

Continue Gastenpeiling 2024

VISIT**LIMBURG**.be

Inhoud

Klik op het onderwerp om meteen naar het gewenste hoofdstuk te gaan



Inleiding



Conclusies



De regio



De informatiebronnen



De activiteiten



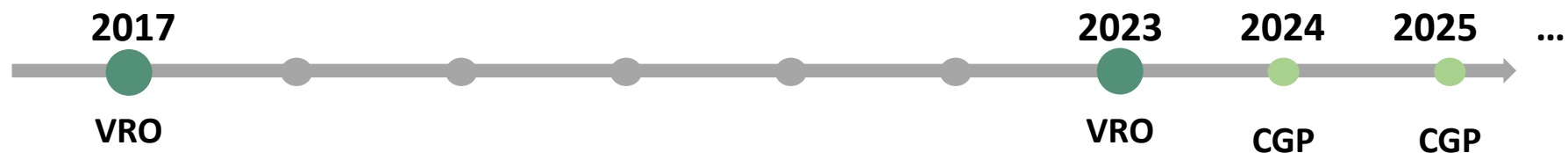
De logies

VISIT**LIMBURG**.be

Inleiding

Context & doelstellingen

- Volgend op het Vlaamse regio's onderzoek uit 2023, koos Visit Limburg ervoor om gasten op continue wijze te gaan bevragen.



- Er werd gekozen voor eenzelfde methodologie (vragenlijst in 2 delen) maar een kortere vragenlijst met mogelijkheid tot benchmarking met het VRO
- 50.000 flyers verdeeld over +/-165 logies. Van 106 logies ontvingen we ingevulde enquêtes van gasten.
- Doelstellingen : informatie verzamelen over...
 - Het profiel en de gebruiken van de bezoeker
 - De regio
 - Het logies

Methodologie



Online studietype:

Deel 1: Deelnemende logies stelden flyers met QR-code ter beschikking waarop gasten konden deelnemen

Deel 2: Men ontving op de vertrekdatum een uitnodiging via mail om het vervolg in te vullen



Doelgroep:

Onderzoek bij Nederlandstalige vakantiegangers die logeren in Limburg in hotels, B&B's, vakantiewoningen, kampeerlogies, kamergerelateerd logies



Steekproef:

Deel 1: 1283 deelnemers

Deel 2: 881 deelnemers



Timing onderzoek:

Van 5/04/24 tot 31/12/24

Behandelde topics

- **Deel 1 (gem. 4 à 5 min)**

→ Toegankelijk via de flyer

Topics:

- Locatie en duurtijd verblijf
- Reservatie
- Motivatie keuze logies
- Profiel reisgezelschap
- Uitnodiging voor deel 2

- **Deel 2 (gem. 7min)**

→ Te ontvangen via e-mail op datum terugkomst

Topics:

- Motivatie keuze regio
- Gebruikte informatie
- Activiteiten
- Tevredenheid regio en logies



GAGNEZ
un séjour dans le **Limburg!**

Qu'avez-vous pensé de votre séjour dans le Limbourg ? Scannez le code QR ou surfez sur le lien et faites-nous en part. Saisissez votre chance de gagner un chèque d'une valeur de € 250 de Visit Limburg!

GEWINNEN
Sie einen aufenthalt in **Limburg!**

Wie hat Ihnen Ihr Aufenthalt in Limburg gefallen? Scannen Sie den QR-Code oder gehen Sie zur Website und teilen Sie es uns mit. Sie haben die Chance, einen Scheck von Visit Limburg im Wert von € 250 zu gewinnen!

WIN
a stay in **Limburg!**

What did you think of your stay in Limburg? Scan the QR code or surf to the link below and let us know. Here's your chance to win a Visit Limburg cheque worth € 250!

Wat vond je van jouw verblijf in Limburg? Scan de QR-code of surf naar de link en laat het ons weten. Zo maak je kans op een Visit Limburgcheque t.w.v. € 250!

SCAN de code
Of surf naar:
visitlimburg.be/enquete

VISITLIMBURG.be



GAGNEZ
un séjour dans le **Limburg!**

Qu'avez-vous pensé de votre séjour dans le Limbourg ? Scannez le code QR ou surfez sur le lien et faites-nous en part. Saisissez votre chance de gagner un chèque d'une valeur de € 250 de Visit Limburg!

GEWINNEN
Sie einen aufenthalt in **Limburg!**

Wie hat Ihnen Ihr Aufenthalt in Limburg gefallen? Scannen Sie den QR-Code oder gehen Sie zur Website und teilen Sie es uns mit. Sie haben die Chance, einen Scheck von Visit Limburg im Wert von € 250 zu gewinnen!

WIN
a stay in **Limburg!**

What did you think of your stay in Limburg? Scan the QR code or surf to the link below and let us know. Here's your chance to win a Visit Limburg cheque worth € 250!

SCAN the code
or visit
visitlimburg.be/enquete

VISITLIMBURG.be

V.U. Jeroen Luys, Universiteitslaan 3, 3500 Hasselt, info@visitlimburg.be

VISITLIMBURG.be

Uitleg weging

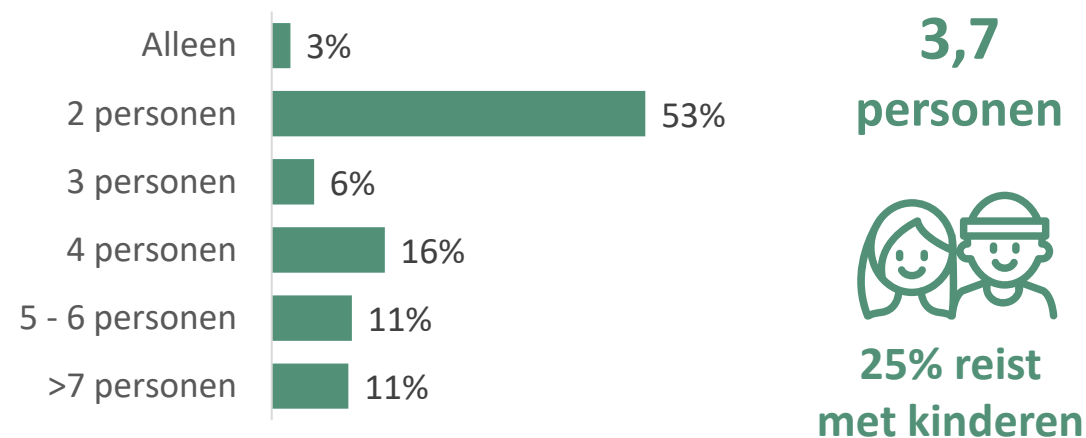
- Bij gebrek aan voldoende cases, werden de **zakelijke & anderstalige** gasten, alsook de **vakantieparken** uit de steekproef verwijderd.



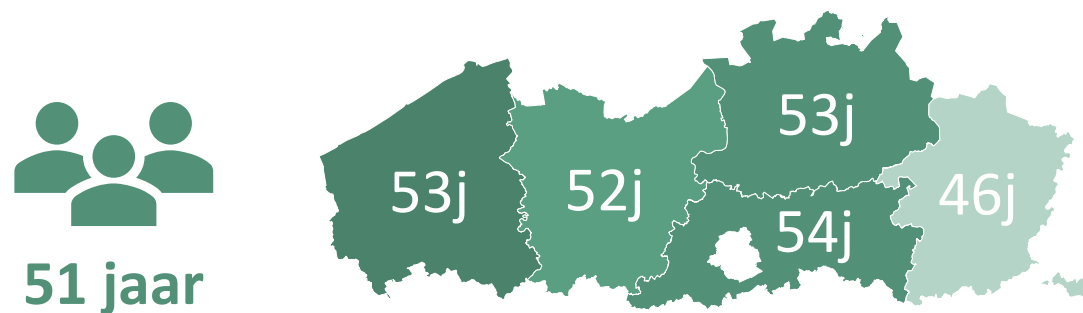
- De weging is gebaseerd op de toeristische aankomsten per logiestype en toeristische regio

Profiel vrijetijdstoerist

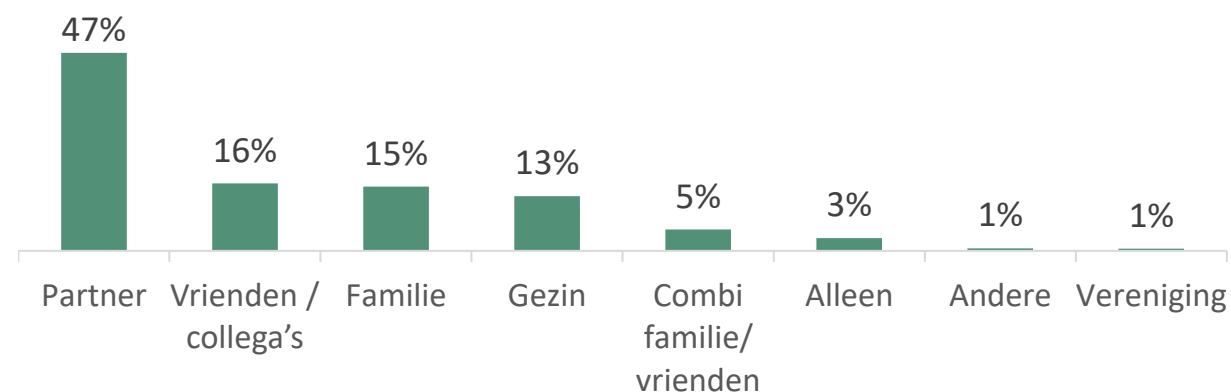
AANTAL PERSONEN REISGEZELSCHAP



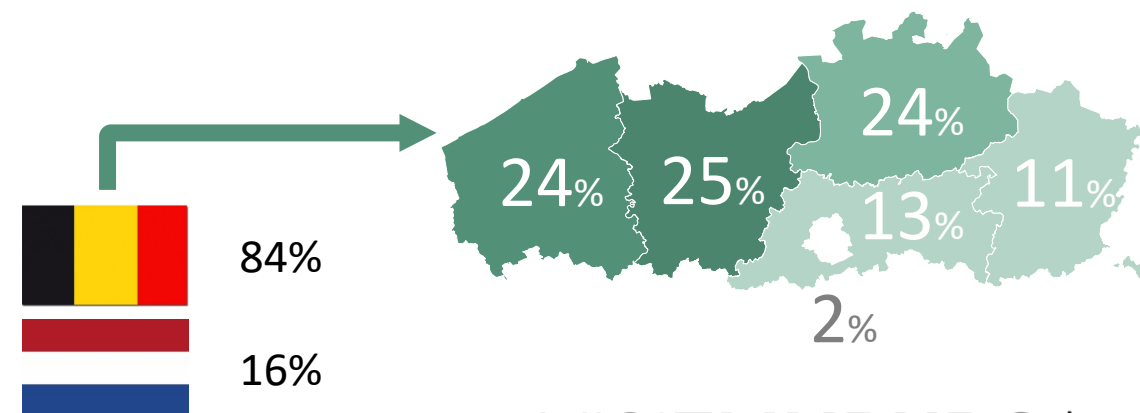
GEMIDDELDE LEEFTIJD REISGEZELSCHAP



SAMENSTELLING REISGEZELSCHAP



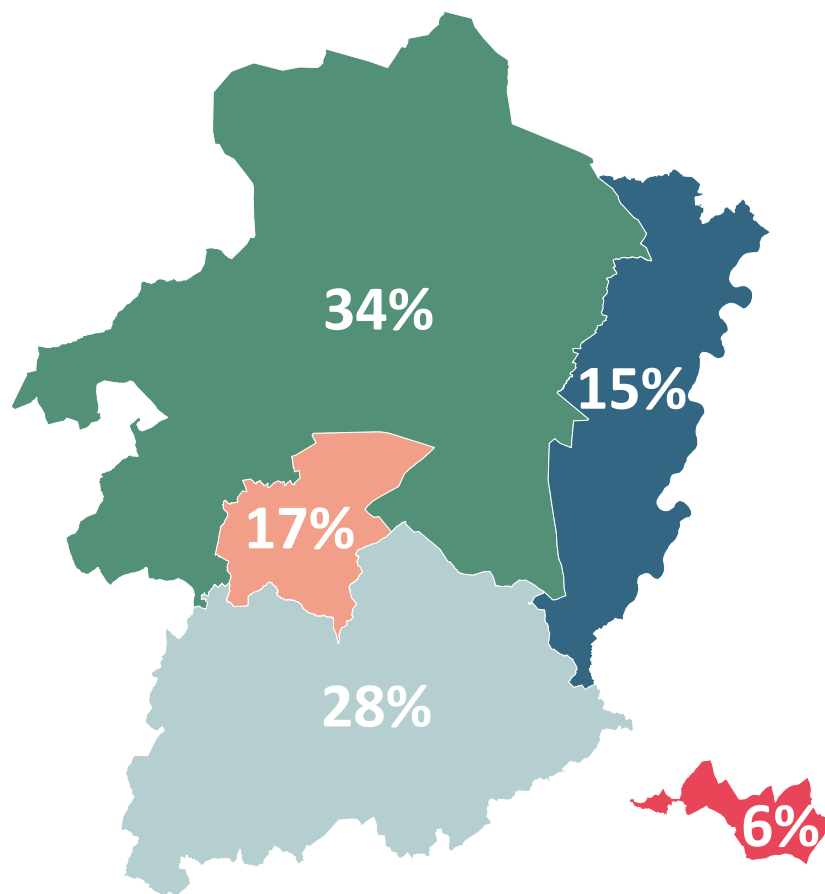
HERKOMST BELGISCHE GAST



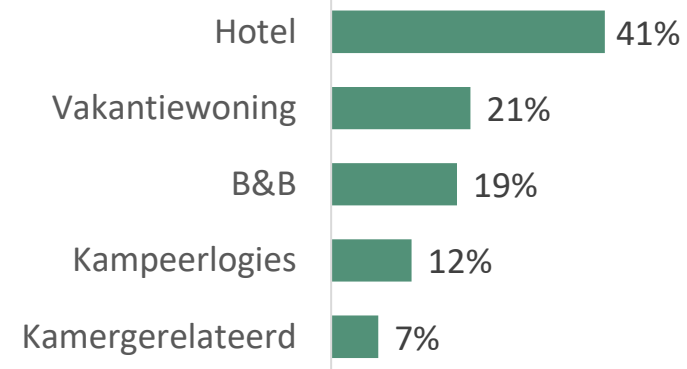
VISIT**LIMBURG**.be

Verblijf vrijetijdstoerist

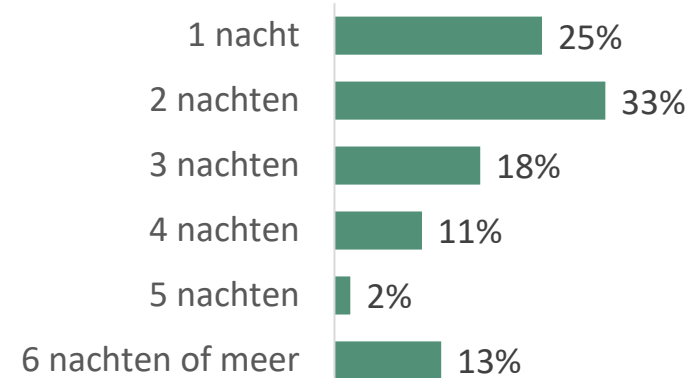
REGIOVERDELING LOGIES



VERDELING PER LOGIESTYPE



VERBLIJFSDUUR



VISIT**LIMBURG**.be

Significante verschillen worden in het rapport aangeduid met behulp van de symbolen “  ” & “  ”.

Dit geeft een significant verschil weer op een betrouwbaarheidsniveau van minimaal 95%.

Door het rapport in presentatiemodus te bekijken, kan je via de  pictogrammen makkelijk navigeren van de conclusiepagina's naar de detailpagina's. Om terug te keren, gebruik je het symbool  rechts bovenaan

Conclusies



Conclusie – Profiel & regio

- Bijna de helft van de Limburgse verblijfsgasten zijn **koppels** (47%) en 1 op 4 gasten reizen samen met **kinderen**. De gemiddelde leeftijd van een reisgezelschap (incl. kinderen) is **51 jaar**. Iets meer dan 4 op 5 gasten komen uit **België**. De helft van hen is afkomstig uit Oost- en West-Vlaanderen.
- Er is een vrij **korte verblijfsduur** in Limburg, 58% van de gasten verblijven 1 of 2 nachten.
- Verblijfstoeristen trekken naar de regio voor de **fietsmogelijkheden** in combinatie met mooie **natuur**, het gevarieerd **landschap**. Vooral gasten in het Maasland vonden de mogelijkheid tot fietsen een belangrijk motief (60%). FTDM droeg hier vanaf september '24 nog extra aan bij.
- Limburg als **vakantiebestemming** krijgt volgens de verblijfsgasten een score van **9 op 10**. Het aanbod aan fiets- en wandelroutes, de mooie natuur & landschap en het vakantiegevoel waren de grootste bronnen van tevredenheid over de regio.
- Enkele **tekorten** in de regio bestaan in het **beperkt aanbod (open) horecazaken** en buiten het wisselvallig weer gerekend, zouden er ook (kleinere) **events** in de kijker worden gezet, alsook meer **musea** en **shopping** mogelijkheden.
- Iets meer dan 2 op 5 van de bevroegde gasten was **in de afgelopen 12 maanden** nog minstens een keer op vakantie in Limburg gekomen. 25% verbleef toen in dezelfde streek en 15% zelfs in hetzelfde logies.
- Daarnaast is er een zeer **hoge terugkeerintentie**, waarbij 95% van de gasten aangeeft terug op vakantie te komen waarvan 57% met zekerheid

VISIT**LIMBURG**.be



Conclusie – logies

- **3 op 5** de verblijfstoeristen (64%) koos eerst een **aantrekkelijke regio**, om daarna een specifiek logies te zoeken. Bij 18% van de gasten kreeg het logies prioriteit boven de regio.
- Gasten leren de Limburgse logies kennen via **boekingsplatformen (24%)**, **mond-tot-mond reclame (20%)** en **Google (18%)**.
- Meer dan 2 op 3 gasten boekt hun logies **minstens één maand op voorhand** (72%), vergelijkbaar met 73% in 2023. Toch werd er sinds 2023 significant minder **ver vooruit geboekt** (4 maanden voor aankomst: van 34% naar 25% in 2024).
- De boekingen bij Limburgse logies worden door **2 op 3** gasten **rechtstreeks via de logies** geboekt en dit door bijna de helft via e-mail. Daarnaast boekt 23% van de verblijfstoeristen via het platform **Booking.com**.
- De logies behalen een hoge gemiddelde **tevredenheidsscore** van **9,1 op 10**. Met bijna 3 op 4 die het logies ook zouden **aanbevelen** aan vrienden of familie. In het Maasland en Haspengouw zijn er door enkele extreem lage scores 4 à 5 % detractors die zeer ontevreden waren.



Conclusie – info & activiteiten

- 1 op 3 van de respondenten zijn **terugkerende gasten** die de regio vóór vertrek al kenden
- Daarnaast leren gasten de regio voor vertrek kennen via een **zoekmachine** (27%) of een specifieke **toeristische website** (23%). Hiervoor kijken ze voornamelijk naar de website van **Visit Limburg**. Ook **vrienden en familie** (24%) zijn een belangrijke bron.
- Tijdens het verblijf zijn het de **logies** die **6 op 10 gasten** laten kennismaken met de regio en hun activiteiten. **Gedrukte informatie** worden iets vaker gebruikt tijdens de vakantie (19%), zeker de brochures van de logies (10%) en de regio (8%). Het **Gast magazine** is **zowel** vóór als tijdens het verblijf goed voor 7% gebruik.
- De grote meerderheid van de gasten (85%) kwamen op **tussendoorvakantie** in Limburg
- Hoewel de activiteiten die in Limburg worden ondernomen sterk regio afhankelijk zijn, staan er 3 activiteiten in elke regio's top 5. **Gastronomie, wandelen, en terrasjes** zijn voor elke regio 1 van de 5 belangrijkste activiteiten. **Fietsen** komt enkel in de Voerstreek niet in de top 5 voor en natuurbeleving enkel niet in Hasselt. In vergelijking met het Vlaamse regio onderzoek is **natuurbeleving 11% gestegen** sinds 2023.
- 1 op 3 gasten zijn op **themavakantie** in Limburg en de **helft** van hen maakt een **fietsvakantie** vanuit één logies. Daarnaast zijn ook **wandelvakanties** vanuit één logies populair (14%).
- De **leukste activiteiten** van de gasten was het fietsen en de fietsbelevingen, alsook wandelen in de natuur.

De regio

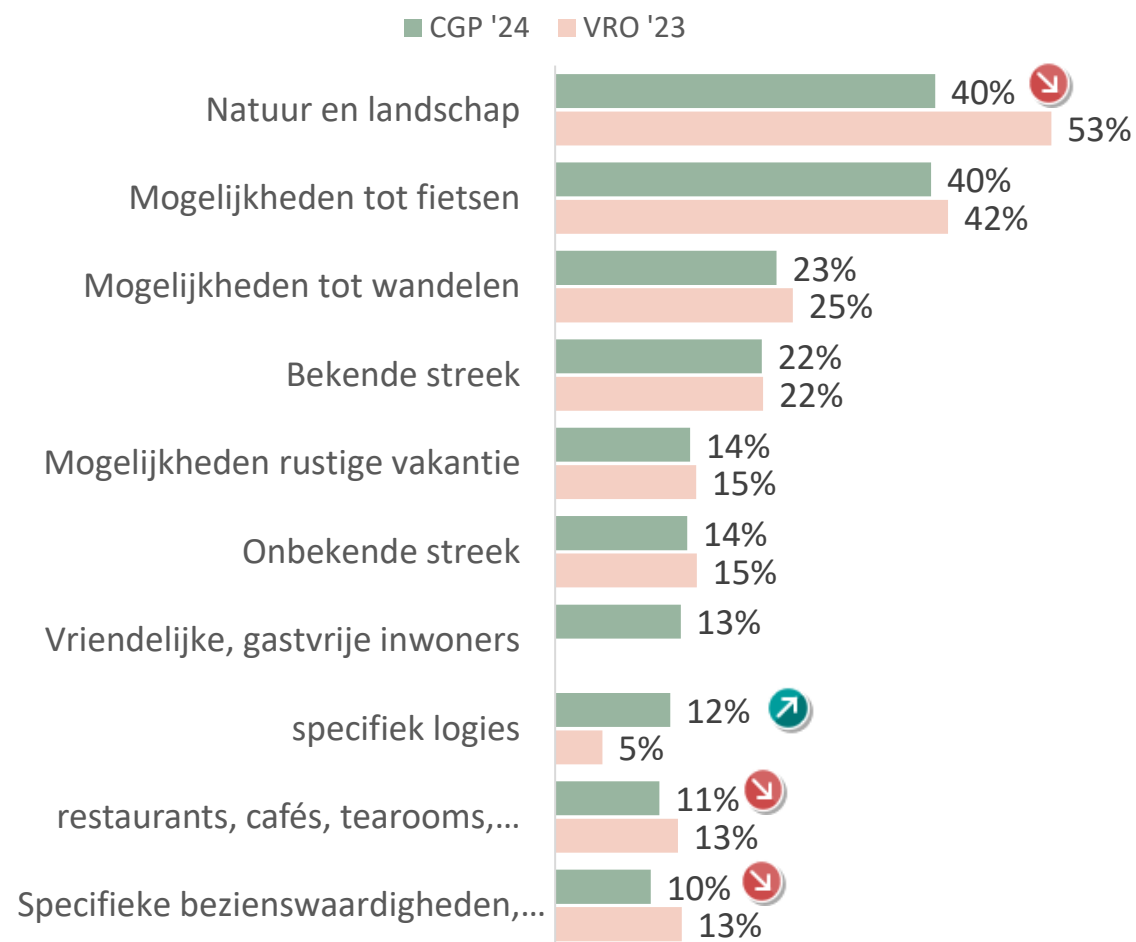


Limburg trekt verblijfstoeristen aan met fietsbeleving, natuur & landschappen

VISIT**LIMBURG**.be

Waarom op vakantie in deze regio?

Top 10 redenen voor een verblijf in de regio



- Sterk **regio afhankelijk**
- 60% van de **Maaslandse gasten** kiest de regio voor de fietsmogelijkheden (opening FTDM)
- Natuur & het landschap wordt het vaakst vermeld in **Haspengouw en de Voerstreek**
- Gasten uit **Hasselt** kiezen de regio significant vaker o.b.v. het bruisende stadsleven (horeca, events, shopping) t.o.v. de gasten uit andere regio's
- 12% van de **Kempische gasten** kiezen de regio o.b.v. het familievriendelijk aanbod

VISIT**LIMBURG**.be



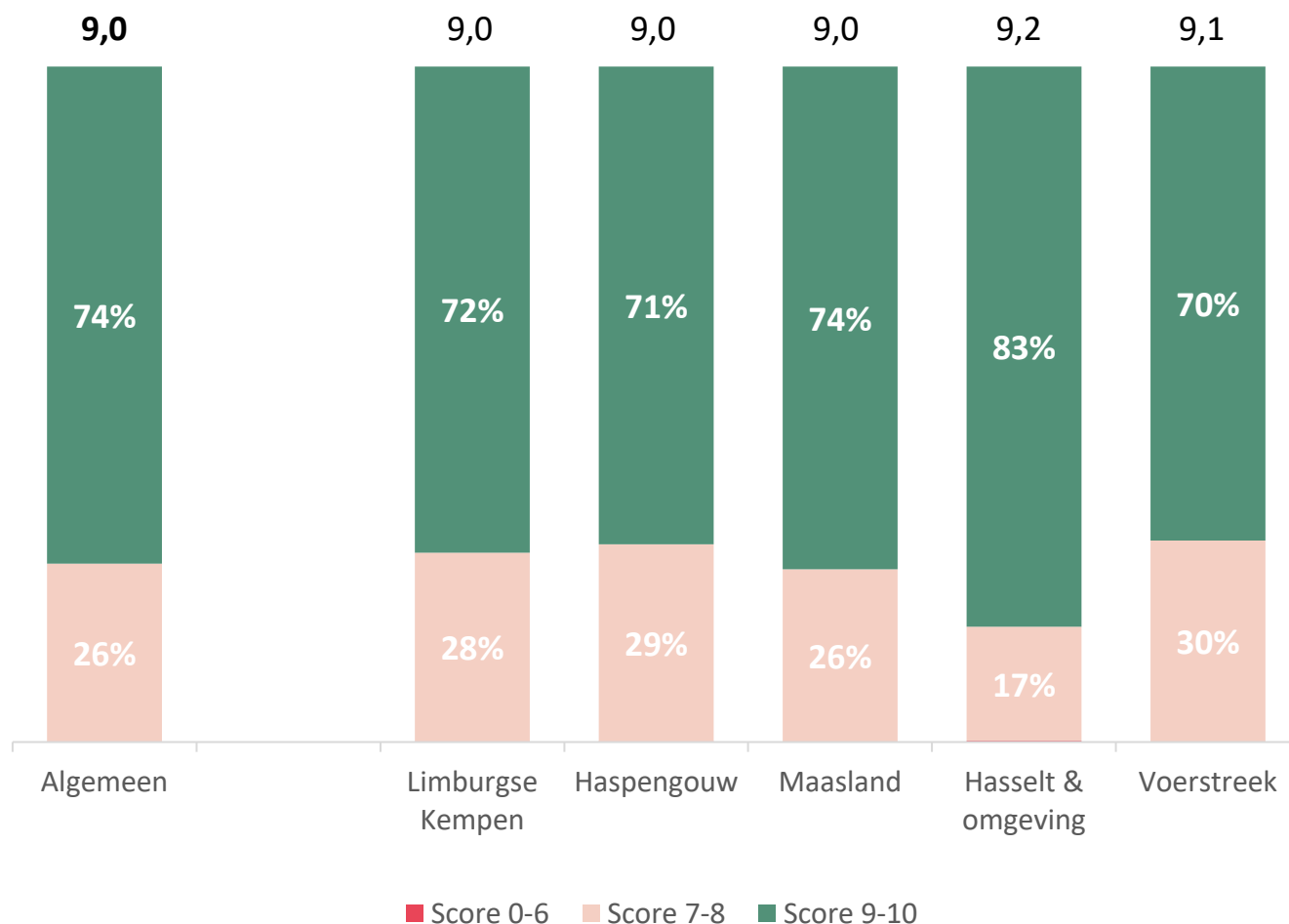
Waarom op vakantie in deze regio?

	Limburgse Kempen	Haspengouw	Maasland	Hasselt & omgeving	Voerstreek	Totaal
Natuur en landschap	47%	43%	45%	7%	61%	40%
Mogelijkheden tot fietsen	46%	41%	60%	17%	11%	40%
Mogelijkheden tot wandelen	28%	24%	24%	10%	30%	23%
Bekende streek	12%	22%	22%	35%	39%	22%
Mogelijkheden rustige vakantie	17%	13%	18%	2%	25%	14%
Onbekende streek	15%	15%	15%	6%	22%	14%
Vriendelijke, gastvrije inwoners	13%	15%	8%	21%	5%	13%
specifiek logies	6%	19%	12%	12%	13%	12%
restaurants, cafés, tearooms,...	5%	6%	10%	33%	11%	11%
Specifieke bezienswaardigheden, musea of attracties	7%	15%	4%	8%	22%	10%
Vlot bereikbaar	11%	5%	10%	14%	1%	9%
Mogelijkheden actieve vakantie	10%	7%	16%	3%	5%	9%
Familievriendelijk aanbod	12%	6%	8%	2%	0%	7%
shoppingmogelijkheden	4%	2%	3%	29%	1%	7%
Gevarieerd landschap	7%	9%	4%	3%	11%	7%
Andere	9%	7%	5%	5%	0%	7%
Evenement	3%	6%	0%	18%	4%	6%
aanbevolen door vrienden/familie	5%	8%	8%	4%	1%	6%
aanbod aan streekproducten	0%	4%	0%	0%	0%	2%
Geen specifieke reden	1%	1%	0%	0%	1%	1%

VISIT**LIMBURG**.be



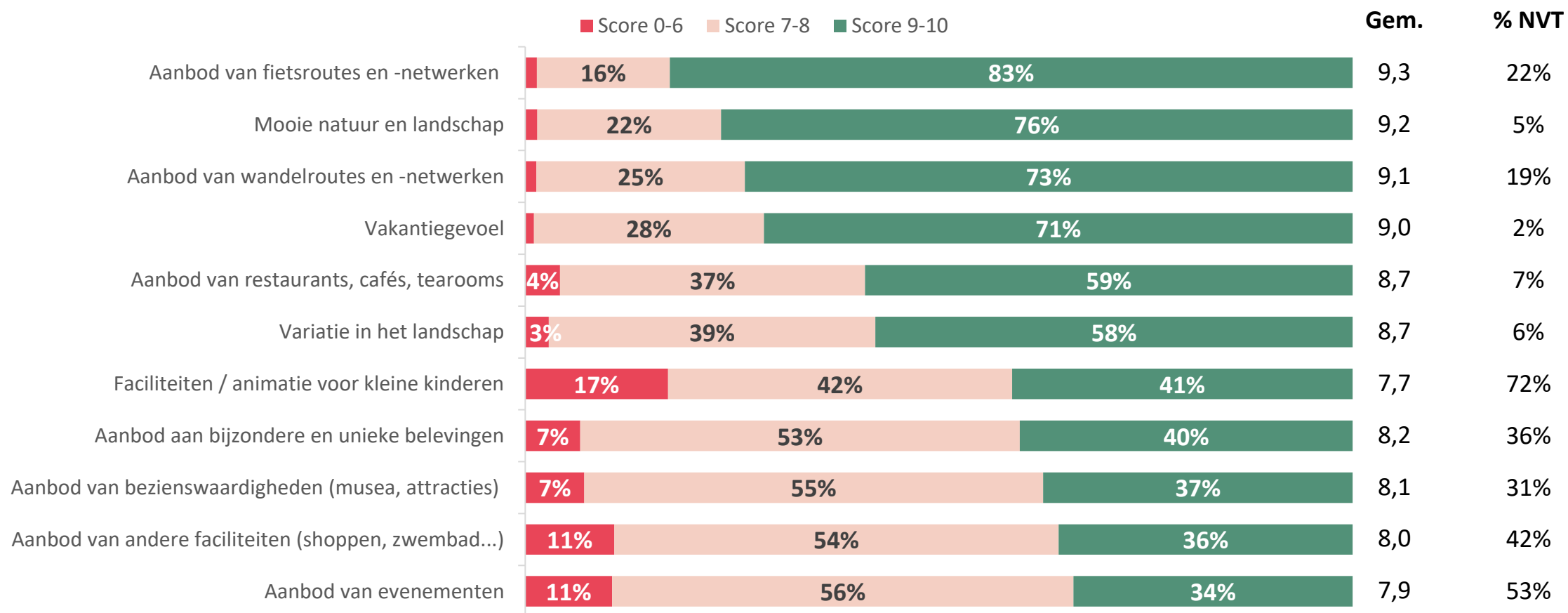
Tevredenheid regio als vakantiebestemming



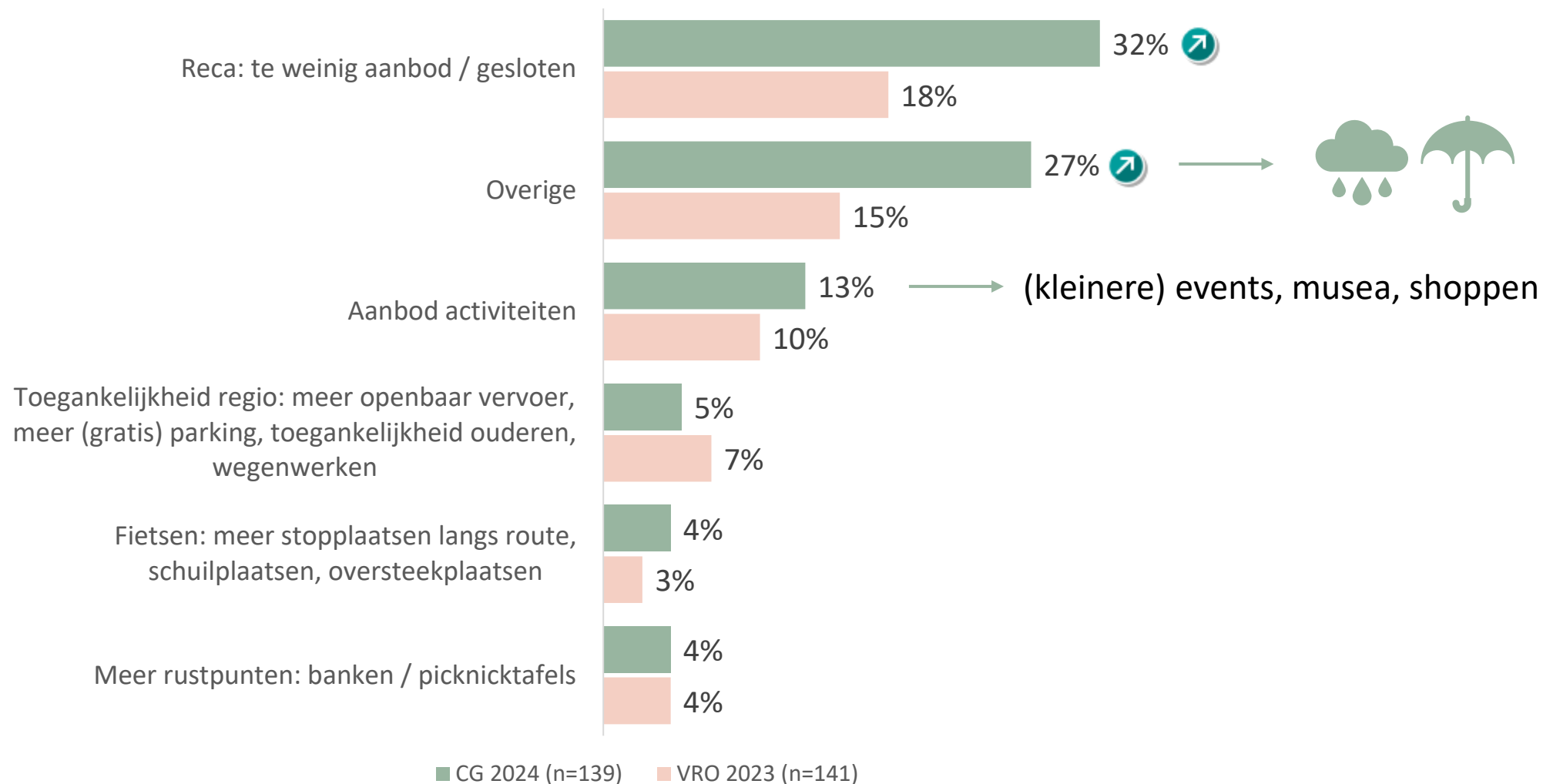
- De **algemene tevredenheid** van de regio is licht gestegen t.o.v. VRO (8,9 op 10)
- De tevredenheid van het Maasland is gestegen van 8,8 naar 9. Die van Haspengouw is licht gedaald (-0,2)
- Gasten zijn het meest tevreden over Hasselt

Detailtevredenheid regio

Gasten die in de Limburgse Kempen verbleven, waren gemiddeld positiever over faciliteiten voor kleine kinderen dan de andere regio's (gem. 8,5 > Maasland scoorde gem. slechts 5,5)

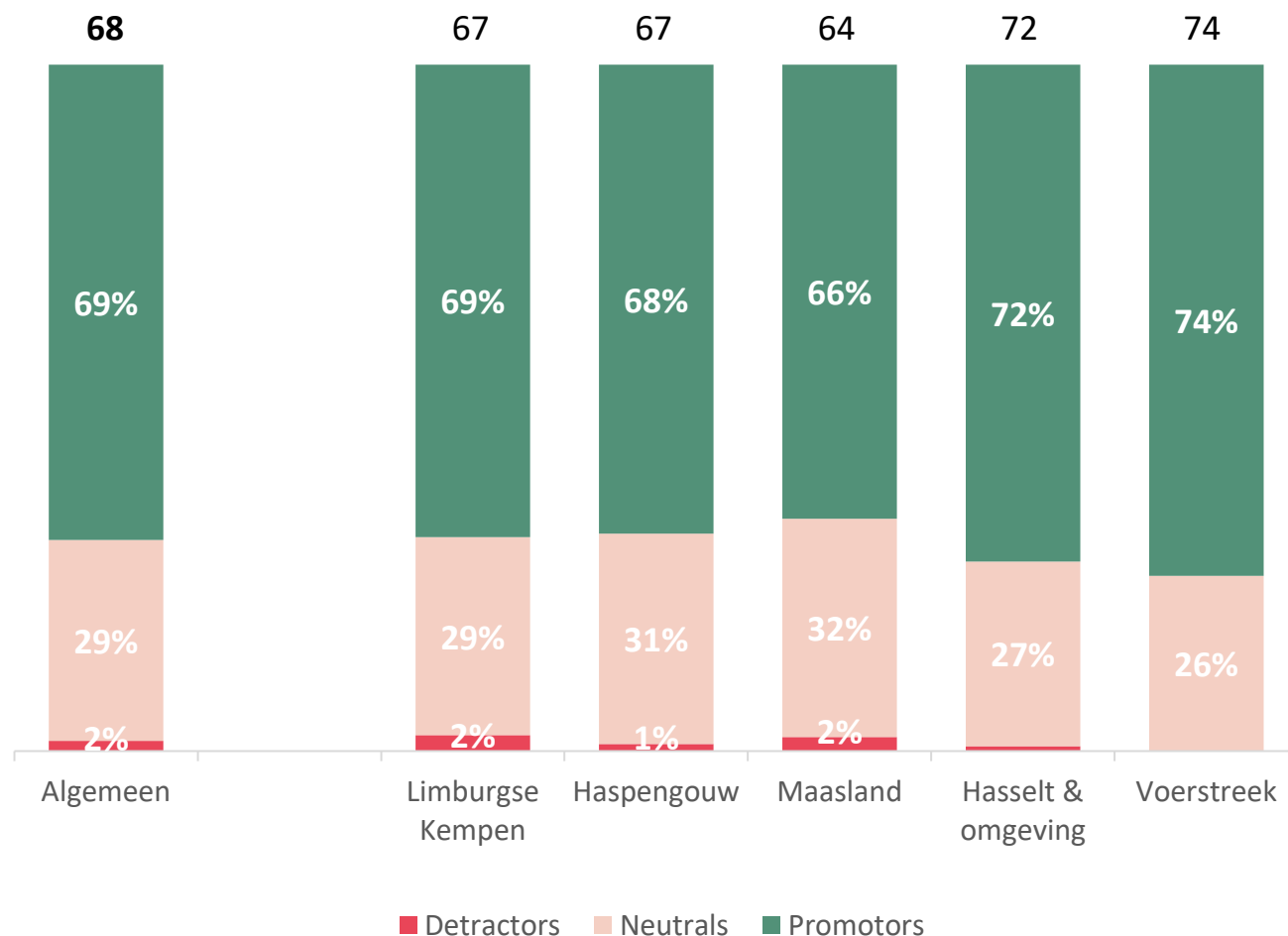


Wat ontbreekt er nog in de regio?





Aanbeveling van de regio (NPS)

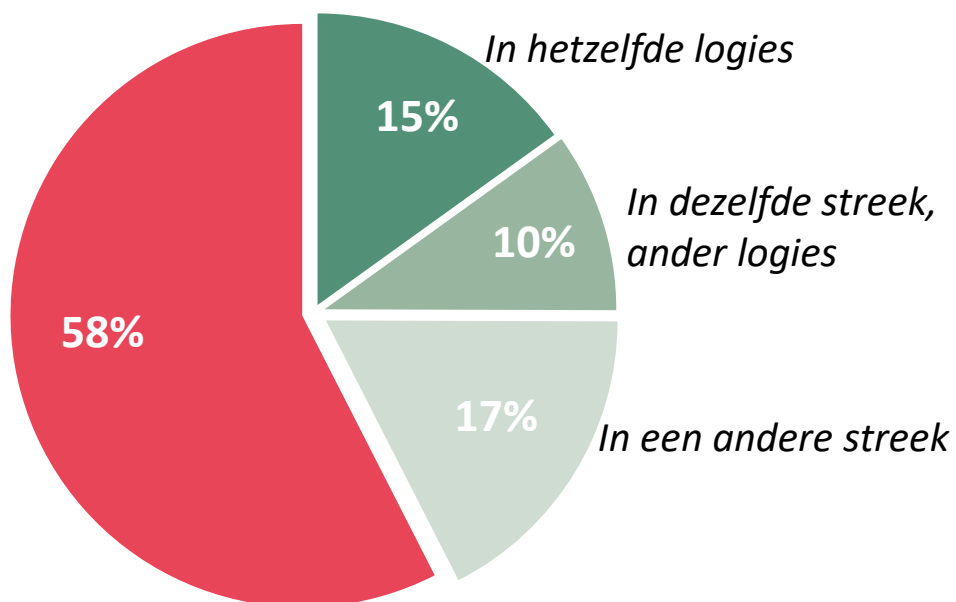


- De Net Promotor Score voor de regio is **68** (70 in VRO'23)
- Het aandeel **Promoters van Limburg** is met **1,8% gedaald** sinds het VRO 2023. De sterkste daling is te zien in Voeren (-11,5%) en Haspengouw (-11%).

Loyaliteit

VAKANTIE IN LIMBURG AFGELOPEN 12M?

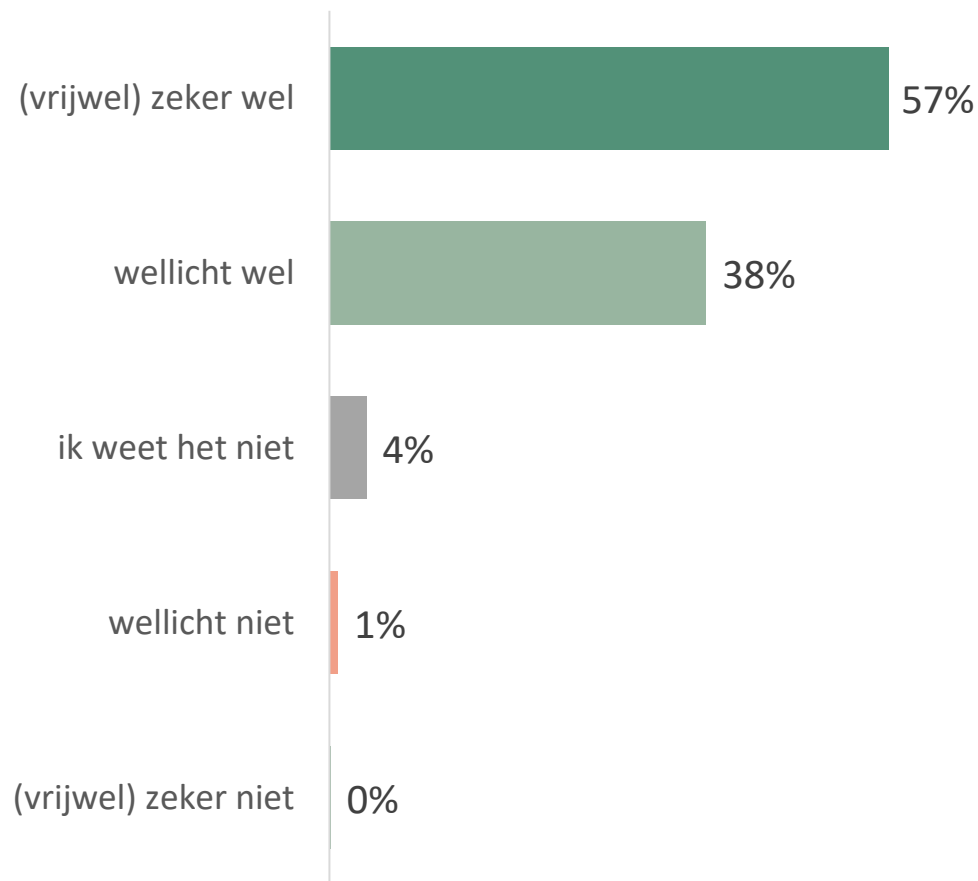
42% van de gasten was in de afgelopen 12 maanden ook op vakantie naar Limburg gekomen



- In het **VRO '23** was **19%** in de afgelopen 12 maanden naar **dezelfde regio** gekomen, vs 25% nu.
- **Vriendengroepen** zijn significant minder loyaal aan hetzelfde logies (7% t.o.v. 15% gemiddeld)
- **Haspengouw** kende de meeste herhalingsbezoekers. 50% kwam binnen de 12 maanden terug op vakantie naar Limburg

Terugkeerintentie

VAKANTIE IN LIMBURG KOMENDE 3 JAAR?



95% komt (wellicht) terug op vakantie

- **60%** van de **koppels** komt (vrijwel) zeker terug naar Limburg
- Ook gemengde gezelschappen van vrienden & familie zijn vrij zeker van hun terugkeer naar Limburg (59% - wellicht wel)

VISIT**LIMBURG**.be

De informatiebronnen



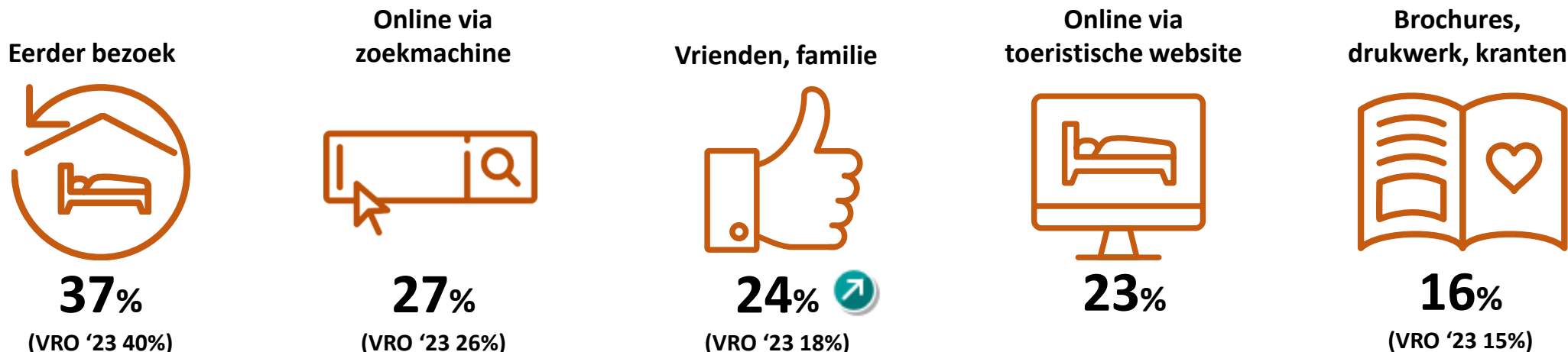
37% van de gasten leerde de bezochte regio al kennen via een eerder bezoek

VISIT**LIMBURG**.be



Top 5 infobronnen VOOR vertrek

96% zocht informatie op om de regio beter te leren kennen

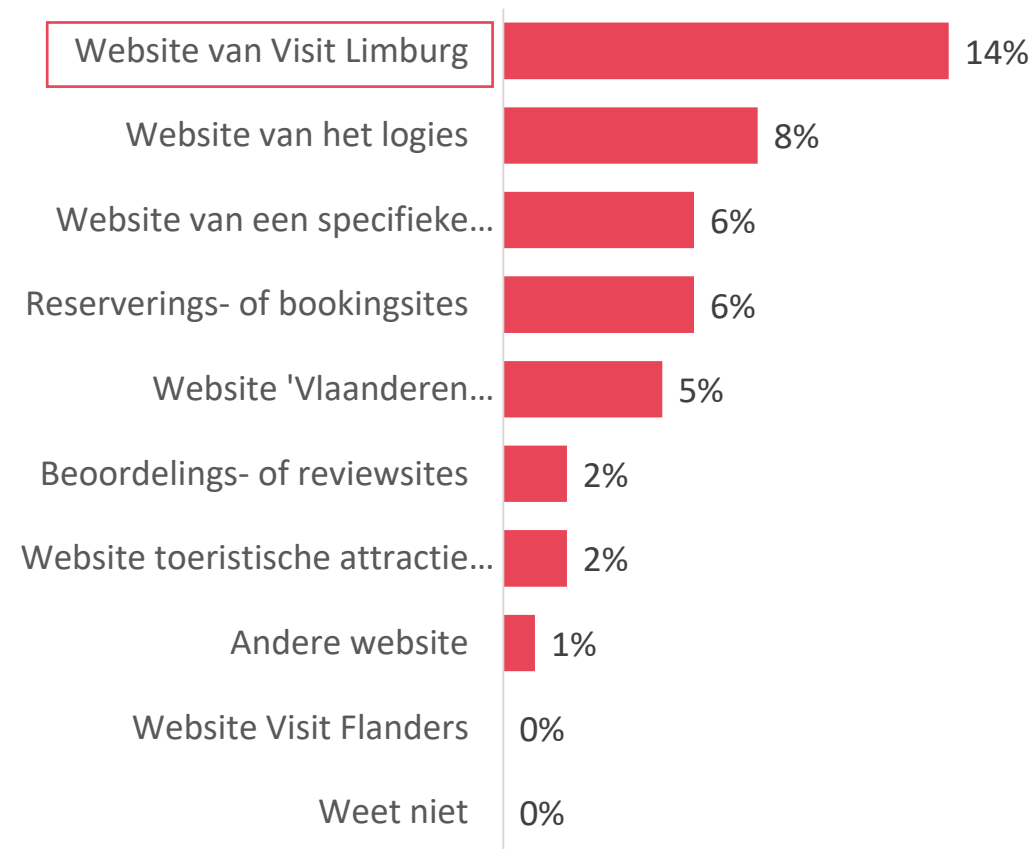
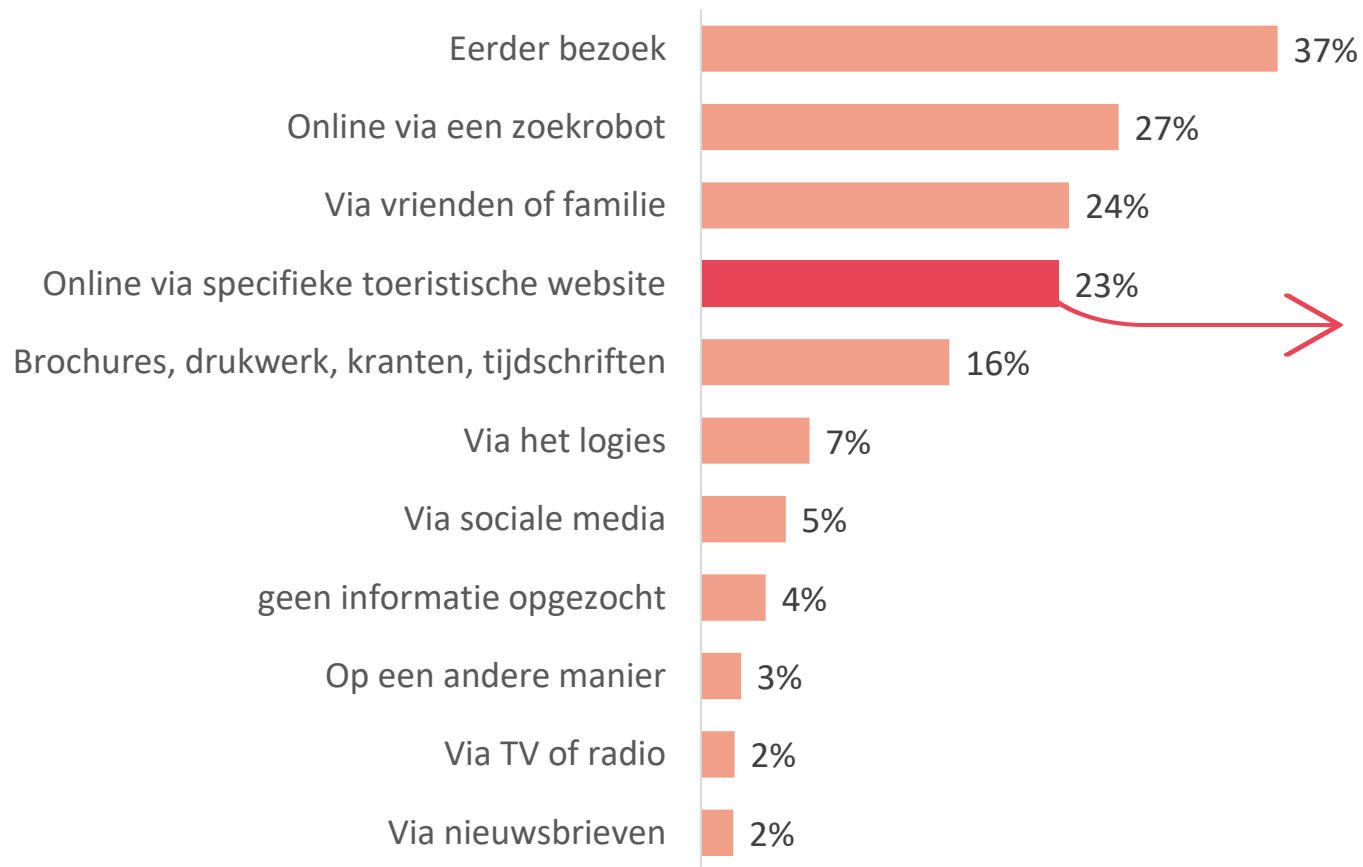


- Het aandeel **terugkerende gasten** ligt het hoogst in de Voerstreek (52%) en het Maasland (44%).
- Gasten leerden de regio vaker kennen door vrienden of familie.
- **Gezinsleden** leren de regio significant vaker kennen via een **zoekrobot** of specifieke website. Koppels kwamen al vaker eerder op bezoek. Wellicht gaat het hier vaker over oudere koppels.



Toeristische website om regio te leren kennen

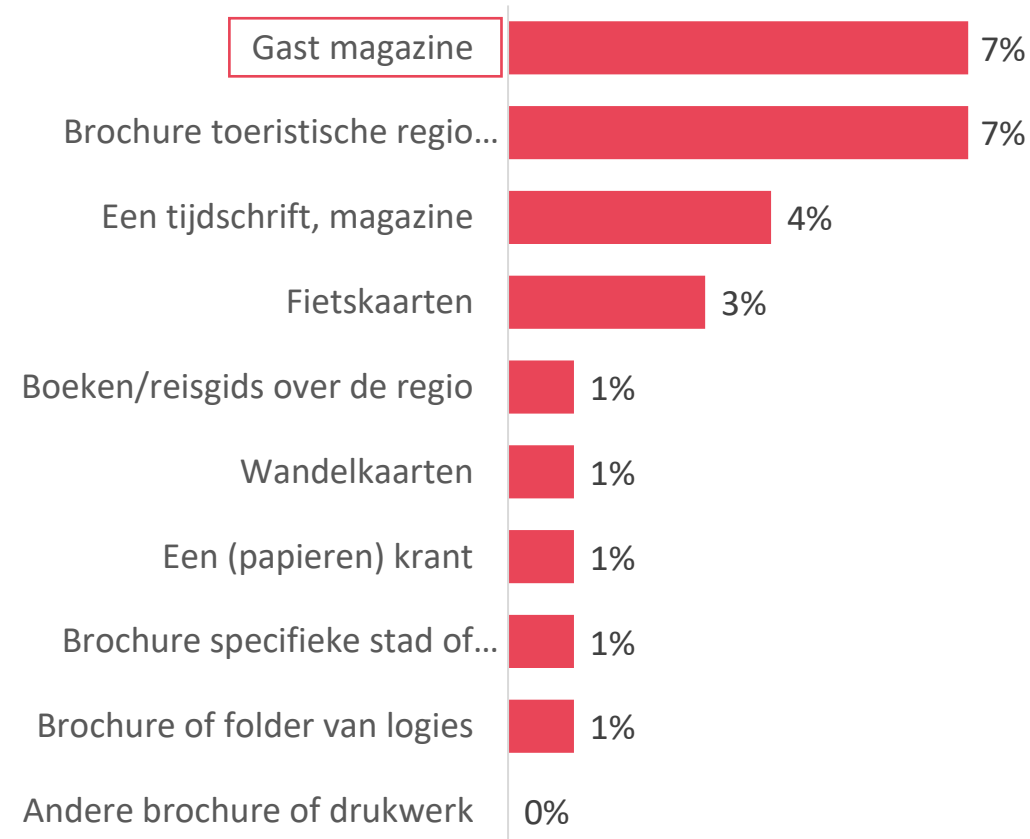
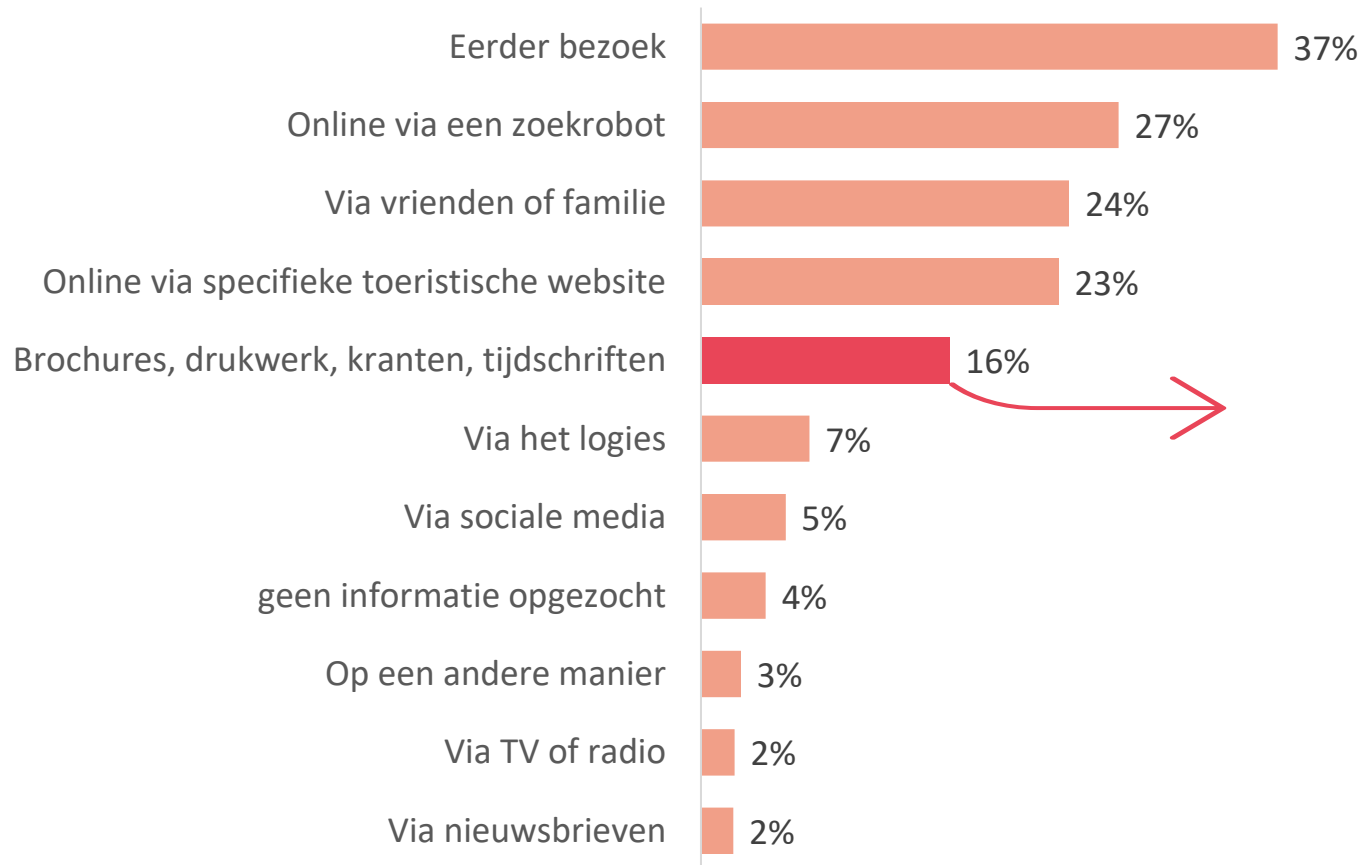
Regio infobron VOOR vertrek



VISIT**LIMBURG**.be

Gedrukte infobronnen om regio te leren kennen

Regio infobron VOOR vertrek



VISIT**LIMBURG**.be



Tijdens het verblijf worden **62%** van de gasten wegwijs gemaakt door het logies

VISIT**LIMBURG**.be



Top 5 infobronnen TIJDENS de vakantie

94% gebruikte informatie tijdens verblijf



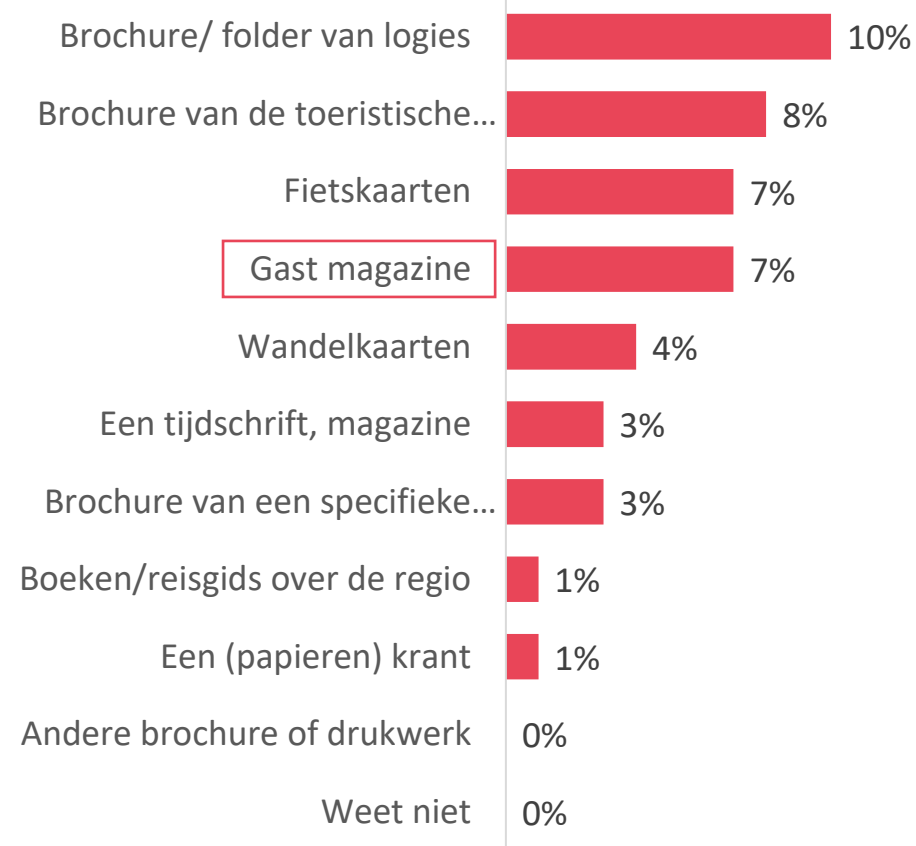
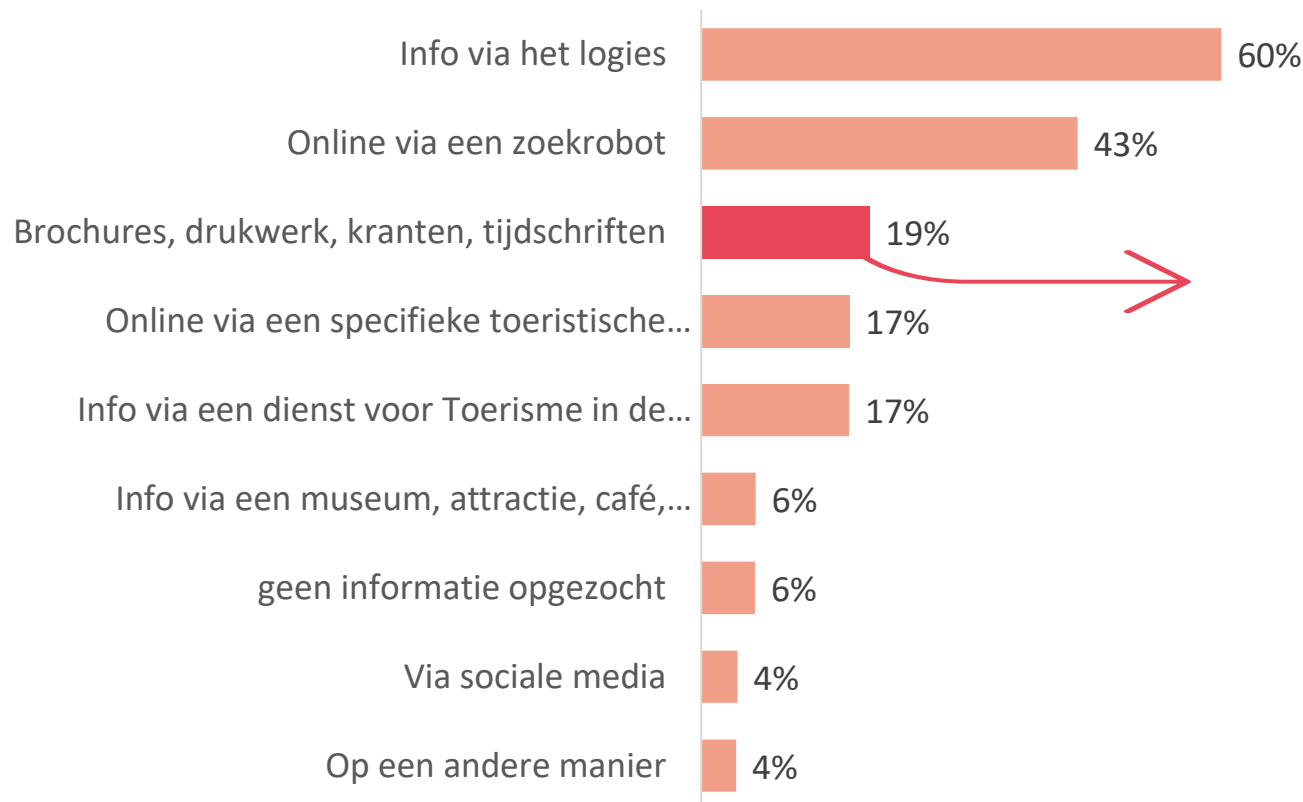
- In Hasselt ligt het aandeel gasten dat info krijgt via hun logies lager (48%). Hotels zijn significant minder vaak een infobron voor hun gasten (53%)
- Google is de 2^{de} belangrijkste infobron (ook tijdens het verblijf)
- **Gedrukte informatie** wordt tijdens het verblijf 2% meer bekeken dan om de regio te leren kennen

VISIT**LIMBURG**.be

Gedrukte infobronnen tijdens de vakantie



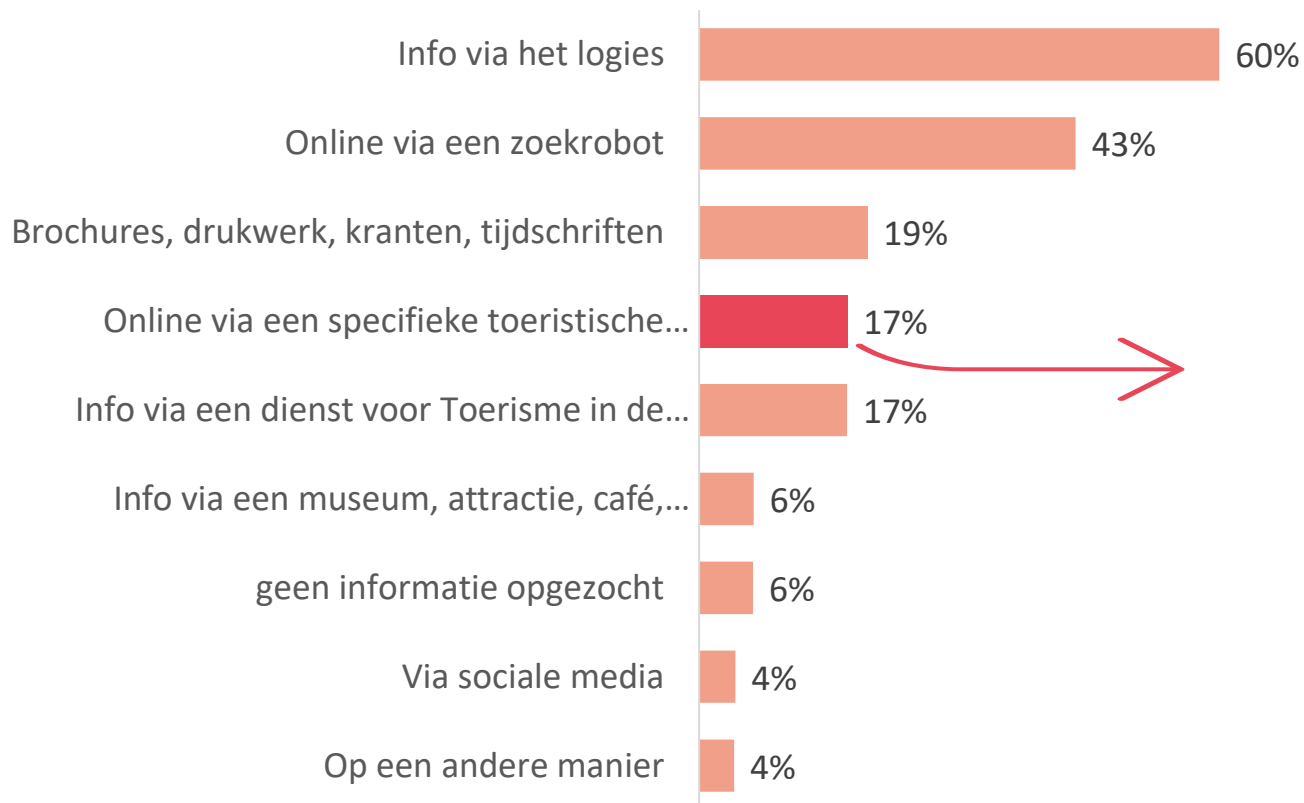
Infobron tijdens de vakantie





Toeristische website tijdens de vakantie

Infobron tijdens de vakantie



VISIT**LIMBURG**.be

De activiteiten

85% verblijft in Limburg als tussendoorvakantie

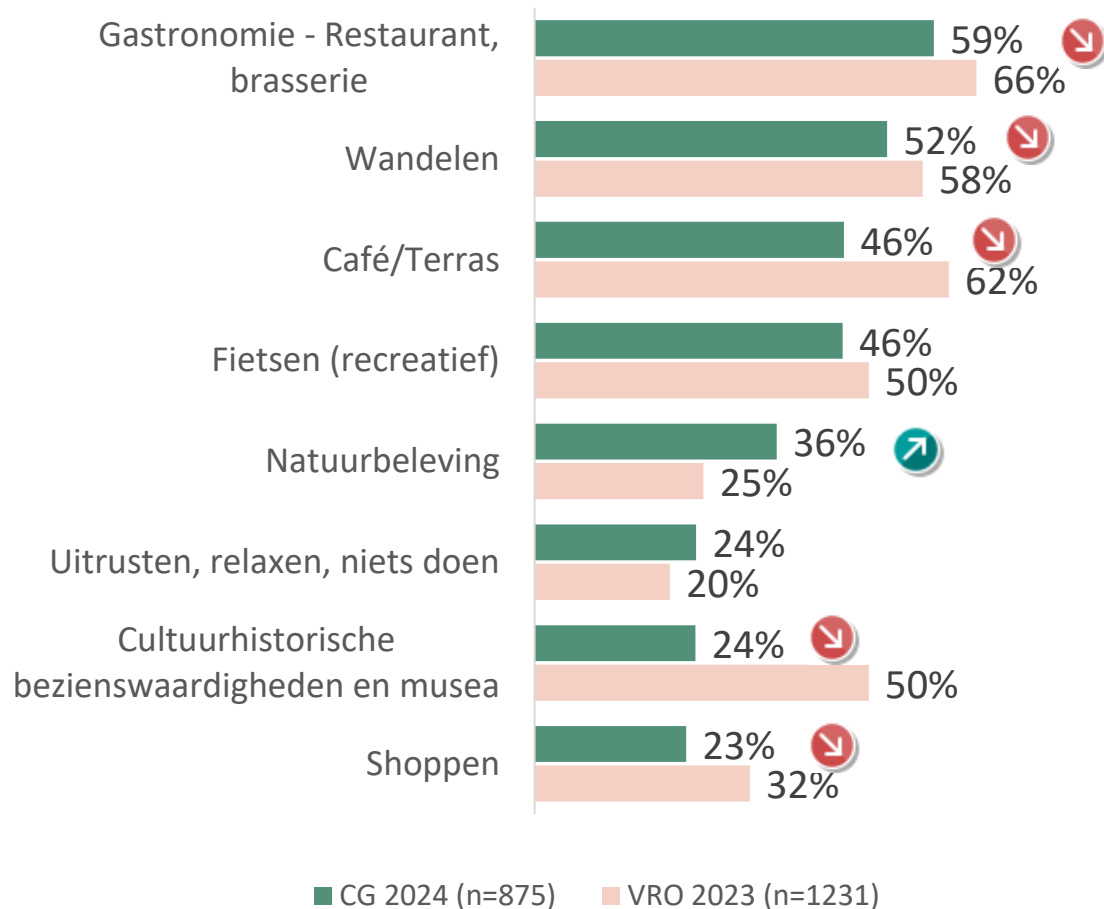


Het gaat vaker om een hoofdvakantie bij verblijvers in kampeerlogies (34%) en in de Limburgse Kempen (21%)

VISIT**LIMBURG**.be

Wat te doen in Limburg

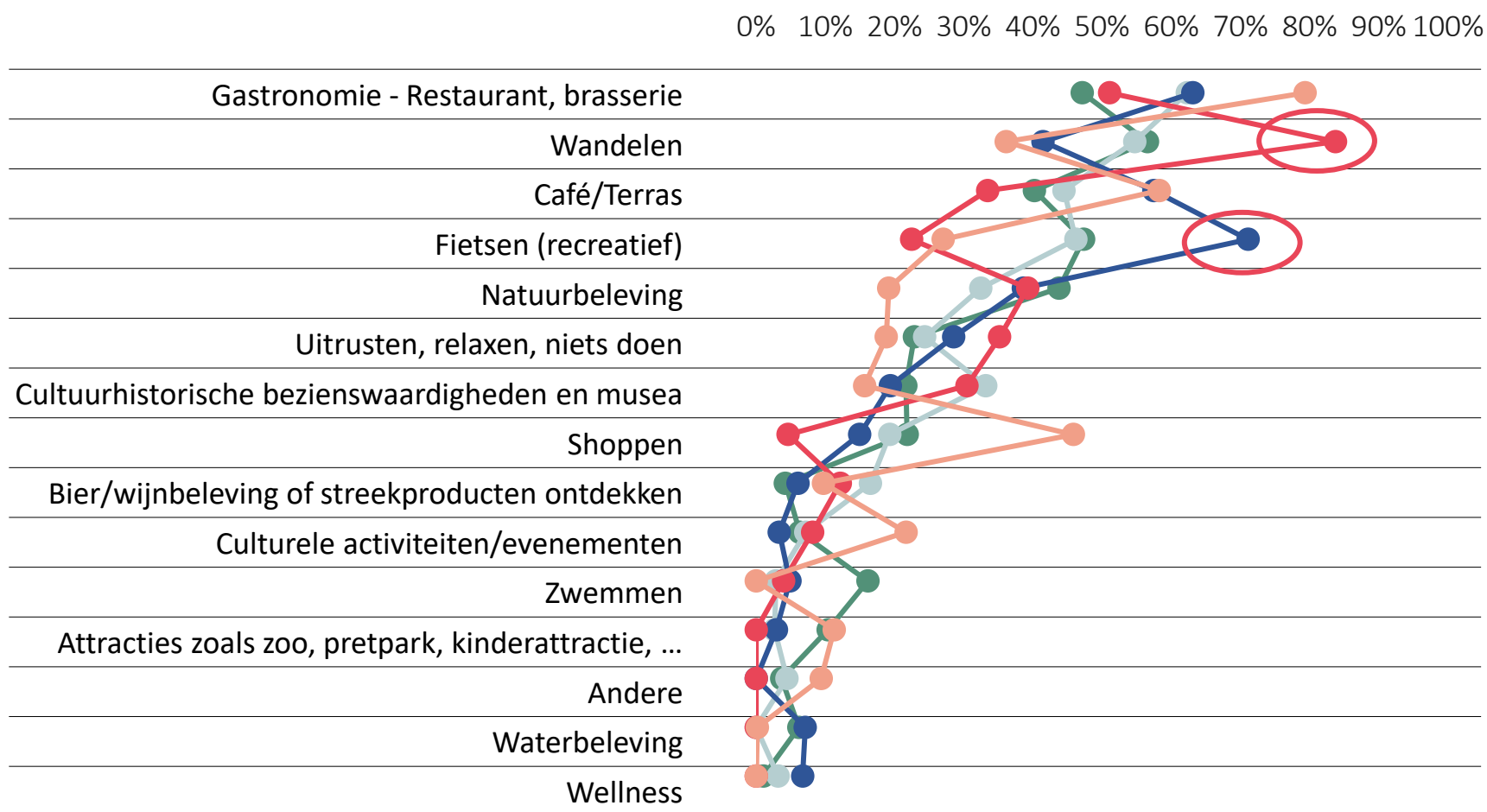
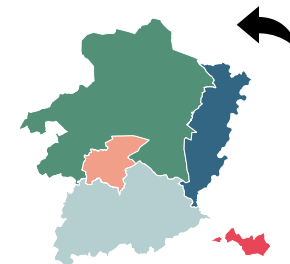
Populairste activiteiten:



- Gastronomie is het minst populair in de **Kempen** (49%)
- 84% van de gasten in de **Voerstreek** zijn gaan wandelen tijdens hun verblijf
- 44% van de **Kempense gasten** hebben aan natuurbeleving gedaan (gem. 36%)
- In het **Maasland** zijn 71% van de gasten gaan fietsen
- 79% van de **Hasseltse** gasten zijn op restaurant gegaan (gem. 59%)

VISIT**LIMBURG**.be

Top activiteiten per regio



Limb Kemp	Hasp	Maas	Hasselt	Voer
47%	62%	63%	79%	51%
57%	55%	41%	36%	84%
40%	44%	57%	58%	33%
47%	46%	71%	27%	22%
44%	32%	39%	19%	39%
23%	24%	29%	19%	35%
22%	33%	19%	16%	30%
22%	19%	15%	46%	5%
4%	17%	6%	10%	12%
6%	7%	3%	22%	8%
16%	3%	5%	0%	4%
10%	3%	3%	11%	0%
4%	4%	0%	9%	0%
6%	0%	7%	0%	0%
1%	3%	7%	0%	0%

VISIT**LIMBURG**.be

1 op 3 vakantiegangers maakt een themareis

De helft van de gasten die één uitgesproken activiteit doen, maken een **fietsvakantie** (verblijf in 1 logies)

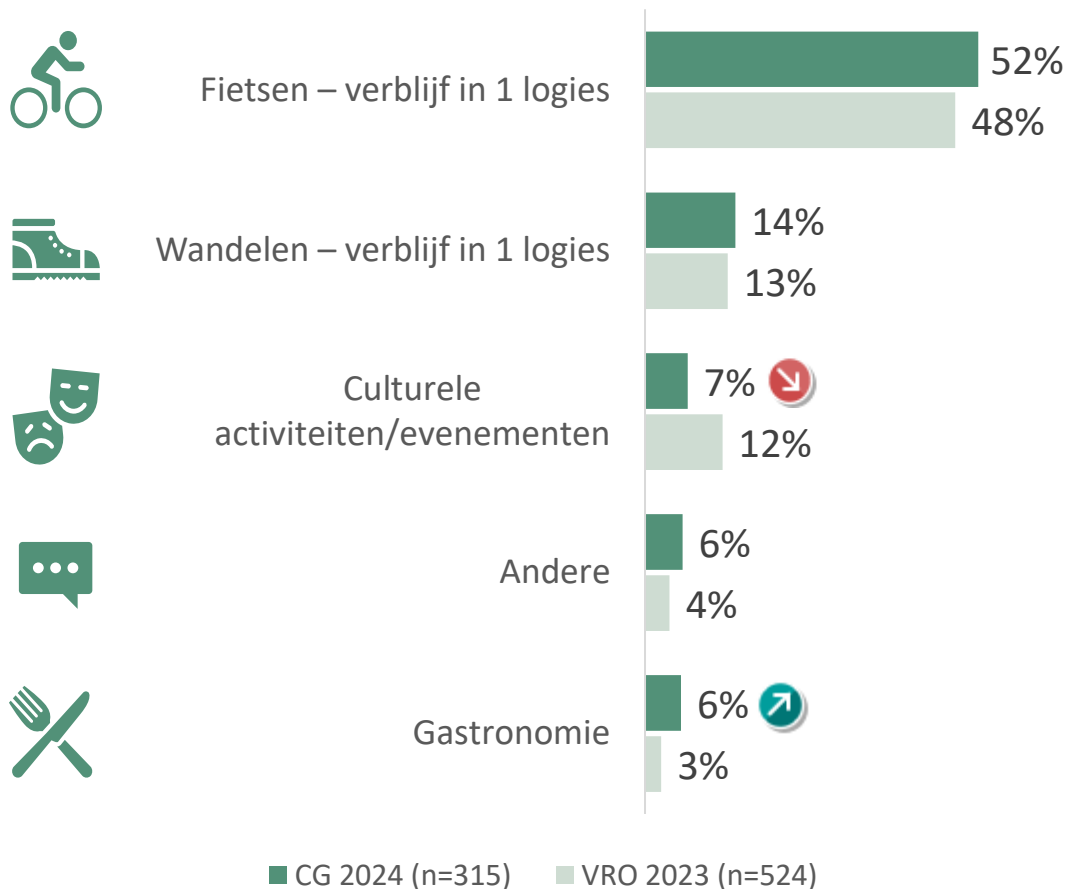


VISIT**LIMBURG**.be



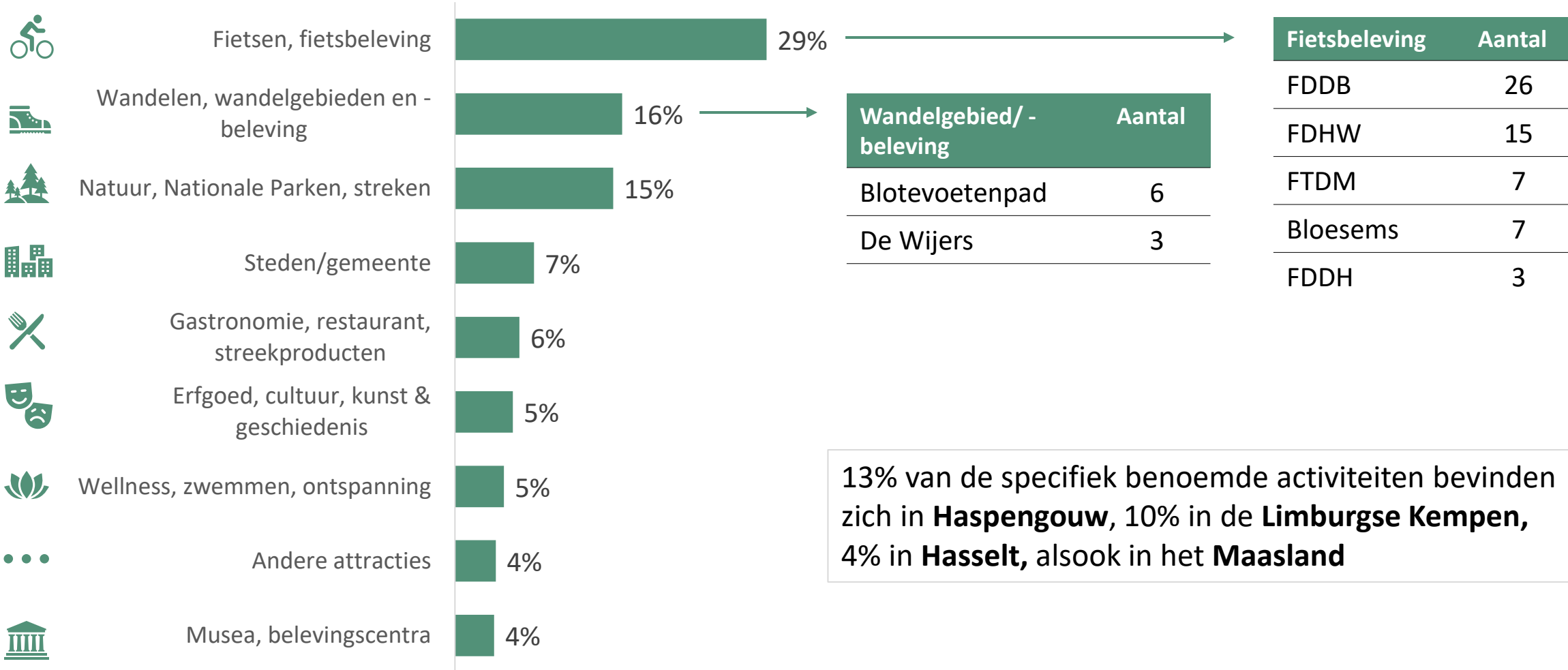
Themavakanties

De 5 populairste thema-activiteiten:



- In totaal maakte 55% een **fietsvakantie**, waarvan 52% in 1 logies verblijft
- 15% komt op **wandelvakantie**, waarvan 14% in 1 logies verblijft. Wandelvakanties zijn populair in de **Voerstreek**, daar ging 61% wandelen met een verblijf in 1 logies (**n=12**)
- In **Hasselt** worden er meer culturele (16%) & culinaire (22%) themavakanties gedaan
- In de categorie **andere** gaat het voornamelijk over een ruitervakantie, een huwelijk of een event

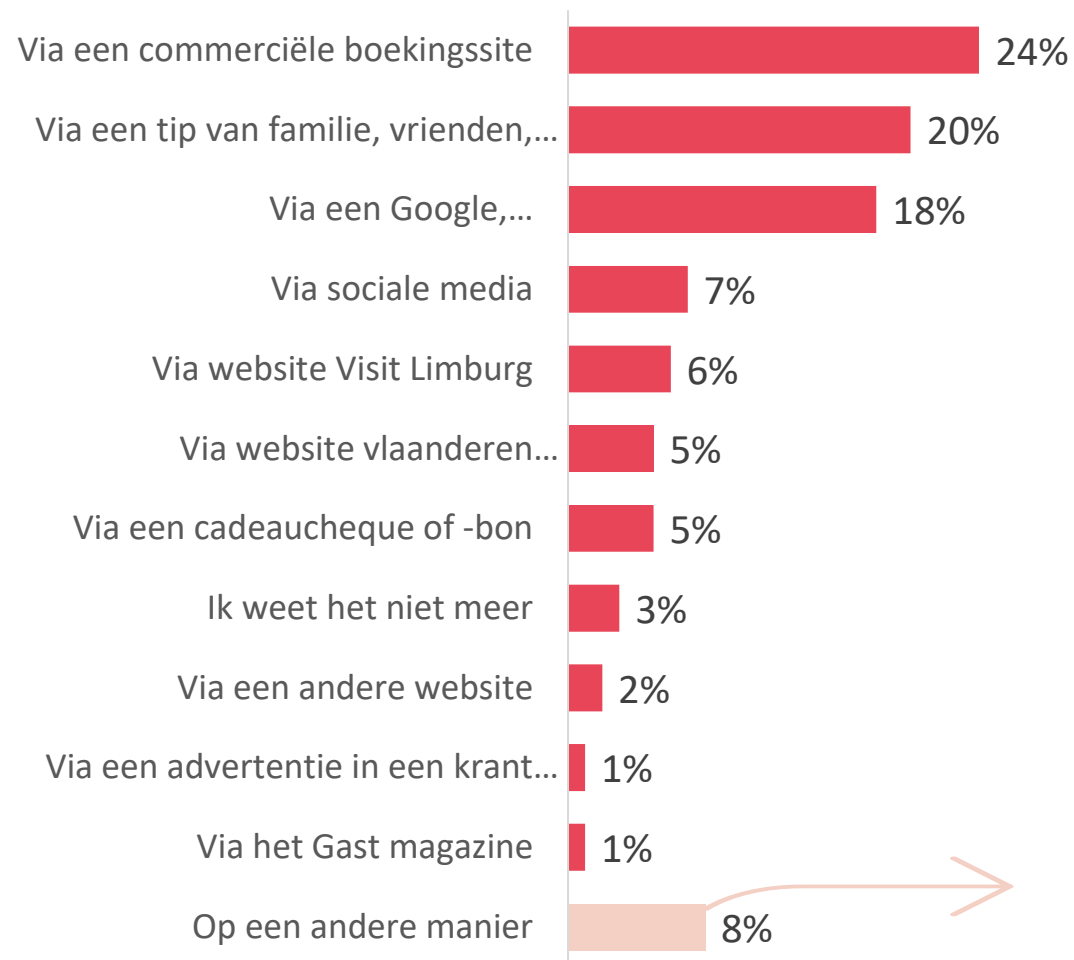
Leukste activiteit*



* Ongewogen antwoorden – regio afhankelijk
Basis: open vraag D2 - leukste activiteit (n= 965)

De logies

Via welk kanaal logies leren kennen?



- **Boekingsplatformen, mond-tot-mond reclame en Google**, zorgen ervoor dat mensen Limburgse logies leren kennen
- Bij de categorie **andere websites** gaat het voornamelijk over de eigen website van grotere hotels of over kleinere boekingsplatformen

Andere manier (n= 99)*	Aantal
Eerdere ervaring/terugkerende gast	24
Toevallig geweest/gevonden	15
Andere website	12
Via kennissen	10

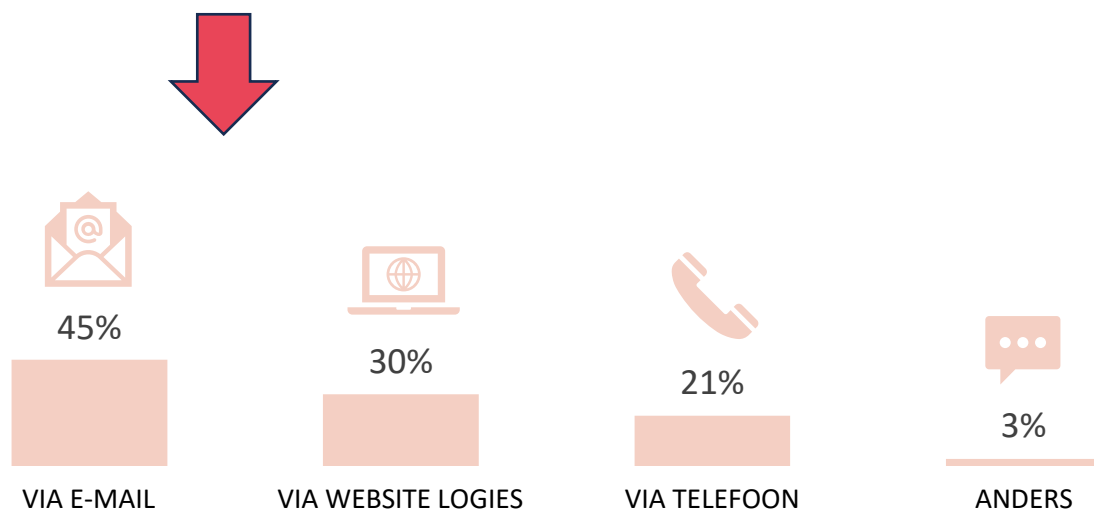
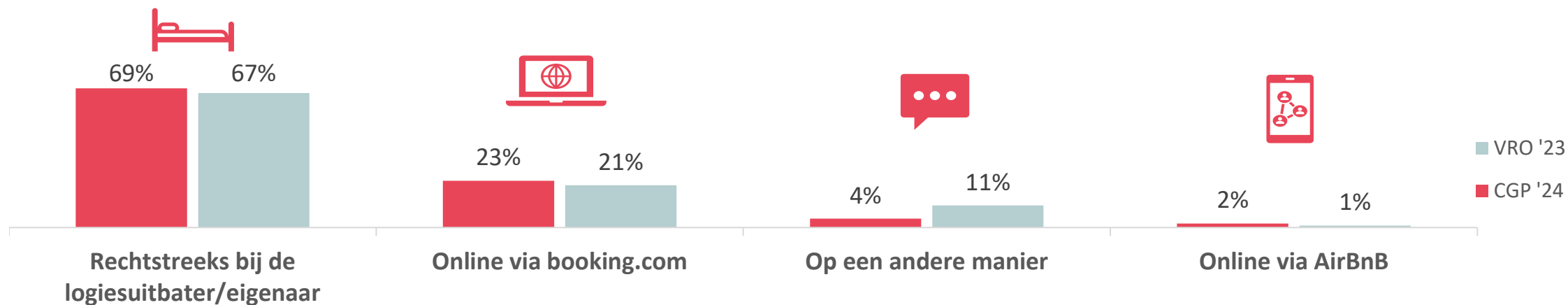
*Gewogen aantallen
Basis: Totaal deel 1 (n= 1283)

72% boekt minstens 1 maand op voorhand



- **1 op 4** boekt hun vakantie al **ver op voorhand** (minstens 4 maanden). Desondanks is dit aandeel met 9% gedaald t.o.v. 2023
- In **Hasselt** boekt 54% één maand op voorhand of korter. Een groter aandeel dan andere regio's
- In **Hotels** wordt er vaker last-minute geboekt
- 22% van de **koppels** boekt **last-minute** (7 dagen of korter)

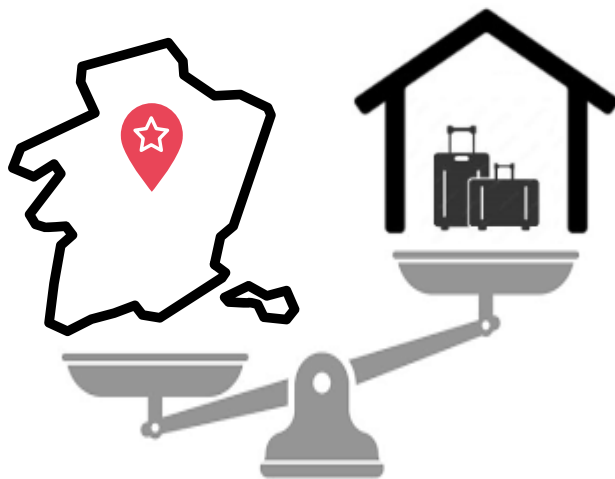
7 op 10 boekt rechtstreeks via het logies



- Bij B&B's en kamergerelateerd wordt het vaakst rechtstreeks geboekt.
- Van de rechtstreekse boekers gaat bijna de **helft** via **e-mail**, bijna 1 op 3 via de **website** van het logies en 1 op 5 via telefoon
- **Booking.com** wordt door bijna **1 op 4** Limburgse verblijfgasten gebruikt om een logies te boeken

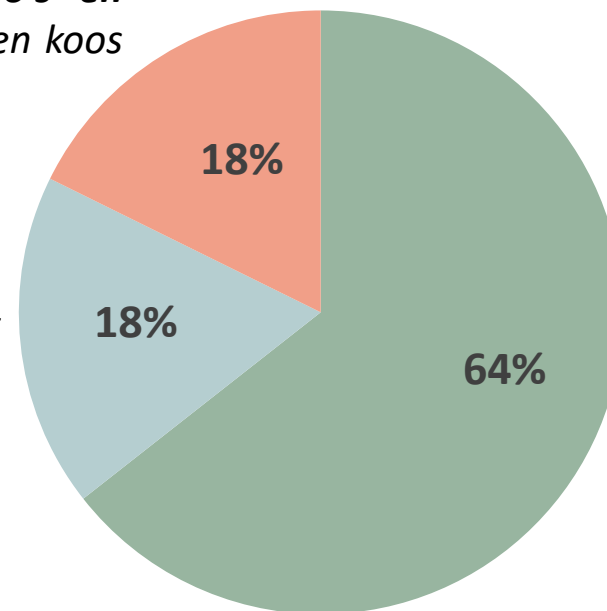
Keuze voor regio of logies

Bijna 2 op 3 Limburgse verblijfstoeristen kiest eerst voor een bepaalde regio en zoekt daarna een geschikte accommodatie



*“Ik woog **enkele regio's en logies** tegen elkaar af en koos de beste combinatie”*

*“Ik koos eerst voor dit **logies** zonder rekening te houden met de regio”*



*“Ik koos eerst voor deze **regio** en vervolgens boekte ik dit logies”*

VISIT**LIMBURG**.be

Doorslaggevende keuze voor dit logies

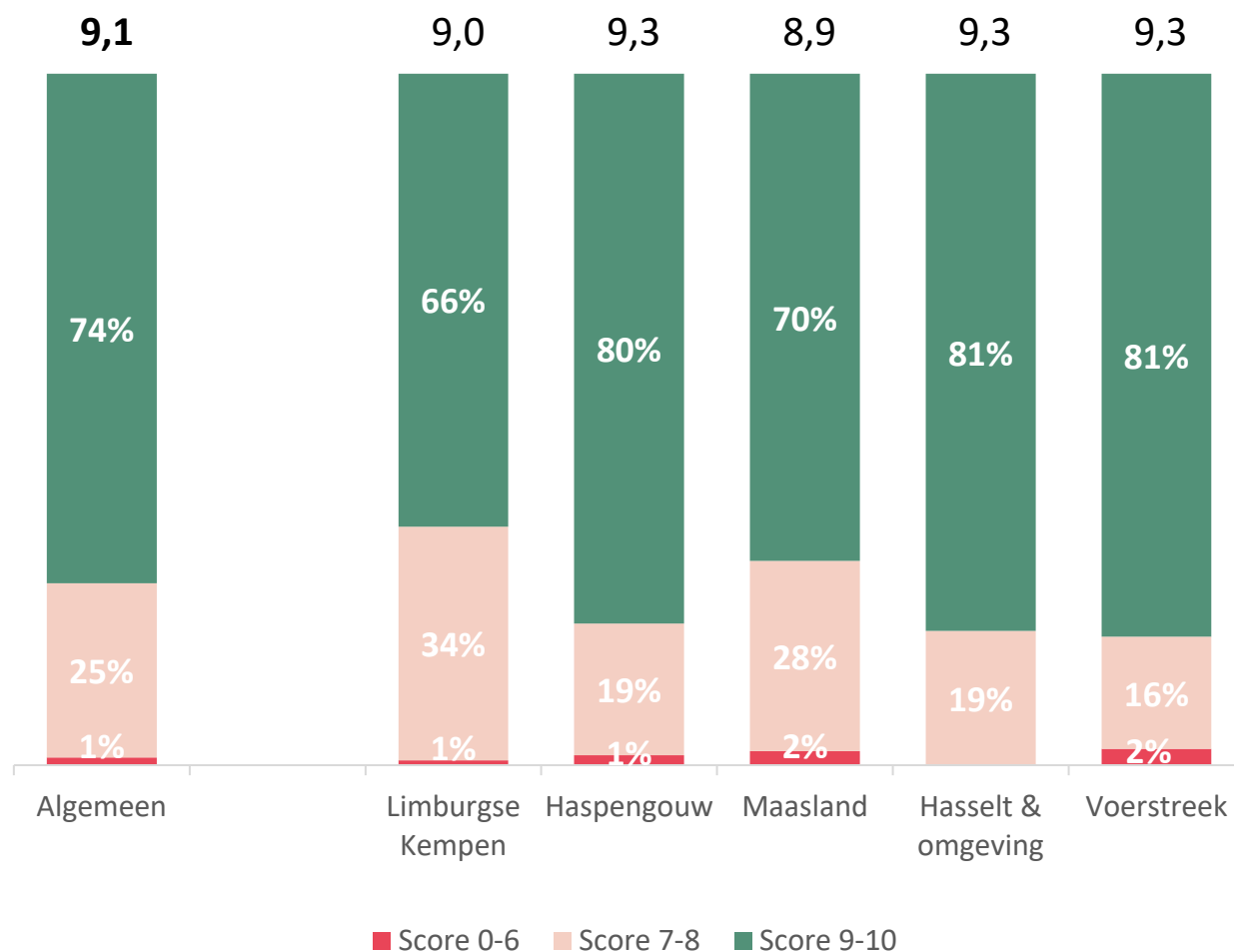


46% van de gasten kiest voor een bepaald logies door de **aantrekkelijkheid** van een **regio** (top 3)

B&B gasten zetten een aantrekkelijke regio significant minder op de 1^{ste} plaats (15% t.o.v. 18% gemiddeld)

27% zet de **prijs** in de top 3 bij hun zoektocht naar een logies. Gasten die naar **kampeerlogies** gaan zijn **prijsgevoeliger** dan B&B- en hotelgasten en zetten prijs vaker op de 1^{ste} plaats

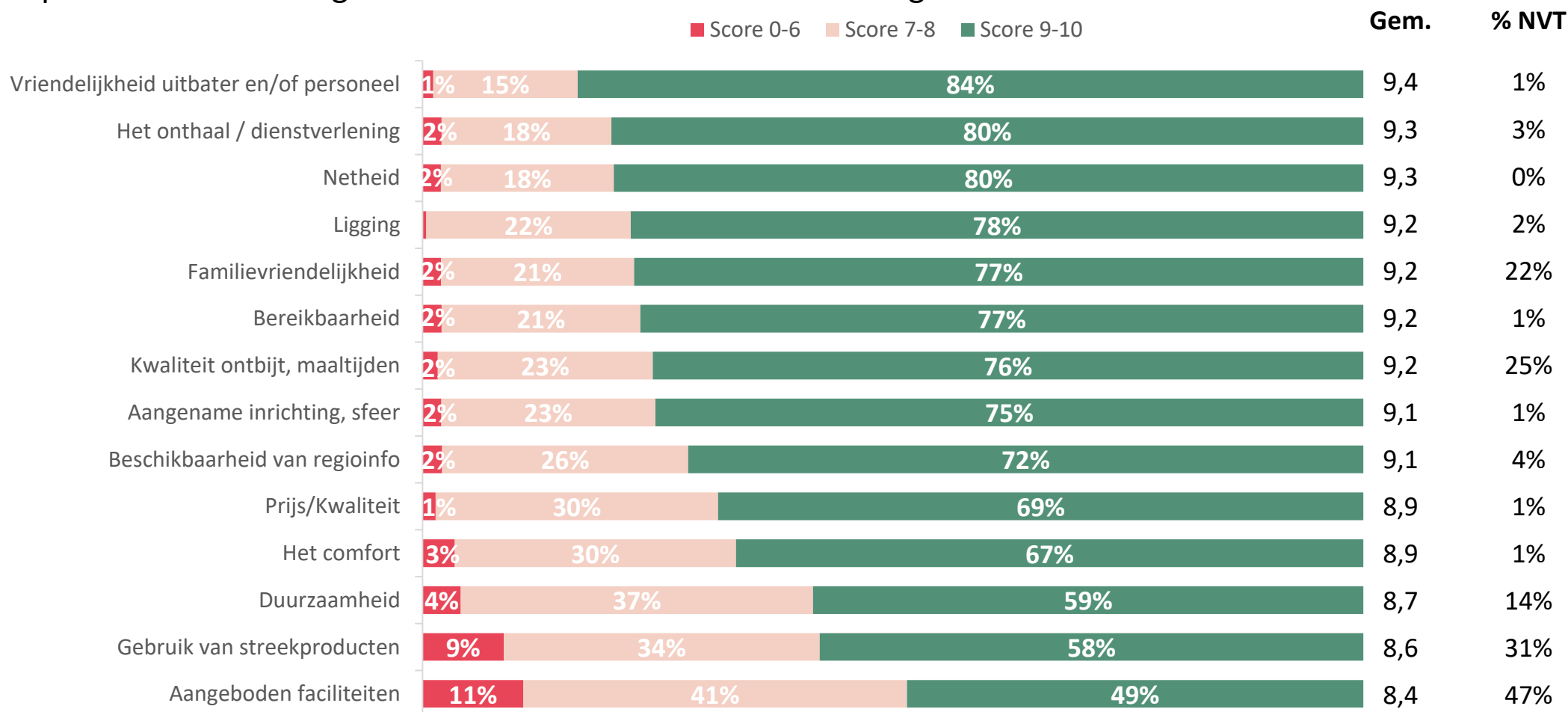
Tevredenheid logies



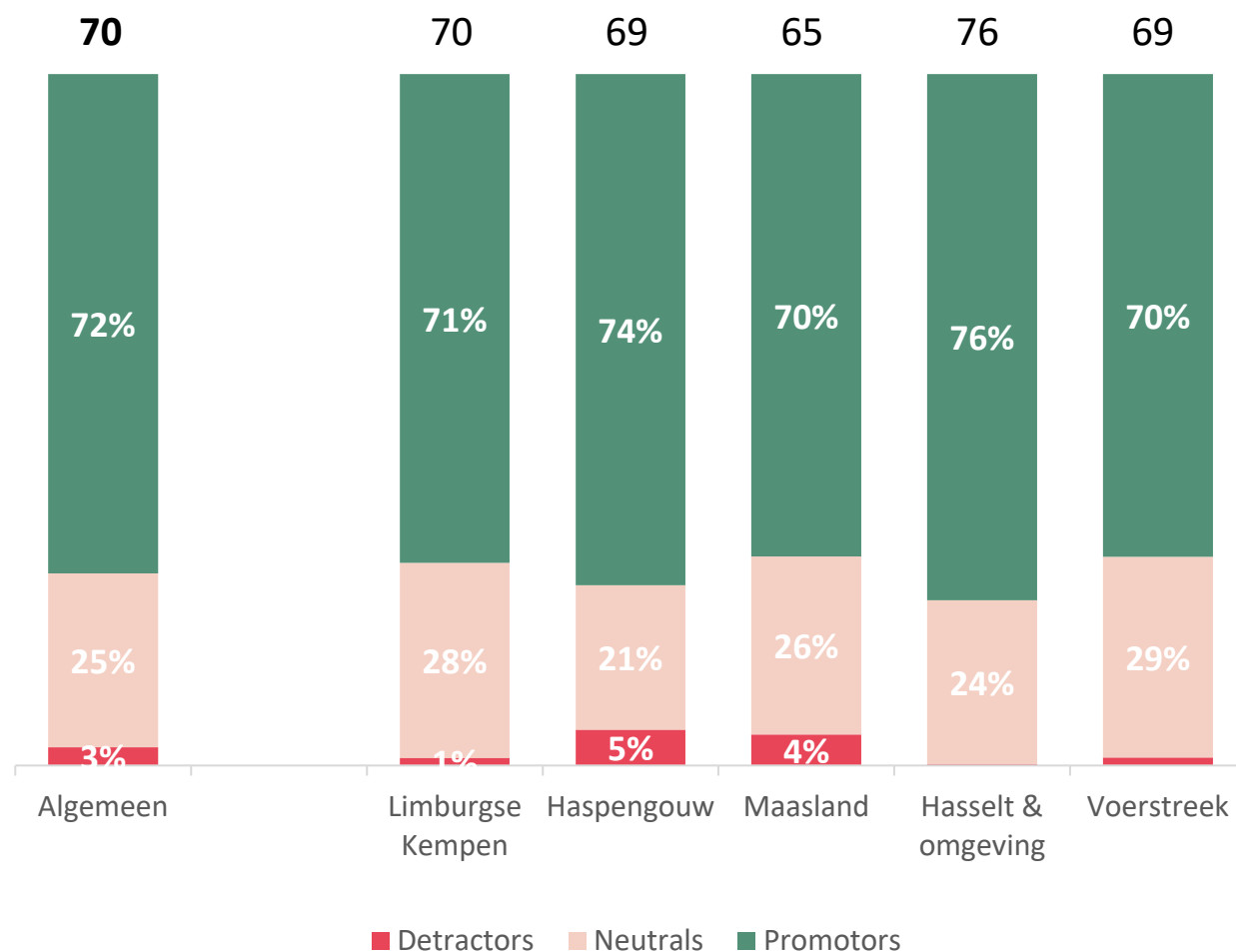
- De **algemene tevredenheid** van de logies is gestegen i.v.m. vorig jaar (8,8)
- De logies van de **Limburgse Kempen** worden in vergelijking met de andere regio's minder positief beoordeeld met een score 9 of 10
- Door een extreem slechte score (1/10) in het **Maasland** trekt dit het gemiddelde van de regio omlaag

Detailtevredenheid logies

Het vriendelijke onthaal van de Limburgse logies wordt gemiddeld het hoogst beoordeeld. Het gebruik van streekproducten daarentegen wordt door 42% eerder middelmatig tot slecht beoordeeld.



Aanbeveling logies (NPS)



- De **NPS** van de logies is fors gestegen van 63 (2023) naar 70
- In het subtype van kamergerelateerde logies geeft 10% een **score kleiner of gelijk aan 6** (t.o.v. 3% gemiddeld). Dit uit zich het sterkst in **Haspengouw** en het **Maasland**