2.3 Verblijfsperiode

Opgelet: onderstaande cijfers vormen slechts een ruwe indicatie van de spreiding van het verblijfstoerisme over de seizoenen, aangezien zij mede beïnvloed worden door het verloop van het veldwerk.

Ongeveer 44% van de ondervraagde personen kwam in juli naar de Kust, bijna een derde tijdens het voorseizoen (mei-juni) en ongeveer een vierde tijdens het naseizoen (september – november) (tabel 2.32). De concentratie binnen het hoogseizoen is in 2005 minder groot dan in 1999. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar verblijfsperiode verwijzen we naar tabellen 2.33 tot en met 2.37.

3.1.2.4 Gebruikte transportmiddel

De auto blijft het belangrijkste vervoermiddel naar de Kust (82%), gevolgd door de trein (15,5%) (tabel 2.38). Toch heeft de trein sinds 1999 (10,3%) aan belang gewonnen.

De auto wordt in het merendeel van de gevallen bovengronds op de parking van het logies geparkeerd (45,1%), en in ongeveer 30% langs de openbare weg. Ongeveer 16% van de auto's wordt ondergronds geparkeerd, wat een stuk meer is dan in 1999 (9%).

Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar het gebruikte transportmiddel verwijzen we naar tabellen 2.39 tot en met 2.44.

3.1.3 Overwegen van andere bestemmingen

Slechts 8,7% van de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft een alternatieve bestemming overwogen voor hun weekend of vakantie (tabel 2.45). Deze twijfelaars dachten dan vooral aan een zonnige bestemming (38,5%), gevolgd door de Ardennen (16,1%) en de Noord-Franse kust (11,9%) (tabel 2.46).

De belangrijkste aangehaalde sterke punten van de Vlaamse Kust tegenover deze alternatieve bestemmingen zijn de gemakkelijke bereikbaarheid (33,5%) en de positieve beleving van het Vlaamse kustlandschap (17,6%) (tabel 2.47). De belangrijkste negatieve aangehaalde aspecten zijn slechte weersomstandigheden (24,6%) en een te hoog prijsniveau (11,8%) (tabel 2.48).

Voor meer details over het overwegen van andere bestemmingen verwijzen we naar tabellen 2.49 tot en met 2.53.

3.1.4 Evaluatie van verblijf aan de Kust

3.1.4.1 Algemene tevredenheid (2005)

Bijna drie kwart (73,8%) van de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen geeft aan dat hun verblijf aan de Kust gewoon beantwoordt aan hun verwachtingen (tabel 2.54). Voor 4,5% was het verblijf beter dan verwacht, voor 3,5% zelfs veel beter. Voor 7,9% was het verblijf minder dan verwacht, vrijwel niemand (0,2%) vond het veel minder dan verwacht. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 2.54 tot en met 2.59.

3.1.4.2 Positieve of negatieve elementen in tevredenheid

Wanneer het verblijf beter is dan verwacht, is het weer de belangrijkste meevaller (38,4%), gevolgd door de logiesaccommodatie (18,4%), de gezellige sfeer (7,5%) en de positieve beleving van het kustlandschap (6,8%) (tabel 2.60).

Een gelijkaardig beeld zien we wanneer het verblijf slechter is dan verwacht: in dat geval is het weer veruit de belangrijkste tegenvaller (67,8%), gevolgd door de logiesaccommodatie (11,5%) (tabel 2.61).

3.1.4.3 Intentie voor herhaalbezoek

De intentie voor herhaalbezoek bij de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is zeer hoog: maar liefst 94% is geneigd er in de komende 3 jaar opnieuw een vakantie of weekend door te brengen, waarvan 63,8% 'zeker' en 31,2% 'wellicht' (tabel 2.62). Bij de verblijfstoeristen met een intentie tot herhaalbezoek is de trouw aan de badplaats zeer hoog: 86,2% zou opnieuw voor de badplaats kiezen waar ze op het moment van de bevraging verbleven. Voor meer details over de intentie tot herhaalbezoek verwijzen we naar tabellen 2.62 tot en met 2.67.

3.1.4.4 Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)

De meerderheid van de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen (60,8%) schatten de prijs/kwaliteitsverhouding van hun verblijf aan de Kust in als goed zonder meer (tabel 2.68). Meer dan een vierde vindt de prijs/kwaliteitsverhouding zeer goed (21,5%) tot uitstekend (6,4%). Iets meer dan 1 op 10 vindt de verhouding minder goed (10,3%) tot slecht (1,1%). Voor meer details verwijzen we naar tabellen 2.68 tot en met 2.73.

3.1.5 Informatie- en boekingsgedrag

3.1.5.1 Geraadpleegde diensten voor toerisme

De Belgische verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm aan de Kust maakt voor zijn afreis vrij weinig gebruik van toeristische diensten. Nauwelijks 1 op 10 (9,8%) van de verblijfstoeristen heeft voor afreis een dienst voor toerisme geraadpleegd (tabel 2.74). Daarbij gaat het voornamelijk om de gemeentelijke diensten voor toerisme (7,2%) en in veel mindere mate om Toerisme Vlaanderen (2,9%) of Westtoer (0,8%). Voor meer details verwijzen we naar tabellen 2.75 tot en met 2.79.

3.1.5.2 Kennis en gebruik van Kustschatten

Bijna 3 op 10 Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen is op de hoogte van het bestaan van de regiopocket 'Kustschatten', bijna 1 op 5 (18,1%) heeft bovendien een exemplaar in zijn bezit. De brochure is het best gekend bij verblijfstoeristen die in een vakantiedorp of een individuele vakantiewoning logeren. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 2.80 en 2.81.

Van de verblijfstoeristen die een exemplaar van 'Kustschatten' in hun bezit hebben, geeft ongeveer 45% aan dat ze dankzij deze brochure nieuwe dingen hebben ontdekt aan de Kust, waardoor hun verblijf extra boeiend is geworden (tabel 2.82).

3.1.5.3 Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)

Ongeveer 4 op 10 (39,9%) Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft voor of tijdens zijn verblijf een brochure geraadpleegd (tabel 2.83). Ruim 1 op 4 (26,9%) raadpleegde een bovengemeentelijke brochures, waarbinnen 'Vlaanderen Vakantieland' de belangrijkste plaats inneemt (13,5%), gevolgd door 'Kustschatten' (9,9%) en de 'Gids Toeristische Attracties en Musea van België' (6,0%). Ongeveer 1 op vijf (21,7%) raadpleegde een gemeentelijke brochure. Vlaanderen Vakantieland wordt vrijwel uitsluitend vooraf geraadpleegd, terwijl Kustschatten en de gemeentelijke brochures meer ter plaatse worden geraadpleegd dan vooraf. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 2.84 tot en met 2.88.

3.1.5.4 Geraadpleegde websites

Ruim één vierde van de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft minstens 1 website geraadpleegd om informatie te verzamelen voor zijn verblijf aan de Kust. De meest geraadpleegde websites zijn deze van de kustgemeente (12,8%) en van de logiesaccommodatie (11,7%). De websites van Toerisme Vlaanderen (5,3%) en de

Kustwebsite (5,6%) trekken minder bezoekers aan onder de verblijfstoeristen. Voor meer details, zie tabellen 2.89 tot en met 2.93.

3.1.5.5 Andere geraadpleegde informatiebronnen

Bij de overige door de Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen geraadpleegde media neemt televisie de belangrijkste plaats in vooral dankzij het tv-programma 'Vlaanderen Vakantieland'. De krant bekleedt een tweede plaats met 5,5%, waarbinnen betaalde advertenties (3,6%) iets belangrijker zijn dan artikels (2,2%). Magazines worden geraadpleegd door 3,2% van de verblijfstoeristen. Slechts 1,1% geeft de radio aan als informatiebron (tabel 2.94).

Veel belangrijker dan deze media, zijn de informatie die men krijgt van familie en vrienden (25,4%) en de eigen ervaring van vorige bezoeken (42,7%).

Een reisbureau wordt door 2,6% aangehaald als een bron van informatie voor het verblijf. Het belang van brochures van touroperators (0,7%), vakantiebeurzen (1,0%) en reisgidsen (1,0%) is zeer beperkt voor de Belgische verblijfstoerist. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 2.94 tot en met 2.98.

3.1.5.6 Overzicht raadpleging informatiebronnen

Het gebruik van de hierboven besproken informatiebronnen wordt samengevat in tabel 2.103. Van alle Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft 70,8% minstens 1 informatiebron geraadpleegd, 29,2% raadpleegden geen informatiebron of baseerden zich uitsluitend op eigen ervaringen (tabel 2.99). Bij de verblijfstoeristen die minstens 1 informatiebron raadpleegden, bekleden de toeristische brochures de belangrijkste plaats (56,2%), gevolgd door het internet (37,6%), vrienden, familie en kennissen (36,1%), de diverse massamedia (22,4%) en de toeristische diensten (13,6%). Meer details hierover staan in tabellen 2.99 tot en met 2.103.

3.1.5.7 Kanalen voor boekingen

Naast de hierboven besproken informatieverzameling, werd ook nagegaan of de verblijfstoeristen ook echt de boeking van hun logies hebben gebaseerd op informatie uit brochures of websites. In totaal heeft bijna 1 op 5 Belgische verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen (18,1%) zijn boeking gebaseerd op informatie uit een brochure of website (tabel 2.104). Daarbij zijn de websites (12,7%) een belangrijkere bron van boekingsinformatie dan brochures (6,7%).

Binnen de websites zijn vooral de website van de logiesaccommodatie belangrijk (7,8%), gevolgd door de website van de kustgemeente (4,4%). Het belang van de websites van Toerisme Vlaanderen als boekingsbasis (1,8%) is ongeveer even groot als dat van de Kustwebsite (1,8%).

Binnen de brochures speelt 'Vlaanderen Vakantieland' veruit de belangrijkste rol als basis voor boekingen (3,4%), gevolgd door gemeentelijke brochures (1,7%) en touroperator-brochures (1,2%). Het belang van de brochure 'Logies Vlaamse Kust' als boekingsbasis is zeer beperkt (0,9%). Verdere details hierover zijn te vinden in tabellen 2.104 tot en met 2.108.

3.2 Duitse markt

3.2.1 Profiel van de Duitse verblijfstoeristen

3.2.1.1 Regio van herkomst

Bijna 6 op 10 (57,9%) Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is afkomstig uit de regio Nordrhein-Westfalen (tabel 3.1). Ongeveer een vijfde (19,5%) is afkomstig uit Rheinland-Pfalz of Saarland. De länder Hessen, Baden-Württemberg en Bayern zijn samen goed voor 14% van de Duitse verblijfstoeristen. De overige 10 länder leveren samen slechts 8,6% van de Duitse verblijfstoeristen.

In vergelijking met 1999 is het belang van de regio Nordrhein-Westfalen lichtjes gedaald.

3.2.1.2 Sociale klasse

Tabel 3.2 toont het huidige beroep van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust, in tabel 3.3 wordt voor de gepensioneerden het vroeger beroep vermeld.

In 2005 is iets meer dan een kwart (27,3%) van de gezinshoofden van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen gepensioneerd. Dit is iets meer dan in 1999 (tabel 3.3).

Ongeveer een derde (34%) is (of was) bediende, 15,7% is arbeider, 14,5% is kaderlid. Ondernemers en vrije beroepen vertegenwoordigen 14,3% van de Duitse verblijfstoeristen, ongeveer 1 op 10 is zelfstandige handelaar of ambachtsman. Het onderwijzend personeel vertegenwoordigt 8,1%.

Ongeveer een vijfde (21,4%) van de Duitse verblijfstoeristen heeft hoger niet-universitair onderwijs genoten, ongeveer een vijfde (21,7%) volgde universitair onderwijs (tabel 3.5).

3.2.1.3 Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap

De ondervraagde Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn gemiddeld iets ouder dan 48 jaar (tabel 3.7), hun gezinshoofd is gemiddeld ongeveer twee jaar ouder (tabel 3.8).

Bijna 14% van de ondervraagde Duitse verblijfstoeristen is jonger dan 35; ruim twee vijfde is tussen 35 en 49 jaar. De medioren (50-64 jaar) maken bijna een derde (30,2%) uit. Slechts ongeveer 14% van de Duitse verblijfstoeristen is ouder dan 65, waarvan slechts 2,4% ouder dan 75 (tabel 3.7). In vergelijking met 1999 is het belang van de leeftijdscategorie 55-64 sterk gestegen, terwijl de categorie 25-34 jaar bijna is gehalveerd (tabel 3.6).

Tabellen 3.9 tot 3.11 tonen de samenstelling van het reizende gezin (exclusief familie, vrienden, lief) en het reizende gezelschap (inclusief familie, vrienden, lief). In ongeveer 4 op 10 (41,7%) Duitse reisgezelschappen aan de Kust zijn er kinderen aanwezig (tabel 3.11). Het zwaartepunt ligt daarbij bij kinderen onder de 6 jaar (23,6%). Gezelschappen

met kinderen ouder dan 12 jaar komen weinig voor (6,3%). Binnen de gezelschappen zonder kinderen ligt het zwaartepunt bij de medioren (23,2%).

3.2.1.4 Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)

Ongeveer de helft (50,8%) van de Duitse verblijfstoeristen geeft aan, dat de invoering van en keurmerk dat garanties biedt voor het milieuvriendelijk beheer, hun keuze van het logies 'zeker of wellicht' zou beïnvloeden (tabel 3.12).

Iets meer dan de helft (55,8%) van de Duitse verblijfstoeristen zou 'zeker of wellicht' bereid zijn tot het betalen van een extra financiële bijdrage voor het in stand houden en verbeteren van de natuur, het landschap en het cultureel erfgoed van de vakantiebestemming. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 3.12 tot 3.14.

3.2.1.5 Herhaalbezoek

Voor bijna twee derde (63,5%) van de Duitse verblijfstoeristen is het huidige verblijf aan de Kust een herhaalbezoek. Dit betekent dat zij in de periode van 2003 tot en met 2005, reeds minstens één ander verblijf doorbrachten aan de Vlaamse Kust in een commerciële logiesvorm (tabel 3.15).

De Duitse verblijfstoeristen zijn zeer trouw aan hun badplaats: ongeveer drie kwart (75,4%) van de herhaalbezoekers verbleef telkens in dezelfde badplaats. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 3.16 tot en met 3.20.

3.2.2 Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag

3.2.2.1 Logiesvorm

Ongeveer twee vijfde (39,9%) van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen verblijven in hotels, bijna één derde huurt een individuele huurvakantiewoning. De vakantiedorpen ontvangen 17,5% van de Duitse verblijfstoeristen, de overige 10,9 % zit op camping (tabel 3.21). Deze verhoudingen tussen de logiestypes verschillen weinig van in 1999, zij het dat de vakantiedorpen lichtjes terrein verliezen ten voordele van de individuele huurvakantiewoningen. Opgelet: deze verdeling is geen rechtstreeks resultaat uit de bevraging, maar vloeit voort uit de weging van de steekproef naar logiestype, op basis van de NIS-cijfers met betrekking tot de aankomsten van 2005.

Binnen de individuele huurvakantiewoningen hebben de appartementen en studio's een aandeel van 70,8%, tegenover 29,2% villa's, bungalows en huisjes. Het merendeel van de verhuur (62,3%) verloopt rechtstreeks via de eigenaar, daarnaast gebeurt ruim twee derde (36,3%) via een verhuurkantoor.

Voor de Duitse kampeerder aan de Kust is de tent (27,9%) nog steeds de belangrijkste slaapplek, gevolgd door drie ongeveer even belangrijke kampeervormen: de campingcar (21,3%), de mobilhome (18,9%) en de toercaravan (18,8%). Daarnaast huurt ongeveer 1 op 8 Duitse kampeerders een chalet of bungalow op de camping. In vergelijking met 1999 is het belang van de campingcar sterk toegenomen, ten nadele van de toercaravan.

Een beschrijving van de profielkenmerken binnen elke logiesvorm is opgenomen in de tabellen 3.22 tot en met 3.25.

3.2.2.2 Verblijfsduur en type van verblijf

Opgelet: de verblijfsduur wordt in deze studie enigszins overschat. Verblijfstoeristen die slechts voor één nacht aan de Kust verbleven werden immers uitgesloten uit het onderzoek. Bovendien hebben verblijfstoeristen 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 aangesproken te worden door een enquêteur.

De gemiddelde Duitse verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm blijft volgens onze resultaten 8,5 nachten aan de Kust, wat een stuk minder lang is dan het gemiddelde in 1999 (9,9). In vergelijking met 1999 zijn de Duitse verblijfstoeristen aan de Kust minder geneigd om 2 weken of langer te blijven (tabel 3.26).

Weekends of verlengde weekends (een overnachting op zaterdag + maximum 3 nachten ervoor of erna) vertegenwoordigen 17,6% van de verblijven (tabel 3.27). Ongeveer 1 op 10 verblijven is een midweek (maximum 5 nachten, geen overnachting op vrijdag of zaterdag). Bijna 6 op 10 (57,4%) van de verblijven (51,6%) duurt minimum een week, ongeveer een vijfde (19,7%) duurt minimum 2 weken. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar type van verblijf verwijzen we naar tabellen 3.28 tot en met 3.31.

3.2.2.3 Verblijfsperiode

Opgelet: onderstaande cijfers vormen slechts een ruwe indicatie van de spreiding van het verblijfstoerisme over de seizoenen, aangezien zij mede beïnvloed worden door het verloop van het veldwerk.

Van de ondervraagde Duitse verblijfstoeristen kwam 46,8% in juli en augustus naar de Kust, ongeveer een vierde tijdens het voorseizoen (mei-juni) en 28,1% tijdens het naseizoen (september – november) (tabel 3.32). De concentratie binnen het hoogseizoen in 2005 verschilt niet van deze in 1999. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar verblijfsperiode verwijzen we naar tabellen 3.33 tot en met 3.37.

3.2.2.4 Gebruikte transportmiddel

Meer dan 9 op 10 (91,5%) Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust verplaatst zich per auto. Trein en touringcar vertegenwoordigen respectievelijk 6,8% en 1,3% (tabel 3.38).

Van de Duitse verblijfstoeristen die per auto naar de Kust komen, parkeert iets meer dan de helft (55,8%) de auto bovengronds op de parking van het logies. Ruim een kwart (27,2%) parkeert langs de openbare weg.

Meer details hierover vindt u in tabel 3.39.

3.2.3 Overwegen van andere bestemmingen

Van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust heeft slechts 8,4% op voorhand een alternatieve bestemming overwogen voor hun weekend of vakantie (tabel 3.40).

Voor meer details over het overwegen van andere bestemmingen verwijzen we naar tabellen 3.41 tot en met 3.45.

3.2.4 Evaluatie van verblijf aan de Kust

3.2.4.1 Algemene tevredenheid (2005)

Drie kwart van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen geeft aan dat hun verblijf aan de Kust gewoon voldoet aan de verwachtingen (tabel 3.46). Voor 18,9% valt het verblijf (veel) beter mee dan verwacht. Voor 5,1% was het verblijf minder dan verwacht, vrijwel niemand (0,2%) vond het veel minder dan verwacht. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 3.46 tot en met 3.50.

3.2.4.2 Positieve of negatieve elementen in tevredenheid

Wanneer het verblijf beter is dan verwacht, is het weer de belangrijkste meevaller (45,4%), gevolgd door de rust (16,9%), de positieve beleving van het kustlandschap (13,0%) en een goede logiesaccommodatie (10,6%) (tabel 3.51).

3.2.4.3 Intentie voor herhaalbezoek

De intentie voor herhaalbezoek bij de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is hoog: 89,8% is geneigd er in de komende 3 jaar opnieuw een vakantie of weekend door te brengen, waarvan 53,2% 'zeker' en 36,6% 'wellicht' wel (tabel 3.52). Bij de verblijfstoeristen met een intentie tot herhaalbezoek is ook de trouw aan de badplaats hoog: 79,8% zou opnieuw voor de badplaats kiezen waar ze op het moment van de bevraging verbleven. Voor meer details over de intentie tot herhaalbezoek verwijzen we naar tabellen 3.52 tot en met 3.56.

3.2.4.4 Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)

Ongeveer twee derde van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen (66,3%) schatten de prijs/kwaliteitsverhouding van hun verblijf aan de Kust in als goed zonder meer (tabel 3.57). Ongeveer 15% vindt de prijs/kwaliteitsverhouding zeer goed (11,6%) tot uitstekend (3,7%). De verhouding wordt als minder goed ervaren door 17,4% van de Duitse verblijfstoeristen, en als slecht door 1,1%. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 3.57 tot en met 3.61.

3.2.5 Informatie- en boekingsgedrag

3.2.5.1 Geraadpleegde diensten voor toerisme

Van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust maakt ongeveer 1 op 8 (12,8%) voor zijn afreis gebruik van toeristische diensten (tabel 3.62). Daarbij gaat het voornamelijk om de gemeentelijke diensten voor toerisme (6,3%) en het Duitse buitenlandkantoor van Toerisme Vlaanderen (6,0%). Het kantoor van Toerisme Vlaanderen in Brussel (1,2%) en Westtoer (0,6%) worden in veel mindere mate geraadpleegd. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 3.63 tot en met 3.66.

3.2.5.2 Kennis en gebruik van Kustschatten

Van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen is 29,4% op de hoogte van het bestaan van de regiopocket 'Kustschatten', 16,6% heeft bovendien een exemplaar in zijn bezit. De brochure is het best gekend bij Duitse verblijfstoeristen die in een vakantiedorp of een individuele huurvakantiewoning logeren. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 3.67 en 3.68.

Van de Duitse verblijfstoeristen die een exemplaar van 'Kustschatten' in hun bezit hebben, geeft de meerderheid (63,9%) aan dat ze dankzij deze brochure nieuwe dingen hebben ontdekt aan de Kust, waardoor hun verblijf extra boeiend is geworden (tabel 3.69).

3.2.5.3 Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)

Iets minder dan twee vijfde (37,3%) van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft voor of tijdens zijn verblijf een brochure geraadpleegd (tabel 3.70), waarbij bovengemeentelijke brochures (24,9%) ongeveer even belangrijk zijn als gemeentelijke brochures (23,0%). Binnen de bovengemeentelijke brochures wordt de brochure 'Kustschatten' (12,4%) het meest geraadpleegd, gevolgd door de brochure 'Logies Vlaamse Kust' (8,1%) en de 'Gids Toeristische Attracties en Musea van België' (7,4%). Meer details hierover staan in tabellen 3.70 tot en met 3.75.

3.2.5.4 Geraadpleegde websites

Van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft 37,2% minstens 1 website geraadpleegd om informatie te verzamelen voor zijn verblijf aan de Kust (tabel 3.76). De meest geraadpleegde website is deze van de kustgemeente (23,5%), gevolgd door de website van de logiesaccommodatie (13,7%). De websites van Toerisme Vlaanderen (7,0%) en de Kustwebsite (6,8%) worden ongeveer evenveel geraadpleegd door Duitse verblijfstoeristen. Voor meer details, zie tabellen 3.76 tot en met 3.80.

3.2.5.5 Andere geraadpleegde informatiebronnen

Naast de hierboven besproken brochures en websites, steunen de Duitse verblijfstoeristen in de eerste plaats op vrienden, familie en kennissen (26,8%) en de eigen ervaring (35,8%) als bron van informatie (tabel 3.81).

Bij de overige, meer formele informatiekanaal is het reisbureau de belangrijkste informatiebron (6,6%) gevolgd door reisgidsen (5,2%). Daarna volgen televisie (3,7%);

kranten (3,6%), brochures van touroperators (3,3%) en magazines (2,5%). Het belang van de radio (0,8%) en vakantiebeurzen (0,4%) als informatiebron voor Duitse verblijfstoeristen aan de Kust is vrijwel nihil.

Voor meer details verwijzen we naar tabellen 3.81 tot en met 3.85.

3.2.5.6 Overzicht raadpleging informatiebronnen

Het gebruik van de hierboven besproken informatiebronnen wordt samengevat in tabel 3.86. Van alle Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft 77,6% minstens 1 informatiebron geraadpleegd, 22,4% raadpleegde geen informatiebron of baseerde zich uitsluitend op eigen ervaringen. Bij de verblijfstoeristen die minstens 1 informatiebron raadpleegden, zijn het internet (48,3%) en de toeristische brochures (48,5%) de twee belangrijkste bronnen, gevolgd door vrienden, familie en kennissen (35,1%), de toeristische diensten (16,6%) en de massamedia (12,5%). Meer details hierover staan in tabellen 3.86 tot en met 3.90.

3.2.5.7 Kanalen voor boekingen

Naast de hierboven besproken informatieverzameling, werd ook nagegaan of de verblijfstoeristen ook echt de boeking van hun logies hebben gebaseerd op informatie uit brochures of websites. In totaal heeft minder dan een vierde (22,5%) van de Duitse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn boeking gebaseerd op informatie uit een brochure of website (tabel 3.91). Daarbij zijn de websites (13,9%) iets belangrijker dan de brochures (10,5%).

Binnen de websites zijn vooral de website van de logiesaccommodatie (8,2%) en de website van de kustgemeente (7,7%) belangrijk. De websites van Toerisme Vlaanderen (2,4%) en de Kustwebsite (1,6%) zijn relatief onbelangrijk als boekingskanaal voor de Duitse verblijfstoeristen.

Binnen de brochures zijn de touroperator-brochures veruit de belangrijkste bron van boekingen (7,6%) , gevolgd door de brochure 'Logies Vlaamse Kust' (1,6%) en de gemeentelijke brochures (1,3%). Verdere details hierover zijn te vinden in tabellen 3.91 tot en met 3.95.

3.3 Nederlandse markt

3.3.1 Profiel van de Nederlandse verblijfstoeristen

3.3.1.1 Regio van herkomst

Meer dan 1 op 4 Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is afkomstig uit de Provincie Noord-Brabant (zie tabel 4.1). Andere belangrijke Nederlandse herkomstregio's zijn Limburg (13,9%), Zuid-Holland (15,5%) en Gelderland (12,9%) en Noord-Holland (9,2%). Utrecht en Overijssel leveren elk ongeveer 5% van de Nederlandse verblijfstoeristen aan de Vlaamse Kust. De overige 5 Nederlandse provincies vertegenwoordigen samen nauwelijks 10% van de verblijfstoeristen.

In vergelijking met 1999 is het belang van de provincie Limburg als herkomstregio van Nederlands verblijfstoeristen fors afgenomen.

3.3.1.2 Sociale klasse

Tabel 4.2 toont het huidige beroep van de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust, in tabel 4.3 wordt voor de gepensioneerden het vroeger beroep vermeld.

In 2005 is bijna één vierde van de gezinshoofden van de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen gepensioneerd. Dit is ongeveer dezelfde verhouding als in 1999 (tabel 4.3).

Ongeveer een vierde is (of was) bediende, een vijfde is arbeider, 18,7% is kaderlid. Ondernemers en vrije beroepen vertegenwoordigen ongeveer 13% van de Nederlandse verblijfstoeristen, en hetzelfde geldt voor zelfstandige handelaars en ambachtslui. Bijna 6% werkt in het onderwijs. In vergelijking met 1999 zijn er weinig grote verschuivingen in de beroepssamenstelling van de Nederlandse markt.

Ongeveer een kwart van de Nederlandse verblijfstoeristen heeft hoger niet-universitair onderwijs genoten, ongeveer 12% volgde universitair onderwijs (tabel 4.5).

3.3.1.3 Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap

De ondervraagde Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn gemiddeld iets ouder dan 47 jaar (tabel 4.7), hun gezinshoofd is gemiddeld ongeveer twee jaar ouder (tabel 4.8).

Ongeveer een vijfde van de ondervraagde toeristen is jonger dan 35; 37% is tussen 35 en 49 jaar. De medioren (50-64 jaar) maken iets meer dan een vierde uit. Slechts ongeveer 16% van de Nederlandse verblijfstoeristen is ouder dan 65, waarvan slechts 2,9% ouder dan 75 (tabel 4.7). In vergelijking met 1999 is het belang van de leeftijdscategorie 55-64 bijna verdubbeld (tabel 4.6).

Tabellen 4.9 tot 4.11 tonen de samenstelling van het reizende gezin (exclusief familie, vrienden, lief) en het reizende gezelschap (inclusief familie, vrienden, lief). In bijna de helft (45,6%) van de Nederlandse reisgezelschappen aan de Kust zijn er kinderen aanwezig

(tabel 4.11). Het zwaartepunt ligt daarbij bij kinderen onder de 6 jaar (28,7%). Gezelschappen met kinderen ouder dan 12 jaar komen weinig voor (7,2%). Binnen de gezelschappen zonder kinderen ligt het zwaartepunt bij de medioren (24,3%).

3.3.1.4 Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)

Bijna de helft (45,3%) van de Nederlandse verblijfstoeristen geeft aan, dat de invoering van een keurmerk dat garanties biedt voor het milieuvriendelijk beheer, hun keuze van het logies 'zeker of wellicht' zou beïnvloeden (tabel 4.12).

Ruim de helft (50,4%) van de Nederlandse verblijfstoeristen zou 'zeker of wellicht' bereid zijn tot het betalen van een extra financiële bijdrage voor het in stand houden en verbeteren van de natuur, het landschap en het cultureel erfgoed van de vakantiebestemming. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 4.12 tot 4.14.

3.3.1.5 Herhaalbezoek

Voor ongeveer de helft (49,6%) van de Nederlandse verblijfstoeristen is het huidige verblijf aan de Kust een herhaalbezoek. Dit betekent dat zij in de periode van 2003 tot en met 2005, reeds minstens één ander verblijf doorbrachten aan de Vlaamse Kust in een commerciële logiesvorm (tabel 4.15).

Ongeveer twee derde (66,1%) van deze herhaalbezoekers verbleef daarbij telkens in dezelfde badplaats. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 4.16 tot en met 4.20.

3.3.2 Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag

3.3.2.1 Logiesvorm

Bijna twee vijfde van de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen verblijven in hotels, en dit is daarmee veruit de belangrijkste logiesvorm. De overige bevroegde logiesvormen vertegenwoordigen elk ongeveer een vijfde van de Nederlandse verblijfstoeristen: vakantiedorpen (22,6%), individuele huurvakantiewoningen (18,9%) en campings (19,5%) (tabel 4.21). In vergelijking met 1999 is er een sterke daling van het belang van de vakantiedorpen, en in mindere mate ook van de hotels, ten voordele van de individuele huurvakantiewoningen en de campings. Opgelet: deze verdeling is geen rechtstreeks resultaat uit de bevraging, maar vloeit voort uit de weging van de steekproef naar logiestype, op basis van de NIS-cijfers met betrekking tot de aankomsten van 2005.

Binnen de individuele huurvakantiewoningen is het belang van de villa's, bungalows of huisjes sinds 1999 bijna verdubbeld (van 10,2% naar 19,9%), ten nadele van de appartementen en studio's. Meer dan de helft (57,6%) van de verhuur verloopt via een verhuurkantoor, 37% huurt rechtstreeks van de eigenaar.

Meer dan de helft (55,9%) van de kampeerverblijven gebeuren met een toercaravan. Daarnaast zijn de tent (17,7%) en de campingcar (16,1%) de belangrijkste kampeervormen. In vergelijking met 1999 is het belang van de tent als slaapplek voor Nederlandse kampeerders bijna gehalveerd, vooral ten voordele van de campingcar.

Een beschrijving van de profielkenmerken binnen elke logiesvorm is opgenomen in de tabellen 4.22 tot en met 4.25.

3.3.2.2 Verblijfsduur en type van verblijf

Opgelet: de verblijfsduur wordt in deze studie enigszins overschat. Verblijfstoeristen die slechts voor één nacht aan de Kust verbleven werden immers uitgesloten uit het onderzoek. Bovendien hebben verblijfstoeristen 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 aangesproken te worden door een enquêteur.

De gemiddelde Nederlandse verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm blijft volgens onze resultaten 8,3 nachten aan de Kust. Dit verschilt weinig van het gemiddelde in 1999 (8,4). Meer dan een vierde (27,5%) blijft minder dan 4 nachten (tabel 4.26).

Eén vijfde van de verblijven betreft een weekend of verlengd weekend: een overnachting op zaterdag + maximum 3 nachten ervoor of erna (tabel 4.27). Midweeks (maximum 5 nachten, geen overnachting op vrijdag of zaterdag) vertegenwoordigen 17,5% van de verblijven. Ruim de helft van de verblijven (51,6%) duurt minimum een week, bijna een vijfde (19,9%) duurt minimum 2 weken. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar type van verblijf verwijzen we naar tabellen 4.28 tot en met 4.31.

3.3.2.3 Verblijfsperiode

Opgelet: onderstaande cijfers vormen slechts een ruwe indicatie van de spreiding van het verblijfstoerisme over de seizoenen, aangezien zij mede beïnvloed worden door het verloop van het veldwerk.

Ongeveer 46% van de ondervraagde personen kwam in juli en augustus naar de Kust, 28,7% tijdens het voorseizoen (mei-juni) en ongeveer een vierde tijdens het naseizoen (september – november) (tabel 4.32). De concentratie binnen het hoogseizoen is in 2005 minder groot dan in 1999. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar verblijfsperiode verwijzen we naar tabellen 4.33 tot en met 4.37.

3.3.2.4 Gebruikte transportmiddel

Meer dan 9 op 10 (91,9%) Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust verplaatst zich per auto. Trein en touringcar vertegenwoordigen respectievelijk 5,9% en 1,7% (tabel 4.38).

Van de Nederlandse verblijfstoeristen die per auto naar de Kust komen, parkeert ongeveer twee derde de auto bovengronds op de parking van het logies. Ongeveer een vijfde parkeert langs de openbare weg.

Meer details hierover vindt u in tabel 4.39.

3.3.3 Overwegen van andere bestemmingen

Van de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust heeft 16,3% op voorhand een alternatieve bestemming overwogen voor hun weekend of vakantie (tabel 4.40). Daarbij ging het voornamelijk om een zonnige bestemming (25,1%) of een alternatieve koudwaterkust (24,2%), meer bepaald de eigen Nederlandse kust (16,8%) of de Noord-Franse Kust (7,0%). Ook een citytrip naar een Vlaamse stad (9,3%) werd als alternatief overwogen (tabel 4.41).

De belangrijkste aangehaalde sterke punten van de Vlaamse Kust tegenover deze alternatieve bestemmingen zijn de gemakkelijke bereikbaarheid (26,9%), de positieve beleving van het Vlaamse kustlandschap (24,1%) en het ruime aanbod aan activiteiten en bezienswaardigheden (10,9%) (tabel 4.42). De belangrijkste negatieve aangehaalde aspecten zijn slechte weersomstandigheden (20,5%) en een te hoog prijsniveau (8,2%) en een aantal mobiliteitsproblemen (7,5%), waaronder een gebrek aan parking, slechte bewegwijzering en druk, gevaarlijk verkeer (tabel 4.43).

Voor meer details over het overwegen van andere bestemmingen verwijzen we naar tabellen 4.44 tot en met 4.48.

3.3.4 Evaluatie van verblijf aan de Kust

3.3.4.1 Algemene tevredenheid (2005)

Ruim 1 op 4 Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen geeft aan dat hun verblijf aan de Kust (veel) beter meevalt dan verwacht. Voor ongeveer twee derde beantwoordt het verblijf gewoon aan de verwachtingen (tabel 4.49). Voor 5,6% was het verblijf minder dan verwacht, vrijwel niemand (0,6%) vond het veel minder dan verwacht. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 4.49 tot en met 4.54.

3.3.4.2 Positieve of negatieve elementen in tevredenheid

Wanneer het verblijf beter is dan verwacht, is het weer de belangrijkste meevaller (40,5%), gevolgd door de logiesaccommodatie (20,5%), de positieve beleving van het kustlandschap (14,2%) en de gezellige sfeer (10,5%) (tabel 4.55).

In de weinige gevallen dat het verblijf slechter is dan verwacht (slechts gebaseerd op 31 respondenten in het onderzoek!), ligt dat in de eerste plaats aan de logiesaccommodatie (39,9%) meer bepaald wanneer deze niet proper is (13,1%) of verouderd en niet goed onderhouden (12,5%). Verder zijn er ook klachten over het weer (28,6%) en het prijsniveau (8,3%) (tabel 4.56).

3.3.4.3 Intentie voor herhaalbezoek

De intentie voor herhaalbezoek bij de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is vrij hoog: 82,5% is geneigd er in de komende 3 jaar opnieuw een vakantie of weekend door te brengen, waarvan 39,2% 'zeker' en 43,3% 'wellicht' wel (tabel 4.57). Bij de verblijfstoeristen met een intentie tot herhaalbezoek is de trouw aan de badplaats vrij hoog, maar niet absoluut: ongeveer twee derde zou opnieuw

voor de badplaats kiezen waar ze op het moment van de bevraging verbleven. Voor meer details over de intentie tot herhaalbezoek verwijzen we naar tabellen 4.57 tot en met 4.62.

3.3.4.4 Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)

Ongeveer drie kwart van de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen (73,1%) schatten de prijs/kwaliteitsverhouding van hun verblijf aan de Kust in als goed zonder meer (tabel 4.63). Ongeveer 15% vindt de prijs/kwaliteitsverhouding zeer goed (11,8%) tot uitstekend (3,5%). Iets meer dan 1 op 10 vindt de verhouding minder goed (10,4%) tot slecht (1,2%). Voor meer details verwijzen we naar tabellen 4.63 tot en met 4.68.

3.3.5 Informatie- en boekingsgedrag

3.3.5.1 Geraadpleegde diensten voor toerisme

De Nederlandse verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm aan de Kust maakt voor zijn afreis vrij weinig gebruik van toeristische diensten. Nauwelijks 1 op 10 (9,5%) van de verblijfstoeristen heeft voor afreis een dienst voor toerisme geraadpleegd (tabel 4.69). Daarbij gaat het voornamelijk om de gemeentelijke diensten voor toerisme (5,3%) en het Nederlandse buitenlandkantoor van Toerisme Vlaanderen (4,3%). Het kantoor van Toerisme Vlaanderen in Brussel (1,2%) en Westtoer (1,0%) worden in veel mindere mate geraadpleegd. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 4.70 tot en met 4.74.

3.3.5.2 Kennis en gebruik van Kustschatten

Meer dan een derde van de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen is op de hoogte van het bestaan van de regiopocket 'Kustschatten', meer dan een kwart (27,7%) heeft bovendien een exemplaar in zijn bezit. De brochure is het best gekend bij Nederlandse verblijfstoeristen die in een vakantiedorp of een individuele huur-vakantiewoning logeren. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 4.75 en 4.76.

Van de Nederlandse verblijfstoeristen die een exemplaar van 'Kustschatten' in hun bezit hebben, geeft 45% aan dat ze dankzij deze brochure nieuwe dingen hebben ontdekt aan de Kust, waardoor hun verblijf extra boeiend is geworden (tabel 4.77).

3.3.5.3 Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)

Bijna de helft (47,7%) van de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft voor of tijdens zijn verblijf een brochure geraadpleegd (tabel 4.78), waarbij bovengemeentelijke brochures (28,2%) ongeveer even belangrijk zijn als gemeentelijke brochures (29,9%). Binnen de bovengemeentelijke brochures wordt de brochure 'Kustschatten' (13,7%) ongeveer even vaak geraadpleegd als de brochure 'Vlaanderen Vakantieland' (12,1%). Daarna volgen de brochures 'Logies Vlaamse Kust' (5,6%) en de 'Gids Toeristische Attracties en Musea van België' (5,4%).

Vlaanderen Vakantieland wordt voornamelijk vooraf geraadpleegd, terwijl Kustschatten en de gemeentelijke brochures meer ter plaatse worden geraadpleegd dan vooraf. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 4.79 tot en met 4.83.

3.3.5.4 Geraadpleegde websites

Meer dan de helft (53,9%) van de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft minstens 1 website geraadpleegd om informatie te verzamelen voor zijn verblijf aan de Kust. De meest geraadpleegde websites zijn deze van de logiesaccommodatie (27,9%) en de kustgemeente (20,9%). De websites van Toerisme Vlaanderen (14,7%) en de Kustwebsite (12,4%) worden ongeveer evenveel geraadpleegd door Nederlandse verblijfstoeristen. Voor meer details, zie tabellen 4.84 tot en met 4.88.

3.3.5.5 Andere geraadpleegde informatiebronnen

Naast de hierboven besproken brochures en websites, steunen de Nederlandse verblijfstoeristen in de eerste plaats op vrienden, familie en kennissen (20,2%) en de eigen ervaring (32,1%) als bron van informatie (tabel 4.89).

Bij de overige, meer formele informatiekanalen neemt televisie (8,4%) de belangrijkste plaats in, mede dankzij het tv-programma 'Vlaanderen Vakantieland' (5,6%). Ook reisbureaus (7,0%) en reisgidsen (6,7%) nemen een niet onbelangrijke plaats in. Daarna volgen magazines (3,4%), brochures van touroperators (2,7%) en kranten (1,6%). Het belang van de radio (0,2%) en vakantiebeurzen (0,4%) als informatiebron voor Nederlandse verblijfstoeristen aan de Kust is vrijwel nihil.

Voor meer details verwijzen we naar tabellen 4.89 tot en met 4.93.

3.3.5.6 Overzicht raadpleging informatiebronnen

Het gebruik van de hierboven besproken informatiebronnen wordt samengevat in tabel 4.94. Van alle Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft 80,5% minstens 1 informatiebron geraadpleegd, 19,5% raadpleegden geen informatiebron of baseerden zich uitsluitend op eigen ervaringen (tabel 4.98). Bij de verblijfstoeristen die minstens 1 informatiebron raadpleegden, bekleedt het internet de belangrijkste plaats (65,9%), gevolgd door de toeristische brochures (59,6%), vrienden, familie en kennissen (24,8%), de diverse massamedia (15,7%) en de toeristische diensten (11,9%). Meer details hierover staan in tabellen 4.95 tot en met 4.98.

3.3.5.7 Kanalen voor boekingen

Naast de hierboven besproken informatieverzameling, werd ook nagegaan of de verblijfstoeristen ook echt de boeking van hun logies hebben gebaseerd op informatie uit brochures of websites. In totaal heeft 36,8% van de Nederlandse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn boeking gebaseerd op informatie uit een brochure of website (tabel 4.99). Daarbij zijn de websites (27,9%) een veel belangrijkere bron van boekingsinformatie dan brochures (11,4%).

Binnen de websites is vooral de website van de logiesaccommodatie belangrijk: bijna 1 op 5 Nederlandse verblijfstoeristen (19%) baseert daar de boeking op. Daarna volgen de website van de kustgemeente (6,5%), de websites van Toerisme Vlaanderen (5,7%) en de Kustwebsite (5,0%).

Binnen de brochures zijn de touroperatorbrochures veruit de belangrijkste bron van boekingen (7%), gevolgd door 'Vlaanderen Vakantieland' (2,5%), gemeentelijke brochures (1,9%) en de brochure 'Logies Vlaamse Kust' (1,6%). Verdere details hierover zijn te vinden in tabellen 4.99 tot en met 4.103.

3.4 Franse markt

3.4.1 Profiel van de Franse verblijfstoeristen

3.4.1.1 Regio van herkomst

Ongeveer een derde (33,9%) van de Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is afkomstig uit het departement Nord (zie tabel 5.1). Andere belangrijke departementen zijn Paris/Ile-de-France (19,4%) en Lorraine (12,1%). De overige nabijgelegen departementen Pas-De-Calais, Picardie, Champagne-Ardenne, Alsace en Haute-Normandie vertegenwoordigen elk 3 à 4% van de Franse verblijfstoeristen.

3.4.1.2 Sociale klasse

Tabel 5.2 toont het huidige beroep van de Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust, in tabel 5.3 wordt voor de gepensioneerden het vroeger beroep vermeld.

In 2005 is slechts 17,9% van de gezinshoofden van de Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen gepensioneerd. Dit is ongeveer de helft minder dan in 1999 (tabel 5.3).

Ongeveer een derde (33,1%) van de Franse verblijfstoeristen is (of was) bediende, een vierde is kaderlid, minder dan 1 op 10 (9,2%) is arbeider. Ondernemers, vrije beroepen en zelfstandige handelaars en ambachtsslui en onderwijzend personeel vertegenwoordigen elk 7 à 8 %. In vergelijking met 1999 zijn er weinig grote verschuivingen in de beroepssamenstelling van de Franse markt, zij het dat er iets meer kaderpersoneel is en iets minder vrije beroepen.

Bijna de helft van (47,1%) van de Franse verblijfstoeristen heeft hoger onderwijs genoten, waarvan 6,6% niet-universitair en 40,5% universitair (tabel 5.4).

3.4.1.3 Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap

De ondervraagde Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn gemiddeld bijna 47 jaar oud (tabel 5.6), hun gezinshoofd is gemiddeld ongeveer een jaar ouder (tabel 5.7).

Bijna een vierde (22,8%) van de ondervraagde toeristen is jonger dan 35; ongeveer een derde (32,6%) is tussen 35 en 49 jaar. De medioren (50-64 jaar) maken eveneens ongeveer een derde (32,2%) uit. Slechts ongeveer een achtste (12,1%) van de Franse verblijfstoeristen is ouder dan 65, waarvan 5,4% ouder dan 75 (tabel 5.6). In vergelijking met 1999 is het belang van de leeftijdscategorie 45-54 jaar toegenomen, ten koste van de leeftijdscategorie 65-74 jaar (tabel 5.5).

Tabellen 5.8 tot 5.10 tonen de samenstelling van het reizende gezin (exclusief familie, vrienden, lief) en het reizende gezelschap (inclusief familie, vrienden, lief). In 44,7% van de Franse reisgezelschappen aan de Kust zijn er kinderen aanwezig (tabel 5.10). In bijna de helft van deze gezelschappen met kinderen zijn de kinderen jonger dan 6 jaar (20,1%). Binnen de gezelschappen zonder kinderen ligt het zwaartepunt bij de medioren (24,1%).

3.4.1.4 Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)

Minder dan 4 op 10 Franse verblijfstoeristen (38,9%) geeft aan, dat de invoering van een keurmerk dat garanties biedt voor het milieuvriendelijk beheer, hun keuze van het logies 'zeker of wellicht' zou beïnvloeden (tabel 5.11).

Slechts iets meer dan een derde (35,6%) van de Franse verblijfstoeristen zou 'zeker of wellicht' bereid zijn tot het betalen van een extra financiële bijdrage voor het in stand houden en verbeteren van de natuur, het landschap en het cultureel erfgoed van de vakantiebestemming. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 5.11 en 5.12.

3.4.1.5 Herhaalbezoek

Voor bijna 2 op 3 Franse verblijfstoeristen (64,9%) is het huidige verblijf aan de Kust een herhaalbezoek. Dit betekent dat zij in de periode van 2003 tot en met 2005, reeds minstens één ander verblijf doorbrachten aan de Vlaamse Kust in een commerciële logiesvorm (tabel 5.13).

Daarbij verbleef 62,3% van deze herhaalbezoekers telkens in dezelfde badplaats. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 5.14 tot en met 5.17.

3.4.2 Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag

3.4.2.1 Logiesvorm

Van de bevroegde Franse verblijfstoeristen logeert bijna twee derde (63,3%) op hotel en iets meer dan een derde in een individuele huurvakantiewoning (tabel 5.18). De verhouding tussen deze twee logiesvormen is ongeveer dezelfde als in 1999. Opgelet: deze verdeling is geen rechtstreeks resultaat uit de bevraging, maar vloeit voort uit de weging van de steekproef naar logiestype, op basis van de NIS-cijfers met betrekking tot de aankomsten van 2005.

Binnen de individuele huurvakantiewoningen logeert de grote meerderheid (94,7%) in een appartement of studio. Het belang van de villa's, bungalows of huisjes is gedaald van 16,2% in 1999 naar 5,3% in 2005. De verhuur verloopt in 70% van de gevallen rechtstreeks via de eigenaar, terwijl in 1999 het verhuurkantoor nog het belangrijkste verhuurkanaal was voor de Franse markt.

Een beschrijving van de profielkenmerken binnen elke logiesvorm is opgenomen in de tabellen 5.19 tot en met 5.22.

3.4.2.2 Verblijfsduur en type van verblijf

Opgelet: de verblijfsduur wordt in deze studie enigszins overschat. Verblijfstoeristen die slechts voor één nacht aan de Kust verbleven werden immers uitgesloten uit het onderzoek. Bovendien hebben verblijfstoeristen 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 aangesproken te worden door een enquêteur.

De gemiddelde Franse verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm blijft volgens onze resultaten 6,1 nachten aan de Kust. Dit is veel korter dan het gemiddelde in 1999 (9,8 nachten). In vergelijking met 1999 zijn er minder Franse verblijfstoeristen die 14 nachten blijven (van 17,1% naar 1,9%) en meer die maximum 4 nachten blijven (van 24,9% naar 49,8% (tabel 5.23).

Eén derde (33,4%) van de verblijven betreft een weekend of verlengd weekend: een overnachting op zaterdag + maximum 3 nachten ervoor of erna (tabel 5.24). Midweeks (maximum 5 nachten, geen overnachting op vrijdag of zaterdag) vertegenwoordigen 14,4% van de verblijven. Een derde van de verblijven duurt tussen 1 en 2 weken, slechts 7,2% duurt 23 weken of meer. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar type van verblijf verwijzen we naar tabellen 5.25 tot en met 5.28.

3.4.2.3 Verblijfsperiode

Opgelet: onderstaande cijfers vormen slechts een ruwe indicatie van de spreiding van het verblijfstoerisme over de seizoenen, aangezien zij mede beïnvloed worden door het verloop van het veldwerk. Vooral het opsporen van Franse en Luxemburgse verblijfstoeristen verliep in het begin van de onderzoeksperiode moeizaam.

Van de ondervraagde Franse verblijfstoeristen personen kwam 41,9% in juli en augustus naar de Kust, 14,4% tijdens het voorseizoen (mei-juni) en 43,8% tijdens het naseizoen (tabel 5.29). In vergelijking met 1999 weegt het naseizoen een stuk zwaarder door in onze steekproef. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar verblijfsperiode verwijzen we naar tabellen 5.30 tot en met 5.34.

3.4.2.4 Gebruikte transportmiddel

Bijna 9 op 10 (88,3%) Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust verplaatst zich per auto, tegenover 11,1% met de trein (tabel 5.35). Het belang van de trein als transportmiddel voor Franse verblijfstoeristen is toegenomen sinds 1999.

Van de Franse verblijfstoeristen die per auto naar de Kust komen, parkeert bijna de helft de auto langs de openbare weg. Iets meer dan een derde (36,1%) plaatst de auto bovengronds op de parking van het logies. Meer details hierover vindt u in tabel 5.36.

3.4.3 Overwegen van andere bestemmingen

Van de Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust heeft slechts 7,8% op voorhand een alternatieve bestemming overwogen voor hun weekend of vakantie. Dit is ongeveer hetzelfde resultaat als in 1999 (tabel 5.37).

Voor meer details over het overwegen van andere bestemmingen verwijzen we naar tabellen 5.38 tot en met 5.41.

3.4.4 Evaluatie van verblijf aan de Kust

3.4.4.1 Algemene tevredenheid (2005)

Ruim drie kwart (77,9%) van de Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen geeft aan dat hun verblijf aan de Kust gewoon voldoet aan de verwachtingen (tabel 5.42). Voor 16,3% viel het verblijf (veel) beter mee dan verwacht. Voor 5,2% was het verblijf minder dan verwacht, vrijwel niemand (0,7%) vond het veel minder dan verwacht. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 5.42 tot en met 5.45.

3.4.4.2 Intentie voor herhaalbezoek

De intentie voor herhaalbezoek bij de Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is hoog: 88,8% is geneigd er in de komende 3 jaar opnieuw een vakantie of weekend door te brengen, waarvan 39,2% 'zeker' en 49,6% 'wellicht' wel (tabel 5.46). Bij de verblijfstoeristen met een intentie tot herhaalbezoek is de trouw aan de badplaats vrij hoog: 79,7% zou opnieuw voor de badplaats kiezen waar ze op het moment van de bevraging verbleven. Voor meer details over de intentie tot herhaalbezoek verwijzen we naar tabellen 5.46 tot en met 5.49.

3.4.4.3 Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)

Ongeveer 6 op 10 (60,4%) Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen schatten de prijs/kwaliteitsverhouding van hun verblijf aan de Kust in als goed zonder meer (tabel 5.50). Bijna een derde (31,9%) vindt de prijs/kwaliteitsverhouding zeer goed (26,0%) tot uitstekend (5,9%). Slechts 7,1% vindt de verhouding minder goed, vrijwel niemand (0,6%) vindt ze slecht. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 5.50 tot en met 5.53.

3.4.5 Informatie- en boekingsgedrag

3.4.5.1 Geraadpleegde diensten voor toerisme

De Franse verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm aan de Kust maakt voor zijn afreis vrij weinig gebruik van toeristische diensten. Minder dan 1 op 10 (8,5%) van de verblijfstoeristen heeft voor afreis een dienst voor toerisme geraadpleegd (tabel 5.54). Daarbij gaat het voornamelijk om de gemeentelijke diensten voor toerisme (5,9%). Voor meer details verwijzen we naar tabellen 5.55 tot en met 5.58.

3.4.5.2 Kennis en gebruik van Kustschatten

De regiopocket 'Kustschatten' is gekend door 16,4% van de Franse verblijfstoeristen aan de Kust (tabel 5.59). Iets meer dan 1 op 10 (11,8%) heeft bovendien een exemplaar in zijn bezit. De brochure is beter gekend bij wie een individuele huurvakantiewoning huurt dan bij wie op hotel logeert.

3.4.5.3 Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)

Slechts 29,2% van de Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft voor of tijdens zijn verblijf een brochure geraadpleegd (tabel 5.60), waarbij gemeentelijke

brochures (20,8%) iets belangrijker zijn dan bovengemeentelijke brochures (16,9%). Binnen de bovengemeentelijke brochures wordt de brochure 'Kustschatten' (10,4%) het meest geraadpleegd, gevolgd door de 'Gids Toeristische Attracties en Musea van België' (5,8%).

De Franse verblijfstoeristen raadplegen vooral ter plaatse brochures, en minder vooraf. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 5.61 tot en met 5.64.

3.4.5.4 Geraadpleegde websites

Slechts 1 op 4 (26%) Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft minstens 1 website geraadpleegd om informatie te verzamelen voor zijn verblijf aan de Kust (tabel 5.65). De meest geraadpleegde websites zijn deze van de kustgemeente (11,0%) en de logies-accommodatie (9,7%). De Kustwebsite wordt geraadpleegd door 7,1% van de Franse verblijfstoeristen, de websites van Toerisme Vlaanderen door 5,2%. Voor meer details, zie tabellen 5.65 tot en met 5.68.

3.4.5.5 Andere geraadpleegde informatiebronnen

Naast de hierboven besproken brochures en websites, steunen de Franse verblijfstoeristen in de eerste plaats op vrienden, familie en kennissen (29,4%) en de eigen ervaring (24,8%) als bron van informatie (tabel 5.69).

Bij de overige, meer formele informatiekanaal neemt televisie (5,2%) de belangrijkste plaats in, gevolgd door reisguides (3,9%), kranten (3,3%) en reisbureaus (2,6%). Het belang van de radio (0,2%) en magazines (0,7) is vrijwel nihil. Geen enkele Franse respondent had zich geïnformeerd op een vakantiebeurs.

Voor meer details verwijzen we naar tabellen 5.69 tot en met 5.72.

3.4.5.6 Overzicht raadpleging informatiebronnen

Het gebruik van de hierboven besproken informatiebronnen wordt samengevat in tabel 5.73. Van alle Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft 67,3% minstens 1 informatiebron geraadpleegd, 32,7% raadpleegden geen informatiebron of baseerden zich uitsluitend op eigen ervaringen. Bij de verblijfstoeristen die minstens 1 informatiebron raadpleegden, bekleden vrienden, familie en kennissen (43,6%) en toeristische brochures (42,7%) de belangrijkste plaats, gevolgd door het internet (38,8%), de diverse massamedia (13,6%) en de toeristische diensten (12,7%). Meer details hierover staan in tabellen 5.73 tot en met 5.76.

3.4.5.7 Kanalen voor boekingen

Naast de hierboven besproken informatieverzameling, werd ook nagegaan of de verblijfstoeristen ook echt de boeking van hun logies hebben gebaseerd op informatie uit brochures of websites. In totaal heeft 22,1% van de Franse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn boeking gebaseerd op informatie uit een brochure of website (tabel 5.77). Daarbij zijn de websites (15,0%) een belangrijkere bron van boekingsinformatie dan de brochures (7,2%).

Binnen de websites is de website van de logiesaccommodatie het belangrijkste (6,5%), gevolgd door de Kustwebsite (5,2%).

Binnen de brochures is 'Logies Vlaamse Kust' (4,6%) de belangrijkste bron van boekingen. Verdere details hierover zijn te vinden in tabellen 5.77 tot en met 5.80.

3.5 Luxemburgse markt

3.5.1 Profiel van de Luxemburgse verblijfstoeristen

3.5.1.1 Sociale klasse

Tabel 6.1 toont het huidige beroep van de Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust, in tabel 6.2 wordt voor de gepensioneerden het vroeger beroep vermeld.

In 2005 is bijna een derde (31,7%) van de gezinshoofden van de Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen gepensioneerd. Dit is ongeveer dezelfde verhouding als in 1999 (tabel 6.2).

Meer dan 4 op 10 Luxemburgse verblijfstoeristen (43,4%) is (of was) bediende, 15,8% is kaderlid, ongeveer een tiende is arbeider. Ondernemers, vrije beroepen en zelfstandige handelaars en ambachtslui vertegenwoordigen elk 7 à 8 %, onderwijzend personeel 3,7%. In vergelijking met 1999 zijn er meer bedienden en minder onderwijzend personeel onder de Luxemburgse verblijfstoeristen.

3.5.1.2 Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap

De ondervraagde Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn gemiddeld ongeveer 50 jaar oud (tabel 6.4), hun gezinshoofd is gemiddeld ongeveer een jaar ouder (tabel 6.5).

Van de ondervraagde Luxemburgse toeristen is 17,9% jonger dan 35. Bijna een derde (31,9%) is tussen 35 en 49 jaar. De medioren (50-64 jaar) vormen een ongeveer even grote groep (30,4%). Ongeveer een vijfde (19,7%) van de Luxemburgse verblijfstoeristen is ouder dan 65, waarvan 5,1% ouder dan 75 (tabel 6.4). In vergelijking met 1999 is het belang van de leeftijdscategorie 45-54 jaar toegenomen (tabel 6.3).

Tabellen 6.6 tot 6.8 tonen de samenstelling van het reizende gezin (exclusief familie, vrienden, lief) en het reizende gezelschap (inclusief familie, vrienden, lief). In 41,9% van de Luxemburgse reisgezelschappen aan de Kust zijn er kinderen aanwezig (tabel 6.8). In ongeveer de helft van deze gezelschappen met kinderen zijn de kinderen jonger dan 6 jaar (22,7%). Binnen de gezelschappen zonder kinderen ligt het zwaartepunt bij de medioren (21,7%).

3.5.1.3 Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)

Ongeveer 6 op 10 Luxemburgse verblijfstoeristen (60,1%) geeft aan, dat de invoering van een keurmerk dat garanties biedt voor het milieuvriendelijk beheer, hun keuze van het logies 'zeker of wellicht' zou beïnvloeden (tabel 6.9).

Ruim de helft (51,9%) van de Luxemburgse verblijfstoeristen zou 'zeker of wellicht' bereid zijn tot het betalen van een extra financiële bijdrage voor het in stand houden en verbeteren van de natuur, het landschap en het cultureel erfgoed van de vakantiebestemming. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 6.9 en 6.10.

3.5.1.4 Herhaalbezoek

Voor ruim 8 op 10 Luxemburgse verblijfstoeristen (80,4%) is het huidige verblijf aan de Kust een herhaalbezoek. Dit betekent dat zij in de periode van 2003 tot en met 2005, reeds minstens één ander verblijf doorbrachten aan de Vlaamse Kust in een commerciële logiesvorm (tabel 6.11).

Daarbij verbleef ongeveer twee derde (65,8%) van deze herhaalbezoekers telkens in dezelfde badplaats. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 6.12 tot en met 6.15.

3.5.2 Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag

3.5.2.1 Logiesvorm

Van de bevroegde Luxemburgse verblijfstoeristen logeert bijna 69% op hotel en 31% in een individuele huurvakantiewoning (tabel 6.16). In vergelijking met 1999 is het aandeel van de hotelgasten licht gestegen. Opgelet: deze verdeling is geen rechtstreeks resultaat uit de bevraging, maar vloeit voort uit de weging van de steekproef naar logiestype, op basis van de NIS-cijfers met betrekking tot de aankomsten van 2005.

Binnen de individuele huurvakantiewoningen logeert 87,5% in een appartement of studio. Het belang van de villa's, bungalows of huisjes is gestegen van 5,4% in 1999 naar 12,5% in 2005. De verhuur verloopt in 42,9, in 1999 was dit slechts 32,8%.

Een beschrijving van de profielkenmerken binnen elke logiesvorm is opgenomen in de tabellen 6.17 tot en met 6.19.

3.5.2.2 Verblijfsduur en type van verblijf

Opgelet: de verblijfsduur wordt in deze studie enigszins overschat. Verblijfstoeristen die slechts voor één nacht aan de Kust verbleven werden immers uitgesloten uit het onderzoek. Bovendien hebben verblijfstoeristen 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 aangesproken te worden door een enquêteur.

De gemiddelde Luxemburgse verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm blijft volgens onze resultaten 8,5 nachten aan de Kust. Dit is korter dan het gemiddelde in 1999 (9,6 nachten). In vergelijking met 1999 zijn er minder Luxemburgse verblijfstoeristen die 2 weken of langer blijven (tabel 6.20).

Ongeveer een vijfde (19,8%) van de verblijven betreft een weekend of verlengd weekend: een overnachting op zaterdag + maximum 3 nachten ervoor of erna (tabel 6.21). Midweeks (maximum 5 nachten, geen overnachting op vrijdag of zaterdag) vertegenwoordigen 15,9% van de verblijven. Iets minder dan de helft (47,1%) van de verblijven duurt minimum 1 weken, 10,5% duurt minimum 2 weken. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar type van verblijf verwijzen we naar tabellen 6.22 tot en met 6.24.

3.5.2.3 Verblijfsperiode

Opgelet: onderstaande cijfers vormen slechts een ruwe indicatie van de spreiding van het verblijfstoerisme over de seizoenen, aangezien zij mede beïnvloed worden door het verloop van het veldwerk. Vooral het opsporen van Franse en Luxemburgse verblijfstoeristen verliep in het begin van de onderzoeksperiode moeizaam.

Van de ondervraagde Luxemburgse verblijfstoeristen personen kwam 56,1% in juli en augustus naar de Kust, 16,0% tijdens het voorseizoen (mei-juni) en 27,9% tijdens het naseizoen (tabel 6.25). In vergelijking met 1999 weegt het voorseizoen minder zwaar door in onze steekproef. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar verblijfsperiode verwijzen we naar tabellen 6.26 tot en met 6.29.

3.5.2.4 Gebruikte transportmiddel

Ongeveer 8 op 10 (79,7%) Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust komt per auto, tegenover 11,0% met de trein en 9,3% met een touringcar (tabel 6.30). Het aantal Luxemburgse verblijfstoeristen dat met een touringcar naar de Kust komt is toegenomen sinds 1999.

Van de Luxemburgse verblijfstoeristen die per auto naar de Kust komen, parkeert 37,3% de auto langs de openbare weg. Ongeveer 4 op 10 (40,4%) plaatst de auto bovengronds op de parking van het logies. Meer details hierover vindt u in tabel 6.31.

3.5.3 Overwegen van andere bestemmingen

Van de Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust heeft slechts 5,7% op voorhand een alternatieve bestemming overwogen voor hun weekend of vakantie. Dit is ongeveer hetzelfde resultaat als in 1999 (tabel 6.32).

Voor meer details over het overwegen van andere bestemmingen verwijzen we naar tabellen 6.33 tot en met 6.36.

3.5.4 Evaluatie van verblijf aan de Kust

3.5.4.1 Algemene tevredenheid (2005)

Vier vijfde (80,1%) van de Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen geeft aan dat hun verblijf aan de Kust gewoon voldoet aan de verwachtingen (tabel 6.37). Voor 14,7% viel het verblijf (veel) beter mee dan verwacht. Voor 5,3% was het verblijf minder dan verwacht. Geen enkele Luxemburgse respondent vond het veel minder dan verwacht. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 6.37 tot en met 6.40.

3.5.4.2 Intentie voor herhaalbezoek

De intentie voor herhaalbezoek bij de Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is zeer hoog: 93,7% is geneigd er in de komende 3 jaar opnieuw een vakantie of weekend door te brengen, waarvan 69,0% 'zeker' en 24,7% 'wellicht' wel (tabel 6.41). Bij de Luxemburgse verblijfstoeristen met een intentie tot

herhaalbezoek is ook de trouw aan de badplaats zeer hoog: 91,4% zou opnieuw voor de badplaats kiezen waar ze op het moment van de bevraging verbleven. Voor meer details over de intentie tot herhaalbezoek verwijzen we naar tabellen 6.41 tot en met 6.44.

3.5.4.3 Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)

Twee derde (66,1%) van de Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen schatten de prijs/kwaliteitsverhouding van hun verblijf aan de Kust in als goed zonder meer (tabel 6.45). Meer dan een vijfde (22,4%) vindt de prijs/kwaliteitsverhouding zeer goed (19,0%) tot uitstekend (3,4%). Slechts 11,6% vindt de verhouding minder goed. Geen enkele Luxemburgse respondent vond de prijs/kwaliteitsverhouding slecht. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 6.45 tot en met 6.48.

3.5.5 Informatie- en boekingsgedrag

3.5.5.1 Geraadpleegde diensten voor toerisme

De Luxemburgse verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm aan de Kust maakt voor zijn afreis vrij weinig gebruik van toeristische diensten. Slechts 7,7% van de verblijfstoeristen heeft voor afreis een dienst voor toerisme geraadpleegd (tabel 6.49). Daarbij gaat het voornamelijk om de gemeentelijke diensten voor toerisme (4,3%), gevolgd door Toerisme Vlaanderen (3,3%) en Westtoer (1,0%). Voor meer details verwijzen we naar tabellen 6.50 tot en met 6.53.

3.5.5.2 Kennis en gebruik van Kustschatten

De regiopocket 'Kustschatten' is gekend door 28,3% van de Luxemburgse verblijfstoeristen aan de Kust (tabel 6.54). Bijna 1 op 5 (19,0%) heeft bovendien een exemplaar in zijn bezit.

3.5.5.3 Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)

Ongeveer 1 op 3 (33,4%) Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft voor of tijdens zijn verblijf een brochure geraadpleegd (tabel 6.55), waarbij gemeentelijke brochures (22,4%) ongeveer even belangrijk zijn als bovengemeentelijke brochures (19,8%). Binnen de bovengemeentelijke brochures wordt de brochure 'Kustschatten' (10,2%) het meest geraadpleegd, gevolgd door de 'Gids Toeristische Attracties en Musea van België' (6,9%).

Voor meer details verwijzen we naar tabellen 6.56 tot en met 6.59.

3.5.5.4 Geraadpleegde websites

Eén derde (33,4%) van de Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft minstens 1 website geraadpleegd om informatie te verzamelen voor zijn verblijf aan de Kust (tabel 6.60). De meest geraadpleegde websites zijn deze van de kustgemeente (19,8%) en de logies-accommodatie (13,9%). De Kustwebsite wordt geraadpleegd door 4,6% van de Luxemburgse verblijfstoeristen, de websites van Toerisme Vlaanderen door 4,2%. Voor meer details, zie tabellen 6.60 tot en met 6.63.

3.5.5.5 Andere geraadpleegde informatiebronnen

Naast de hierboven besproken brochures en websites, steunen de Luxemburgse verblijfstoeristen in de eerste plaats op de eigen ervaring (40,7%) en op vrienden, familie en kennissen (21,8%) en als bron van informatie (tabel 6.64).

Bij de overige, meer formele informatiekkanalen neemt het reisbureau (6,6%) de belangrijkste plaats in, gevolgd door reisgidsen (3,3%), kranten (2,3%), brochures van touroperators (2,3%) en televisie (1,6%). Het belang van magazines (0,7%) is vrijwel nihil. Geen enkele Luxemburgse respondent had zich geïnformeerd via de radio of op een vakantiebeurs.

Voor meer details verwijzen we naar tabellen 6.64 tot en met 6.67.

3.5.5.6 Overzicht raadpleging informatiebronnen

Het gebruik van de hierboven besproken informatiebronnen wordt samengevat in tabel 6.68. Van alle Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft 64,5% minstens 1 informatiebron geraadpleegd, 35,5% raadpleegde geen informatiebron of baseerde zich uitsluitend op eigen ervaringen. Bij de verblijfstoeristen die minstens 1 informatiebron raadpleegden, bekleden het internet (51,7%) en toeristische brochures (51,7%) de belangrijkste plaats, gevolgd door vrienden, familie en kennissen (33,8%), de toeristische diensten (11,9%) en de diverse massamedia (7,2%). Meer details hierover staan in tabellen 6.67 tot en met 6.71.

3.5.5.7 Kanalen voor boekingen

Naast de hierboven besproken informatieverzameling, werd ook nagegaan of de verblijfstoeristen ook echt de boeking van hun logies hebben gebaseerd op informatie uit brochures of websites. In totaal heeft 23,9% van de Luxemburgse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn boeking gebaseerd op informatie uit een brochure of website (tabel 6.72). Daarbij zijn de websites (16,9%) een belangrijkere bron van boekingsinformatie dan de brochures (8,3%).

Binnen de websites is de website van de logiesaccommodatie het belangrijkste (9,0%), gevolgd door de website van de kustgemeente (7,3%).

Binnen de brochures zijn de touroperator-brochures de belangrijkste bron van boekingen (3,3%), gevolgd door de gemeentelijke brochures (3,3%). Verdere details hierover zijn te vinden in tabellen 6.72 tot en met 6.75.

3.6 Britse markt

3.6.1 Profiel van de Britse verblijfstoeristen

3.6.1.1 Regio van herkomst

De herkomst van de Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is geografisch zeer gespreid (tabel 7.1). Bijna de helft (45,5%) van de Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is afkomstig van de meer noordelijk gelegen regio's: Yorkshire and the Humber (18,7%), North West (16,7%), North East (8,1%) en Scotland (2,0%). Iets meer dan de helft (54,5%) komt dus uit de meer zuidelijke regio's, waarbinnen naast de South East (9,1%) en London (8,1%) ook de West Midlands (8,1%), de East Midlands (12,1%), Wales (8,1%) en East of England (6,6%) belangrijk zijn.

3.6.1.2 Sociale klasse

Tabel 7.2 toont het huidige beroep van de Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust, in tabel 7.3 wordt voor de gepensioneerden het vroeger beroep vermeld.

In 2005 is ruim twee derde van de gezinshoofden van de Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen gepensioneerd. Dit verschilt weinig van de verhoudingen in 1999 (tabel 7.3).

Bijna 4 op 10 (38,9%) is bediende. Meer dan een kwart (27,8%) is arbeider. Vrije beroepen, zelfstandige handelaars en kaderpersoneel vertegenwoordigen elk 6 à 7% van de Britse markt. In vergelijking met 1999 zijn er weinig grote verschuivingen in de beroepssamenstelling van de Britse markt, zij het dat er iets meer vrije beroepen zijn.

Slechts 16,4% van de Britse verblijfstoeristen heeft hoger niet-universitair onderwijs genoten, ongeveer 9% volgde universitair onderwijs (tabel 7.5).

3.6.1.3 Leeftijd en samenstelling van reizend gezelschap

De gemiddelde leeftijd van de ondervraagde Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen ligt hoog: 63,3 jaar (tabel 7.7). Het gezinshoofd is gemiddeld ongeveer 1 jaar ouder (tabel 7.8).

Onder de Britse toeristen bevinden er zich nauwelijks min 35-jarigen (1,4%). Slechts 11,9% is tussen 35 en 49 jaar. De medioren (50-64 jaar) maken 36,9% uit. Bijna de helft is 65-plusser, waarvan 16% ouder dan 75. In vergelijking met 1999 is het aandeel van de 75-plussers fors gestegen (tabel 7.6).

Tabellen 7.9 tot 7.11 tonen de samenstelling van het reizende gezin (exclusief familie, vrienden, lief) en het reizende gezelschap (inclusief familie, vrienden, lief). Onder de Britse verblijfstoeristen zijn er zeer weinig gezelschappen met kinderen (6,3%).

3.6.1.4 Milieuvriendelijke ingesteldheid (2005)

Meer dan de helft (56,5%) van de Britse verblijfstoeristen geeft aan, dat de invoering van een keurmerk dat garanties biedt voor het milieuvriendelijk beheer, hun keuze van het logies 'zeker of wellicht' zou beïnvloeden (tabel 7.12).

De bereidheid tot het betalen van een extra financiële bijdrage voor het in stand houden en verbeteren van de natuur, het landschap en het cultureel erfgoed van de vakantiebestemming ligt iets lager: 42,7% is hier 'zeker of wellicht' toe bereid. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 7.12 tot 7.17.

3.6.1.5 Herhaalbezoek

Voor meer dan de helft (56,9%) van de Britse verblijfstoeristen is het huidige verblijf aan de Kust een herhaalbezoek. Dit betekent dat zij in de periode van 2003 tot en met 2005, reeds minstens één ander verblijf doorbrachten aan de Vlaamse Kust in een commerciële logiesvorm (tabel 7.15).

Bijna 9 op 10 van deze herhaalbezoekers (89,2%) verbleef daarbij telkens in dezelfde badplaats. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 7.16 tot en met 7.19.

3.6.2 Karakteristieken van segmenten naar vakantiegedrag

3.6.2.1 Verblijfsduur en type van verblijf

Opgelet: de verblijfsduur wordt in deze studie enigszins overschat. Verblijfstoeristen die slechts voor één nacht aan de Kust verbleven werden immers uitgesloten uit het onderzoek. Bovendien hebben verblijfstoeristen 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 aangesproken te worden door een enquêteur.

De gemiddelde Britse verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm blijft volgens onze resultaten 4,7 nachten aan de Kust. Dit is een stuk korter dan in 1999 (5,5 nachten). Bijna 4 op 10 Britse verblijfstoeristen blijft 4 nachten. In vergelijking met 1999 is het aantal verblijven van 6 of 7 nachten fors gedaald (tabel 7.20).

Bijna de helft (46,2%) van de verblijven van de Britse toeristen aan de Kust betreft een midweek (maximum 5 nachten, geen overnachting op vrijdag of zaterdag). Slechts 1 op de 10 verblijven duurt minstens een week (tabel 7.21).

Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar type van verblijf verwijzen we naar tabellen 7.22 tot en met 7.24.

3.6.2.2 Verblijfsperiode

Opgelet: onderstaande cijfers vormen slechts een ruwe indicatie van de spreiding van het verblijfstoerisme over de seizoenen, aangezien zij mede beïnvloed worden door het verloop van het veldwerk.

Ongeveer een vijfde van de ondervraagde Britten kwam in het voorjaar naar de Kust, 35,1% in juli en augustus en 44,4% in het naseizoen (tabel 7.25). In vergelijking met 1999 werden er minder Britten bevroegd in het voorjaar en meer in het najaar. Voor een beschrijving van de profielkenmerken naar verblijfsperiode verwijzen we naar tabellen 7.26 tot en met 7.29.

3.6.2.3 Gebruikte transportmiddel

In totaal boekte ruim vier vijfde (81,3%) van de Britse verblijfstoeristen een georganiseerde 'coach holiday', waarvan het merendeel (67,1%) de oversteek maakt op de ferry, en een kleiner deel via de kanaaltunnel (tabel 7.30). Ongeveer 1 op 10 boekte een 'self drive' formule, opnieuw vooral via ferry (8,9%) en minder via de kanaaltunnel (1,3%). Slechts 2,2% is met het vliegtuig gekomen. In vergelijking met 1999 is het belang van de 'coach holidays' weinig veranderd, maar de kanaaltunnel heeft binnen deze formule terrein verloren ten voordele van de ferry. In vergelijking met 1999 is er ook een stijging van het aantal verblijfstoeristen dat voor een 'self drive' formule kiest.

Meer details hierover vindt u in tabellen 7.31 tot en met 7.35.

3.6.3 Overwegen van andere bestemmingen

Van de Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust heeft 12,4% op voorhand een alternatieve bestemming overwogen voor hun weekend of vakantie (tabel 4.37). Dit percentage ligt bijna dubbel zo hoog als in 1999. (tabel 7.36).

Voor meer details over het overwegen van andere bestemmingen verwijzen we naar tabellen 7.37 tot en met 7.40.

3.6.4 Evaluatie van verblijf aan de Kust

3.6.4.1 Algemene tevredenheid (2005)

Bijna 2 vijfde (39,1%) van de 4 Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen geeft aan dat hun verblijf aan de Kust (veel) beter meevalt dan verwacht. Voor bijna drie vijfde (58,7%) beantwoordt het verblijf gewoon aan de verwachtingen (tabel 7.41). Slechts 2,2% vond het verblijf minder dan verwacht, en geen enkele respondent vond het veel minder dan verwacht. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 7.41 tot en met 7.44.

3.6.4.2 Positieve of negatieve elementen in tevredenheid

De Britse verblijfstoeristen halen in de eerste plaats de vriendelijkheid van de mensen (28,4%) aan als reden waarom hun verblijf beter is meegevallen dan verwacht. Daarnaast verwijzen ze ook naar aangename weersomstandigheden (21,6%), properheid (17,0%), het aanbod aan activiteiten en bezienswaardigheden (12,5%), de aangename badplaats Oostende (12,5%), de positieve beleving van het kustlandschap (10,2%) en de goede logiesaccommodatie (9,1%) (tabel 7.45).

3.6.4.3 Intentie voor herhaalbezoek

De intentie voor herhaalbezoek bij de Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust is vrij hoog: 88,4% is geneigd er in de komende 3 jaar opnieuw een vakantie of weekend door te brengen, waarvan 40,0% 'zeker' en 44,4% 'wellicht' wel (tabel 7.46). Bij de Britse verblijfstoeristen met een intentie tot herhaalbezoek is de trouw aan de badplaats Oostende zeer hoog: 88,2% zou opnieuw voor Oostende kiezen. Voor meer details over de intentie tot herhaalbezoek verwijzen we naar tabellen 7.46 tot en met 7.49.

3.6.4.4 Evaluatie prijs/kwaliteitsverhouding (2005)

De Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn zeer tevreden over de prijs/kwaliteitsverhouding aan de Vlaamse Kust: bijna 1 op 2 (49,3%) schat de prijs/kwaliteitsverhouding is als zeer goed (38,2%) tot uitstekend (11,1%) (tabel 7.50). Bijna al de andere verblijfstoeristen (45,3%) evalueren de verhouding nog steeds als gewoon goed. Slechts 4,9% vindt de verhouding minder goed, vrijwel niemand (0,4%) vindt ze slecht. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 7.50 tot en met 7.53.

3.6.5 Informatie- en boekingsgedrag

3.6.5.1 Geraadpleegde diensten voor toerisme

De Britse verblijfstoerist in een commerciële logiesvorm aan de Kust maakt voor zijn afreis vrij weinig gebruik van toeristische diensten. Slechts 7,1% van de verblijfstoeristen heeft voor afreis een dienst voor toerisme geraadpleegd (tabel 7.54). Daarbij gaat het voornamelijk om de gemeentelijke dienst voor toerisme (4,0%) en het Britse buitenlandkantoor van Toerisme Vlaanderen (4,0%). Het kantoor van Toerisme Vlaanderen in Brussel (1,3%) en Westtoer (2,2%) worden weinig geraadpleegd door de Britten. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 7.55 tot en met 7.58.

3.6.5.2 Geraadpleegde brochures (vooraf en/of ter plaatse)

Slechts ongeveer 1 op 4 Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft voor of tijdens zijn verblijf een brochure geraadpleegd (tabel 7.59), waarbij gemeentelijke brochures (18,4%) ongeveer dubbel zo belangrijk zijn als bovengemeentelijke brochures (9,0%). Binnen de bovengemeentelijke brochures wordt de brochure 'Logies Vlaamse Kust' (4,5%) ongeveer even vaak geraadpleegd als de 'Gids Toeristische Attracties en Musea van België' (4,9%).

Voor meer details verwijzen we naar tabellen 7.60 tot en met 7.63.

3.6.5.3 Geraadpleegde websites

Slechts 1 op 5 (19,6%) Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft minstens 1 website geraadpleegd om informatie te verzamelen voor zijn verblijf aan de Kust (tabel 7.64). De meest geraadpleegde websites zijn deze van de logiesaccommodatie (10,3%) en de kustgemeente (9,4%). De websites van Toerisme Vlaanderen worden door 7,1% van de Britse verblijfstoeristen geraadpleegd, de Kustwebsite slechts door 1,8%. Voor meer details, zie tabellen 7.64 tot en met 7.67.

3.6.5.4 Andere geraadpleegde informatiebronnen

Naast de hierboven besproken brochures en websites, steunen de Britse verblijfstoeristen in de eerste plaats op hun ervaring van vorige bezoeken als bron van informatie (tabel 7.72). Ook de brochures van touroperators (19,2%) en de reisbureaus (13,8%) spelen een belangrijke rol als informatiebron in de Britse markt. Ook vrienden, familie en kennissen worden vermeld als informatiebron (16,1%).

Het belangrijkste massamedium op de Britse markt voor informatie over de Vlaamse Kust zijn de kranten (8,9%), meer dan televisie (2,2%), magazines (2,2%) of radio (0,4%). Slechts 4% van de Britse verblijfstoeristen haalt informatie uit een reisgids.

Voor meer details verwijzen we naar tabellen 7.68 tot en met 7.71.

3.6.5.5 Overzicht raadpleging informatiebronnen

Het gebruik van de hierboven besproken informatiebronnen wordt samengevat in tabel 7.72. Van alle Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen heeft ongeveer twee derde (67,4%) minstens 1 informatiebron geraadpleegd, een derde raadpleegde geen informatiebron of baseerde zich uitsluitend op eigen ervaringen. Bij de verblijfstoeristen die minstens 1 informatiebron raadpleegden, bekleden de toeristische brochures de belangrijkste plaats (36,2%), gevolgd door brochures van touroperators (28,9%), internet (28,9%), vrienden, familie en kennissen (24,2%), reisbureaus (20,8%) de diverse massamedia (18,1%) en de toeristische diensten (10,1%). Meer details hierover staan in tabellen 7.72 tot en met 7.75.

3.6.5.6 Kanalen voor boekingen

Naast de hierboven besproken informatieverzameling, werd ook nagegaan of de verblijfstoeristen ook echt de boeking van hun logies hebben gebaseerd op informatie uit brochures of websites. In totaal heeft 42,4% van de Britse verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen zijn boeking gebaseerd op informatie uit een brochure of website (tabel 7.76). Daarbij zijn de brochures (37,1%) een veel belangrijkere bron van boekingsinformatie dan de websites (7,6%).

Binnen de brochures zijn de touroperator-brochures veruit de belangrijkste bron van boekingen (27,7%), gevolgd door de gemeentelijke brochures (8,5%) en de brochure 'Logies Vlaamse Kust' (3,1%).

Binnen de websites speelt vooral de website van de logiesaccommodatie (3,6%) een rol, en daarnaast ook de websites van Toerisme Vlaanderen (7,6%). Het belang van de website van de kustgemeente (1,8%) en de Kustwebsite (0,4%) als boekingskanaal voor de Britten is beperkt.

Verdere details hierover zijn te vinden in tabellen 7.76 tot en met 7.79.

3.7 Vergelijking diverse markten en logiesvormen

In de hierboven besproken tabellen worden de profiel- en gedragskarakteristieken markt per markt weergegeven. In de tabellen 8.1 tot en met 8.31 worden de resultaten van de verschillende markten naast elkaar geplaatst. Deze tabellen bevatten tevens de totaalresultaten met betrekking tot 'de verblijfstoerist in commerciële logiesvormen aan de Kust', over alle markten heen.

Daarnaast wordt in tabellen 8.32 tot en met 8.45 voor een aantal profiel- en gedragskarakteristieken ook de vergelijking gemaakt tussen de verschillende logiesvormen, over alle markten heen.

4 Activiteiten

Hieronder bespreken we eerst de raming van het aantal excursies, fietstochten en bezoeken aan musea, evenementen en attractiepunten, ondernomen door de verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Vlaamse Kust in 2005. Vervolgens geven we een overzicht van de bruto participatiegraad aan deze diverse activiteiten. Tenslotte bekijken we welke activiteiten de verblijfstoeristen hebben ondernomen aan de Vlaamse Kust op de dag voorafgaand aan de ondervraging.

4.1 Raming aantal ondernomen activiteiten

4.1.1 Excursies naar andere kustgemeenten

In 2005 ondernamen de verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust naar schatting bijna 4,7 miljoen excursies naar een badplaats van een andere kustgemeente dan de kustgemeente waar ze logeerden (tabel 9.1).

Oostende is veruit het meest in trek als excursiebestemming voor verblijfstoeristen uit een andere kustgemeente. Van alle verblijfstoeristen die minstens 1 dergelijke excursie naar een andere kustgemeente ondernamen, bezocht 36,5% Oostende⁷. Blankenberge en De Panne bekleden een gedeelde tweede plaats als bestemming voor een dergelijke excursie: zij werden bezocht door respectievelijk 20,2% en 20,4% van de verblijfstoeristen die andere kustgemeenten hebben bezocht. Ook Nieuwpoort (17,9%) en Knokke-Heist (15,4%) zijn vrij populair als excursiebestemming vanuit een andere badplaats (tabel 9.2).

Voor meer details hierover verwijzen we naar tabellen 9.1 tot en met 9.14.

4.1.2 Rondritten weg van de Kust

Een rondrit wordt in dit onderzoek gedefinieerd als een trip waarbij men minstens drie verschillende bestemmingen aandoet, fietstochten niet inbegrepen.

De verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust ondernamen in 2005 naar schatting 419 000 van deze rondritten, waarvan 181 000 door het Brugse Ommeland en 160 000 door de Westhoek (tabel 9.15)

Het Brugse Ommeland en de Westhoek zijn veruit de populairste regio's voor dergelijke rondritten: van alle verblijfstoeristen die een dergelijke rondrit ondernamen, deden 44,0% de Westhoek aan, en 40,5% het Brugse Ommeland. Minder druk bezochte regio's zijn Zeeuwsch-Vlaanderen (13,3%) en Noord-Frankrijk (5,8%) (tabel 9.16).

Meer details hierover staan in tabellen 9.15 tot en met 9.28.

⁷ Dit betekent niet noodzakelijk dat Oostende de bestemming was voor 36,5% van de 4,7 miljoen excursies. De verblijfstoeristen kunnen meerdere badplaatsen hebben bezocht. We hebben enkel informatie over het totaal aantal excursies, maar niet over het aantal excursies per badplaats.

4.1.3 Stads- en dorpsbezoeken weg van de Kust

Een stads- of dorpsbezoek definiëren we in dit onderzoek als een trip die één specifieke stad of dorp als hoofdbestemming heeft, eventueel gecombineerd met één andere bestemming.

In 2005 ondernamen de verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust naar schatting ruim 1,6 miljoen bezoeken aan niet aan de Kust gelegen steden of dorpen. Veruit de populairste bestemming is Brugge, goed voor 728 000 bezoeken. Het Brugse Ommeland (exclusief Brugge) genereert daar bovenop nog 90 000 bezoeken, vooral dankzij Damme (56 000 bezoeken).

De Westhoek is goed voor 476 000 stads- en dorpsbezoeken, in de eerste plaats naar Veurne (237 000 bezoeken), maar ook vaak naar Ieper (95 000) en Diksmuide (81 000).

Een andere populaire bestemming is Sluis (123 000 bezoeken). Ook de Kunststeden Gent (61 000), Brussel (60 000) en Antwerpen (40 000) trekken vrij veel (vaak Britse) toeristen aan die aan de Kust verblijven. Meer details hierover zijn te vinden in tabellen 9.29 tot en met 9.34.

4.1.4 Fietstochten van meer dan één uur

In 2005 werden naar schatting ruim 2,7 miljoen fietstochten van meer dan één uur ondernomen door de verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust (tabel 9.35). Het grootste deel daarvan (2,1 miljoen) betreft fietstochten langs de Kust. Daarnaast werden naar schatting 616 000 fietstochten naar het Hinterland van de Kust gemaakt. Van deze fietstochten naar het Hinterland verliep ongeveer 45% (275 000 tochten) langs bewegwijzerde routes. Meer details hierover staan in tabellen 9.35 tot en met 9.40.

Tijdens het onderzoek werd ook gepeild naar de kennis en het gebruik van de Kustfietsroute. Van alle verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust blijkt iets minder dan de helft (45,6%) van het bestaan van de Kustfietsroute op de hoogte te zijn (tabel 9.41). Van alle verblijfstoeristen die een fietstocht van meer dan één uur ondernomen hebben langs de Kust, heeft ongeveer de helft (50,9%) daarbij stukken van de Kustfietsroute gevolgd. Voor meer details verwijzen we naar tabellen 9.41 tot en met 9.48.

4.1.5 Bezoek aan musea, evenementen en attractiepunten

De verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust ondernamen in 2005 naar schatting:

- 470 000 bezoeken aan musea, waarvan 297 000 aan de kust en 173 000 in het Hinterland;
- bijna 1 miljoen bezoeken aan attractiepunten, waarvan 887 000 aan de Kust en 109 000 in het Hinterland;
- 809 000 bezoeken aan evenementen, waarvan het merendeel aan de Kust (785 000) en een klein deel in het Hinterland (24 000).

Meer details hierover vindt u terug in tabellen 9.49 tot en met 9.54.

4.2 Overzicht bruto participatiegraad diverse activiteiten

Hierboven bespraken we het volume aan excursies, fietstochten en bezoeken aan musea, evenementen en attractiepunten dat gegenereerd wordt door het commerciële verblijfstoerisme aan de Kust. We bekijken nu hoe deze diverse activiteiten zich tot elkaar verhouden wat betreft de brutoparticipatiegraad. De brutoparticipatiegraad van een activiteit wordt gedefinieerd als het aantal keren dat deze activiteit wordt ondernomen op 100 verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust.

Op 100 verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust tellen we ongeveer:

- 180 excursies naar andere kustgemeenten;
- 16 rondritten weg van de Kust, waarvan 7 door het Brugse Ommeland en 6 door de Westhoek;
- 63 stads- en dorpsbezoeken weg van de Kust, waarvan bijna 4 in het Brugse Ommeland (excl. Brugge) en 18 in de Westhoek;
- 105 fietstochten van meer dan 1 uur langs de Kust, waarvan 81 langs de Kust en 24 in het Hinterland;
- 18 museumbezoeken, waarvan 11 aan de Kust en 7 in het Hinterland;
- 38 bezoeken aan attractiepunten, waarvan 34 aan de Kust en 4 in het Hinterland;
- 31 bezoeken aan evenementen, waarvan 30 aan de Kust en 1 in het Hinterland.

De participatiegraad aan deze activiteiten vertoont sterke verschillen naargelang de nationaliteit van de verblijfstoerist. Opvallend is bijvoorbeeld dat Britten, en in mindere mate Duitsers, veel meer stads- en dorpsbezoeken en rondritten weg van de Kust ondernemen. De Britten maken dan weer veel minder fietstochten.

Voor meer details hierover verwijzen we naar tabellen 9.55 tot en met 9.62.

4.3 Activiteiten van de vorige dag

Tabel 9.63 toont een gedetailleerd overzicht van de activiteiten die de verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust hebben ondernomen op de dag voorafgaand aan de ondervraging.

De volgende activiteiten werden door minstens 1 op 10 verblijfstoeristen beoefend:

- wandelen is de meest beoefende activiteit (90,4%), vooral op de dijk (78,6%) en op het strand (60,4%), in mindere mate in de badplaats of polder (42,0%) en de duinen (27,2%);
- recabezoek is de tweede belangrijkste activiteit (76,8%), zowel in cafés/terrassen (66%) als in restaurants (54,4%);
- winkelen is de derde belangrijkste activiteit (56,4%);
- daarna volgt zonnen (29,6%);
- zwemmen (22,3%) hetzij in zee (12,2%) hetzij in een zwembad (12,4%);
- fietsen (13,4%), hetzij op de dijk (10,5%), hetzij langs de Kust en in het Hinterland (7,7%);
- natuurobservatie (10,3%).

Deze activiteiten vinden hoofdzakelijk in de eigen badplaats plaats. Verdere details hierover vindt u in tabellen 9.63 tot en met 9.71.

5 Bestedingen

5.1 Gemiddelde bestedingen

Verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust besteden in 2005 gemiddeld 60,07 euro per persoon per nacht, waarvan 58,77 euro aan de Kust en 1,31 euro in het hinterland (zie tabel 9.72).

Deze 60,07 euro (Kust + Hinterland) is als volgt verdeeld over de verschillende bestedingsposten:

- 23,24 euro logies;
- 2,15 euro maaltijden in half en vol pension;
- 6,77 euro shopping, aankoop van recreatieve goederen, souvenirs, foto- en filmmateriaal, beauty en hygiëne;
- 1,43 euro sportbeoefening, ontspanning en toegangsprijzen;
- 9,50 euro restaurant;
- 3,62 euro café, terras;
- 1,20 euro tearoom, snackbar;
- 10,29 euro aankopen van voeding en drank (winkel of automaat), snacks om mee te nemen;
- 1,22 euro vervoer ter plaatse;
- 0,66 euro andere.

De gemiddelde besteding per persoon per nacht is in 2005, in reële prijzen, 38% hoger dan in 1999. Deze stijging van de bestedingen heeft zich doorgezet binnen al de verschillende bestedingsposten. De bestedingen zijn het sterkst gestegen binnen de categorieën vervoer ter plaatse (+ 66%), aankopen van voeding, drank en snacks om mee te nemen (+63%), restaurant (+51%) en shopping (+47%).

Er zijn vrij sterke verschillen in de gemiddelde besteding per persoon per nacht (kust + hinterland) naargelang het land van herkomst (tabel 9.73):

- Belgen: 58,41 euro;
- Duitsers: 59,62 euro;
- Nederlanders: 55,92 euro;
- Fransen: 74,40 euro;
- Luxemburgers: 106,02 euro;
- Britten: 77,86 euro.

Ook naargelang de logiesvorm zijn er sterke verschillen wat betreft de gemiddelde besteding per persoon per nacht (kust + hinterland) (tabel 9.74):

- Hotel: 93,07 euro;
- Vakantiedorp: 50,01 euro;
- Vakantiecentrum voor sociaal toerisme: 54,76 euro;
- Individuele huurvakantiewoning: 54,10 euro;
- Camping: 36,46 euro.

Meer details over de bestedingen per logiesvorm binnen elke markt vindt u in tabel 9.75.

Ongeveer 7% van de verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust boekte zijn verblijf als een arrangement: een reisformule waarbij de prijs van de afzonderlijke delen niet gekend is (tabel 9.76 en 9.77). Het aantal arrangementen ligt daarmee ongeveer even hoog als in 1999. Vooral bij de Britten is deze formule zeer populair: 4 op 5

Britten boekte een arrangement. In deel 2 (Onderzoeksmethodologie) wordt onder punt 2.2.4 uitgelegd hoe met deze arrangementen werd omgegaan bij de berekening van de gemiddelde berekening per persoon per nacht aan het logies.

Ruim de helft (52,9%) van de verblijfstoeristen die in een hotel logeren kiest voor een formule 'kamer met ontbijt'. Iets meer dan een derde (36,4%) kiest voor half pension, 6,4% voor vol pension (tabel 9.78). In vergelijking met 1999 is er een kleine verschuiving van de formule vol pension naar de formule half pension.

De indexcijfers omtrent de bestedingen in functie van andere variabelen (beroepscategorie, type van verblijf, verblijfsperiode, samenstelling van het reizende gezelschap) worden weergegeven in tabellen 9.79 tot en met 9.82.

5.2 Raming van de bestedingen

Rekening houdend met de veronderstellingen, beschreven in de onderzoeksmethodologie, ramen we de totale besteding van de verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust in 2005 op 905,5 miljoen euro, waarvan 886,8 miljoen euro wordt uitgegeven aan de Kust, en 18,8 miljoen euro in het hinterland (tabel 9.83 en 9.84). In vergelijking met 1999 betekent dit een stijging in reële prijzen van 30%.

De geraamde 905,5 miljoen euro (Kust + hinterland) wordt als volgt verdeeld over de verschillende herkomstlanden:

- Belgen: 694,1 miljoen euro;
- Duitsers: 56,5 miljoen euro;
- Nederlanders: 51,2 miljoen euro;
- Fransen: 32,4 miljoen euro;
- Luxemburgers: 24,6 miljoen euro;
- Verenigd Koninkrijk: 33,0 miljoen euro;
- Andere nationaliteiten: 13,6 miljoen euro.

De verdeling over de verschillende logiesvormen is als volgt:

- Hotel: 268,6 miljoen euro;
- Vakantiedorp: 44,9 miljoen euro;
- Vakantiecentrum voor sociaal toerisme: 57,8 miljoen euro;
- Individuele huurvakantiewoning: 474,7 miljoen euro;
- Camping: 40,1 miljoen euro;
- Logies voor doelgroepen: 19,4 miljoen euro.

In functie van de verschillende bestedingscategorieën ramen we de uitgaven aan de Kust (exclusief hinterland) als volgt (exclusief de uitgaven van verblijfstoeristen in logies voor doelgroepen):

- logies: 343,1 miljoen euro;
- maaltijden in half/vol pension: 33,3 miljoen euro;
- shopping, aankopen recreatieve goederen, souvenirs, foto- en filmmateriaal, beauty en hygiëne: 93,1 miljoen euro;
- sportbeoefening, ontspanning, toegangsprijzen: 18,4 miljoen euro;
- restaurant: 136,9 miljoen euro;
- café, terras: 52,7 miljoen euro;
- tearoom, snackbar: 17,5 miljoen euro;

- aankopen van voeding en drank (winkel of automaat), snacks om mee te nemen: 147,3 miljoen euro;
- vervoer ter plaatse: 16,2 miljoen euro;
- andere: 9,0 miljoen euro.

Als we hierbij de bestedingen in het hinterland tellen (18,5 miljoen euro) en de bestedingen van de verblijfstoeristen uit logies voor doelgroepen (19,4 miljoen euro), komen we opnieuw op het totaal van 905,5 miljoen euro.

6 Bijlagen

- Nederlandstalige vragenlijst
- Franstalige vragenlijst
- Duitstalige vragenlijst
- Engelstalige vragenlijst