

LOGEREN IN VLAANDEREN vakantieland

PERSBERICHT ONDER EMBARGO TOT DONDERDAG 2 FEBRUARI 10uur

1 februari 2017

Vlaming komt tot rust op vakantie in eigen land – 60 miljoen euro omzet in toeristische sector in 2016

Logeren in Vlaanderen inspireerde menig Vlaming tot een vakantie in eigen land en kijkt terug op een geslaagd toeristisch jaar. Want vakantie in eigen land is zo gek nog niet. Geen fileleed, inpakstress, verloren koffers of wachttijden. Meer dan 800 logies liggen op een boogscheut van je deur en staan klaar om je een ontspannende vakantie te bezorgen. Volgens het redemptieonderzoek[1] bedroeg de gerealiseerde bruto-omzet (incl. B.T.W) of het macro-effect van de boekingen in 2016 60,4 miljoen euro voor de toeristische sector. De logiessector ontving meer dan 117.000 boekingen. 31% van de vakantiegangers ging meer dan één keer op vakantie in Vlaanderen.

Het onderzoeksbureau “M.A.S. – Marktstudies op maat” peilt jaarlijks naar het belang van de verschillende marketinginstrumenten, die Logeren in Vlaanderen inzet. Daartoe behoren mediacampagnes, mailacties, het logiesboek en de website www.logereninvlaanderenvakantieland.be. Ondanks de lichte daling t.o.v. de bruto-omzet van 2015 (65 miljoen euro), is het macro-economische effect van de promotiecampagne méér dan verdubbeld t.o.v. 2012 (29 miljoen euro). Sinds 2013 is Logeren in Vlaanderen vzw – samen met haar partners de vijf Vlaamse Provincies, Horeca Vlaanderen en de Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme verantwoordelijk voor de binnenlandcampagne van de Vlaamse logiessector.

Trend: vakantie in eigen land

Logeren in Vlaanderen kijkt tevreden terug op een geslaagde marketingcampagne. 2016 was op het toeristische vlak geen makkelijk jaar, mede door de terroristische aanslagen in maart. Desondanks heeft het binnenlands toerisme goed standgehouden. Het aantal logies dat intekende op de promotiecampagne “Logeren in Vlaanderen Vakantieland” is sinds 2012 gegroeid van 458 naar 809 (stand 02.02.2017). “In samenwerking met de Vlaamse Provincies zijn we volop bezig met de voorbereiding van het nieuwe toeristische seizoen. Het logiesboek 2017 is gelanceerd en in het voorjaar staat een grote online campagne op stapel. Meer dan ooit bevestigen trendwatchers dat ‘vakantie in eigen land’ een stijgende trend is. Een thuisgevoel op vakantie scoort goed. Klantvriendelijkheid en beleving zijn belangrijke troeven waar we op inspelen”, aldus Stefaan Gheysen, voorzitter van Logeren in Vlaanderen vzw.

Samen staan we sterk

Jaarlijks investeren de Vlaamse Provincies in totaal 840.000 euro in Logeren in Vlaanderen. Ook de logiesondernemers, in samenwerking met Horeca Vlaanderen, de Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme droegen met meer dan 525.000 euro in 2016 in belangrijke mate bij. Daarnaast trokken de Vlaamse Provincies in samenwerking met Logeren in Vlaanderen 200.000 euro extra uit voor een inspiratie-campagne in Vlaanderen en Nederland. Een gratis magazine werd verspreid op ruim 500.000 exemplaren en er liepen verschillende online campagnes.

Logeren in Vlaanderen Vakantiecheque

Sinds begin november 2016 is Logeren in Vlaanderen gestart met de online verkoop van een cadeaubon. Met de Logeren in Vlaanderen Vakantiecheque wil de vzw aanzetten tot het boeken van een overnachting in Vlaamse logies en de logiesector zo meer return bieden. De Vakantiecheque is online te koop in pdf-vorm of in cadeauverpakking thuis te bestellen. De cadeaumaand december heeft voor een belangrijke impuls gezorgd voor de verkoop van de Vakantiecheque. In de maanden november en december is er voor meer dan 250.000 euro aan Vakantiecheques gekocht.

Extra informatie uit het redemptieonderzoek 2016

- De promotieacties leidden in 2016 tot 117.342 boekingen in totaal. In 2015 waren er dat 126.111.
- 31 % van de vakantiegangers boekt meer dan één vakantie.
- De gemiddelde kostprijs van de vakantie bedroeg in 2016 99 tot 104 euro per persoon, per nacht (in 2015 93 tot 97 euro). Dit geeft per reizend gezin voor het volledige verblijf gemiddeld 509 tot 522 euro (in 2015 481 tot 537 euro).
- De Vlaamse Regio's blijft het macroproduct bij uitstek. De vakantiegangers gaan vooral naar de Westhoek en de Limburgse Kempen.
- De toerist wil vooral onthaasten, actieve ontspanning (fietsen, wandelen) en genieten (omgeving, streek, natuur en lekker eten en drinken).
- Doorgaans betrof het korte verblijven van 2-3 nachten.
- De gemiddelde tevredenheid bedraagt 8,5 op een schaal van 0 tot 10.

[1] Telefonische en online bevraging uitgevoerd door het onderzoeksbureau "M.A.S. - Marktstudies op maat" bij een steekproef van 4.426 bevrageden op een totaal klantenbestand van Logeren in Vlaanderen Vakantieland van 263.070 personen.

Voor logo, cover- en campagnebeeld ga naar:

www.logereninvlaanderen.vakantieland.be/pers

Contactinfo:

Logeren in Vlaanderen vzw
Suzanne de Lange Marketingconsulent Logeren in Vlaanderen Tel. 016 28 60 32 / GSM 0485 42 61 50 Suzanne.delange@logereninvlaanderen.be
Saskia Van Laere Directeur Logeren in Vlaanderen Tel. 016 28 60 38 / GSM 0476 65 27 42 saskia.van.laere@logereninvlaanderen.be

Logeren in Vlaanderen vzw is een publiek-private samenwerking tussen de 5 Provinciale Toeristische Organisaties (Toerisme Provincie Antwerpen, Toerisme Limburg, Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Vlaams-Brabant, Westtoer) en de private logiessector (Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme vzw en Horeca Vlaanderen)

