

DOELGROEP

De Toerismecahiers bieden professionelen en studenten inzicht in actuele onderwerpen die in de toeristische sector aan de orde zijn. De geboden informatie is praktijkgericht, maar ook altijd wetenschappelijk onderbouwd en verantwoord.

KORTE SAMENVATTING

Waarom gaan mensen op vakantie? En waarom kiezen ze voor Vlaanderen als vakantiebestemming? Het zijn vragen die toeristische ondernemers zich elke dag stellen. Toerisme Vlaanderen en Guidea voerden een diepgaand onderzoek uit naar de basismotivaties van de toeristen uit onze buurlanden, de belangrijkste toeristische markten voor Vlaanderen.

Dit Toerismecahier bouwt voort op de sociodemografische kenmerken van de Vlaanderen Vakantieganger en de algemene kenmerken van zijn vakantie. Dit onderzoek gaat verder dan de rationele façade, de feitelijke gegevens. Een toerist zal een stad bezoeken voor de gebouwen, de cultuur en het patrimonium. Maar wat zijn de achterliggende motivaties en behoeften van deze consument? Wil hij vooral nieuwe ervaringen opdoen? Of wil hij gewoon gezellig samenzijn met familie?

Dit Toerismecahier brengt de behoeften van de Nederlandse, Duitse, Franse en Britse toerist in kaart. Op basis daarvan kunnen toeristische ondernemers een aantal conclusies trekken over welke vakantiegangers Vlaanderen aantrekt en waar nog potentieel is voor Vlaanderen als vakantiebestemming voor toeristen uit onze buurlanden. Hij kan zijn aanbod afstemmen op de behoeften van de toerist en hem ook op de juiste manier overtuigen om voor zijn bestemming te kiezen.

Dit Toerismecahier is een publicatie van Toerisme Vlaanderen en Guidea, het Kenniscentrum voor Toerisme en Horeca.



Verantwoordelijke uitgever:
Raymonda Verdyck, Toerisme Vlaanderen
Grasmarkt 61, 1000 Brussel

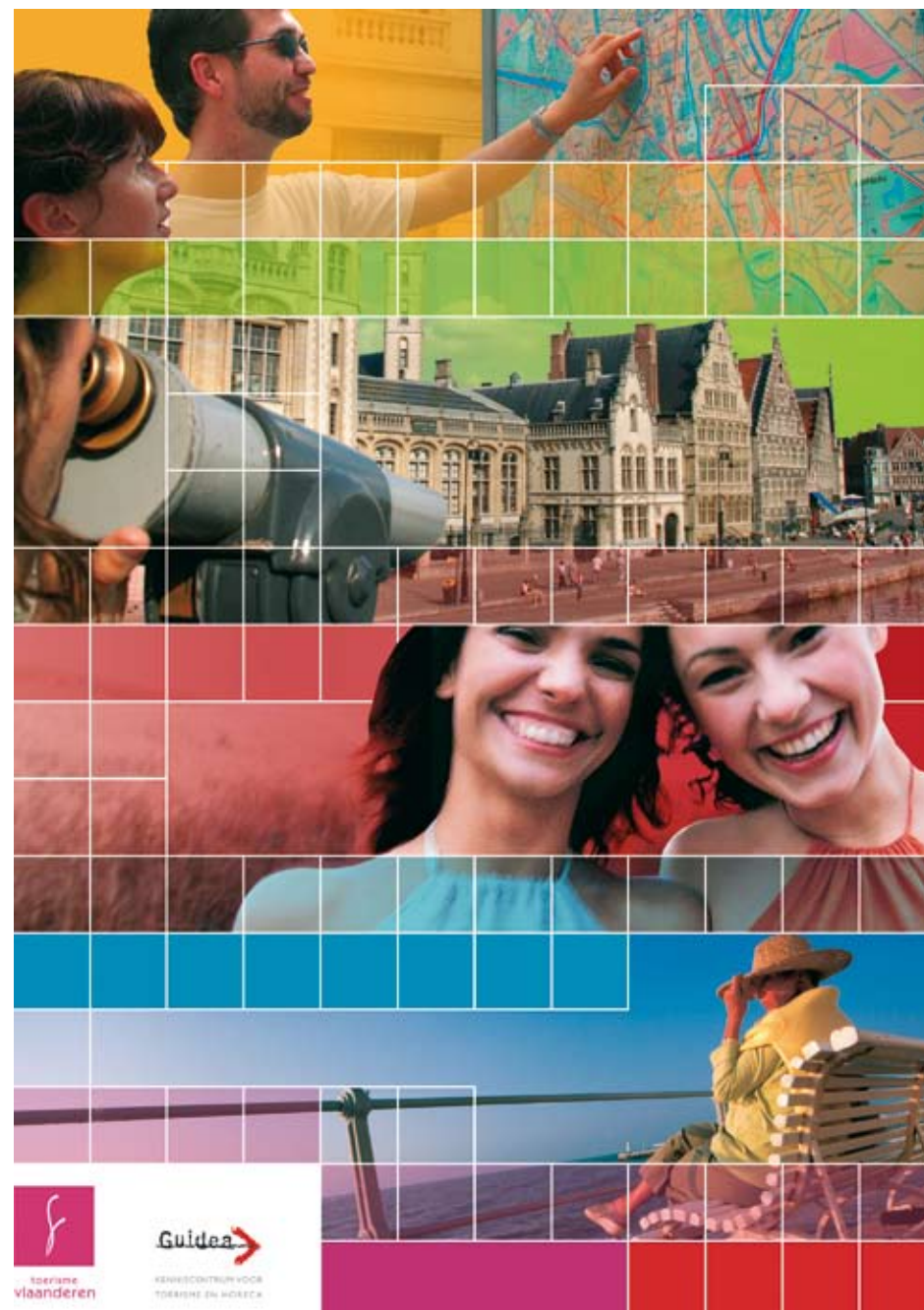
Wettelijk Depot: D/2007/5635/14

5

Profielwijzer van de toerist

Profielwijzer van de toerist

□ Basismotivaties van de vakantiegangers uit de buurlanden □



Toerismecahiers

Profielwijzer van de toerist

Basismotivaties van de vakantiegangers
uit de buurlanden



Inhoud

WOORD VOORAF	5
TEN GELEIDE	7
HOOFDSTUK 1. Doelstelling en methodologie	9
1.1 Doelstelling van het onderzoek	9
1.2 Methodologie van het onderzoek	10
HOOFDSTUK 2. De fundamentele betekenis van vakantie	13
2.1 Vakantie nemen, wat is dat?	13
2.2 Het verschil in verwachtingen	14
2.3 Het verschil in nationaliteit	16
HOOFDSTUK 3. Indeling van de vakantiebehoeften	19
3.1 Twee dimensies	19
3.2 De beleving van vakantie	20
3.3 Het verschil in beleving van korte en lange vakanties	21
3.4 De verschillende behoefteprofielen	22
HOOFDSTUK 4. Kenmerken van de profielen	25
4.1 De Onafhankelijke Ontdekker	27
4.2 De Funreiziger	33
4.3 De Actieve Genieter	39
4.4 De Sociale Genieter	43
4.5 De Normatieve Genieter	48
4.6 De Veilige Reiziger	52
4.7 De Stijlvolle Belever	57

COLOFON

Toerisme Vlaanderen

Verantwoordelijke uitgever: Raymonda Verdyck, Toerisme Vlaanderen,
Grasmarkt 61, 1000 Brussel

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

Foto's:

Diatheek Toerisme Vlaanderen

Wettelijk Depot: D/2007/5635/14

4.8 De Perfectiezoeker	62
4.9 De Statuszoeker	66

HOOFDSTUK 5. Kenmerken van de profielen per nationaliteit 70

5.1 Duitsland	71
5.2 Frankrijk	74
5.3 Verenigd Koninkrijk	77
5.4 Nederland	80
5.5 Overzicht	83



Woord vooraf

Beste vakantiemaker, beste toerismespecialist

Van een televisiekijker weten we dat hij als het ware meerdere persoonlijkheden heeft. Verschillende televisiemomenten hebben voor mensen telkens een andere betekenis: ontspanning, informatie, educatie,... We zappen naar de uitzending die het meest beantwoordt aan onze behoeften van het moment. Leve de afstandsbediening!

Toeristen zijn een beetje als zappende televisiekijkers. Niemand is onder alle omstandigheden een 'citytripper' of kiest altijd voor een wandelvakantie. We kiezen, vaak meermaals per jaar, de vakantie waaraan we op dat moment het meest behoefte hebben. Iedere toerist neemt, met andere woorden, verschillende gedaanten aan. Of combineert ze.

Dat maakt het er voor onze toeristische sector niet makkelijker op. Vakantiemakers en -verkopers moeten zich immers richten op die verschillende behoeften die in elke toerist verborgen zitten.

Met deze diepgaande studie zoomen we in op de gedaantes die de toeristen uit onze buurlanden aannemen. Vanuit welke behoeften komen Britten naar Vlaanderen? Wat zijn de motieven van Nederlanders om naar Vlaanderen af te zakken? Waarom kiezen Fransen voor een vakantie bij ons en wat drijft Duitsers naar hier?

U zal merken dat er niet zoiets bestaat als dé Britse toerist of dé Franse bezoeker. Toch zijn er verschillen vast te stellen tussen de verschillende profielen van onze burens.

Dit onderzoek helpt Toerisme Vlaanderen zijn promotie in onze buurlanden op de juiste doelgroepen toe te spitsen. Maar het is in eerste instantie bedoeld voor de Vlaamse toeristische ondernemers. Voor de hoteluitbater die zijn aanbod beter wil afstemmen op de talrijke Britten die zijn regio aantrekt. Voor de reisorganisator die zijn Duits publiek beter wil bedienen. Of voor de toeristische dienst die gerichte promotie voert naar Nederlanders of Fransen.

Met deze leidraad reik ik de Vlaamse toeristische sector de hand om het toerisme in Vlaanderen nog beter af te stemmen op de verlangens van onze buitenlandse doelgroepen. En om ons aanbod nog aantrekkelijker te maken.

de Vlaamse minister van Toerisme



Ten geleide

Wie een product met succes op de markt wil brengen, moet weten wat de consument denkt, voelt en vindt. Hij moet zijn wensen, verwachtingen, verlangens en behoeften kennen. Maar dat is niet eenvoudig. Want de consument van vandaag laat zich niet gemakkelijk in een hokje zetten. Hij 'zapt' voortdurend van hier naar daar, van links naar rechts. Bovendien laat hij zich niets wijsmaken. Hij is mondiger, meer ervaren en ook veeleisender geworden. Kortom, hij weet wat hij wil.

En dat geldt ook op het vlak van vakantie. Zijn vakantie moet voldoen aan een aantal fundamentele behoeften en verwachtingen. Die verschillen van persoon tot persoon, maar nog meer van situatie tot situatie. Een persoon kan het ene moment kiezen voor een vakantie aan de kust met zijn gezin, op een ander moment met vrienden op stap gaan in de stad, en nog later met de partner een romantisch weekendje in Brussel boeken. Het vakantiegedrag van de huidige consument is dus complex en onvoorspelbaar.

Toerisme is bovendien een sterk concurrentiële sector. De internationale druk door recente evoluties zoals de komst van lowcostcarriers, de explosieve groei van het internet, de grotere mobiliteit, ... dwingt een toeristische bestemming zoals Vlaanderen om zich duidelijk te profileren en haar potentiële klanten te leren kennen en aan te spreken.

De klassieke aanpak van een mooie brochure met daarin het volledige aanbod volstaat niet meer. De bestemming op zich is niet meer het enige beslissingscriterium. De consument die er even tussenuit wil met vrienden op een citytrip zal de keuze van de bestemming laten afhangen van verschillende factoren zoals het imago van de stad, maar ook van eventuele aanbiedingen op dat moment, de (goedkope) luchtverbindingen, ...

Deze behoeften van de toerist kennen, is dan ook erg belangrijk. Wie zicht heeft op de fundamentele behoeften en verwachtingen van de toerist van vandaag, kan zijn toeristisch aanbod hierop afstemmen en de wispelturige vakantieganger geven wat hij wil.

Toerisme Vlaanderen, het Intern Verzelfstandigd Agentschap (met rechts-persoonlijkheid) van de Vlaamse gemeenschap, ziet het als zijn opdracht om de marktevoluties in Vlaanderen op de voet op te volgen en deze informatie zo breed mogelijk te verspreiden bij al wie betrokken is bij het toerisme in Vlaanderen. Motivationeel onderzoek is hiervan een belangrijke pijler. Dit toerismecahier brengt de basisverwachtingen en behoeften van de vakantieganger uit onze buurlanden in kaart. Wat verwacht een Nederlander, Brit, Fransman of Duitser van zijn vakantie? En waarom zouden ze Vlaanderen kiezen als vakantiebestemming? De antwoorden op deze vragen worden uiteengezet in deze publicatie.

Om het onderzoek te kaderen, lichten we vooraf eerst de methodologie toe en staan we even stil bij de essentiële betekenis van 'op vakantie gaan'. Op basis van de verschillende behoeften van de vakantiegangers, onderscheidt het onderzoek negen vakantieprofielen, met elk specifieke kenmerken van het karakter van de vakantieganger en van zijn gedroomde vakantie. In hoofdstuk 4 worden de profielen uitgebreid toegelicht, telkens aan de hand van een voorbeeld van hoe zo'n vakantieganger zijn gading zou kunnen vinden in Vlaanderen. Hoofdstuk 5 bekijkt dan de verschillen die er bestaan tussen de toeristen in de vier buurlanden. Tot slot gieten we alle informatie in een overzichtskader, ter vergelijking van de bestaande profielen in elk land.

Dit onderzoek kwam tot stand door Toerisme Vlaanderen en Guidea, het Kenniscentrum voor Toerisme en Horeca.

Toerisme Vlaanderen



Doelstelling en methodologie

1.1 | DOELSTELLING VAN HET ONDERZOEK

Een van de kernopdrachten van Toerisme Vlaanderen is de promotie van Vlaanderen en Brussel als toeristische bestemming, zowel in België als in het buitenland. De voorbije jaren stond de promotie van Vlaanderen vooral in het teken van zijn producten: de kust, de kunststeden en de Vlaamse regio's. De consumenten van vandaag kijken echter op een heel andere manier naar het toeristische product, zoeken vooral beleving en lifestyle. En ze willen ook op die manier aangesproken worden. De nieuwe marketingstrategie van Toerisme Vlaanderen wil niet focussen op het Vlaamse aanbod, maar vooral rekening houden met de toerist en zijn behoeften.

Motivationeel onderzoek kan hierop een antwoord bieden. Het tracht verder te kijken dan de rationele façade. Een toerist zal een stad bezoeken voor de gebouwen, de cultuur en het patrimonium. Maar wat zijn de achterliggende motivaties en behoeften van deze consument? Wenst hij vooral zijn eigen kennis te verrijken of is het eerder een gezellig samen-zijn met familie?

De feitelijke gegevens kennen we al op basis van bestaande bronnen en onderzoeken. Het sociodemografisch profiel van de verblijfstoerist die Vlaanderen bezoekt en de algemene kenmerken van zijn vakantie staan beschreven in het toerismecahier 'De Vlaanderen Vakantieganger anno 2005'¹. Om een duidelijk beeld te krijgen van het belang van de verschillende markten voor Vlaanderen, is het dus essentieel om ook deze gegevens te kennen.

¹ Toerisme Vlaanderen (2006), De Vlaanderen Vakantieganger anno 2005, 178 p.

Daarnaast werd in 2005 een onderzoek uitgevoerd dat peilde naar de basismotivaties van de Belgische vakantieganger. Het peilde naar de fundamentele behoeften en verwachtingen van de Belg op het vlak van vakantie. Een uitbreiding van dit onderzoek naar de voor Vlaanderen belangrijkste toeristische markten, de buurlanden, drong zich op.

Het onderzoek dat in dit toerismecahier besproken wordt, focust op de regio's in onze buurlanden die belangrijk zijn voor het toerisme in Vlaanderen en gaat uit van drie basisvragen:

- Wat zijn de motivaties en verwachtingspatronen die het vakantiegedrag van de toerist bepalen?
- Hoe kunnen we die verschillende behoeftepatronen indelen?
- Hoe kan Vlaanderen als vakantiebestemming deze verschillende verwachtingen invullen?

De indeling van de behoeften in verschillende profielen is gebaseerd op de kenmerken van vakanties die hen onderscheiden van de andere profielen, en niet op de algemene eigenschappen van een gemiddelde vakantie in Vlaanderen. Een omschrijving dat profiel x meer reisgidsen hanteert, wil dus niet zeggen dat dit de voornaamste informatiebron is, maar dat hij onderscheidend meer dan de andere profielen van deze infobron gebruik maakt.

De resultaten van het onderzoek helpen aanbieders en beleidsmakers zoals Toerisme Vlaanderen om Vlaanderen als vakantiebestemming aantrekkelijker te maken bij de toerist uit onze buurlanden en de marketingacties af te stemmen op deze markten.

1.2 | METHODOLOGIE VAN HET ONDERZOEK

De onderzoeken in de buurlanden zijn gebeurd in samenwerking met het onderzoeksbureau Synovate-Censydiam. Uitzondering is het onderzoek in Nederland, dat uitgevoerd werd met een andere partner: TNS Dimarso. De basismethodologie was overal dezelfde en er werd naar een maximale vergelijkbaarheid gestreefd. Toch zijn er soms verschillen waardoor een vergelijking tussen de vier buurlanden niet altijd mogelijk is.

Voor alle duidelijkheid spreken we in dit cahier altijd in mannelijke vorm over de toerist. Dat geeft echter geen indicatie over het geslacht van de ondervraagde. Overal waar *hij* staat, mag ook *zij* gelezen worden.



Het onderzoek bestaat uit twee fasen:

- een kwalitatieve fase met individuele diepte-interviews
- een kwantitatieve fase met online panelgesprekken

1.2.1 | DE KWALITATIEVE FASE

Deze eerste fase van het onderzoek bestond uit 26 individuele diepte-interviews in Nederland en telkens 27 in de andere landen. Elk interview duurde ongeveer twee uur. De ondervraagden waren allemaal minstens een keer per jaar op vakantie gegaan en werden verdeeld volgens:

- leeftijd
- geslacht
- korte of lange vakantie (kleiner of gelijk aan drie overnachtingen versus meer dan drie overnachtingen)
- het al dan niet hebben van kinderen

Wat is de waarde van kwalitatief onderzoek?

Kwalitatief onderzoek wil op de eerste plaats inzicht verschaffen. Mensen gebruiken doorgaans rationele en feitelijke elementen om hun gedrag te verantwoorden of te verklaren. Kwalitatieve interviews graven vooral naar datgene wat onder deze rationele oppervlakte zit, om zo de echte essentie van hun beleving te ontdekken. Mensen zeggen immers niet altijd wat ze doen en ze doen niet altijd wat ze zeggen.

Dat wil niet zeggen dat mensen onbetrouwbare wezens zijn die er plezier in vinden marktonderzoekers het leven zuur te maken. Het betekent enkel dat mensen zich niet altijd (volledig) bewust zijn van de draagwijdte van hun beleving en gedrag. Bij een vraag rechttoe rechtaan zullen ze wel altijd – uit beleefdheid – een antwoord geven. Of dit antwoord dan de werkelijke essentie raakt, is voor de ondervraagde minder relevant. Voor diegene die er later zijn strategische beslissingen op baseert, is ze des te crucialer.

Kwalitatieve interviews verlopen niet volgens een vastgestelde vragenlijst. Bij deze interviews wordt enkel een gespreksgids gehanteerd als leidraad. Het is de bedoeling om dieper te gaan dan de traditionele enquêtes. De enquêteur zal niet eenvoudigweg een vraag stellen, het antwoord noteren en overgaan tot de volgende vraag. Hij zal de gesprekspartner aanmoedigen om verder te vertellen, bijkomende vragen stellen en hem aansporen om het antwoord uit te leggen.

Statistische representativiteit is bij een kwalitatief onderzoek dan ook niet belangrijk. Het wil inzicht verschaffen in de problematiek en moet dus eerder bepaalde gedragspatronen typeren. Kwalitatief onderzoek moet vooral heterogeen zijn en de diversiteit aan meningen, opvattingen en percepties vatten. De geïnterviewde personen worden eerder geselecteerd op basis van relevant gedrag en relevante kenmerken, ongeacht of dit een precieze statistische weerspiegeling is van de totale doelgroep.

1.2.2 | DE KWANTITATIEVE FASE

Kwantitatief onderzoek zorgt voor de nodige cijfers die de hypothesen van de kwalitatieve fase moeten bekrachtigen. In deze fase is een representatieve steekproef wel noodzakelijk. De groep van respondenten moet een goede weerspiegeling zijn van de populatie.

In Nederland werden in totaal 1.302 personen ondervraagd, in Frankrijk 924, in het Verenigd Koninkrijk 890 en in Duitsland 888. Ze zijn allemaal minstens een keer per jaar op vakantie gegaan. Bovendien zijn ze representatief verdeeld volgens de populatie in het land naar leeftijd en geslacht.

Enkel in Nederland kwamen de geïnterviewden uit alle hoeken van het land. In de andere buurlanden zijn slechts bepaalde regio's van belang voor Vlaanderen als vakantiebestemming. Daarom werden enkel deze regio's bevraagd:

- Frankrijk: Nord-Pas-de-Calais, Ile de France (inclusief Parijs)
- Verenigd Koninkrijk: South East, inclusief Londen
- Duitsland: Nordrhein-Westfalen

Om een beeld te krijgen van de redenen waarom iemand een vakantie doorbrengt in Vlaanderen, is 41% van de respondenten effectief in Vlaanderen met vakantie geweest. Deze respondenten hadden Vlaanderen de afgelopen drie jaar minstens eenmaal bezocht. Ze werden specifiek bevraagd om de behoeften van een vakantie in Vlaanderen in kaart te brengen.

De fundamentele betekenis van vakantie

2.1 | VAKANTIE NEMEN, WAT IS DAT?

Vakantie is op de eerste plaats een vorm van 'escape'. We nemen vakantie om te ontsnappen aan het alledaagse, om ons te onttrekken aan de routine en de sleur. Het is een periode waarin we de verantwoordelijkheden kunnen loslaten.

Wanneer mensen met vakantie gaan, zijn ze voornamelijk op zoek naar ontspanning. Je gaat weg uit je bekende omgeving (ook al hoeft dat niet ver te zijn) om de batterijen weer op te laden en nieuwe energie op te doen. Vakantie is dus een manier om terug in balans te komen. Zowel op fysiek vlak (rusten, het hectische vermijden, op een langzamer tempo leven) als op psychologisch niveau (de geest volledig vrijmaken).

Mensen hanteren een aantal criteria om een periode als vakantie te bestempelen. Het spreekt vanzelf dat die criteria niet voor iedereen in dezelfde mate gelden, maar ze vormen toch een soort grootste gemene deler.

- Vakantie is een periode waarin je kan genieten van het samenzijn met het gezin, vrienden, de familie,... Het is een tijd die je doorbrengt met leuke mensen. Genieten, fun en plezier zijn sleutelwoorden.
- Tijdens een vakantie moet je je volledig kunnen ontspannen, zonder regels en verplichtingen. Je voelt je volledig vrij en hoeft je nergens zorgen over te maken.
- Vakantie is typisch een moment waarop de banden met het gezin aangehaald worden. Je wilt samen een mooie tijd beleven.
- De vakantie moet ook voor alle leden van het gezin wat te bieden hebben. De kinderen moeten kind kunnen zijn, maar ook de ouders

moeten tijd en ruimte hebben om zich te ontspannen en echt vakantie te hebben.

- Vakantie is een periode waarin je met het gezin dingen kan doen waar je anders geen tijd voor hebt (of tijd voor maakt).
- In een vakantie kan je ook nieuwe dingen uitproberen en andere culturen ontmoeten. Het is een verrijkende ervaring.
- Vakantie betekent ook 'weg zijn van huis, weg uit de dagelijkse omgeving'. De afstand speelt hierbij op zich niet zo'n grote rol. Belangrijk is vooral dat je terecht komt in een andere omgeving waarin het ritme en het tempo van het alledaagse leven wijzigen.

Andere kenmerken die ook belangrijk zijn voor een vakantie:

- een mooie natuur
- een gemoedelijke en gastvrije bevolking
- aangenaam weer
- goed eten
- netheid
- een rustgevende omgeving
- interessante bezienswaardigheden

2.2 | HET VERSCHIL IN VERWACHTINGEN

Zoals al werd aangehaald, moet de vakantie van de hedendaagse toerist voldoen aan een aantal fundamentele behoeften. Maar tegelijk zijn er wezenlijke verschillen tussen vakantiegangers.

Toeristen kunnen enerzijds op heel wat punten gelijkaardige verwachtingen hebben wanneer ze een bepaalde bestemming bezoeken. Zo zou je bijvoorbeeld kunnen verwachten dat de meeste toeristen die onze kunststeden bezoeken, dit doen om er kunst en cultuur op te snuiven.



Anderzijds kunnen toeristen voor dezelfde bestemming kiezen, maar toch met andere verwachtingen of met een ander doel voor ogen. Zo zal de ene toerist bijvoorbeeld Antwerpen bezoeken omwille van de historische gebouwen en musea. Terwijl een ander Antwerpen vooral als modecentrum bekijkt. Nog een ander ziet Antwerpen misschien op de eerste plaats als een stad met veel goede uitgaansmogelijkheden.

Het is belangrijk om een zicht te krijgen op de behoeften en verwachtingen die leven bij de buitenlandse vakantieganger. De verschillende profielen en hun specifieke kenmerken kunnen dan vergeleken worden met het imago van de bestemming en de troeven van de bestemming die dat soort toerist kunnen aanspreken.

In de hierna volgende hoofdstukken gaan we eerst dieper in op de fundamentele betekenis van vakantie. Welke elementen zijn voor de meeste vakantiegangers belangrijk? Zijn er kenmerken die voor iedereen gelden, ongeacht wie de persoon is en waar de reis naartoe gaat? Waarin zijn toeristen gelijk aan elkaar?

Daarna focussen we op de verschillende profielen van vakantiegangers. Welke profielen zijn er? Op welke punten onderscheidt het ene profiel zich van het andere? Wat zijn de kenmerken van elk profiel? Hoe groot zijn deze segmenten?

Belangrijk om hierbij voor ogen te houden, is dat het steeds gaat om 'behoefteprofielen'. De verschillende segmenten zijn niet vast te pinnen op één vakantieganger. Een toerist zal niet in alle situaties hetzelfde nastreven. Naargelang de omstandigheden zal hij (al dan niet bewust) andere behoeften proberen in te vullen. Zo kan iemand kiezen voor een vakantie met de familie aan de Vlaamse kust, een citytrip met de partner in Antwerpen, een weekend met vrienden in het groen,... Het gaat steeds om dezelfde persoon, maar toch zullen zijn verwachtingen in elk van deze omstandigheden anders zijn.

Dit neemt echter niet weg dat iemand een dominant patroon kan hebben dat veel vaker terugkomt.

2.3 | HET VERSCHIL IN NATIONALITEIT

Betekent 'op vakantie gaan' hetzelfde voor vakantiegangers uit de buurlanden? Of zijn er opvallende verschillen tussen deze landen?

Door de wat verschillende aanpak van het onderzoek in Nederland, is een directe vergelijking met dit land eerder moeilijk.

2.3.1 | FRANKRIJK

De Fransen hechten, in vergelijking met de andere twee landen, meer belang aan cultuur. Ze zoeken een verrijkende en verrassende vakantie waarin ze hun culturele horizon kunnen verbreden en zich kunnen herbronnen.

De Fransen zijn eveneens meer op zoek naar exclusiviteit. Het mag een vakantie zijn waarin ze zich iets meer veroorloven, op voorwaarde dat dit hen toelaat om meer exclusieve en gecultiveerde plaatsen te bezoeken.

Vakantie is voor hen een periode van zorg dragen voor zichzelf en voor elkaar, gecombineerd met plezier en een zekere ongeremdheid.

Fransen zullen ook vaker kiezen voor een bestemming met veel culturele steden die dicht bij elkaar liggen of voor een vrij onbekende regio met veel fiets- en wandelmogelijkheden.

2.3.2 | VERENIGD KONINKRIJK

Bij de Britten staat meer het amusement en de fun met gezin, familie of een groep vrienden voorop. Het sociale karakter is belangrijk. Een vakantie zonder remmingen, waarin je kan doen waar je zin in hebt en je helemaal kan laten gaan.

De Britten hechten ook meer belang aan het luxueuze aspect. Een vakantie die net iets meer heeft. De luxe maakt de vakantie echt geslaagd.

Ze zoeken daarnaast meer pure rust en totale ontspanning in een vertrouwde omgeving, waar hen geen verrassingen te wachten staan.

Hun ideale bestemming biedt vaak veel uitgaansmogelijkheden, leuke cafés, attracties, pretparken en goed eten.



2.3.3 | DUITSLAND

Bij de Duitsers staat meer het gezin voorop in hun vakantiebeleving. De vakantie moet voor iedereen in het gezin wat te bieden hebben.

Verder verwachten ze dat hun vakantie verrijkend en inspirerend is, gecombineerd met fun.

De Duitsers zoeken een bestemming met interessante musea, goede verblijfsmogelijkheden, veel sportfaciliteiten en mogelijkheid om te shoppen. De bestemming is ook liever niet te veraf, ideaal voor een korte vakantie.

Tabel 1: Het verschil van vakantiebeleving op basis van nationaliteit.

VAKANTIE IS ... ?		
FRANKRIJK	VERENIGD KONINKRIJK	DUITSLAND
<ul style="list-style-type: none"> - CULTURELE HORIZON VERBREDEN - ZICH HERBRONNEN OP ANDERE VLAKKEN, WAAR ER ANDERS GEEN TIJD VOOR IS - ZICHZELF IETS MEER VEROORLOVEN, EXCLUSIEVE EN MEER GECULTIVEERDE PLAATSEN BEZOEKEN 	<ul style="list-style-type: none"> - MET VRIENDEN EN FAMILIE ZICH AMUSEREN EN GENIETEN VAN ELKAAR - PURE RUST, TOTALE ONTSPANNING ZONDER VERRASSINGEN - NET IETS MEER DAN ANDERS, LUXE VAN HET VERBLIJF MAAKT HET ECHT GESLAAGD 	<ul style="list-style-type: none"> - VOOR IEDEREEN IN HET GEZIN

GEVOEL?		
FRANKRIJK	VERENIGD KONINKRIJK	DUITSLAND
<ul style="list-style-type: none"> - PLEZANT - VERRIJKEND - VERRASSEND - ONGEREMD - ZORGZAAM - EXCLUSIEF 	<ul style="list-style-type: none"> - GENIETEND - FUN - VERTROUWD - SOCIAAL - ONGEREMD - LUXUEUS 	<ul style="list-style-type: none"> - VERRIJKEND - FUN - INSPIREREND

KENMERKEN BESTEMMING?		
FRANKRIJK	VERENIGD KONINKRIJK	DUITSLAND
<ul style="list-style-type: none"> - GOEDE WANDELMOGELIJKHEDEN - MOGELIJKHEID TOT WINKELN - VEEL CULTURELE STEDEN DIE DICHT BIJ ELKAAR LIGGEN - VRIJ ONBEKENDE REGIO - GOEDE FIETSMOGELIJKHEDEN 	<ul style="list-style-type: none"> - GOED ETEN - VEEL UITGAANSMOGELIJKHEDEN - LEUKE CAFÉS - LEUKE ATTRACTIES/PRETPARKEN 	<ul style="list-style-type: none"> - GROOT AANBOD VERBLIJFSMOGELIJKHEDEN - MOGELIJKHEID TOT WINKELN - VOOR EEN KORTE VAKANTIE - INTERESSANTE MUSEA - GOEDE SPORTMOGELIJKHEDEN - NIET VER

Indeling van de vakantiebehoefte

3.1 | TWEE DIMENSIES

Mensen gaan dus in essentie op vakantie om dezelfde reden, maar ze geven er elk hun eigen invulling aan. Elke vakantie is als het ware een variatie op de fundamentele betekenis van vakantie. De verschillende variaties die in de buurlanden naar voor komen, kunnen we groeperen in bepaalde behoefteprofielen. Die schematische indeling gebeurt op basis van twee assen of dimensies.

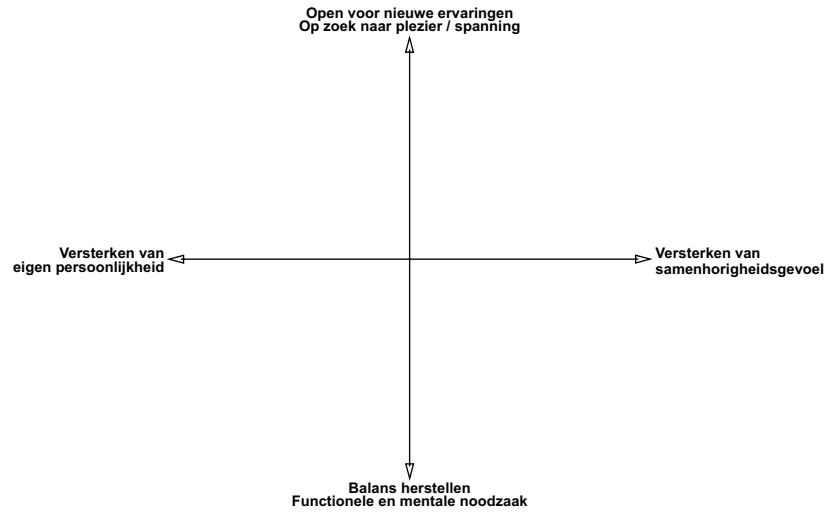
De verticale as verwijst naar de individuele dimensie. Op welke manier vertaalt de persoon 'op vakantie gaan' voor zichzelf? Welke voldoening biedt het hem? Er zijn twee mogelijkheden:

- Enerzijds is 'op vakantie gaan' een opportuniteit om nieuwe ervaringen op te doen, het leven te verrijken. Het individu wil op een open en ongedwongen wijze dingen meemaken en beleven.
- Anderzijds is 'op vakantie gaan' een noodzakelijke manier om zijn persoonlijk evenwicht (balans) te herstellen, zowel fysiek als mentaal. Het individu is sterk gericht op het zoeken naar controle over de vreemde omgeving waarin hij zich bevindt en hij moet er zich veilig en zeker voelen.

De horizontale as verwijst naar de sociale dimensie. Vakantie speelt immers ook op sociaal en maatschappelijk vlak een belangrijke rol. Ook hier zijn er twee uitersten:

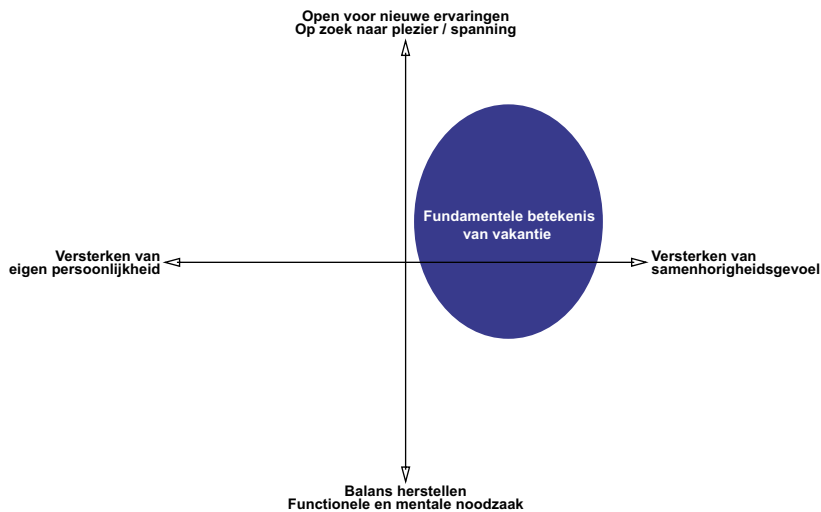
- Enerzijds kan vooral de drang om zich te integreren doorwegen. De vakantie versterkt het 'wij-gevoel'. De verbondenheid met het gezin of met de vrienden en het gevoel erbij te horen zijn erg belangrijk voor het individu.
- Anderzijds kan het verlangen om zich te differentiëren dominant zijn. Het 'ik' staat meer centraal. Op vakantie gaan, versterkt de eigen persoonlijkheid.

Figuur 1: Motivationale assen



3.2 | DE BELEVING VAN VAKANTIE

Figuur 2: De positie van de fundamentele betekenis van vakantie

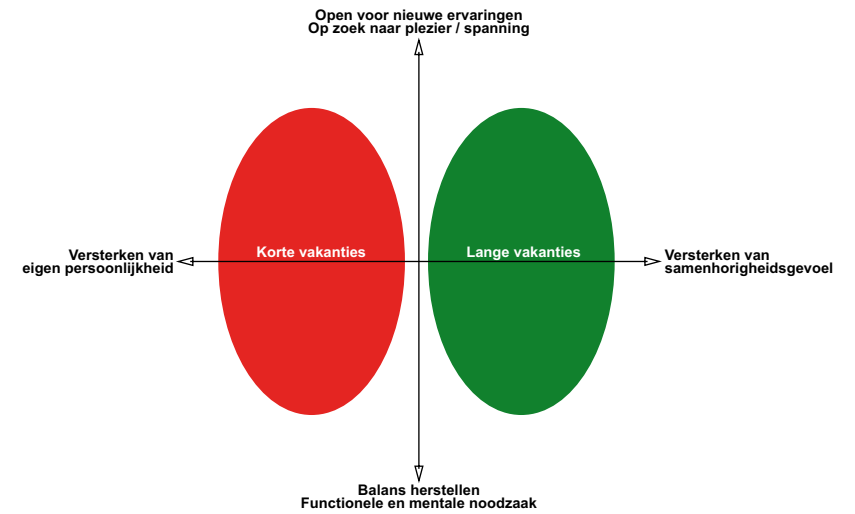


De reden waarom mensen in essentie op vakantie gaan, draait zeer sterk rond de sociale component. Vandaar de positie van vakantie in het algemene schema. Vakantie is samen zijn, genieten van elkaars gezelschap. Samen met het gezin, de familie of vrienden een leuke tijd beleven, weg van de sleur van elke dag.

In de andere richting is er een evenwicht tussen de twee mogelijkheden. Het fundamentele belang van vakantie kan voor de ene persoon vooral betekenen dat hij nieuwe ervaringen wil opdoen. Voor de andere kan het belangrijker zijn dat hij persoonlijke rust opzoekt en de balans wil herstellen.

3.3 | HET VERSCHIL IN BELEVING VAN KORTE EN LANGE VAKANTIES

Figuur 3: Korte versus lange vakanties



Toeristen beleven een korte vakantie op een andere manier dan een lange vakantie.

Een korte vakantie is doorgaans wat intensiever (bijvoorbeeld een citytrip waarbij je op een relatief korte tijd toch heel wat wil zien). Een korte vakantie is meer een 'break-in-between'. Je bent er even tussenuit om de zinnen te verzetten en een andere sfeer op te snuiven. Het is een moment om even bij te tanken. Tijdens een korte vakantie staat meer het 'ik' dan het 'wij' centraal.

Een lange vakantie is meestal wat passiever en rustiger. Het is een 'break-away', een (gevoelsmatig) langere periode waarin je je volledig kunt herbronnen, ontspannen en de batterijen weer kunt opladen. Tijdens een lange vakantie staat meer het 'wij' dan het 'ik' centraal.

3.4 | DE VERSCHILLENDE BEHOEFTEPROFIELEN

De verschillende vakantiebehoeften die in de buurlanden naar voor komen, groeperen we in bepaalde profielen. Die kunnen we nu eenvoudig visualiseren in het algemene schema.

3.4.1 | ALGEMEEN

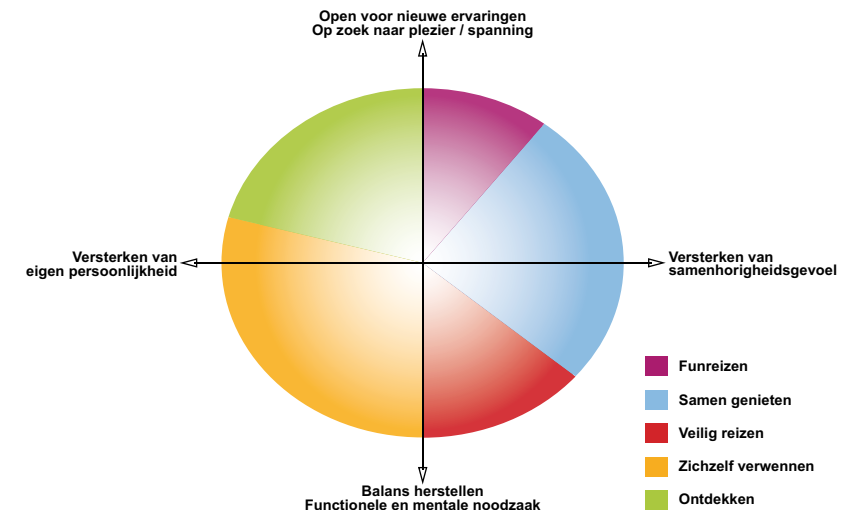
Niet alle profielen zijn echter hetzelfde in elk land en niet alle profielen komen er in dezelfde mate voor. Wanneer we ons een meer algemeen beeld willen vormen over de vier landen heen, zijn er vijf grote clusters van manieren om vakantie te beleven:

- **Funreizen:** plezier maken, zich laten gaan en nieuwe ervaringen opdoen tijdens de vakantie. De groepsbeleving, het 'wij-gevoel' neemt hier een belangrijke plaats in.
- **Samen genieten:** vooral de sociale component staat voorop tijdens de vakantie. Het is een moment om samen met het gezin, familie, vrienden,... een aangename tijd door te brengen.
- **Veilig reizen:** vakantie is een manier om de balans weer in evenwicht te brengen. De persoon zoekt vooral controle, veiligheid en zekerheid als hij op vakantie is. Tijd maken voor elkaar binnen een gezellig, vertrouwd en geborgen kader is van groot belang.
- **Zichzelf verwennen:** de eigen beleving en differentiatie is van groot belang. Vakantie is tezelfdertijd een manier om de balans weer in evenwicht te brengen. Ook hier is controle een belangrijk element in de vakantie.



- **Ontdekken:** uit de positie in het assenstelsel blijkt duidelijk dat vakantie vooral een opportuniteit is om nieuwe ervaringen op te doen. Daarnaast is het ook doorslaggevend dat de vakantie de eigen persoonlijkheid versterkt.

Figuur 4: Vijf manieren van vakantie beleven



3.4.2 | NEGEN PROFIELEN

In de vier buurlanden kunnen we in totaal negen behoefteprofielen onderscheiden:

- Onafhankelijk Ontdekker
- Funreiziger
- Actieve Genieter
- Sociale Genieter
- Normatieve Genieter
- Veilige Reiziger
- Stijlvolle Belever
- Perfectiezoeker
- Statuszoeker

Sommige profielen worden in een ander land ingevuld door twee profielen. Zo is er bijvoorbeeld in het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Duitsland het profiel van de 'Stijlvolle Belever'. In Nederland wordt dit vertegenwoordigd door twee profielen: de 'Statuszoeker' en de 'Perfectiezoeker'.

Op dezelfde manier hebben we in Nederland het profiel van de 'Actieve Genieter', wat in de andere landen opgesplitst is in de 'Sociale Genieter' en de 'Normatieve Genieter'. Deze profielen worden verderop inhoudelijk verduidelijkt.

Zoals eerder al gezegd, moeten we wel telkens voor ogen houden dat het hier gaat om behoefteprofielen en niet om een indeling van personen. Een persoon hoeft niet in alle situaties volgens hetzelfde behoefteprofiel te handelen. Al naargelang de situatie zal hij andere motieven nastreven.

Denken we terug aan ons eerder aangehaald voorbeeld. Wanneer iemand met zijn gezin op vakantie gaat aan de Vlaamse kust, zal hij misschien eerder een behoefteprofiel hebben dat aansluit bij het 'Samen genieten'. Tijdens een weekend in Brussel samen met de partner maar zonder de kinderen, zal diezelfde persoon misschien eerder de verwachtingen hebben die aansluiten bij het 'Zichzelf verwennen'. Tijdens een weekendje weg met vrienden zal eerder het 'Fun-reizen' primeren.

Het blijft in alle gevallen om dezelfde persoon gaan, maar zijn verwachtingspatroon wijzigt afhankelijk van de situatie.



HOOFDSTUK 4

Kenmerken van de profielen

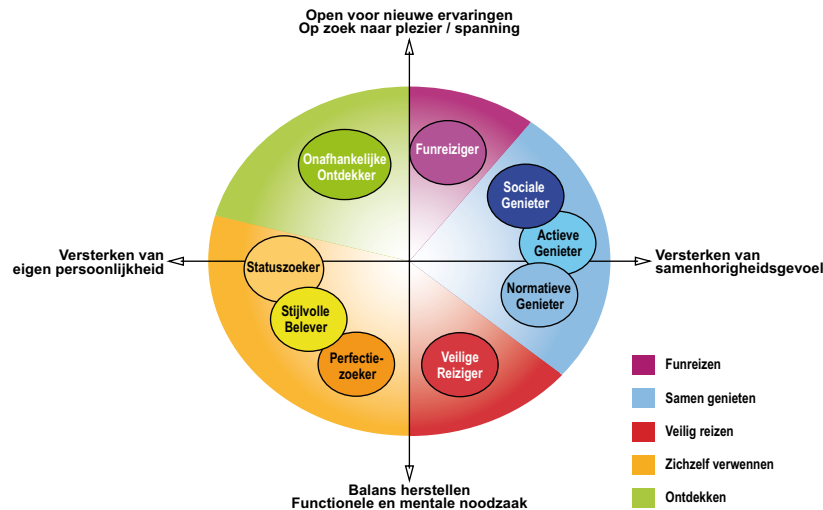
In dit hoofdstuk bekijken we elk behoefteprofiel apart, telkens aan de hand van een voorbeeld van hoe zo'n vakantieganger zijn gading zou kunnen vinden in Vlaanderen. Wat zijn de kenmerken van het profiel die significant meer voorkomen dan bij de andere profielen? Daarna doen we hetzelfde voor elk land apart. Wat zijn de elementen die bij één profiel binnen één specifiek land significant meer aanwezig zijn dan bij een ander profiel in hetzelfde land?

Voor een goed begrip van de toelichtingen, is het belangrijk om het volgende voor ogen te houden:

- De onderscheidende kenmerken kunnen ook voor de andere profielen belangrijk zijn. Het betekent gewoon dat de besproken eigenschappen nog belangrijker zijn voor het profiel in kwestie. Het kan ook gaan over kleinere details, die niet zo essentieel zijn voor het volledige beeld, maar die voor een bepaald profiel toch belangrijker zijn dan voor de andere.
- Wat betreft de percentages die bij een profiel worden gegeven: een percentage betekent niet dat x% van de Duitse, Franse,... vakantiegangers een bepaald behoefteprofiel heeft. Het wil wel zeggen dat in x% van de vakanties de vakantieganger aan een bepaald behoefteprofiel voldoet (al dan niet bewust).
- Wanneer we spreken over verschillen van een profiel binnen een land, dan bedoelen we steeds de verschillen ten opzichte van de andere profielen binnen hetzelfde land.

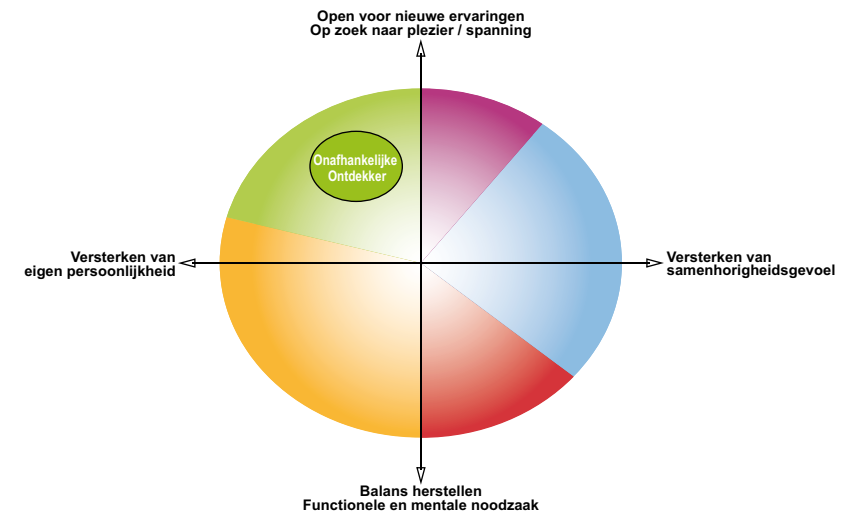
Uiteraard blijft de fundamentele betekenis van vakantie: ontsnappen aan de alledaagse sleur en routine. Zoals eerder al is gezegd, zijn de profielen eigenlijk variaties op deze fundamentele betekenis. Het zijn verschillende manieren die mensen kunnen hanteren om dit doel te bereiken.

Figuur 5: Alle profielen



4.1 | DE ONAFHANKELIJKE ONTDEKKER

Figuur 6: Onafhankelijke Ontdekker



4.1.1 | HOE KAN EEN VAKANTIE VAN EEN ONAFHANKELIJKE ONTDEKKER IN VLAANDEREN ER UITZIEN?

Aangezien Brussel, Leuven, Mechelen, Antwerpen, Gent en Brugge niet ver van elkaar liggen is het voor de Onafhankelijke Ontdekker ideaal om op een paar dagen enkele van deze steden te bezoeken.

Wanneer de Onafhankelijke Ontdekker bijvoorbeeld landt op Brussels Airport op vrijdagavond kan hij van daaruit makkelijk Brussel bezoeken. Nadat hij ingecheckt is in een gezellig charmehotel en snel een hapje gegeten heeft, kan hij nog een concert of theatervoorstelling bijwonen.

De volgende morgen is het tijd om zich onder te dompelen in de plaatselijke cultuur en omgeving. Een wandeling van de Zavel naar de Marollen mag tijdens zijn bezoek dan zeker niet ontbreken. In de voormiddag bezoekt hij daar de Vlooiemarkt aan het Vossenplein. Authenticiteit ten top.

In de namiddag bezoekt hij het Belgisch Centrum van het Beeldverhaal – beter bekend als het stripmuseum – en combineert hij dit met het ‘strip-parcours’: een wandeling langs levensgrote striptekeningen die aangebracht zijn op een dertigtal muren in Brussel. Overal in Brussel kan hij gespecialiseerde stripwinkels terugvinden en ondertussen passeert hij een aantal historische gebouwen en pleinen.

Na een welverdiende nachtrust in zijn Brussels charmehotelletje kan hij met de trein doorreizen naar Leuven, waar hij de typische sfeer van de studentenstad kan opsnuiven. Een wandeling langs de universiteitsgebouwen zal de Onafhankelijke Ontdekker zeker weten te bekoren. Leuven heeft geen gesloten campus en de gebouwen liggen verspreid over de hele stad.

In de namiddag huurt hij een fiets om een tochtje langs de abdijen te maken. 's Avonds tafelt de Onafhankelijke Ontdekker in een van de vele restaurants rond de Grote Markt, de Oude Markt of de Muntstraat. Natuurlijk mag een pintje aan de langste toog op de Oude Markt niet ontbreken. Misschien kan hij er wel samen met een student of een echte Leuenaar filosoferen over het leven. En tijdens de zomer zal de Onafhankelijke Ontdekker zeker de Leuvense festivalletjes weten te appreciëren.

Overnachten kan hij in een jeugdherberg, een gezellige B&B of een van de Leuvense charmehotels.

De volgende ochtend brengt de trein hem in een kwartiertje weer naar de luchthaven.

4.1.2 | WIE IS DE ONAFHANKELIJKE ONTDEKKER?

De Onafhankelijke Ontdekker is erg op zichzelf gericht en gaat op vakantie om zich te differentiëren, zijn eigen persoonlijkheid te versterken en niet zomaar te doen wat de anderen doen.

Hij wil nieuwe en betekenisvolle ervaringen opdoen, op een actieve manier. De Onafhankelijke Ontdekker staat open voor alles en wil vooral verrast worden tijdens zijn vakantie. Hij is op zoek naar nieuwe uitdagingen.

Bovendien wil hij op vakantie vrij zijn en tijd maken om zich te herbronnen. Hij zoekt ontplooiing op vlakken waar hij anders geen tijd voor heeft.

Daarnaast is het belangrijk voor hem om zijn culturele horizon te verbreden en verkiest hij een authentieke bestemming, waar hij zich actief kan

onderdompelen in de plaatselijke cultuur en omgeving. Ter plaatse zoekt hij interessante bezienswaardigheden, een sterk cultureel aanbod en interessante musea. Een bestemming met veel cultureel interessante steden die niet te ver van elkaar liggen, is voor hem ideaal.

Ook het avontuurlijke spreekt hem sterk aan. Zijn vakantie moet hem verrijken en inspireren. Het liefst weet hij niet wat er zal gebeuren. Hij geeft dan ook de voorkeur aan een voor hem relatief onbekende bestemming.

Eenzijdig zal de Onafhankelijke Ontdekker voor zijn verblijf en maaltijden op zoek gaan naar de goedkoopste oplossingen (het prototype van de backpacker). Anderzijds mag het ook een vakantie zijn waarbij hij zich iets meer veroorlooft, als het hem maar toelaat om meer exclusieve of gecultiveerde plaatsen te bezoeken.

Sociodemografische kenmerken

Zoals eerder al gezegd, zijn de profielen niet typerend voor een bepaalde leeftijdscategorie of sociale klasse. Het profiel van de Onafhankelijke Ontdekker treffen we wel meer aan bij de jongeren (-30 jaar) dan bij de andere profielen, maar ook de oudere leeftijdscategorieën (+60 jaar) zijn meer vertegenwoordigd. Jongeren kiezen vooral voor avontuur, ouderen worden meer aangesproken door het culturele aanbod. We treffen dit profiel ook vaker aan bij de wat hogere sociale klasse.

In het algemeen treffen we dit vakantieprofiel vaak aan in de buurlanden. Het aantal vakanties in Vlaanderen volgens dit profiel is wel wat lager. Bijvoorbeeld: 22% van de vakanties van Franse toeristen heeft de kenmerken van de Onafhankelijke Ontdekker. 19% van alle Franse vakanties in Vlaanderen kunnen we onderbrengen in dit profiel.

Tabel 2: Aandeel van de Onafhankelijke Ontdekker naar herkomstland

	GEMIDDELD	IN VLAANDEREN
DUITSLAND	15%	9%
FRANKRIJK	22%	19%
VERENIGD KONINKRIJK	12%	11%
NEDERLAND	16%	16%

4.1.3 | KENMERKEN VAN DE VAKANTIE VAN DE ONAFHANKELIJKE ONTDEKKER

Bestemming

In vergelijking met de andere profielen gaat de Onafhankelijke Ontdekker vaker op reis buiten Europa.

Vorbereiding

Voor de Onafhankelijke Ontdekker zijn vakantiebestemming kiest, heeft hij meer dan de anderen een beroep gedaan op reisgidsen, brochures van touroperators en tv-programma's. Of hij informeert zich rechtstreeks bij reisorganisaties en bij plaatselijke toeristische diensten. Voor een op de twee Onafhankelijke Ontdekkers was het internet een bron van informatie, maar hiermee onderscheidt hij zich niet van de andere profielen.

De Onafhankelijke Ontdekker zal meestal enkel het vervoer op voorhand boeken, of helemaal niets voorbereiden. De Franse vakantieganger met dit profiel is op dat vlak toch anders. In vergelijking met de andere profielen in Frankrijk is hij diegene die zijn vervoer en verblijf meestal op voorhand vastlegt.

Als hij zijn bestemming heeft gekozen, zal hij die beter willen leren kennen door reisgidsen en gespecialiseerde tijdschriften en vakantiebrochures te lezen. De Nederlandse Onafhankelijke Ontdekker doet ook vaker een beroep op familie en vrienden.

Reisgezelschap

Vakantiegangers met dit profiel gaan vaker alleen of met vrienden, of zelfs met de collega's op reis.

Transport

Om zijn bestemming te bereiken gaat hij vaker met het vliegtuig. Hij maakt ook meer dan de anderen gebruik van de bus, het openbaar vervoer, een boot en een motor- of bromfiets. Ook een cruise behoort tot de mogelijkheden.

De camper of vouwwagen is een populair transportmiddel voor de Nederlandse Onafhankelijke Ontdekker, meer dan voor de andere Nederlandse profielen.



Verblijf

Alle vakantiegangers verkiezen vooral een hotel als favoriet verblijf. Dat geldt ook voor de Onafhankelijke Ontdekker, maar hij zal toch vaker dan de anderen overnachten in een bed and breakfast, een jeugdherberg of zelfs op een boot.

De Fransen overnachten bovendien ook meer in een tent of een motel, net zoals de Nederlanders. Deze laatste groep overnacht trouwens dikwijls in de camper of in het huis van familie en vrienden.

Net zoals de andere profielen, logeert de Onafhankelijke Ontdekker meestal in een hotel van een keten of een familiehotel. Hij kiest wel vaker dan de anderen voor een charmehotel.

Activiteiten

In vergelijking met de andere profielen, zal de Onafhankelijke Ontdekker vaker kerken, kastelen en andere historische gebouwen bezoeken. Naast de culturele uitstapjes zal hij ook meer de natuur in trekken en het avontuur opzoeken. Valschermspringen, raften, survivaltochten,... kunnen zeker op zijn agenda staan, maar evengoed ook de lokale marktjes en kleine stadswandelingen.

De Franse en Nederlandse Onafhankelijke Ontdekkers hechten ook meer belang aan lekker eten en gastronomie.

ONAFHANKELIJKE ONTDEKKER

- Individuele component
- Zich differentiëren
- Eigen persoonlijkheid versterken
- Openheid en vrijheid
- Verrijking en inspiratie

IN WELKE LANDEN?

- | | |
|-----------------------|-----|
| • Duitsland | 15% |
| • Frankrijk | 22% |
| • Verenigd Koninkrijk | 12% |
| • Nederland | 16% |

ZIJN ACTIVITEITEN?

- Historische gebouwen en sites
- Musea en tentoonstellingen
- Theater, film en concerten
- Avontuurlijke activiteiten
- Zeilen, surfen, roeien en kanovaren
- Natuurwandelingen, trekking en hiking
- Stads- en streekbezoeken
- Lokale markten
- Tochten met rondvaartboten

WAT ZOEKT DIT PROFIEL?

- Cultuur
- Avontuur
- Verrassingen
- Uitdagingen
- Betekenisvolle ervaringen
- Authentieke en pure beleving
- Actief ontdekken

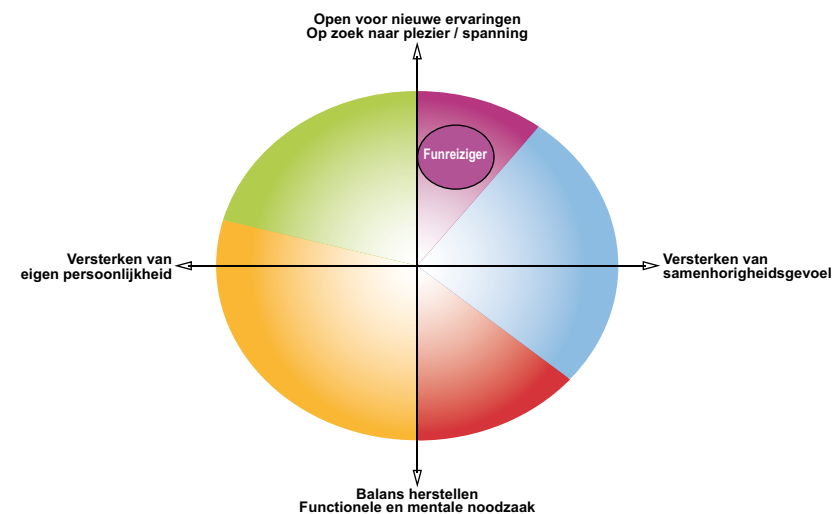
VAKANTIEKENMERKEN?

- Interessante bezienswaardigheden, sterk cultureel aanbod, interessante musea
- Buiten Europa
- Enkel vervoer op voorhand geboekt of niets
- Vliegtuig, bus, openbaar vervoer, (veer)boot, motor- of bromfiets, cruise
- Bed and breakfast, jeugdherberg, boot/cruise
- Indien hotel: charmehotel
- Alleen, met vrienden
- Informatiebron: reisgidsen, brochures van touroperators, tv-programma's, reisorganisaties, plaatselijke toeristische diensten, gespecialiseerde reistijdschriften, vakantiebrochures



4.2 | DE FUNREIZIGER

Figuur 7: Funreiziger



4.2.1 | HOE KAN EEN VAKANTIE VAN EEN FUNREIZIGER IN VLAANDEREN ER UITZIEN?

Funreizigers willen zich op vakantie volledig laten gaan, zonder enige remmingen. De aanwezigheid van uitgaansmogelijkheden, leuke cafés, attracties en veel toeristen is cruciaal. Hoe zou een weekendje Vlaanderen voor een Funreiziger er kunnen uitzien?

Wanneer de Funreiziger samen met een groepje vrienden eropuit wil, zal een weekendje Antwerpen of Gent hem zeker weten te bekoren. Deze steden kunnen gemakkelijk bereikt worden met de auto of de trein en hij hoeft helemaal niets op voorhand te boeken.

Zowel in Gent als in Antwerpen kan hij dan bijvoorbeeld snel even binnenspringen bij Use-it, een informatiepunt voor jongeren, waar hij voldoende informatie vindt om zich een weekendje te amuseren. Ze verklappen voor de prijs van een knipoog alle leuke plekken van de stad: lekker, mooi, hip, jong, comfortabel en meer. Wanneer de Funreiziger op vrijdag aankomt in Antwerpen is een camping of hotelletje gemakkelijk gevonden en hup ... hij is klaar voor een weekendje plezier.

's Avonds zal hij zeker zijn gading vinden in een van de trendy loungebars, hippe cafés, clubs of bars in de uitgangsbuurtens zoals 't Zuid of 't Eilandje, waar hij zich kan amuseren tot in de vroege uurtjes.

Na een brunch in een cafeetje rond de Onze-Lieve-Vrouwekathedraal is het tijd om te winkelen: tweedehandsshops, winkels van ontwerpers (denk maar aan de 'Antwerp Six'), lp's, cd's, stripwinkels,... hij vindt het allemaal terug in Antwerpen. Is het mooi weer? Dan kan hij zelfs gaan zonnen op het strand van Sint-Anneke.

's Avonds kan de Funreiziger samen met zijn vrienden doorreizen naar Gent met de wagen of de trein. Als hij een hotelletje gevonden heeft en lekker gegeten heeft, kan hij het Gentse nachtleven induiken. In deze studentenstad vind je bruine kroegen, hippe pubs, studentencafés en loungy bars naast elkaar.

In juli zijn er de Gentse Feesten: rock, jazz, techno en wereldmuziek, maar ook straattheater en beeldende kunst palmen het hele stadscentrum in voor tien volle dagen en nachten. Een feest dat de Funreiziger zeker niet mag missen.

Op zondag kan de Funreiziger – moe van al dat feesten – kuieren door Gent. Het loont zeker de moeite om eens door het Werrengarensteegje, ook wel het 'graffitistraatje' genoemd, te lopen. Dit is namelijk een van de weinige plekken in Gent waar graffitikunsteners legaal hun kunsten kunnen tonen. Kom je de volgende dag terug, dan staan er alweer andere kunstwerken op de muur. Heeft hij toch zin in iets actief, dan kan hij gaan paintballen met zijn vrienden.

's Avonds kan hij met de trein, de wagen of het vliegtuig terug naar huis.

4.2.2 | WIE IS DE FUNREIZIGER?

Uit de positie in het assenstelsel blijkt duidelijk dat de Funreiziger zeer sterk openstaat voor nieuwe ervaringen en, zoals zijn naam suggereert, op zoek is naar plezier en fun.

De Funreiziger wil zich tijdens zijn vakantie helemaal vrij voelen, ongeremd en uitbundig plezier maken, zich helemaal laten gaan. Complete vrijheid en fun. Hij wil het gevoel hebben zich helemaal te kunnen uitleven. Alles kan en niets moet.

Vakantie is een avontuur waarin hij openstaat voor alles en waarin hij zich wil laten verrassen. Het is een zorgeloze tijd.

Daarnaast is ook het groepsgevoel, het samenzijn met vrienden, zeer belangrijk voor de Funreiziger. Hij wil omringd zijn door mensen en veel nieuwe mensen ontmoeten.



Zijn bestemming moet dan ook veel uitgaansmogelijkheden en leuke cafés hebben. Ze geven de voorkeur aan een drukbezochte en gastvrije plaats waar veel jonge mensen komen. Bovendien moet de bestemming een gevarieerd aanbod van activiteiten hebben, met leuke attracties, pretparken en goede sportmogelijkheden. Aangenaam weer is gewenst, ook al hoeft de bestemming niet veraf te zijn.

Sociodemografische kenmerken

Iedereen – jong, oud, van alle sociale klassen – kan het profiel van de Funreiziger hebben. Het is wel zo dat dit soort vakantie meer door jongeren wordt genomen (-30 jaar). In Duitsland komt dit profiel wel meer voor bij de lagere middenklasse.

Vooraf in het Verenigd Koninkrijk treffen we mensen aan die een vakantie als Funreiziger boeken (25%). Maar die trekken daarvoor niet noodzakelijk naar Vlaanderen: 23% van de Britse vakanties in Vlaanderen heeft de kenmerken van de Funreiziger. Vlaanderen is ook een interessante bestemming voor Franse Funreizigers. We tellen meer vakanties van Franse toeristen met dit profiel in Vlaanderen (28%) dan dat de Franse vakantieganger gemiddeld onderneemt (23%).

Tabel 3: Aandeel van de Funreiziger naar herkomstland

	GEMIDDELD	IN VLAANDEREN
DUITSLAND	18%	15%
FRANKRIJK	23%	28%
VERENIGD KONINKRIJK	25%	23%
NEDERLAND	19%	16%

4.2.3 | KENMERKEN VAN DE VAKANTIE VAN DE FUNREIZIGER

Bestemming

Voor de Funreiziger is zijn bestemming eigenlijk minder relevant. Als hij ter plaatse maar fun kan hebben.

Vorbereiding

Vooraleer hij zijn vakantiebestemming kiest, doet de Funreiziger meer dan de anderen een beroep op een reisbureau, de reisorganisatie, tv-programma's of rechtstreeks op het hotel. De Britse Funreiziger informeert zich vaker via toeristische vakantiebrochures van de touroperators en artikels in kranten en (gespecialiseerde) tijdschriften.

Hij boekt vaker dan de andere profielen ofwel niets op voorhand, ofwel enkel het vervoer. De Britse Funreiziger die zowel zijn vervoer als zijn verblijf op voorhand boekt, zal dat vaker doen via een bemiddelingsinstantie. De Duitse Funreiziger zal dan weer vaker dan de andere Duitse profielen zonder bemiddeling zijn verblijf boeken.

Nadat hij zijn bestemming heeft gekozen, zal de Funreiziger familie en vrienden raadplegen of baseert hij zich op informatie van het reisbureau, de vervoersmaatschappij of reclame. De Nederlandse Funreiziger doet vaker een beroep op het internet, tv en vakantiebeurzen.

Reisgezelschap

De Funreiziger gaat meer met vrienden of alleen op reis. Britten gaan vaker op reis met andere familieleden dan de partner en kinderen, Duitse Funreizigers zijn vaker op vakantie met collega's.

Transport

Enkel de mobilhome of caravan is bij de Funreiziger een iets geliefder vervoermiddel in vergelijking met de anderen, hoewel dat op zich een relatief kleine groep is. De Nederlandse Funreiziger gaat vaker met de auto en vouwwagen, de moto of de touringcar op vakantie. Net zoals de Britse, zal hij vaker naar zijn vakantiebestemming vliegen. De Duitse Funreiziger zal sneller de auto of trein nemen om op vakantie te gaan.



Verblijf

De Funreiziger verblijft vaker bij familie of vrienden thuis of in hun tweede woning, in een gehuurd appartement of in een tent. De Franse Funreiziger zal vaker in een particuliere woning verblijven en de Britse verkiest meer een bed and breakfast als vakantieverblijf.

Activiteiten

Uiteraard wil de Funreiziger op vakantie vooral plezier maken. Cafés en discotheken, attracties en pretparken, evenementen en festivals... Het staat allemaal op zijn programma. Hij maakt tijd voor sport en avontuur, maar ook om te zonnen en te luieren.

De Franse Funreizigers gaan tijdens hun vakantie vaker golfen, tennissen of korte afstanden fietsen dan de andere profielen. De Duitse vakantie-gangers met dit profiel zetten meer natuurwandelingen en fietstochten op het programma. Ze zullen ook sneller vrienden en familie bezoeken, naar theater of de cinema gaan of een bezoekje brengen aan de dierentuin. Britse toeristen die vakanties ondernemen volgens dit profiel, zijn meer geneigd om lange fietstochten te doen, te skiën, te golfen of aan extreme sporten deel te nemen.

FUNREIZIGER

- Sociaal aspect
- Groepsgevoel en samenzijn
- Nieuwe ervaringen
- Plezier en fun
- Complete vrijheid

IN WELKE LANDEN?

- | | |
|-----------------------|-----|
| • Duitsland | 18% |
| • Frankrijk | 23% |
| • Verenigd Koninkrijk | 25% |
| • Nederland | 19% |

ZIJN ACTIVITEITEN?

- Café- en discobezoek
- Attracties en pretparken
- Evenementen en festivals
- Avontuurlijke activiteiten
- Sport
- Zonnen
- Luieren
- Bergbeklimmen
- Paardrijden

WAT ZOEKT DIT PROFIEL?

- Fun
- Zich helemaal uitleven
- Verrassingen
- Zorgeloos

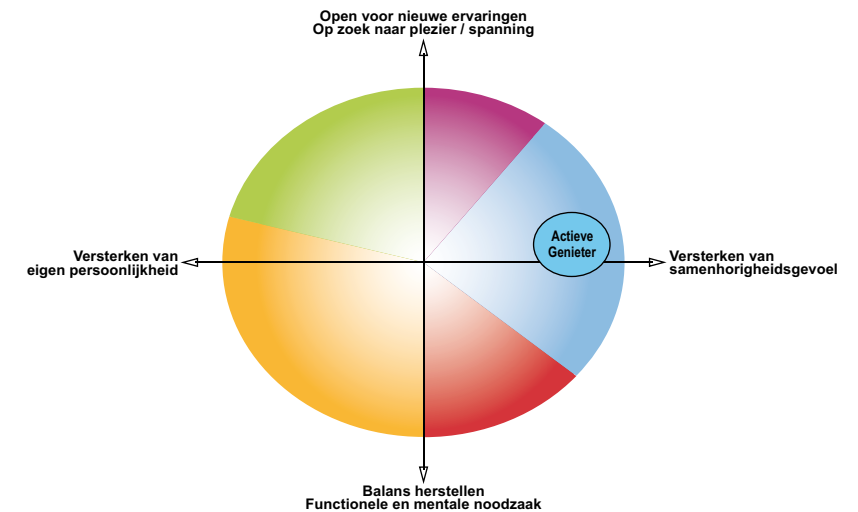
VAKANTIEKENMERKEN?

- Drukbezocht en gastvrij, aangenaam weer, uitgaansmogelijkheden en cafés, gevarieerd aanbod activiteiten, attracties, pretparken, sportmogelijkheden
- Enkel vervoer op voorhand geboekt, niets geboekt
- Mobilhome, caravan
- Woning van familie of vrienden, bij familie of vrienden, gehuurd appartement, tent
- Alleen, met vrienden
- Informatiebron: reisorganisaties, reisbureau, tv-programma's, via hotel, vervoersmaatschappij, reclame, bij familie



4.3 | DE ACTIEVE GENIETER

Figuur 8: Actieve Genieter



4.3.1 | HOE KAN EEN VAKANTIE VAN EEN ACTIEVE GENIETER IN VLAANDEREN ER UITZIEN?

De Actieve Genieter wil tijdens zijn vakantie genieten van het samenzijn met gezin, familie of vrienden en zoekt een bestemming die voor iedereen wat te bieden heeft, zowel voor de kinderen als voor de ouders. Hoe zou een vakantie in Vlaanderen er voor een Actieve Genieter kunnen uitzien?

Averbode bijvoorbeeld, heeft de Actieve Genieter en zijn gezin heel wat te bieden. Tussen de Kempen en het Hageland, midden in de bossen rond de Norbertijnenabdij vindt hij zowel een camping als een recreatiedomein waar hij een gezellige tijd kan doorbrengen met zijn gezin.

Wanneer de Nederlandse Actieve Genieter op vrijdagmiddag aankomt op de camping, kan hij een goed plaatsje voor zijn caravan kiezen. Terwijl hij zich installeert, kunnen de kinderen al beginnen ravotten met hun speelkameraadjes op de camping. Daarna is het tijd om het recreatiedomein snel even te verkennen. Hier kunnen ze de volgende dagen komen zwemmen, roeien, waterfietsen, golfen, crossen met echte minimoto's en

nog veel meer.

Na een lekkere maaltijd in het restaurant van het recreatiepark is het bedtijd voor de kinderen. De ouders kunnen samen met de burens nog gezellig nagenieten bij een glaasje wijn.

De streek is zeer gegeerd bij fietsers en de volgende dag is de Actieve Genieter al vroeg wakker om een tochtje te maken. Met de fietskaarten van het fietsnetwerk Hageland en Limburg kan de Actieve Genieter zelf zijn route uitstippelen. Langs het fietsroutenetwerk staan tientallen rustbanken en picknicktafels, ideaal om even uit te rusten. Na een lekkere picknick keert het gezinnetje terug naar de camping.

In de namiddag willen de kinderen natuurlijk naar het recreatiedomein om te zwemmen, te roeien en te waterfietsen.

En daarna is het tijd voor een ijsje. Verscheidene ijsventers bieden voor de abdij (in de 'Lekdreef') hun lekkere ijsjes aan, een gebruik dat ontstaan is door de vele pelgrims die te voet naar Scherpenheuvel gingen en even op adem kwamen aan de poort van de abdij. Met het ijsje in de hand moet de Actieve Genieter zeker een bezoekje brengen aan de abdij: een eeuwenoud godsdienstig en cultureel trefpunt en architectonisch juweel.

's Avonds is het tijd voor een lekker dineetje in een restaurant in de buurt. Daarna kunnen de kinderen op de camping nog wat spelen met de andere kinderen en kan de Actieve Genieter nog wat keuvelen.

Op zondag maakt de Actieve Genieter een fikse wandeling met zijn gezin. Via de bosrijke omgeving rond de abdij kan hij naar het natuurgebied de Demerbroeken. Twee oude turfkuilen vormen hier een paradijs voor allerlei waterminnend gedierte. Vanuit een kijkhut of kijktoren kunnen ze hier allerlei eenden en andere watervogels observeren. Met wat geluk zien ze zelfs een ijsvogel visjes vangen.

Als er dan nog tijd rest kunnen ze nog even naar het recreatiedomein en eventueel nog een lekkere pannenkoek gaan eten in een taverne. Maar daarna is het tijd om met de caravan weer richting Nederland te vertrekken.



4.3.2 | WIE IS DE ACTIEVE GENIETER?

Voor de Actieve Genieter is het groepsgevoel zeer belangrijk. Hij wil een gezellige en aangename tijd doorbrengen, samen met zijn gezin, familie of vrienden. Hij zoekt een gevoel van verbondenheid. Vakantie is een moment om te genieten van het samenzijn met anderen. Het is ook een moment om samen met het gezin dingen te doen waar anders geen tijd voor is of waar men geen tijd voor maakt. De vakantie moet voor iedereen wat te bieden hebben, zowel voor de kinderen als voor de ouders.

De Actieve Genieter ervaart vakantie als een periode waarin hij tijd heeft om te doen waar hij zin in heeft, plezier te maken en tot rust te komen. Alles kan en niets moet.

Op zijn vakantiebestemming verwacht de Actieve Genieter een mooie natuur en aangenaam weer. Hij rekent ook op goede fietsroutes. Kindvriendelijkheid is voor hem zeer belangrijk. Hij zoekt dan ook een bestemming die veel te bieden heeft voor families met kinderen.

Verder kiest hij een bestemming op basis van een voordelige verhouding tussen prijs en kwaliteit.

Sociodemografische kenmerken

Het profiel van de Actieve Genieter treffen we enkel in Nederland aan. In de andere landen is dit profiel opgesplitst in de Sociale Genieter en de Normatieve Genieter. Deze beide profielen worden verderop besproken.

In 27% van de ondernomen vakanties door Nederlandse toeristen was de Actieve Genieter het verwachtingspatroon dat – al dan niet bewust – het vakantiegedrag bepaalde.

Onder de Nederlandse vakantiegangers die Vlaanderen hebben bezocht, komt dit profiel in 28% van de gevallen naar voor.

Het profiel van de Actieve Genieter is niet typerend voor een bepaalde leeftijdscategorie of sociale klasse, hoewel we wel merken dat de -30-jarigen minder streven naar dit soort vakantie.

4.3.3 | KENMERKEN VAN DE VAKANTIE VAN DE ACTIEVE GENIETER

Vorbereiding

Het internet, familie en vrienden, vakantiebrochures van reisorganisaties en kranten en tijdschriften zijn de informatiebronnen die de Actieve Genieter consulteert, meer dan de anderen.

Reisgezelschap

Hij zal vaker op reis gaan met de partner en de kinderen (of kleinkinderen).

Transport

Om zijn bestemming te bereiken, maakt hij meer dan de andere profielen gebruik van de eigen auto, al dan niet met de caravan.

Verblijf

Voor zijn verblijf geeft hij vaker de voorkeur aan een vakantiehuisje, een stacaravan, een tourcaravan of een gehuurd appartement.

Activiteiten

De Actieve Genieter onderscheidt zich van de anderen door de volgende activiteiten vaker op het programma te zetten: lange fietstochten, korte wandelingen, wandelingen in natuurgebieden en op het strand,... Ook uit eten gaan en sporten zijn voor hem typische bezigheden.

ACTIEVE GENIETER

- Sociaal aspect
- Groepsgevoel en samenzijn
- Plezier en genieten

IN WELKE LANDEN?

- Nederland 27%

ZIJN ACTIVITEITEN?

- Lange fietstochten
- Korte wandelingen
- Natuurwandelingen en natuurgebieden bezoeken
- Strand bezoeken
- Uit gaan eten en gastronomie
- Sporten

WAT ZOEKT DIT PROFIEL?

- Samenzijn met gezin en vrienden
- Tijd maken voor elkaar
- Dingen doen waar anders geen tijd voor is
- Samen aangename tijd doorbrengen

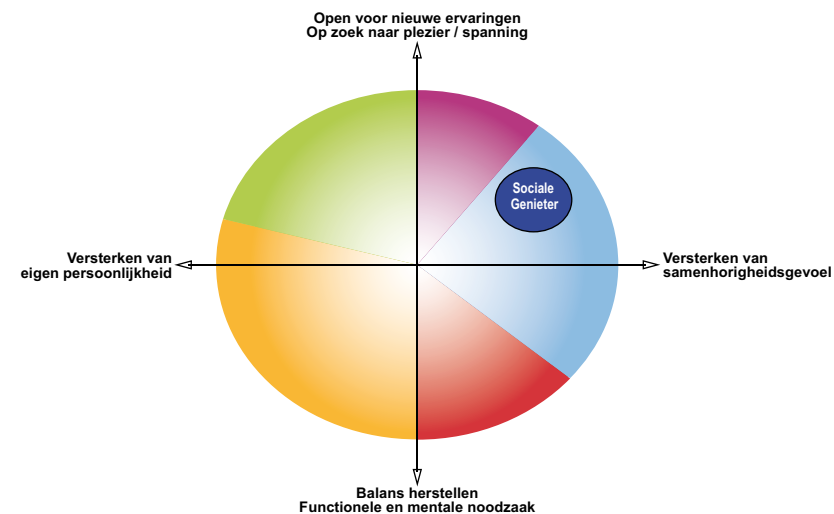
VAKANTIEKENMERKEN?

- Mooie natuur, aangenaam weer, goede fietsroutes, kindvriendelijk, geschikt voor families met kinderen, voordelig budget, goede prijs/kwaliteit
- Auto, caravan
- Vakantiehuis, stacaravan, tourcaravan, gehuurd appartement
- Met partner, (klein)kinderen
- Informatiebron: internet, familie en vrienden, vakantiebrochures van een reisorganisatie, artikels in kranten, tijdschriften



4.4 | DE SOCIALE GENIETER

Figuur 9: Sociale Genieter



4.4.1 | HOE KAN EEN VAKANTIE VAN EEN SOCIALE GENIETER IN VLAANDEREN ER UITZIEN?

De Sociale Genieter wil tijdens zijn vakantie genieten van het gezelschap van anderen. Hoe zou een vakantie in Vlaanderen er voor een Sociale Genieter kunnen uitzien?

In de Westhoek vindt hij een goede mix van natuur en comfort, van authenticiteit en plezier, van cultuur en gezelligheid.

De Sociale Genieter die bijvoorbeeld samen met zijn partner en een bevriend koppel op vakantie wil, zal zeker zijn gading vinden in de Westhoek. Ze logeren in een appartement op een leuke vakantieboerderij in Heuvelland, op aanraden van zijn familie.

Wanneer de Sociale Genieters aankomen op vrijdag, kunnen ze samen nog snel even de buurt verkennen.

Dan is het tijd om te proeven van de plaatselijke gastronomie. Terwijl ze genieten van een schuimend streekbier, maken hun gastheer en -vrouw een lekkere maaltijd klaar. Na de maaltijd blijven de Sociale Genieters nog gezellig aan tafel, om te keuvelen bij een lekkere pint.

Op zaterdag bezoeken ze, na een heerlijk ontbijt op de boerderij, de markt van Ieper. Ze rusten uit in een taverne, eten een kleine snack en gaan daarna de winkeltjes verkennen. Aangezien ze nu toch in Ieper zijn, nemen ze even de moeite om het In Flanders Fields Museum te bezoeken, waar ze geconfronteerd worden met het verhaal van WO I in de Westhoek.

Op gastronomisch gebied heeft de Westhoek heel wat te bieden en dat willen de Sociale Genieters 's avonds wel eens uitzoeken. In een gezellig restaurant kiezen ze voor een driegangenmenu en genieten ze van het samenzijn met de anderen.

De volgende dag brunchen ze op de boerderij en zetten ze zich nog even in het zonnetje op de binnenplaats. De gastheer raadt hen nog een mooie wandeling aan en bij terugkomst is het voor de Sociale Genieters alweer tijd om naar huis te vertrekken.

4.4.2 | WIE IS DE SOCIALE GENIETER?

Zoals de naam het al aangeeft, is voor de Sociale Genieter het sociale aspect van de vakantie zeer belangrijk. 'Op vakantie gaan' betekent vooral: genieten van het gezelschap van anderen. De Sociale Genieter wil in die periode zich amuseren als groep (gezin, familie of vrienden) en een leuke tijd doorbrengen, omringd door mensen waar hij zich goed bij voelt. Waar hij die vakantie doorbrengt, maakt dan eigenlijk niet zo veel uit.

Het is tegelijk een periode waarin hij met het gezin dingen kan doen waar anders geen tijd voor is.

Naast de kenmerken die de meerderheid van de vakantiegangers nastreeft bij de keuze van hun vakantiebestemming (aangenaam weer, lekker eten, gastvrijheid, mooie natuur en een rustgevende omgeving), vindt de Sociale Genieter het ook belangrijk dat de bestemming proper is, geschikt is voor families met kinderen en veel uitgaansmogelijkheden biedt.



Sociodemografische kenmerken

Het behoeft patroon van de Sociale Genieter is iets dominanter aanwezig bij de 30- tot 39-jarigen en bij de hogere sociale klassen.

Vooraf de Britse en Duitse vakantiegangers vinden zich terug in het profiel van de Sociale Genieter. Zij vinden ook zeker hun gading in Vlaanderen. 20% van de vakanties die Duitse toeristen ondernemen in Vlaanderen heeft de kenmerken van de Sociale Genieter. Hetzelfde geldt voor de Britse markt.

Tabel 4: Aandeel van de Sociale Genieter naar herkomstland

	GEMIDDELD	IN VLAANDEREN
DUITSLAND	14%	20%
FRANKRIJK	6%	8%
VERENIGD KONINKRIJK	23%	20%

4.4.3 | KENMERKEN VAN DE VAKANTIE VAN DE SOCIALE GENIETER

Bestemming

De Sociale Genieter geeft wat meer de voorkeur aan Europese bestemmingen.

Vorbereiding

Vooraleer hij zijn definitieve vakantiebestemming kiest, zoekt de Sociale Genieter vaker informatie via familie en vrienden, artikels in gespecialiseerde tijdschriften of gaat hij rechtstreeks te rade bij een hotel. Hij steunt ook op de eigen ervaring, bijvoorbeeld als hij al eens ergens geweest is.

De Sociale Genieter verschilt niet van de gemiddelde vakantieganger wat betreft het op voorhand boeken van zijn vervoer of verblijf. De Britse Sociale Genieter zal wel iets meer geneigd zijn om niets op voorhand te boeken of enkel het vervoer.

Als de Sociale Genieter zijn vervoer vooraf boekt, doet hij dat vaker rechtstreeks bij de vervoersmaatschappij.

Enmaal hij zijn vakantiebestemming heeft gekozen, zoekt hij verder informatie hierover via familie en vrienden, bureaus voor toerisme in het eigen land of het reisbureau.

Reisgezelschap

De Sociale Genieter onderscheidt zich op dit vlak niet van de andere profielen. Hij reist iets meer met en zonder partner, maar telkens wel met de kinderen.

Transport

Er is geen enkel transportmiddel dat typisch door de Sociale Genieter wordt gebruikt om zijn bestemming te bereiken.

Verblijf

Overnachten doet hij meer in een gehuurd appartement, een jeugdherberg of een andere groepsaccommodatie, een tent, een motel of een vakantieboerderij. De Britse Sociale Genieter verblijft ook vaker in een woning van familie of vrienden, of bij hen thuis.

Als hij kiest voor een hotel, zal hij iets meer dan de anderen opteren voor een familiehotel en een charmehotel. De Britse Sociale Genieter kiest ook sneller voor een clubhotel.

Activiteiten

Wat zal de Sociale Genieter doen tijdens zijn vakantie? Hij zal, meer dan de anderen, familie en vrienden bezoeken, op café gaan en elke dag lekker eten.

Bij de Britse Sociale Genieters komen ook events en festivals, relaxatie-activiteiten en sauna meer aan bod.



SOCIALE GENIETER

- Sociaal aspect
- Groepsgevoel en samenzijn
- Nieuwe ervaringen
- Plezier en genieten

IN WELKE LANDEN?

- Duitsland 14%
- Frankrijk 6%
- Verenigd Koninkrijk 23%

ZIJN ACTIVITEITEN?

- Familie en vrienden bezoeken
- Café- en discobezoek
- Lekker eten en gastronomie

WAT ZOEKT DIT PROFIEL?

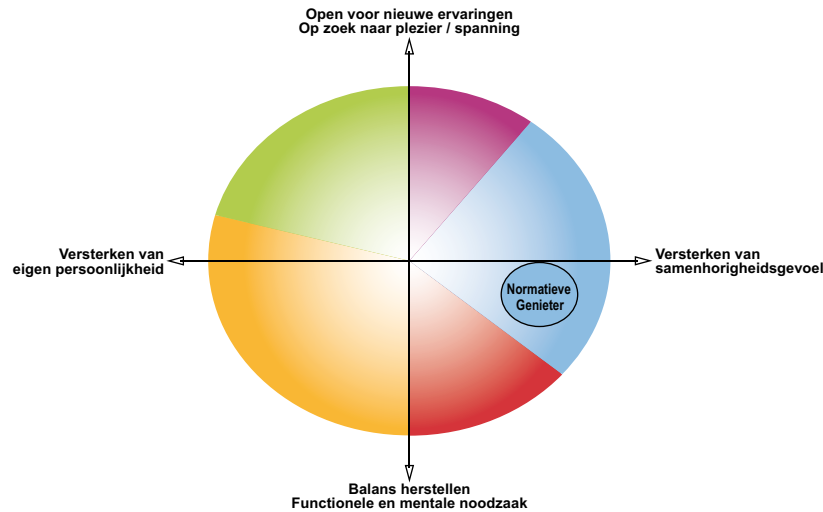
- Samenzijn
- Tijd maken voor elkaar
- Dingen doen waar anders geen tijd voor is
- Genieten van elkaar

VAKANTIEKENMERKEN?

- Proper, geschikt voor families en kinderen, veel uitgaansmogelijkheden
- Europese bestemmingen
- Indien boeking vervoer op voorhand: rechtstreeks met vervoersmaatschappij
- Gehuurd appartement, jeugdherberg, groepsaccommodatie, motel, vakantieboerderij, tent
- Indien hotel: familiehotel, charmehotel
- Informatiebron: familie en vrienden, artikels in gespecialiseerde tijdschriften, via hotel, bureau voor toerisme in eigen land, reisbureau

4.5 | DE NORMATIEVE GENIETER

Figuur 10: Normatieve Genieter



4.5.1 | HOE KAN EEN VAKANTIE VAN EEN NORMATIEVE GENIETER IN VLAANDEREN ER UITZIEN?

Bij de Normatieve Genieter is het sociaal aspect van de vakantie heel erg belangrijk, maar hij wil vooral ook zijn batterijen opladen. Hoe zou een vakantie in Vlaanderen er voor een Normatieve Genieter kunnen uitzien?

Een verblijf in een vakantiepark in de Kempen zal de Normatieve Genieter de nodige rust en ontspanning bieden om te herbronnen. Op wandelafstand wordt een waaier aan activiteiten aangeboden die geschikt zijn voor families met kinderen.

Wanneer hij op vrijdagavond met zijn gezin aankomt in het vakantiepark, installeert hij zich in de cottage, die hij op voorhand heeft geboekt. In de rustgevende omgeving van het park zal de Normatieve Genieter zeker onthaasten en genieten van het samenzijn met zijn gezin. Nadat hij



zijn koffers heeft uitgepakt, is er nog even tijd om een duik te nemen in het subtropisch zwembad. Lekker in het water plonzen met de kinderen – de Normatieve Genieter is blij dat hij er eindelijk tijd voor heeft.

De volgende dag wordt het ontbijt aan de cottage geleverd. Daarna trekken ze met zijn allen naar het subtropisch zwembad, waar de kinderen zich amuseren in het golfslagbad en op de wildwaterbaan, terwijl de Normatieve Genieter geniet van een ontspannende sauna. 's Middags eten ze een snack in het zwembad.

Het vakantiepark biedt voldoende activiteiten voor binnen en buiten: tennis, squash, fietsen,... In de namiddag kan de Normatieve Genieter samen met zijn gezin een balletje slaan.

Daarna is het etenstijd. Om de gasten op culinair terrein een ruime keuze te bieden, zijn meerdere restaurants in dit soort vakantieparken aanwezig. Vanavond kiezen de kinderen voor pizza. 's Avonds brengen ze nog een gezellige avond met het gezinnetje door in de cottage.

Na het ontbijt maken ze op zondagmorgen een fietstochtje in de buurt. Ze genieten van het mooie Kempense landschap en keren tegen de middag terug naar hun cottage.

In de namiddag staat een laatste bezoek aan het subtropisch zwembad op het programma. In de winkel van het park kopen ze nog wat ingrediënten voor hun avondmaal dat ze gezellig samen klaarmaken in de cottage. En 's avonds vertrekt de Normatieve Genieter weer geheel ontspannen terug naar huis.

4.5.2 | WIE IS DE NORMATIEVE GENIETER?

Ook voor de Normatieve Genieter is het sociale aspect van de vakantie heel erg belangrijk. In vergelijking met de Sociale Genieter is hij wat meer op zoek naar zekerheid en rust, eerder dan naar nieuwe ervaringen. Dit profiel gaat op vakantie omdat het zo hoort.

Vakantie is een periode van plezier en genieten, samen met het gezin, de familie of vrienden. Het is een tijd om samen met de anderen dingen te doen waar er tijdens het jaar geen tijd voor is. De vakantie moet voor iedereen in het gezin wat te bieden hebben, zowel voor de kinderen als voor de ouders. De Normatieve Genieter hecht dan ook veel belang aan kindvriendelijkheid.

Hij geeft ook de voorkeur aan een rustgevende omgeving en een bestemming die geschikt is voor een korte vakantie, niet te ver weg, met een gemoedelijke en gastvrije bevolking en leuke attracties en pretparken.

Sociodemografische kenmerken

Hoewel het geen typisch kenmerk is van de Normatieve Genieter, schommelt de leeftijd van de vakantieganger vaker tussen de 30 en 39 jaar. Qua sociale klasse zijn er geen specifieke verschillen met de andere profielen.

In het algemeen treffen we dit vakantieprofiel niet zo veel aan in de buurlanden. Ook het aantal vakanties in Vlaanderen volgens dit profiel is eerder beperkt.

Tabel 5: Aandeel van de Normatieve Genieter naar herkomstland

	GEMIDDELD	IN VLAANDEREN
DUITSLAND	13%	13%
FRANKRIJK	16%	11%
VERENIGD KONINKRIJK	10%	12%

4.5.3 | KENMERKEN VAN DE NORMatieve GENIETER

Bestemming

De Normatieve Genieter zal meer dan de anderen de voorkeur geven aan een vakantie in eigen land.

Vorbereiding

Vooraleer hij zijn reisbestemming kiest, raadpleegt de Normatieve Genieter vaker algemene artikels in kranten en tijdschriften, de brochures van een touroperator, het reisbureau, de reisorganisatie of de plaatselijke toeristische dienst. Eens hij zijn bestemming gekozen heeft, zal hij zich informeren via het reisbureau, de reisorganisatie en artikels in gespecialiseerde tijdschriften om zijn bestemming beter te leren kennen.

Hij zal iets vaker dan de anderen enkel zijn verblijf op voorhand boeken en hij zal dit rechtstreeks bij de eigenaar van het verblijf doen. Als hij ook zijn vervoer op voorhand boekt, zal hij dat meer doen bij een bemiddelingsinstantie zoals een reisbureau.



Reisgezelschap

De Normatieve Genieter gaat vaker op reis met de kinderen, de kleinkinderen of andere familieleden.

Transport

De Normatieve Genieter zal sneller gebruikmaken van een auto of een mobilhome of caravan om naar zijn bestemming te reizen.

Verblijf

De Normatieve Genieter opteert regelmatig voor een gehuurd zomerhuisje of bungalow, de woning van een particulier, een motel of een vakantieboerderij. Ook de tent, caravan of mobilhome zullen hem meer aanspreken.

Activiteiten

De vakantie van de Normatieve Genieter wordt gevuld door allerlei sportieve activiteiten (tennis, paardrijden, golf, fietstochten,...), maar er is ook ruimte voor relaxatie (sauna, wellness) en amusement in pretparken,...

NORMatieve GENIETER

- Sociaal aspect
- Groepsgevoel en samenzijn
- Balans herstellen
- Controle

IN WELKE LANDEN?

- Duitsland 13%
- Frankrijk 16%
- Verenigd Koninkrijk 10%

ZIJN ACTIVITEITEN?

- Attracties en pretparken bezoeken
- Korte en lange fietstochten
- Sporten (verbonden aan logies)
- Relaxatie, sauna en wellness
- Tennis en squash
- Paardrijden
- Golf

WAT ZOEKT DIT PROFIEL?

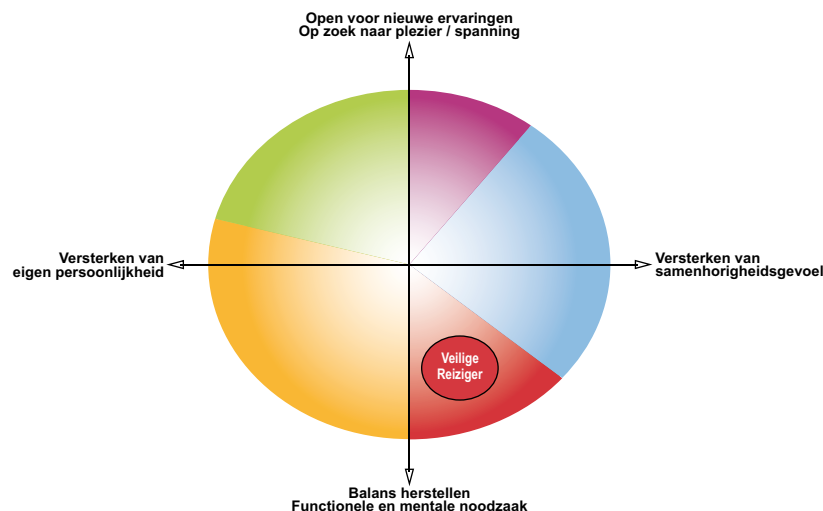
- Samenzijn
- Tijd maken voor elkaar
- Dingen doen waar anders geen tijd voor is
- Genieten van elkaar

VAKANTIEKENMERKEN?

- Rustgevend, kindvriendelijk, geschikt voor families en kinderen, korte vakantie, niet ver, gemoedelijk en vriendelijk, leuke attracties en pretparken
- Eigen land
- Indien boeking vervoer op voorhand: via bemiddelingsinstantie
- Auto, mobilhome, caravan
- Verblijf op voorhand en rechtstreeks
- Gehuurd zomerhuisje of bungalow, woning van particulier, vakantieboerderij, motel, tent, caravan, mobilhome
- Familie, (klein)kinderen
- Informatiebron: artikels in kranten en (gespecialiseerde) tijdschriften, brochures van touroperators, reisbureau, reisorganisatie, plaatselijke toeristische diensten

4.6 | DE VEILIGE REIZIGER

Figuur 11: Veilige Reiziger



4.6.1 | HOE KAN EEN VAKANTIE VAN EEN VEILIGE REIZIGER IN VLAANDEREN ER UITZIEN?

De Veilige Reiziger wil tijdens zijn vakantie alles onder controle hebben. Hij wil zich thuis voelen. Hij wil ook genieten van het samenzijn met zijn reisgezelschap en dit in een rustgevende omgeving. Hoe zou een vakantie in Vlaanderen er voor een Veilige Reiziger kunnen uitzien?

Een fietsvakantie in het Maasland zal de Veilige Reiziger wel weten te bekoren: fietsen langs de Maas, door de groene Maasvallei en langs pittoreske Maasdorpjes.

De Veilige Reiziger reserveert voor hem en zijn partner op voorhand in Dilsen-Stokkem een kamer in het familiehotel waar hij al enkele keren geweest is. Hij weet dat het er goed is, dus komt hij steeds terug, voor hem geen verrassingen.

Wanneer hij aankomt, is het een blij weerzien met de gastheer en -vrouw. Ze drinken samen een gezellig glaasje op het terras. Daarna halen ze de



fietsen af die ze voor deze week gehuurd hebben.

Het familiehotel schotelt hen een lekkere maaltijd voor en bij een lekker glaasje wijn herontdekken ze de Maaslandse gastvrijheid.

De volgende morgen trekken ze eropuit met de fiets. In het fietsonthalen en servicepunt in Dilsen-Stokkem vinden ze de nodige informatie en fietsmateriaal. Via het fietsroutenetwerk genieten ze van het prachtige Maasland. De routes voeren hen langs fietscafés waar ze even kunnen uitrusten of een hapje kunnen eten. Dilsen-Stokkem is een goede uitvalsbasis van waaruit ze de Maas zowel in de richting van het noorden als het zuiden kunnen afrijden. Ze kunnen zelfs met een veerpont naar de overkant van het water.

Op hun route komen ze periscopen tegen die niet alleen een prachtig uitzicht geven op het landschap rondom hen, maar waar ook aan de hand van filmpjes, foto's en geluidsfragmenten meer verteld wordt over de geschiedenis en eigenaardigheden van de streek.

Ze fietsen langs gezellige en rustieke Maasdorpjes en -stadjes, die verhalen vertellen van relicten uit een Loons verleden, Maaslandse renaissancegevels tonen en legendes levendig houden.

Een absolute aanrader voor de Veilige Reiziger zijn de fluisterboten. Deze elektrisch aangedreven bootjes glijden geruisloos over het water van de oude Maasarmen in Stokkem. Een ideale manier om alle aspecten van het water, de fauna en de flora van het Maasland te bewonderen.

De Veilige Reiziger kan zich ook gewoon een namiddagje aan het water zetten. Even van het zonnetje genieten, kijken naar voorbijvarende boten, een boek lezen of misschien wel een hengeltje uitslaan. Als hij het toch iets actiever wil aanpakken, kan hij altijd een bootje huren en zelf wat roeien.

En zo kan de Veilige Reiziger een lange vakantie vullen. Fiets- en wandeltochtjes maken, een beetje luiëren aan de waterkant of misschien wel watersport beoefenen, gezellig dineren met zijn partner, rustieke Maasdorpjes- en stadjes bezoeken, en nog veel meer.

4.6.2 | WIE IS DE VEILIGE REIZIGER?

De Veilige Reiziger wil tijdens zijn vakantie over alles controle hebben om niet voor verrassingen te staan. Zoals zijn naam suggereert, is hij vooral op zoek naar een gevoel van veiligheid en vertrouwdheid.

De ideale vakantie voor de Veilige Reiziger, is een periode waarin hij zich thuis voelt. Genieten van pure rust, luieren en ontspannen, is voor hem van groot belang. Vakantie moet de mogelijkheid bieden om zich te herbronnen in een omgeving waar hij zich volkomen op zijn gemak voelt.

Daarnaast primeert ook de sociale component. De Veilige Reiziger wil genieten van het samenzijn met zijn reisgezelschap. Tijd maken voor elkaar binnen een gezellig en geborgen kader, dat is wat hij wil.

De bestemming waar de Veilige Reiziger heen gaat, moet dus rustgevend, gemakkelijk bereikbaar en liefst niet te ver zijn. Een omgeving die vriendelijk en toegankelijk is. Goede wandel- en fietsmogelijkheden heeft hij er graag bij. Bovendien is het ook belangrijk dat de bestemming netjes is en een mooie natuur heeft. Een plaats die geschikt is voor lange vakanties.

De Nederlandse Veilige Reiziger is op zoek naar een rustgevende bestemming met aangenaam weer en met een gevarieerd aanbod aan activiteiten.

Sociodemografische kenmerken

De kenmerken van de Veilige Reiziger komen meer voor bij vakantiegangers tussen de 50 en de 75 jaar dan bij de andere leeftijdscategorieën. Het is een profiel dat vaker terugkomt bij de laagste sociale klasse.

In de vier buurlanden vinden we mensen die behoefte hebben aan een vakantie volgens het profiel van de Veilige Reiziger. Ook Vlaanderen is een mogelijke vakantiebestemming voor dit soort van vakantie.

Tabel 6: Aandeel van de Veilige Reiziger naar herkomstland

	GEMIDDELD	IN VLAANDEREN
DUITSLAND	14%	14%
FRANKRIJK	18%	17%
VERENIGD KONINKRIJK	8%	10%
NEDERLAND	14%	14%



4.6.3 | KENMERKEN VAN DE VAKANTIE VAN DE VEILIGE REIZIGER

Bestemming

De Veilige Reiziger gaat vaker in eigen land op vakantie. Zijn voorkeur gaat immers naar bestemmingen die niet ver en gemakkelijk bereikbaar zijn.

Vorbereiding

In vergelijking met de andere profielen boekt de Veilige Reiziger vaker zijn verblijf op voorhand.

Vooraleer een vakantiebestemming te kiezen, vertrouwt de Veilige Reiziger meer dan de anderen op zijn eigen ervaring. Hij gaat graag naar een bestemming die voor hem vertrouwd is. In vergelijking met de andere profielen is reclame voor hem vaker een bron van informatie.

Om zijn bestemming beter te leren kennen, gaat dit profiel meer dan de anderen naar het bureau voor toerisme in eigen land. De Nederlandse Veilige Reiziger informeert zich vaker via artikels in kranten en tijdschriften, vakantiebrochures, boekingscentrales of via VVV-kantoren.

Reisgezelschap

De Veilige Reiziger gaat vaker op reis met zijn partner.

Transport

De auto, mobilhome of caravan zijn de favoriete transportmiddelen voor de Veilige Reiziger. De Nederlandse Veilige Reiziger kiest ook vaker voor de fiets of de boot.

Verblijf

De Veilige Reiziger verblijft veel in zijn tweede woning, zijn caravan of mobilhome of bij vrienden of familie thuis. Een gehuurd appartement, huis, bungalow of een particuliere woning vallen bij de Veilige Reiziger ook in de smaak. Dit profiel gaat eveneens vaker naar een vakantieboerderij.

De Nederlandse Veilige Reiziger verblijft vaker dan de andere profielen in een bed and breakfast, een tent of een hotel.

Als hij in een hotel verblijft, is dat vaker in een familiehotel of in een clubhotel.

Activiteiten

Luieren, niets doen, lezen, zonnen en zwemmen staan bovenaan het lijstje van activiteiten die de Actieve Reiziger typeren. Hij is ook sportief en kiest meer dan de anderen voor lange fietstochten, vissen en watersporten zoals zeilen en surfen.

De Nederlandse Veilige Reiziger beoefent tijdens zijn vakantie niet graag extreme activiteiten. Hij bezoekt wel graag steden en streken, houdt van korte fietstochten en wandelingen en van paardrijden.

VEILIGE REIZIGER

- Sociaal aspect
- Groepsgevoel en samenzijn
- Controle
- Herstelen van balans

IN WELKE LANDEN?

- | | |
|-----------------------|-----|
| • Duitsland | 14% |
| • Frankrijk | 18% |
| • Verenigd Koninkrijk | 8% |
| • Nederland | 14% |

ZIJN ACTIVITEITEN?

- Luieren / niets doen
- Lezen
- Zonnen
- Zwemmen
- Lange fietstochten
- Vissen
- Zeilen/ surfen/ roeien/ kanovaren

WAT ZOEKT DIT PROFIEL?

- Gevoel van veiligheid en vertrouwdheid
- Zich thuis voelen
- Geen verrassingen
- Tijd maken voor elkaar

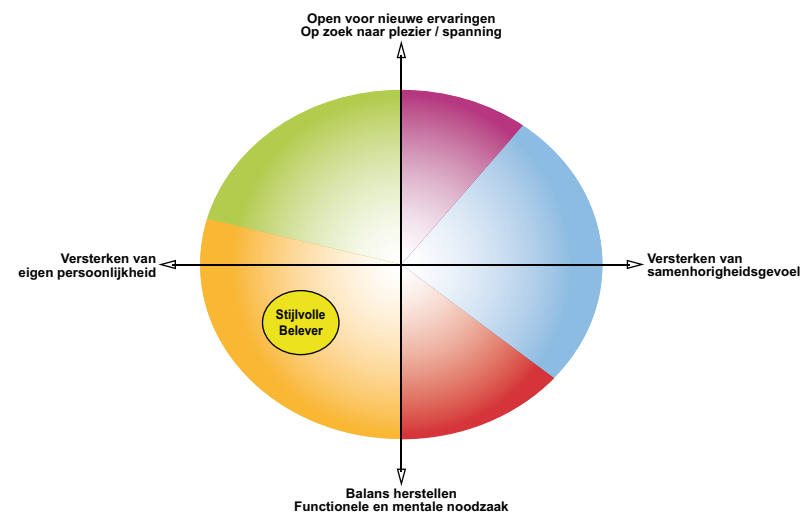
VAKANTIEKENMERKEN?

- Rustgevend, gemakkelijk bereikbaar, niet ver, vriendelijk, toegankelijk, proper, mooie natuur, aangenaam weer, gevarieerd aanbod activiteiten, geschikt voor lange vakanties, goede wandel- en fietsmogelijkheden
- Eigen land
- Auto, mobilhome, caravan
- Verblijf op voorhand
- Tweede woning, caravan of mobilhome, bij vrienden of familie thuis, gehuurd appartement, huis of bungalow, particuliere woning, vakantieboerderij
- Indien hotel: familiehotel, clubhotel
- Met partner
- Informatiebron: eigen ervaring, reclame, bureau voor toerisme in eigen land



4.7 | DE STIJLVOLLE BELEVER

Figuur 12: Stijlvolle Belever



4.7.1 | HOE KAN EEN VAKANTIE VAN EEN STIJLVOLLE BELEVER IN VLAANDEREN ER UITZIEN?

De Stijlvolle Belever is op zoek naar luxe en exclusiviteit. Hoe zou een weekendje Vlaanderen er voor een Stijlvolle Belever kunnen uitzien?

Oostende heeft een prima winkelaanbod, boeiende musea, goede horeca, een jachthaven, een casino van kaliber en natuurlijk kuurfaciliteiten. Een ideale bestemming aan zee voor de Stijlvolle Belever dus.

Wanneer de Stijlvolle Belever op vrijdagmiddag met de trein aankomt, kan hij inchecken in een van de betere Oostendse hotels dat hij op voorhand geboekt heeft via een reisbureau. Na een koffietje met zicht op zee is hij klaar om nog even uit te waaien op het strand. Maar niet te lang, want hij moet zich klaarmaken voor een avondje uit in het Casino van Oostende. Na een exquis diner in het restaurant waagt hij zich aan een gokje in de speelzaal.

Na een uitgebreid ontbijtbuffet in het hotel gaat de Stijlvolle Belever de volgende morgen wat cultuur opsnuiven in de Koningin der badsteden. Het PMMK – het Museum voor Moderne Kunst-Aan-Zee – zal hij zeker de moeite waard vinden. In een prachtig gebouw aan de kust geniet hij van een overzicht van de Belgische moderne kunst. Naast deze vaste collectie organiseert het PMMK ook tentoonstellingen over de grootste moderne kunstenaars.

Een lekker vispannetje in een restaurantje op de zeedijk zal 's middags zeker smaken, waarna een namiddagje shoppen niet mag ontbreken. De Adolf Buylstraat is de meest exclusieve winkelstraat van de stad.

Oostende is ook gekend als kuurstad. In een beautyfarm of wellnesshotel kan de Stijlvolle Belever zich laten verwennen. Schoonheidsspecialisten masseren zo de stress weg of laten de Stijlvolle Belever genieten van diverse andere behandelingen.

Geheel ontspannen degusteert hij daarna een heerlijk menu op niveau in een van de restaurants langs de Albert I-promenade.

Op zondag maakt de Stijlvolle Belever zich klaar voor een zeiltochtje op de Noordzee. Eerst even een kijkje nemen op de Mercator om in de sfeer te komen ... en dan is het tijd voor het echte werk. Op de golven van de Noordzee kan hij genieten van een prachtige zeiltocht.

Na een hele dag gijpen, opkruisen, oploeven, reven en vieren, zal een lekkere maaltijd aan de Visserskaai meer dan welkom zijn.

Moe, maar voldaan kan de Stijlvolle Belever weer koers zetten naar huis.

4.7.2 | WIE IS DE STIJLVOLLE BELEVER?

Net zoals bij de Onafhankelijke Ontdekker primeert bij de Stijlvolle Belever de individuele component wanneer hij op vakantie gaat. Differentiatie en de eigen beleving staan voorop.

Daar waar de Onafhankelijke Ontdekker echter meer op zoek is naar nieuwe ervaringen en avontuur, is voor de Stijlvolle Belever de vakantie meer gericht op controle en op het herstellen van de balans.

Op vakantie gaan betekent voor de Stijlvolle Belever ook dat hij zich extra luxe en exclusiviteit kan permitteren. Het is een vakantie waarbij hij zich wat meer veroorlooft, zolang het hem toelaat meer exclusieve en gecultiveerde plaatsen te bezoeken. Het is de luxe van het verblijf die de vakantie echt geslaagd maakt. Op de plaats van zijn bestemming wil hij bovendien een groot aanbod aan verblijfsmogelijkheden waaruit hij kan kiezen.



Verder wil de Stijlvolle Belever uiteraard ook een plezierige vakantie waarvan hij kan genieten. Op zijn bestemming verwacht hij interessante bezienswaardigheden, interessante musea en een sterk cultureel aanbod. Daarnaast moeten er voldoende mogelijkheden zijn om te shoppen en te sporten.

Sociodemografische kenmerken

Hoewel het profiel niet één soort toerist vertegenwoordigt (wel een soort vakantie), vinden we de Stijlvolle Belever meer terug bij de oudere generatie (vanaf 50 jaar). In het Verenigd Koninkrijk komt dit profiel ook vaker voor bij personen tussen 30 en 39 jaar. In het algemeen is dit type van vakantie populairder bij de hogere sociale klassen.

Het profiel van de Stijlvolle Belever komt niet als dusdanig voor in Nederland. Daar wordt het opgesplitst in twee verschillende profielen, namelijk de Statuszoeker en de Perfectiezoeker. Deze worden verderop in de publicatie beschreven.

In de drie andere landen blijken de Duitse, Franse en Britse toeristen regelmatig te kiezen voor een vakantie volgens het profiel van de Stijlvolle Belever. Ook Vlaanderen is voor dit profiel een geliefde vakantiebestemming.

Tabel 7: Aandeel van de Stijlvolle Belever naar herkomstland

	GEMIDDELD	IN VLAANDEREN
DUITSLAND	26%	29%
FRANKRIJK	15%	17%
VERENIGD KONINKRIJK	22%	24%

4.7.3 | KENMERKEN VAN DE VAKANTIE VAN DE STIJLVOLLE BELEVER

Bestemming

De plaats waar de Stijlvolle Belever naartoe gaat, mag gerust een druk bezochte toeristische locatie zijn. In vergelijking met de andere profielen gaat hij vaker buiten Europa op reis.

Vorbereiding

Vakantiebrochures en reisgidsen zijn voor de Stijlvolle Belever een belangrijke informatiebron om zijn vakantiebestemming te kiezen, meer dan voor de andere profielen. Hij doet ook een beroep op een reisbureau of op tv-programma's. Soms neemt hij ook rechtstreeks contact op met het hotel om informatie in te winnen. Uiteraard blijft voor hem het internet de meest gebruikte bron van informatie, maar hierin onderscheidt hij zich niet van de andere profielen.

De Britse Stijlvoller Belever informeert zich vaker via toeristenbureaus in eigen land en vakantiebeurzen. In Duitsland zal dit profiel ook sneller toeristenbureaus in eigen land raadplegen, maar eveneens vakbrochures, artikels in gespecialiseerde tijdschriften en het hotel zelf.

De Stijlvolle Belever boekt zowel zijn vervoer als zijn verblijf op voorhand. Hij zal daarbij vaker een beroep doen op een bemiddelingsinstantie, zoals een reisbureau.

Om zijn bestemming beter te leren kennen, leest de Stijlvolle Belever vooraf reisgidsen en vakantiebrochures van een touroperator. Hij zal ook rechtstreeks contact opnemen met het reisbureau of de reisorganisatie en zich een beeld vormen via tv-programma's en reclame.

Reisgezelschap

De Stijlvolle Belever gaat iets meer dan de anderen op vakantie met de partner of met vrienden. Aangezien we dit profiel wat meer aantreffen bij de oudere leeftijdscategorieën, gaat hij ook met de kleinkinderen op reis.

In het Verenigd Koninkrijk gaat de Stijlvolle Belever bovendien vaker alleen op vakantie dan de andere profielen.

Transport

Als vervoermiddel maakt hij op de eerste plaats gebruik van het vliegtuig, maar ook van de bus, de HST en het openbaar vervoer. Typerend voor de



Stijlvolle Belever is dat hij zich graag laat brengen naar zijn bestemming.

Verblijf

Het hotel is zijn uitverkoren verblijfstype, liefst nog een luxehotel. Je zal hem ook iets vaker dan de andere profielen vinden in een charmehotel. De Duitse en de Britse Stijlvolle Belevers kiezen ook vaker voor een clubhotel.

Activiteiten

Typische activiteiten die de Stijlvolle Belever vaker op zijn programma zal zetten, zijn bijvoorbeeld een tochtje met een rondvaartboot, wellness en culturele uitstapjes (tentoonstellingen, historische gebouwen, theatervoorstellingen,...). Ook gastronomie is belangrijk voor hem.

De Britse Stijlvolle Belever zal in vergelijking met de andere profielen ook meer paardrijden en werken tijdens zijn vakantie. De Duitse toerist is actiever en zet ook avontuurlijke activiteiten op het programma zoals zwemmen, zeilen, surfen en kanovaren.

STIJLVOLLE BELEVER

- Individuele component
- Zich differentiëren
- Eigen persoonlijkheid versterken
- Controle
- Herstellen van balans

IN WELKE LANDEN?

- Duitsland 26%
- Frankrijk 15%
- Verenigd Koninkrijk 22%

ZIJN ACTIVITEITEN?

- Historische gebouwen en sites
- Musea en tentoonstellingen
- Theater, film en concerten
- Gastronomie en lekker eten
- Relaxatie, sauna en wellness
- Sporten
- Tochten met rondvaartboten

WAT ZOEKT DIT PROFIEL?

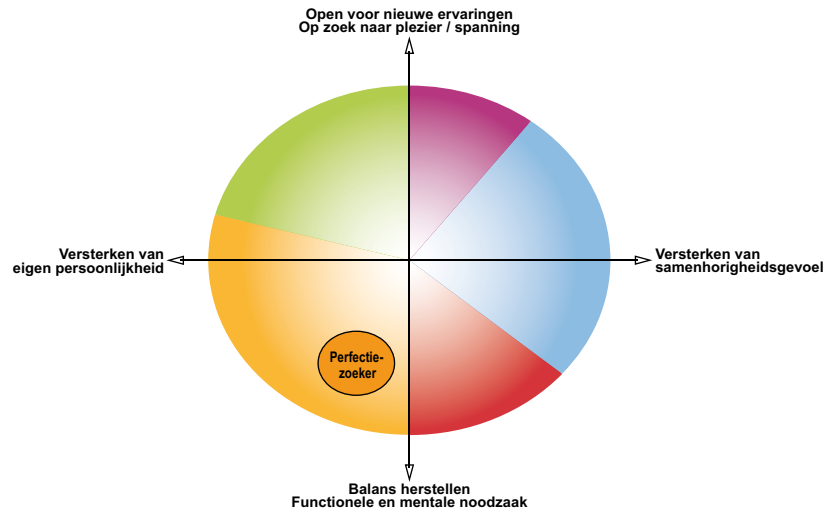
- Luxe
- Exclusiviteit
- Cultuur
- Zichzelf verwennen
- Meer veroorloven dan anders
- Genieten

VAKANTIEKENMERKEN?

- Interessante bezienswaardigheden, interessante musea, sterk cultureel aanbod, goede sport- en shopmogelijkheden
- Buiten Europa
- Vervoer en verblijf op voorhand geboekt via bemiddelingsinstantie
- Vliegtuig, bus, trein, openbaar vervoer
- Hotel: charme hotel, luxe hotel
- Met partner, vrienden, kleinkinderen
- Informatiebron: reisgidsen, vakantiebrochures (van touroperators), tv-programma's, hotel, reisbureau, reclame

4.8 | DE PERFECTIEZOEKER

Figuur 13: Perfectiezoeker



4.8.1 | HOE KAN EEN VAKANTIE VAN EEN PERFECTIEZOEKER IN VLAANDEREN ER UITZIEN?

Vlaanderen heeft met zijn historische gebouwen en musea heel wat te bieden voor de Perfectiezoeker. Hoe zou een weekendje Vlaanderen er voor een Perfectiezoeker kunnen uitzien?

In Mechelen brengen de stedelijke musea het roemrijke verleden van de voormalige hoofdstad van de Bourgondische Nederlanden tot leven. Daarnaast zijn er tal van andere grote en kleine musea te ontdekken, in historische gebouwen of een hedendaags kader. Ideaal voor de Perfectiezoeker.

Via het internet bereidt hij zijn weekendje Mechelen helemaal voor, zodat hij ter plaatse niet voor onverwachte verrassingen komt te staan. Vanuit Nederland reist hij op vrijdagavond met de Thalys naar Brussel. De uren van overstap heeft hij genoteerd en met hetzelfde ticket rijdt hij dan heel gemakkelijk met de trein door naar Mechelen. Eens ter bestemming gaat



hij lekker tafelen in een van de vele Mechelse restaurants. In een stad die bekend staat voor zijn Bourgondische geschiedenis, kan je natuurlijk niet anders dan lekker eten en drinken.

De volgende ochtend is de Perfectiezoeker, na een heerlijk ontbijt in zijn hotel, klaar om enkele musea en historische gebouwen te bezoeken. De gids die hij op voorhand gereserveerd heeft, wacht hem op voor een rondleiding door Mechelen. Bij Manufactuur De Wit worden waardevolle wandtapijten uit de hele wereld gerestaureerd en kan hij een prestigieuze collectie antieke en moderne wandtapijten bewonderen. Een bezoek aan het paleis van Margareta van York of van Margareta van Oostenrijk zal de Perfectiezoeker zeker weten te appreciëren. En in het Speelgoedmuseum kan hij herinneringen ophalen aan zijn kindertijd.

Hij heeft nog wat tijd voorzien om te shoppen en daarna uit te rusten bij een drankje op de Grote Markt, met zicht op de Sint-Romboutstoren, het Stadhuis en het Schepenhuis. Even opruimen in het hotel en de Perfectiezoeker gaat weer lekker dineren.

Daarna gaat hij naar de theatervoorstelling waarvoor hij tickets heeft gereserveerd.

Op zondag staat een bezoekje aan het dierenpark Planckendael op het programma. Met de boot vertrekt hij vanop de Colomabrug in Mechelen naar het dierenpark. Allerlei zoogdieren en vogels, een Afrikaans dorp, een chimpansee-eiland, de koala's, het Australische continent, een wandeling tussen de bomen... het zal de Perfectiezoeker zeker aanspreken. In de namiddag heeft hij wat tijd voorzien om het Provinciaal Groendomein Vrijbroekpark te bezoeken. De rozentuin is een van de mooiste in Europa.

's Avonds kan hij weer heel ontspannen terug naar Nederland sporen.

4.8.2 | WIE IS DE PERFECTIEZOEKER?

De Perfectiezoeker stelt de eigen individuele beleving en de mogelijkheid om zich te differentiëren voorop. Hij wil overkomen als een intelligent, rustig en professioneel iemand.

De Perfectiezoeker is verder vooral op zoek naar een evenwichtig leven en wil alles onder controle kunnen houden. Hij verwacht dan ook dat tijdens zijn vakantie alles goed en efficiënt is georganiseerd. Zo hoeft hij zich geen zorgen te maken en komt hij niet voor verrassingen te staan.

Zijn vakantie is een bijzondere ervaring en een moment van verrijking. Hij wil zijn culturele horizon verbreden. Het mag dan ook een eerder onbekende vakantiebestemming zijn, waar hij nieuwe ontdekkingen kan doen. Zolang hij maar steeds het gevoel heeft dat hij alles onder controle heeft.

Ter plaatse zoekt de Perfectiezoeker interessante bezienswaardigheden, interessante musea en een uitgebreid cultureel aanbod. Hij verwacht ook een gevarieerde keuze aan activiteiten en goede restaurants.

Sociodemografische kenmerken

Net zoals de Statuszoeker, treffen we ook de Perfectiezoeker enkel in Nederland aan.

13% van de Nederlanders kiest voor een vakantie volgens dit profiel. Voor hen is Vlaanderen een populaire vakantiebestemming: 16% van de Nederlandse vakanties in Vlaanderen valt onder het profiel van een Perfectiezoeker.

De Perfectiezoeker onderscheidt zich niet van de gemiddelde Nederlandse vakantieganger voor wat betreft leeftijd en sociale klasse.

4.8.3 | KENMERKEN VAN DE VAKANTIE VAN DE PERFECTIEZOEKER

Vorbereiding

Als bron van informatie voor zijn vakantie doet de Perfectiezoeker vaker een beroep op het internet, gespecialiseerde tijdschriften, reisorganisaties of het reisbureau.

Reisgezelschap

Vakantiegangers met dit profiel gaan vaker alleen of met de partner op reis.

Transport

De Perfectiezoeker neemt meer dan de anderen het vliegtuig, de trein of het openbaar vervoer. Ook een cruise of de wagen (eigen of gehuurd) zijn valabele opties voor hem.



Verblijf

In vergelijking met de andere profielen, geeft de Perfectiezoeker vaker de voorkeur aan een hotel of een cruiseschip als verblijf.

Activiteiten

De Perfectiezoeker zal tijdens zijn vakantie ongeveer dezelfde activiteiten doen als de Statuszoeker (historische gebouwen, musea en steden bezoeken, theatervoorstellingen, winkelen). Hij kiest wel vaker voor relaxatie-activiteiten en een bezoek aan een dierenpark.

PERFECTIEZOEKER

- Individuele component
- Zich differentiëren
- Eigen persoonlijkheid versterken
- Controle
- Herstellen van balans

IN WELKE LANDEN?

- Nederland 13%

ZIJN ACTIVITEITEN?

- Historische gebouwen en sites
- Musea en tentoonstellingen
- Theater, film en evenementen
- Stads- en streekbezoeken
- Relaxatie
- Shoppen
- Dierenparken bezoeken

WAT ZOEKT DIT PROFIEL?

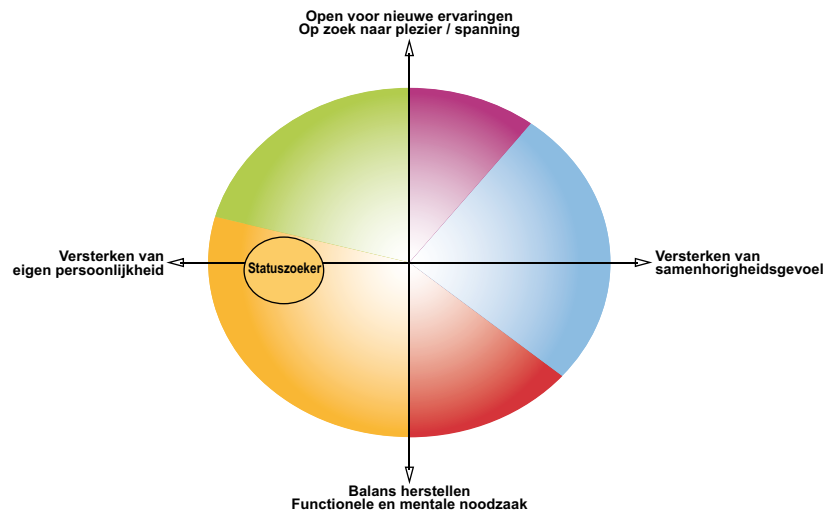
- Organisatie
- Perfectie en efficiëntie
- Geen verrassingen
- Bijzondere ervaring en verrijking
- Nieuwe ontdekkingen op gecontroleerde wijze

VAKANTIEKENMERKEN?

- Interessante bezienswaardigheden, interessante musea, sterk cultureel aanbod
- Vliegtuig, auto, trein, openbaar vervoer, cruise
- Hotel, cruise
- Met partner, alleen
- Informatiebron: internet, reisbureau, reisorganisaties, gespecialiseerde tijdschriften

4.9 | DE STATUSZOEKER

Figuur 14: Statuszoeker



4.9.1 | HOE KAN EEN VAKANTIE VAN EEN STATUSZOEKER IN VLAANDEREN ER UITZIEN?

De Statuszoeker is tijdens zijn vakantie op zoek naar luxe en exclusiviteit, waarbij het 'show-off'-aspect belangrijk is. Hoe zou een vakantie in Vlaanderen er voor een Statuszoeker kunnen uitzien?

Tijdens een weekendje Brugge en Knokke-Heist zal de Nederlandse Statuszoeker voldoende luxe en exclusiviteit kunnen ervaren. Met de wagen kan hij Brugge gemakkelijk bereiken.

Er zijn voldoende luxehotels in Brugge waar hij zeker zijn gading vindt. Eens ingecheckt maakt hij op vrijdag een wandeling door de middeleeuwse stad, om dan 's avonds te genieten van een gastronomisch diner in een van de sterrenrestaurants.

Op zaterdag gaat hij, na een luxueus ontbijt in zijn hotel, de stad verkennen. Een bezoekje aan het Groeningemuseum zal hij zeker de moeite



waard vinden. Dit museum biedt een boeiend overzicht van – hoofdzakelijk – Belgische beeldende kunstgeschiedenis van de 14de tot en met de 20ste eeuw. De wereldberoemde verzameling van 'Vlaamse Primitieven' zal de Statuszoeker zeker imponeren.

Na een lichte lunch op de Vismarkt laat hij zich per koets door de stad voeren. Nippend aan een glaasje champagne wordt hij op het ritme van het hoefgetrappel van het paard door het hart van de Brugse binnenstad gevoerd. De koetsier geeft uitleg bij de pittoreske hoekjes, diverse musea en historische sites.

Brugge is natuurlijk ook bekend om zijn chocolade. Om hier ten volle van te genieten moet de Statuszoeker zich zeker eens laten verwennen met een chocolademassage. Cacao bevat natuurlijke anti-oxydanten die de bloedcirculatie en het goede humeur stimuleren, en de cacaoboter voedt en beschermt de huid.

Als hij de chocolade dan nog niet beu is, kan hij zich 's avonds laten bedienen in een van de gerenommeerde restaurants die creatief met chocolade aan de slag gaan.

Een uitstapje naar Knokke-Heist, de mondaine en meest chique badplaats aan de Noordzeekust, mag voor de Statuszoeker niet ontbreken. Op zondag slaat men er graag een balletje op de tennisbanen of golfterreinen van de stad, ideaal voor de Statuszoeker. Ofwel kan hij genieten van een koffie op het Rubensplein. Bij voorkeur rijdt hij het kleine pleintje enkele malen rond voor hij plaatsneemt, om te kijken of kennissen al zijn gearriveerd of om zijn laatste topmodel van auto te showen. 'Zien' en vooral 'gezien worden' is het devies op het Rubensplein in Knokke-Heist.

Natuurlijk zal de Statuszoeker hier ook willen shoppen. De badplaats heeft winkels van bijna alle grote modeontwerpers, die ook op zondag open zijn.

Na een uitgebreid diner in een van de sterrenrestaurants, kan de Statuszoeker met de wagen naar Nederland terugrijden.

4.9.2 | WIE IS DE STATUSZOEKER?

De Statuszoeker gaat op de eerste plaats op vakantie om zich te differentiëren. De eigen vakantiebeleving is zeer belangrijk. Het is voor hem belangrijker om zijn persoonlijk evenwicht te herstellen en controle te hebben over zijn vakantie, dan nieuwe ervaringen op te doen. Zijn vakantiebestemming mag een wat vertrouwde omgeving zijn waar hij weet wat hem te wachten staat.

De Statuszoeker zoekt luxe en exclusiviteit. Zijn vakantie moet vooral een bijzondere ervaring zijn, en hij wil dat dat gezien wordt. Die mentaliteit van 'm'as-tu vu' typeert hem. Hij wil overkomen als een belangrijk iemand met smaak, als een zelfzeker, stijlvol en perfectionistisch persoon. Hij verwacht dan ook een zekere verfijndheid van zijn vakantiebestemming, een omgeving die 'in' is en die trendy aanvoelt, waar alles professioneel wordt aangepakt. Voor zijn verblijf wil hij kunnen kiezen uit een ruim en gevarieerd aanbod aan verblijfsmogelijkheden en goede hotels.

Tijdens zijn vakantie moet de Statuszoeker de mogelijkheid hebben om zijn culturele horizon te verbreden. Hij kiest dus voor een vakantiebestemming met een groot cultureel aanbod, interessante musea en bezienswaardigheden. Topgastronomie en ruime mogelijkheden om te shoppen zijn belangrijke criteria voor hem.

Een vakantie is voor de Statuszoeker iets wat hij echt heeft verdiend, een periode waarin hij zalig niets kan doen en de stress van het dagelijkse leven kan achterlaten.

Sociodemografische kenmerken

De Statuszoeker treffen we enkel in Nederland aan. In de andere landen spreken we van de Stijlvolle Belever, een profiel dat in Nederland opgesplitst wordt in de Statuszoeker en de Perfectiezoeker.

11% van de vakanties die Nederlanders ondernemen, voldoen aan het profiel van de Statuszoeker. 10% van de Nederlandse vakantiegangers die in Vlaanderen op vakantie kwamen, had dit profiel.

Zowel wat betreft leeftijd als sociale klasse verschilt de Statuszoeker niet van de gemiddelde Nederlandse vakantieganger.

4.9.3 | KENMERKEN VAN DE VAKANTIE VAN DE STATUSZOEKER

Vorbereiding

In vergelijking met de andere profielen, zal de Statuszoeker zich meer informeren over zijn vakantiebestemming via het internet, het reisbureau, de toeristische kantoren, gespecialiseerde tijdschriften of het gekozen hotel zelf.



Reisgezelschap

De Statuszoeker kiest vaker voor een vakantie met de partner.

Transport

Hij maakt vaker dan de andere profielen gebruik van het vliegtuig, een cruise of ferryboot om zijn vakantiebestemming te bereiken.

Verblijf

De Statuszoeker geeft vaker de voorkeur aan een hotel, een cruise of een vakantiehuisje. Hij logeert bovendien meer in een woning van familie of vrienden of bij hen thuis.

Activiteiten

In vergelijking met de andere profielen, zal de Statuszoeker meer musea en historische gebouwen bezoeken. Theater, evenementen en stadsbezoeken staan zeker op zijn programma. Golf en tennis zijn zijn favoriete sportactiviteiten op vakantie, maar hij gaat ook graag shoppen en uit eten.

STATUSZOEKER

- Individuele component
- Zich differentiëren
- Eigen persoonlijkheid versterken
- Controle
- Herstellen van balans

IN WELKE LANDEN?

- Nederland 11%

ZIJN ACTIVITEITEN?

- Historische gebouwen en sites
- Musea en tentoonstellingen
- Theater, film en evenementen
- Gastronomie en lekker eten
- Shoppen
- Stads- en streekbezoeken
- Golf en tennis

WAT ZOEKT DIT PROFIEL?

- Luxe
- Exclusiviteit
- Cultuur
- M'as-tu vu
- Stijl- en smaakvol
- Perfectie en professionaliteit
- Trendy

VAKANTIEKENMERKEN?

- Interessante bezienswaardigheden, interessante musea, sterk cultureel aanbod, goede shoppingmogelijkheden, gastronomisch
- Vliegtuig, cruise, ferry
- Hotel, cruise, vakantiehuisje, woning van vrienden of familie, bij vrienden of familie
- Met partner
- Informatiebron: internet, reisbureau, toeristische kantoren, gespecialiseerde tijdschriften, via hotel

Kenmerken van de profielen per nationaliteit

Welke vakantiebehoeften typeren de Duitse, Franse, Britse en Nederlandse vakantiegangers? Welke profielen treffen we aan in elk land, en in welke mate? Om een duidelijk beeld te krijgen van de verwachtingen van toeristen uit onze buurlanden, bundelen we in dit hoofdstuk de resultaten van het onderzoek per land. Op basis daarvan kunnen we een aantal conclusies trekken over welke soorten vakantiegangers Vlaanderen aantrekt en waar nog potentieel is voor Vlaanderen als vakantiebestemming voor toeristen uit onze buurlanden. Uiteraard moet hier ook afgetoetst worden of Vlaanderen een passend aanbod heeft voor deze profielen.

Bijvoorbeeld: het aandeel vakanties van de Duitse Sociale Genieters in het algemeen is lager dan het aandeel vakanties van de Duitse Sociale Genieters in Vlaanderen (14% tegenover 20%). Dat betekent dat Vlaanderen een meer aantrekkelijke bestemming is voor dit profiel dan andere bestemmingen. Omgekeerd kunnen we redeneren dat er nog wel potentieel is voor Vlaanderen om de Duitse Onafhankelijke Ontdekker aan te trekken, omdat het algemeen percentage hoger is dan het aantal vakanties in Vlaanderen van dit profiel (15% tegenover 9%).

Achteraan dit cahier zetten we alles nog eens op een rijtje in een handig overzicht.



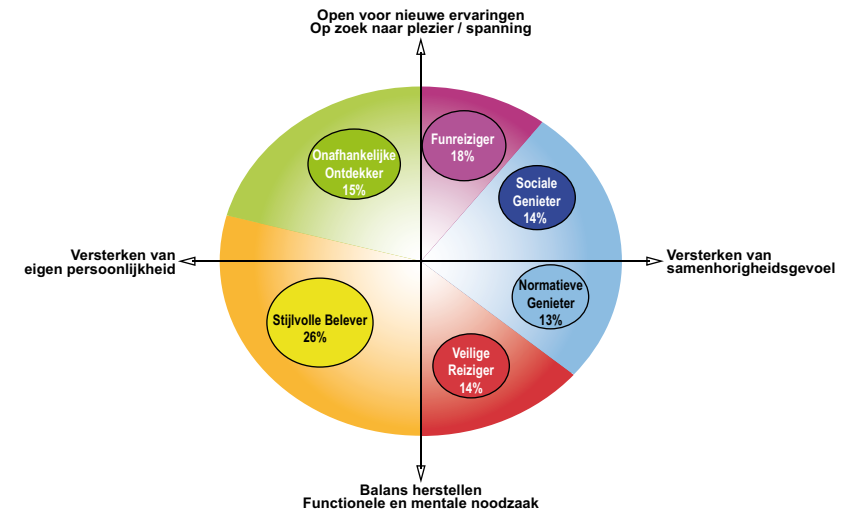
5.1 | DUITSLAND

5.1.1 | ALGEMEEN

De vakanties van de Duitse toeristen voldoen aan de volgende profielen:

- De Onafhankelijke Ontdekker 15%
- De Funreiziger 18%
- De Sociale Genieter 14%
- De Normatieve Genieter 13%
- De Veilige Reiziger 14%
- De Stijlvolle Belever 26%

Figuur 15: De Duitse vakantieganger



De Stijlvolle Belever is het meest voorkomende profiel. In 26% van de Duitse vakanties was dit het verwachtingspatroon dat (al dan niet bewust) het vakantiegedrag bepaalde.

De Funreiziger komt op de tweede plaats met 18%, gevolgd door de Onafhankelijke Ontdekker met 15%. De profielen van de Sociale Genieter en van de Veilige Reiziger komen voor in 14% van de gevallen. 13% van

de vakanties van Duitse vakantiegangers is volgens het profiel van de Normatieve Genieter.

Uit dit overzicht blijkt dat wanneer de Duitser op vakantie gaat, vooral de sociale component primeert:

- In 59% van de gevallen was de Duitse toerist op zoek naar contact en een samenhangingsgevoel (Funreiziger, Sociale Genieter, Normatieve Genieter en Veilige Reiziger).
- In 41% van de gevallen ging hij eerder op vakantie om de eigen persoonlijkheid te versterken en te differentiëren (Onafhankelijke Ontdekker en Stijlvolle Belever).

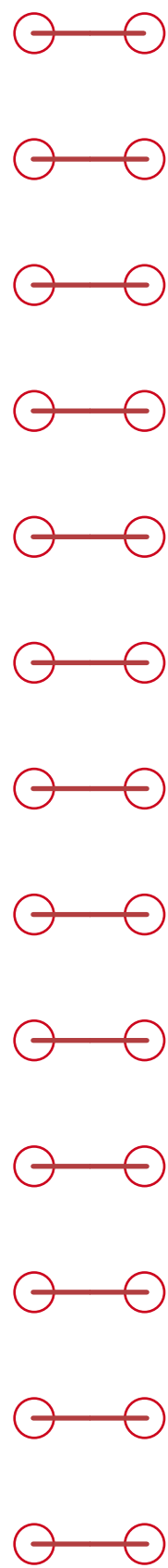
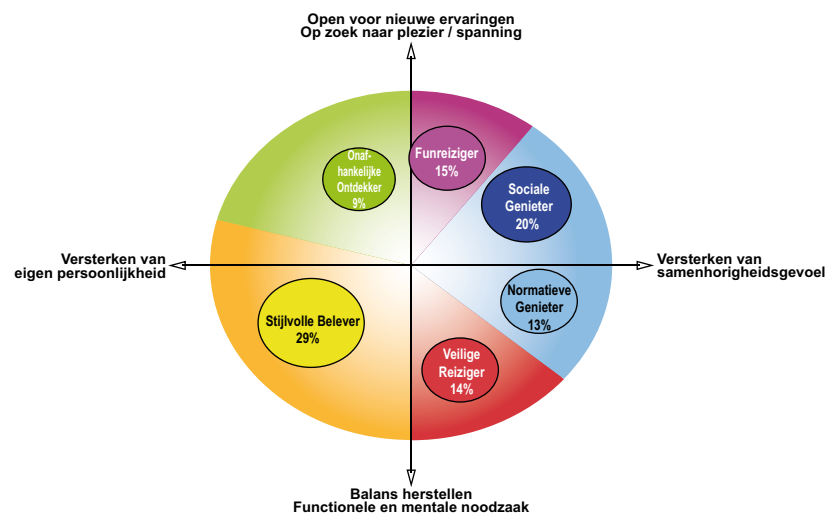
De wens om de eigen balans te herstellen is iets prominenter aanwezig dan het belang van nieuwe ervaringen:

- 53% wil vooral zijn persoonlijk evenwicht herstellen tijdens zijn vakantie (Stijlvolle Belever, Veilige Reiziger en Normatieve Genieter).
- 47% is eerder op zoek naar nieuwe ervaringen en belevenissen (Onafhankelijke Ontdekker, Funreiziger en Sociale Genieter)

5.1.2 | DUITSE VAKANTIEGANGERS IN VLAANDEREN

Welke verwachtingen hebben Duitsers van hun vakantie in Vlaanderen?

Figuur 16: De Duitse vakantieganger in Vlaanderen



Bijna drie op de tien Duitse vakantiegangers die naar Vlaanderen zijn gekomen, had het profiel van de Stijlvolle Belever. Dat is iets hoger dan bij het algemene profiel van de Duitse vakantiegangers. Ook het profiel van de Sociale Genieter is sterker vertegenwoordigd onder de Duitse toeristen in Vlaanderen: 20% versus 14%.

De Onafhankelijke Ontdekker is dan weer minder vertegenwoordigd: 9% versus 15%. Dat is ook het geval voor de Funreiziger (15% versus 18%).

Voor de overige profielen (Normatieve Genieter en Veilige Reiziger) is er geen verschil tussen het aantal vakanties in het algemeen en het aantal in Vlaanderen.

Ook bij deze groep domineert de sociale component op het individuele (62% versus 38%). De balans herstellen is ook voor hen belangrijker (56%) dan nieuwe ervaringen en belevenissen (44%) opdoen.

Het accent op de sociale component en op het persoonlijke evenwicht, is iets sterker aanwezig dan bij de Duitse vakantiegangers in het algemeen.

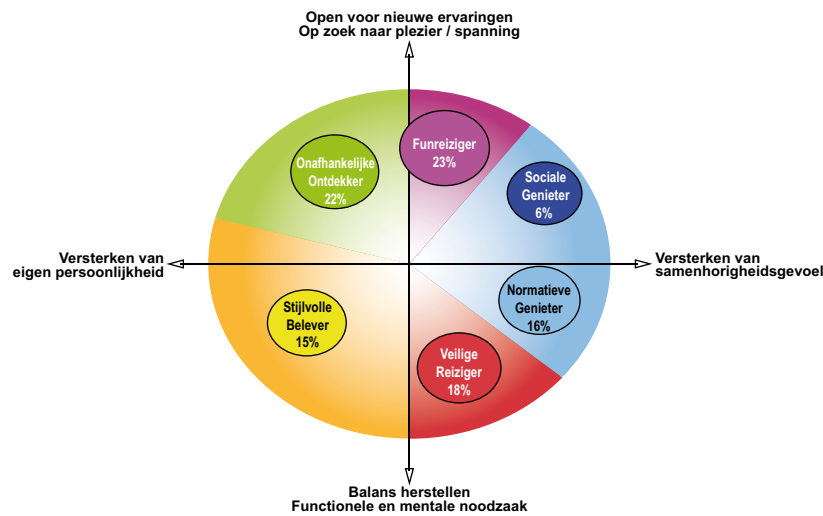
5.2 | FRANKRIJK

5.2.1 | ALGEMEEN

De Franse vakantiegangers voldoen aan de volgende profielen:

- De Onafhankelijke Ontdekker 22%
- De Funreiziger 23%
- De Sociale Genieter 6%
- De Normatieve Genieter 16%
- De Veilige Reiziger 18%
- De Stijlvolle Belever 15%

Figuur 17: De Franse vakantieganger



Voor Franse toeristen is een vakantie als Funreiziger het meest populair. In 23% van de gevallen verliep zijn vakantie volgens dit verwachtingspatroon.

De Funreiziger wordt van kortbij gevolgd door de Onafhankelijke Ontdekker met 22%. De Veilige Reiziger komt op de derde plaats met 18%. Het profiel van de Normatieve Genieter en van de Stijlvolle Belever komen onder de Franse vakantiegangers voor in respectievelijk 16% en 15%



van de gevallen. Het profiel van de Sociale Genieter is het minst aanwezig bij de Fransen. Slechts 6% van hun vakanties had de kenmerken van dit profiel.

Net zoals voor de Duitse vakantieganger, blijkt uit deze cijfers dat ook voor de Fransen vooral de sociale component primeert wanneer zij op vakantie gaan:

- In 63% van de gevallen was men op zoek naar sociale contacten (Funreiziger, Sociale Genieter, Normatieve Genieter en Veilige Reiziger).
- Bij 37% was het motief eerder de eigen persoonlijkheid versterken en differentiatie (Onafhankelijke Ontdekker en Stijlvolle Belever).

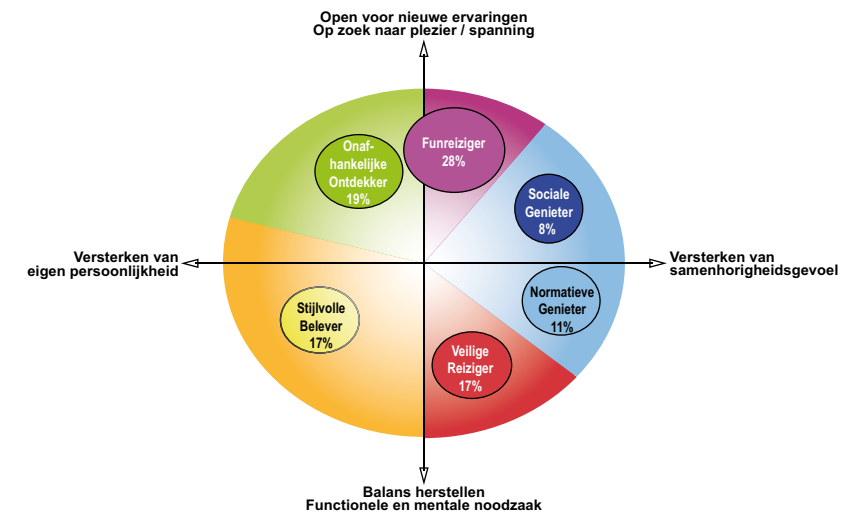
In de verticale richting op het assenstelsel is er weinig verschil:

- 51% is vooral op zoek naar nieuwe ervaringen (Onafhankelijke Ontdekker, Funreiziger en Sociale Genieter).
- 49% wil eerder de balans herstellen (Stijlvolle Belever, Normatieve Genieter en Veilige Reiziger).

5.2.2 | DE FRANSE VAKANTIEGANGER IN VLAANDEREN

Welke verwachtingen hebben Fransen van hun vakantie in Vlaanderen?

Figuur 18: De Franse vakantieganger in Vlaanderen



28% van de Franse vakantiegangers die Vlaanderen hebben bezocht, hadden het profiel van de Funreiziger. Dat is duidelijk hoger dan bij het algemene profiel van de Franse vakantiegangers.

De Onafhankelijke Ontdekker komt voor in 19% van de gevallen, waarmee dit profiel iets minder sterk vertegenwoordigd is dan in het algemeen.

In vergelijking met de algemene cijfers, zijn de Stijlvolle Belever, de Veilige Reiziger en de Sociale Genieter evenveel vertegenwoordigd bij de Franse vakantiegangers die naar Vlaanderen gaan.

De Normatieve Genieter is dan weer ondervertegenwoordigd: 11% versus 16% algemeen.

Ook onder de Franse vakantiegangers in Vlaanderen domineert de sociale component op het individuele (64% versus 36%).

Bij deze groep is nieuwe ervaringen opdoen wel iets prominenter aanwezig dan het herstellen van de balans (55% versus 45%). Bij de Franse vakantiegangers in het algemeen was die individuele dimensie meer in evenwicht.



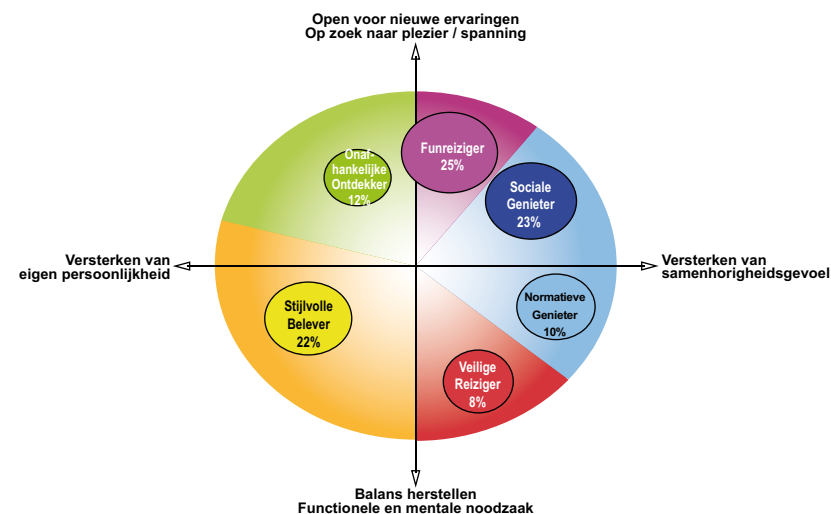
5.3 | VERENIGD KONINKRIJK

5.3.1 | ALGEMEEN

De Britse vakantiegangers voldoen aan dezelfde profielen als de Duitse en de Franse:

- De Onafhankelijke Ontdekker 12%
- De Funreiziger 25%
- De Sociale Genieter 23%
- De Normatieve Genieter 10%
- De Veilige Reiziger 8%
- De Stijlvolle Belever 22%

Figuur 19: De Britse vakantieganger



Bij de vakanties van Britse toeristen is de Funreiziger het meest voorkomende profiel. In een kwart van de gevallen verwachtte de vakantieganger een vakantie vol 'fun'.

Op de tweede en derde plaats komen respectievelijk de Sociale Genieter (23%) en de Stijlvolle Belever (22%). Het profiel van de Onafhankelijk Ontdekker komt op de vierde plaats met 12%, gevolgd door de Normatieve Genieter met 10%.

Het minst voorkomende Britse verwachtingspatroon is dat van de Veilige Reiziger met 8%.

Wanneer de Britten op vakantie gaan, primeert voornamelijk de sociale component:

- In 66% van de gevallen waren de Britten vooral op zoek naar het creëren of het versterken van relaties (Funreiziger, Sociale Genieter, Normatieve Genieter en Veilige Reiziger)
- Voor de overige 34% waren eerder de eigen persoonlijkheid versterken en differentiatie het hoofdmotief (Onafhankelijke Ontdekker en Stijlvolle Belever).

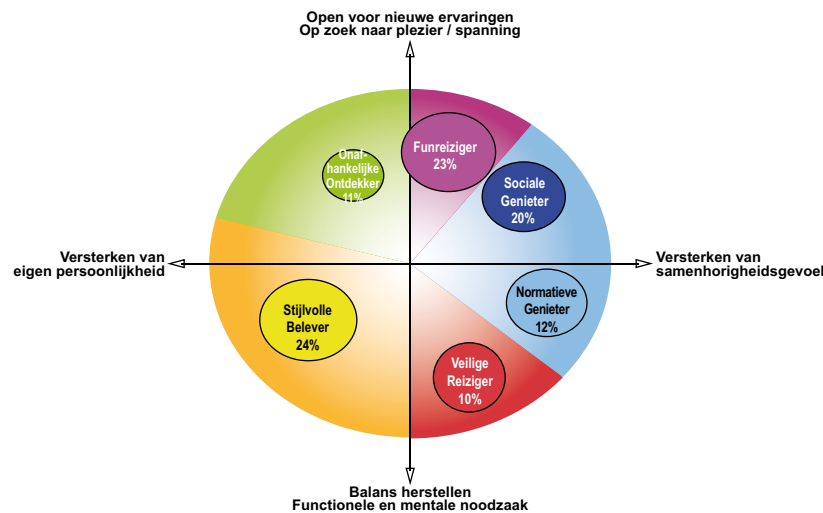
De Britse vakantieganger verwacht eerder van zijn vakantie dat hij nieuwe ervaringen opdoet, dan dat hij er tot rust zou komen:

- 60% is vooral op zoek naar nieuwe ervaringen (Onafhankelijke Ontdekker, Funreiziger en Sociale Genieter).
- 40% wil eerder de balans herstellen (Stijlvolle Belever, Normatieve Genieter en Veilige Reiziger).

5.3.2 | DE BRITSE VAKANTIEGANGER IN VLAANDEREN

Welke verwachtingen hebben Britten van hun vakantie in Vlaanderen?

Figuur 20: De Britse vakantieganger in Vlaanderen



Een op de vier Britse vakantiegangers die Vlaanderen hebben bezocht, had het profiel van Stijlvolle Belever.

De Funreiziger komt iets minder voor bij de bezoekers van Vlaanderen dan in het algemene profiel van de Britse vakantieganger, namelijk 23% versus 25%. Op de derde plaats komt de Sociale Genieter met 20%. De Normatieve Genieter komt in 12% van de gevallen voor, voor de Onafhankelijke Ontdekker is dat 11%.

Ook onder de Britse bezoekers van Vlaanderen komt het profiel van de Veilige Reiziger het minst voor, namelijk 10%.

Bij de Britse vakantieganger die naar Vlaanderen gaat, domineert eveneens de sociale component op het individuele (65% versus 35%). Nieuwe ervaringen opdoen (54%) is ook voor deze groep prominenter aanwezig dan het herstellen van de balans (46%), maar dit verschil is minder uitgesproken dan bij de algemene Britse profielen.

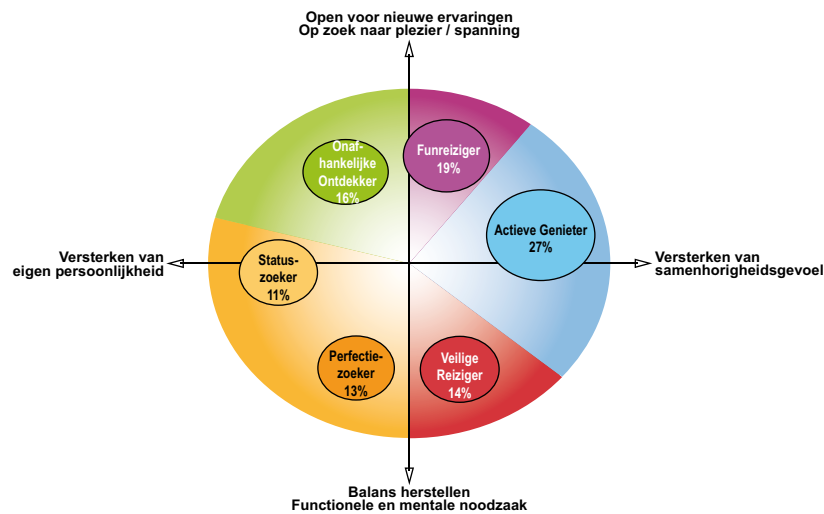
5.4 | NEDERLAND

5.4.1 | ALGEMEEN

De Nederlandse vakantiegangers voldoen aan de volgende profielen:

- De Onafhankelijke Ontdekker 16%
- De Funreiziger 19%
- De Actieve Genieter 27%
- De Veilige Reiziger 14%
- De Perfectiezoeker 13%
- De Statuszoeker 11%

Figuur 21: De Nederlandse vakantieganger



De Nederlandse toerist herkent zich het meest in het profiel van de Actieve Genieter. 27% van de ondernomen vakanties was volgens dit verwachtingspatroon.

De Funreiziger komt op de tweede plaats met 19%, gevolgd door de Onafhankelijke Ontdekker met 16%. Het profiel van de Veilige Reiziger en van de Perfectiezoeker komen voor in respectievelijk 14% en 13% van de gevallen, de Statuszoeker in 11%.



Ook in dit land blijkt vooral het sociale aspect te primeren voor de vakantie:

- In 60% van de gevallen was hij op zoek naar samenhang (Funreiziger, Actieve Genieter en Veilige Reiziger).
- In 40% van de gevallen ging hij eerder op vakantie om de eigen persoonlijkheid te versterken en zich te differentiëren (Onafhankelijke Ontdekker, Statuszoeker en Perfectiezoeker).

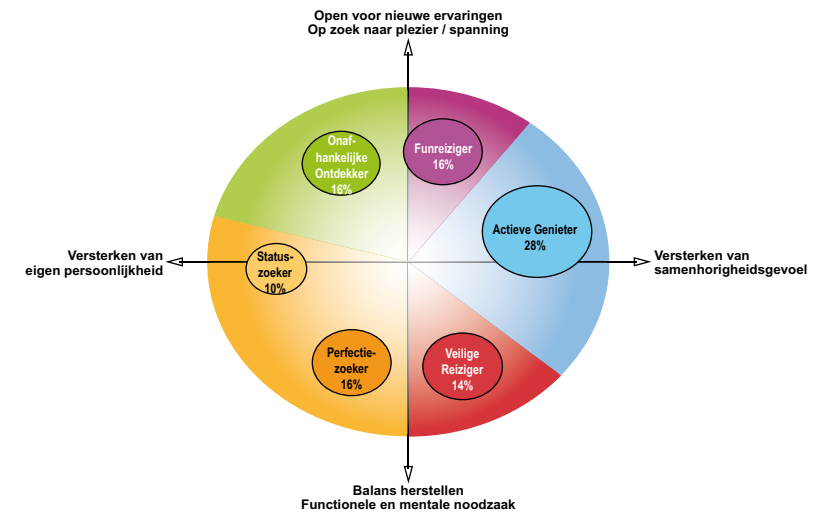
Op individueel niveau wil de Nederlandse toerist meer nieuwe ervaringen opdoen dan rust op te zoeken.

- 62% is vooral op zoek naar nieuwe ervaringen en belevenissen (Onafhankelijke Ontdekker, Funreiziger en Actieve Genieter).
- 38% is eerder op zoek naar het herstellen van de balans (Statuszoeker, Perfectiezoeker en Veilige Reiziger).

5.4.2 | NEDERLANDSE VAKANTIEGANGERS IN VLAANDEREN

Welke verwachtingen hebben Nederlanders van hun vakantie in Vlaanderen?

Figuur 22: De Nederlandse vakantieganger in Vlaanderen



Bijna drie op de tien Nederlandse vakantiegangers die naar Vlaanderen zijn gekomen, had het profiel van de Actieve Genieter.

De profielen van de Funreiziger, de Perfectiezoeker en de Onafhankelijke Ontdekker komen voor in 16% van de gevallen. De Veilige Reiziger is vertegenwoordigd door 14% van de Nederlandse vakantiegangers die in Vlaanderen op vakantie gaan. De Statuszoeker komt met 10% het minst voor als sturend verwachtingspatroon.

Ook bij de Nederlanders in Vlaanderen is het sociale aspect van 'op vakantie gaan' het belangrijkste:

- In 58% van de gevallen was hij hiernaar op zoek (Funreiziger, Actieve Genieter en Veilige Reiziger).
- In 42% van de gevallen ging hij eerder op vakantie om de eigen persoonlijkheid te versterken en om zich te differentiëren (Onafhankelijke Ontdekker, Statuszoeker en Perfectiezoeker).

Het persoonlijk evenwicht is voor de Nederlandse toerist in Vlaanderen minder belangrijk dan de wens om nieuwe ervaringen te zoeken:

- 60% is vooral op zoek naar nieuwe ervaringen en belevenissen (Onafhankelijke Ontdekker, Funreiziger en Actieve Genieter).
- 40% is eerder op zoek naar het herstellen van de balans (Statuszoeker, Perfectiezoeker en Veilige Reiziger).



5.5 | OVERZICHT

Dit is een overzicht van de percentages van elk profiel per land. Daarnaast worden ook de percentages van de profielen per land weergegeven voor de vakantiegangers die in Vlaanderen zijn geweest.

Wanneer we per land naar de verticale dimensie kijken, zien we dat de Duitse vakantieganger minder vaak op zoek gaat naar nieuwe ervaringen dan de andere vakantiegangers. Hij zal tijdens zijn vakantie vaker proberen om de balans te herstellen, terwijl de vakantiegangers van de andere landen (vooral Britten en Nederlanders) vaker op zoek gaan naar plezier en spanning. Bij de Franse vakantiegangers is de verhouding min of meer in evenwicht.

Dezelfde trend zien we ook bij de Duitsers die in Vlaanderen op vakantie komen. Bij de Franse vakantiegangers in Vlaanderen is het zoeken naar nieuwe ervaringen wat dominanter aanwezig, bij de Britten dan weer iets minder.

Wanneer we de horizontale dimensie bekijken, merken we op dat voor de vakantiegangers van alle landen de sociale component vaker voorkomt. In elk land zijn er dus meer profielen aanwezig die het sociale contact zoeken en het samenhangingsgevoel willen versterken dan profielen die hun eigen persoonlijkheid willen versterken.

Ook voor de vakantiegangers die naar Vlaanderen komen, zijn er meer profielen in de 'wij'-sfeer dan in de 'ik'-sfeer.

		DUITSEN	DUITSEN IN VLAANDEREN	FRANSEN	FRANSEN IN VLAANDEREN	BRITTEN	BRITTEN IN VLAANDEREN	NEDERLANDERS	NEDERLANDERS IN VLAANDEREN
PROFIELEN	ONAFHANKELIJKE ONTDEKKER	15%	9%	22%	19%	12%	11%	16%	16%
	FUNREIZIGER	18%	15%	23%	28%	25%	23%	19%	16%
	SOCIALE GENIETER	14%	20%	6%	8%	23%	20%		
	ACTIEVE GENIETER							27%	28%
	NORMATIEVE GENIETER	13%	13%	16%	11%	10%	12%		
	VEILIGE REIZIGER	14%	14%	18%	17%	8%	10%	14%	14%
	PERFECTIE- ZOEKER							13%	16%
	STIJLVOLLE BELEVER	26%	29%	15%	17%	22%	24%		
	STATUSZOEKER							11%	10%
HORIZONTALE AS	SOCIALE COMPONENT	59%	62%	63%	64%	66%	65%	60%	58%
	EIGEN PER- SOONLIJKHEID	41%	38%	37%	36%	34%	35%	40%	42%
VERTICALE AS	NIEUWE ERVARINGEN	47%	44%	51%	55%	60%	54%	62%	60%
	BALANS HERSTELLEN	53%	56%	49%	45%	40%	46%	38%	40%

