Continue Gastenpeiling 2025

De daguitstapper



Inhoud

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


Inleiding


Conclusies


Profiel


De regio


De informatiebronnen


De activiteiten


De attracties


De toeristische infokantoren

VISITLIMBURG.be

Inleiding

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 **daguitstappers** die via een attractie of toeristische infokantoor zijn bevraagd.



Steekproef:

Deel 1: 151 deelnemers

Deel 2: 85 deelnemers



Timing onderzoek:

Van 9/02/25 tot 31/12/25

VISITLIMBURG.be

Behandelde topics

- **Deel 1 (gem. 4 à 5 min)**
  → Via de QR-code op de flyer
  Topics:
  - Locatie en duurtijd uitstap
  - Motivatie keuze attractie
  - Profiel reisgezelschap
  - Uitnodiging voor deel 2

- **Deel 2 (gem. 8 min)**
  → Te ontvangen via e-mail op datum terugkomst
  Topics:
  - Motivatie keuze regio
  - Gebruikte informatie
  - Activiteiten
  - Tevredenheid regio & uitbating





VISITLIMBURG.be

Uitleg weging

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





- De weging voor **daguitstappers** baseren we op de verdeling per toeristische regio, die voortkomt uit het daguitstappenonderzoek van 2021

*Let op, dit onderzoek is **geen representatieve weergave van 'de daguitstapper'** in Limburg.*
Uitstappers zijn vanuit attracties en infokantoren bevraagd, waardoor activiteiten zoals wandelen & fietsen mogelijks ondervertegenwoordigd zijn.

VISITLIMBURG.be

Conclusies



Conclusie

- De helft van de daguitstapper gaan langer dan 6 uur op pad. Ze reizen in **grotere groep** (gemiddeld 4,2 personen) vergeleken met de verblijfsgast (gemiddeld 3,9 personen). Meer dan de helft van de daguitstappers woont bovendien in de provincie **Limburg** zelf. 35% zijn omgevingsrecreanten.
- Voor zowel de daguitstapper als de verblijfsgast is de **natuur en het landschap** de belangrijkste reden om de regio te bezoeken (uitstap: 42% en verblijf: 50%). Voor verblijfsgasten is fietsen (36%) een veel belangrijker motief dan voor daguitstappers (24%). Daguitstappers hechten significant meer waarde aan specifieke **bezienswaardigheden en musea** (23%), vlot bereikbaarheid (22%) en de horeca (20%) dan verblijfsgasten.
- Wandelen staat bij beide profielen in de top van **ondernomen activiteiten** (uitstap: 50% en verblijf: 60%).
- Er is een groot verschil in hoe men de uitstap plant. Bijna 4 op 5 van de verblijfsgasten kiest eerst de regio en zoekt pas daarna een attractie. Bij daguitstappers kiest **1 op 3** eerst een **specifieke attractie**, zonder direct rekening te houden met de regio.
- Daguitstappers gebruiken voor vertrek vaker **gedrukte brochures en kranten** (25%) dan verblijfsgasten (16%). Tijdens het bezoek gaat 47% van de daguitstappers langs bij een **toeristisch infokantoor**, terwijl verblijfsgasten vooral hun informatie halen bij de logiesuitbater (48%).

VISITLIMBURG.be

Daguitstapper aanspreken

Om specifiek de daguitstapper aan te spreken, moet de focus liggen op de volgende elementen:

1. Focus op de attractie zelf

Aangezien de daguitstapper vaker vertrekt vanuit een specifieke activiteit in plaats van een regio-gevoel, moet de marketing de nadruk leggen op de unieke beleving of speciale ervaring (35%) van individuele attracties.

2. Bereikbaarheid en faciliteiten

De daguitstapper vindt een vlotte bereikbaarheid (22%) en de aanwezigheid van goede horeca (20%) nabij de activiteit nog belangrijker dan een verblijfsgast. Communicatie hierover kan de drempel verlagen.

3. Inzetten op gedrukte media

Omdat dit profiel zich significant vaker via offline kanalen (brochures, kranten, tijdschriften – 25%) informeert voor vertrek, blijft adverteren in fysieke gidsen cruciaal.

4. Fysieke infopunten als hub

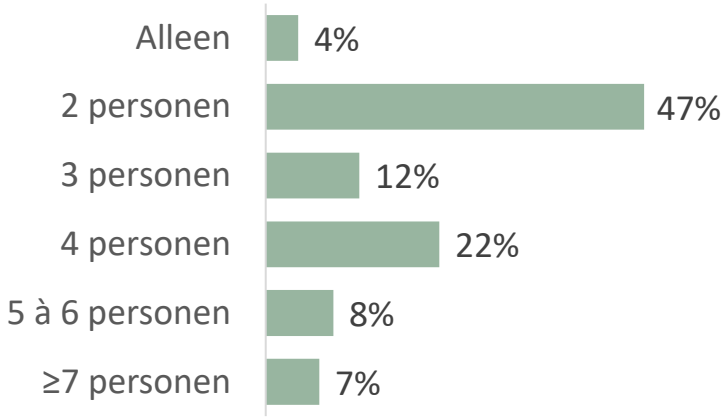
Het toeristisch infokantoor speelt een sleutelrol voor de daguitstapper ter plaatse (47%). De aankoop van streekproducten is voor daguitstappers net iets belangrijker dan voor verblijfsgasten (22%).



Profiel

Profiel daguitstapper

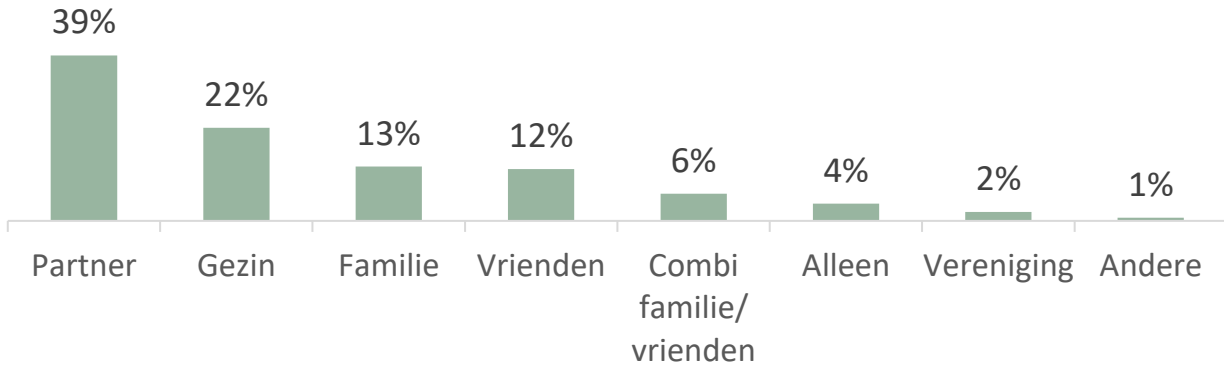
AANTAL PERSONEN REISGEZELSCHAP



4,2 personen

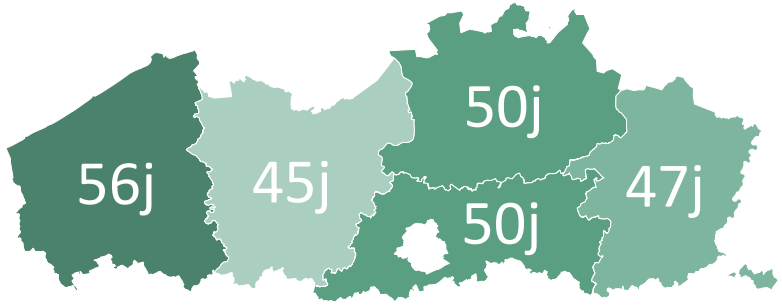
20% reist met kinderen

SAMENSTELLING REISGEZELSCHAP

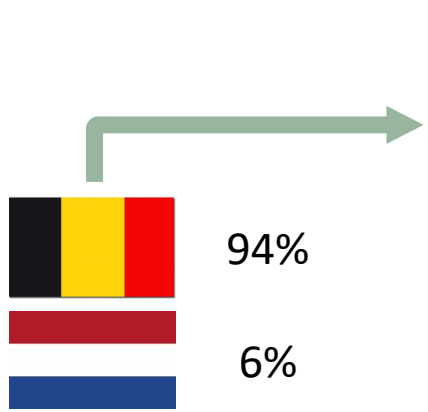


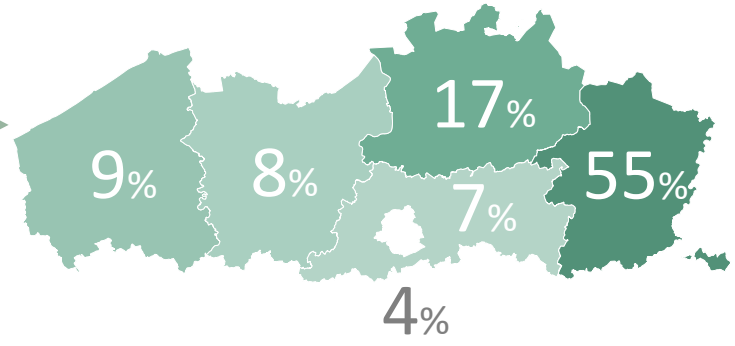
GEMIDDELDE LEEFTIJD REISGEZELSCHAP

48,9 jaar



HERKOMST BELGISCHE GAST





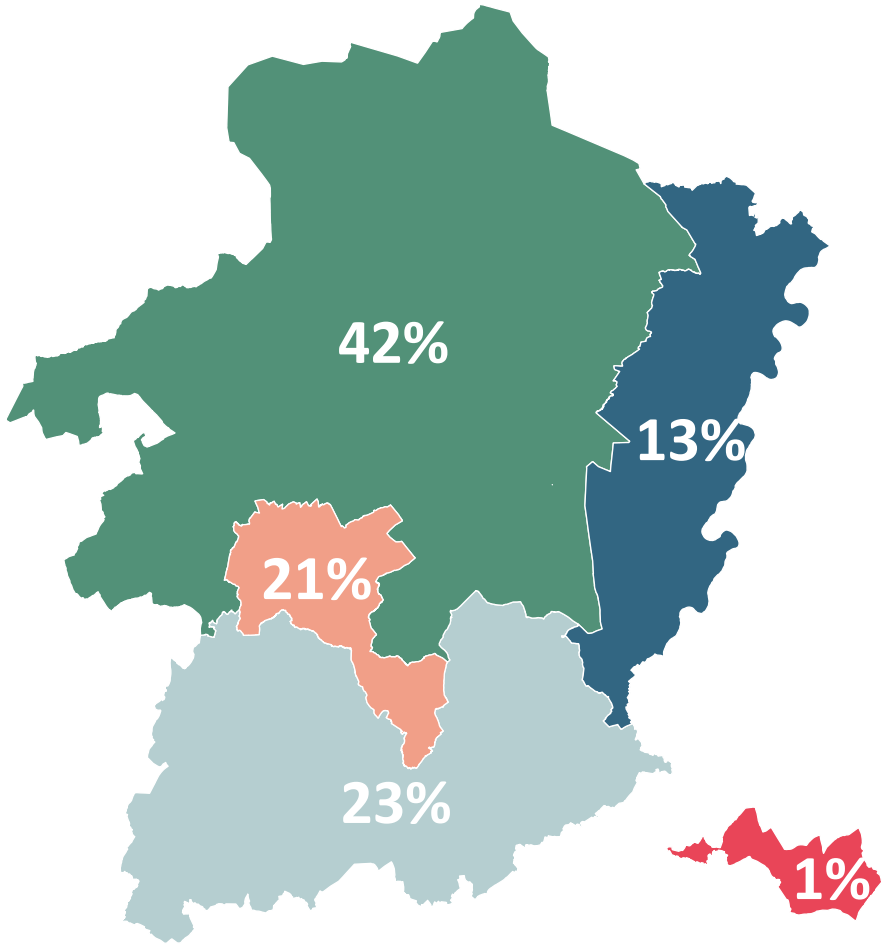
VISITLIMBURG.be

Basis: daguitstapper (n=151)

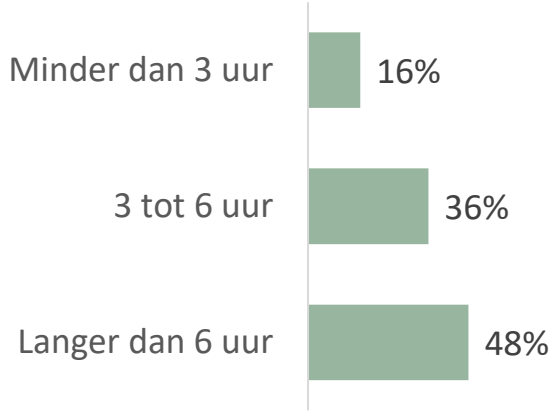
Daguitstap

35%
omgevingsrecreanten

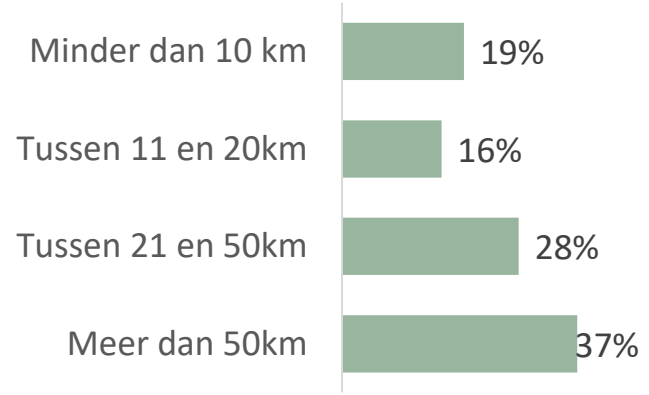
REGIOVERDELING DAGUITSTAPPER



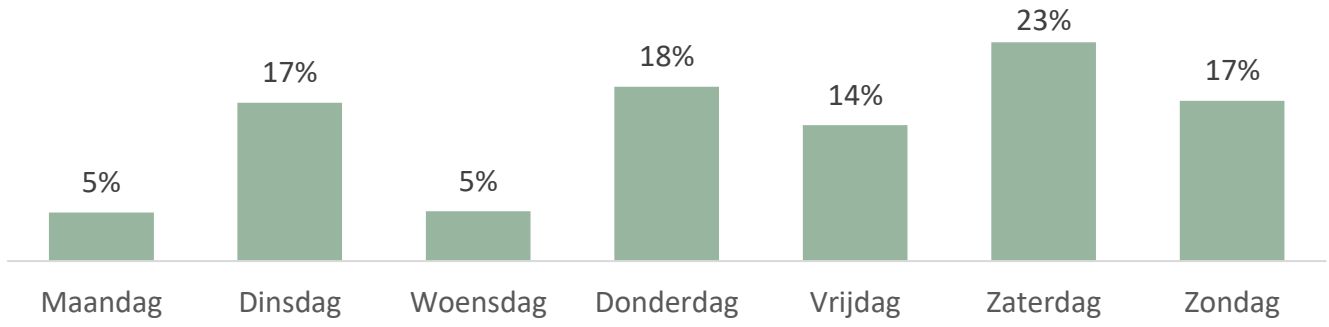
DUURTIJD VAN UITSTAP



AFSTAND TUSSEN UITSTAP EN THUIS



DAG VAN AANKOMST



VISITLIMBURG.be

Basis: daguitstapper (n=151)

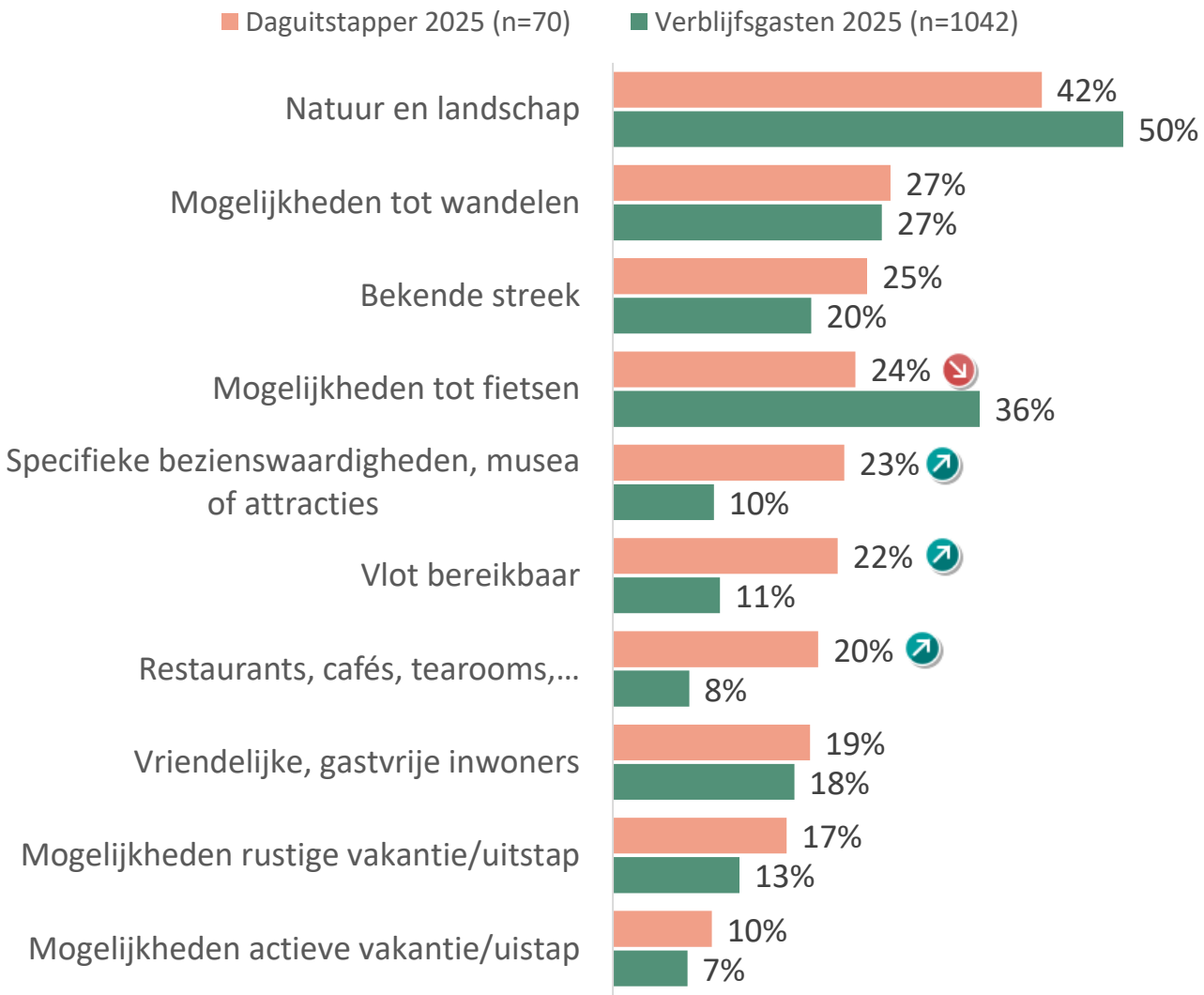
De regio



1 op 4 daguitstappers trekken erop uit voor de Limburgse bezienswaardigheden, musea of attracties



Top 10 redenen voor een bezoek aan de regio

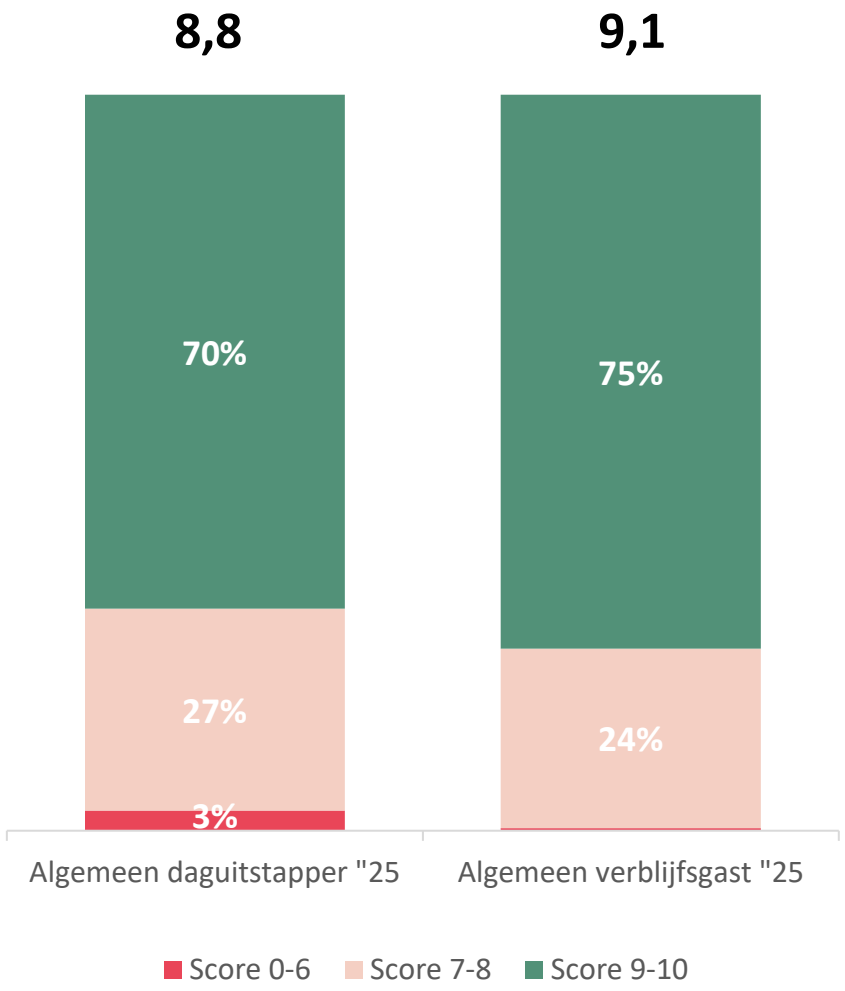


- **Daguitstappers** vinden bezienswaardigheden (23%), bereikbaarheid (22%) & reca (20%) nog belangrijker dan verblijfsgasten
- Fietsen lijkt voor daguitstappers een stuk minder belangrijk om voor Limburg te kiezen dan voor verblijfstoeristen

Basis: daguitstapper deel 2 (n= 70)

VISITLIMBURG.be

Tevredenheid regio als toeristische bestemming



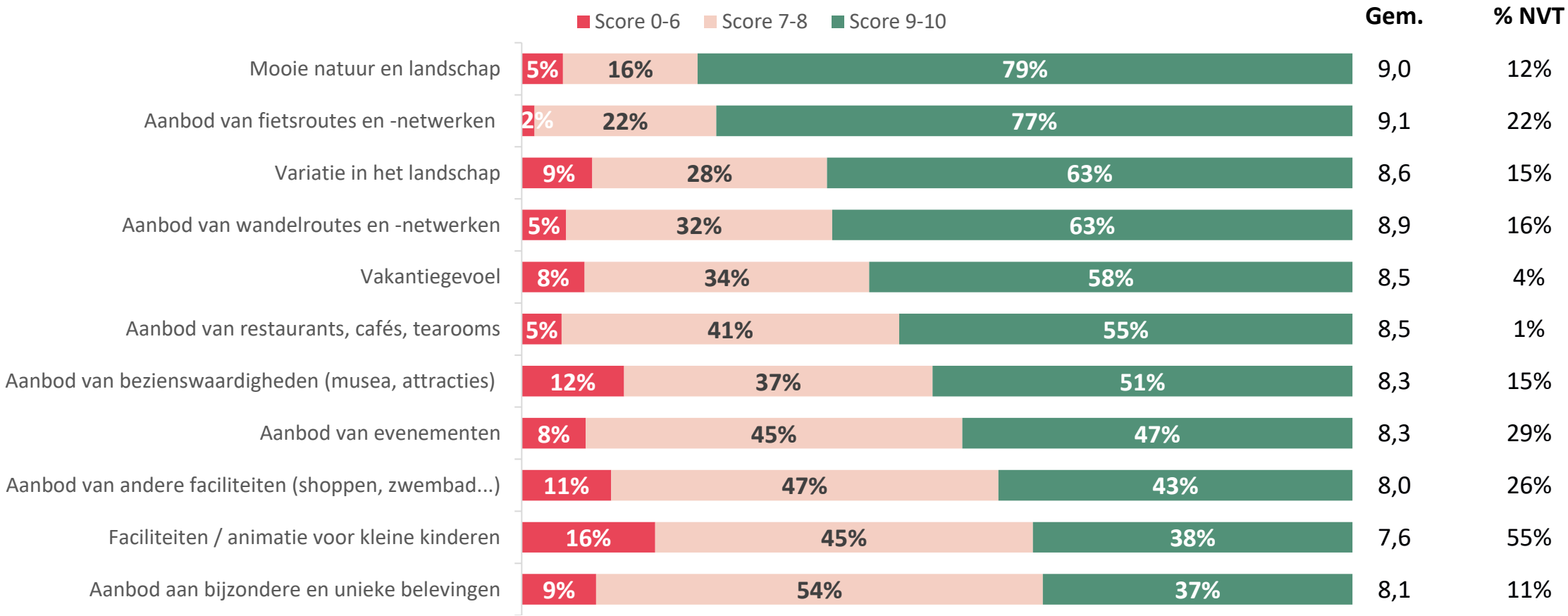
Door hun korte tijd in Limburg kunnen daguitstappers slechts vluchtig de verschillende faciliteiten, attracties en activiteiten ontdekken.

In de vergelijking merk je dan ook dat verblijfsgasten positiever zijn over de regio, aangezien ze meer tijd hadden om de regio te ontdekken

Basis: daguitstapper deel 2 (n= 70)

Detailtevredenheid regio

Hoewel daguitstappers in mindere maten voor Limburg als fietsbestemming komen, zijn ze wel zeer tevreden over het netwerk. Over de wandelroutes is 63% zeer tevreden, voor verblijfsgasten was dit 79%.

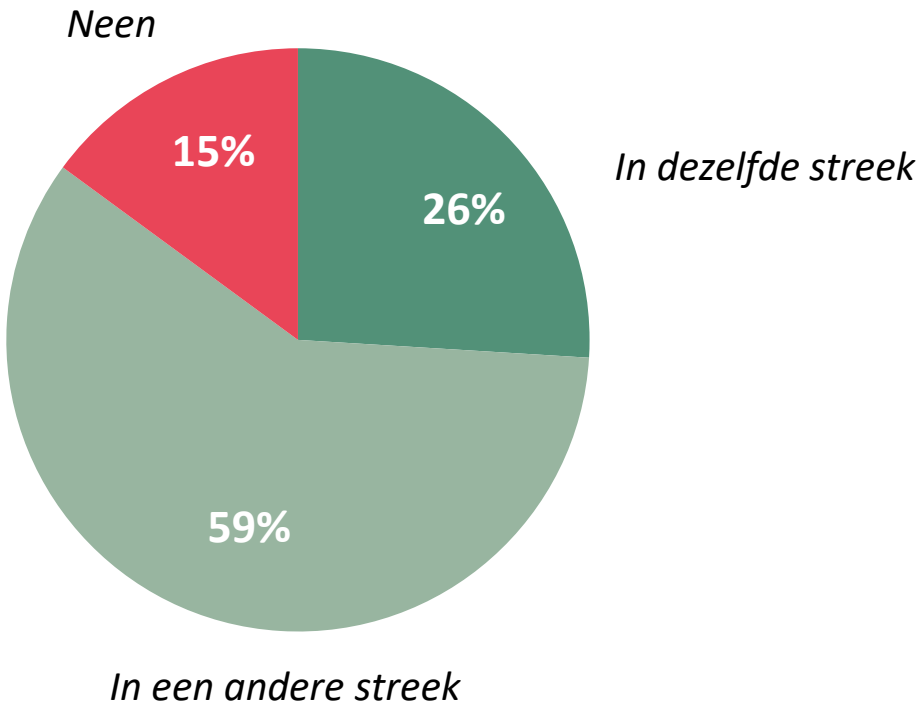


Basis: daguitstapper deel 2 (n= 70)

Loyaliteit

UITSTAP IN LIMBURG AFGELOPEN 12M?

85% van de gasten was in de afgelopen 12 maanden in Limburg op uitstap

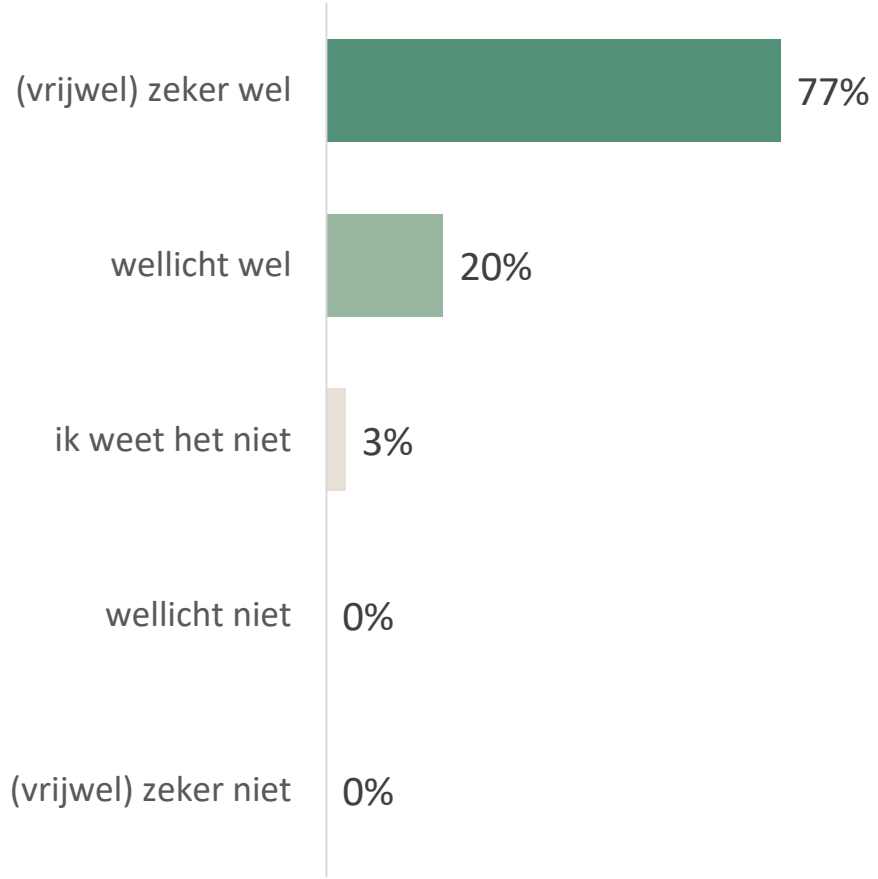


- Bijna de helft van de daguitstappers woont in **Limburg** zelf.
- Hierdoor is een uitstap veel sneller gebeurd dan bij de verblijfsgasten waar slechts 43% in de afgelopen 12 maanden in Limburg op vakantie kwam

Basis: daguitstapper deel 2 (n= 70)

Terugkeerintentie

UITSTAP IN LIMBURG KOMENDE 3 JAAR?



97% komt (wellicht) terug op uitstap

Daguitstappers zijn zekerder van hun terugkeer, **3 op 4** komt **vrijwel zeker terug** (77%). Bij verblijfsgasten is dit aandeel 62%.

Basis: daguitstapper deel 2 (n= 70)

VISITLIMBURG.be

De informatiebronnen



1 op 4 daguitstappers leerde de regio kennen via **gedrukte informatiebronnen**, waarbij **Gast magazine** het meest gebruikt werd

VISITLIMBURG.be

Basis: daguitstappers (n=85)

Top 5 infobronnen VOOR vertrek

94% zocht informatie op om de regio beter te leren kennen

Eerder bezoek



35% ↘
(vakantie 46%)

Brochures, drukwerk, kranten



25% ↗
(vakantie 16%)

Vrienden, familie



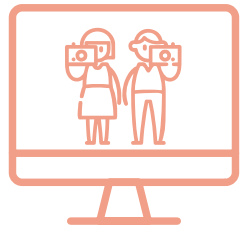
23%
(vakantie 24%)

Online via zoekmachine



19% ↘
(vakantie 31%)

Online via toeristische website



18%
(vakantie 23%)

- Slechts **1 op 3 daguitstappers** leert de regio kennen via een **eerder bezoek** (bijna de helft bij verblijfsgasten)
- Daguitstappers informeren zich significant vaker via **gedrukte kanalen** (25%) en minder via de online zoekmachine (19%) in vergelijking met verblijfsgasten

Basis: daguitstappers (n=85) & vakantiegast (n=1041)

Infobronnen TIJDENS het bezoek

88% gebruikte informatie tijdens bezoek

47% van de **daguitstappers** gaat langs bij een **toeristische dienst** in de regio



VISITLIMBURG.be

Basis: daguitstappers (n=84)

Top 5 infobronnen TIJDENS het bezoek

Info via dienst toerisme



47% ↗
(Vakantie 20%)

Info via museum, attractie, reca



23% ↗
(Vakantie 9%)

Online via zoekmachine



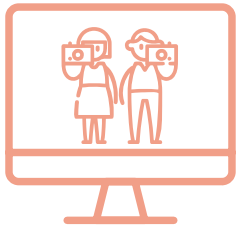
21% ↘
(Vakantie 35%)

Brochures, drukwerk, kranten



20%
(Vakantie 23%)

Online via toeristische website



13%
(Vakantie 17%)

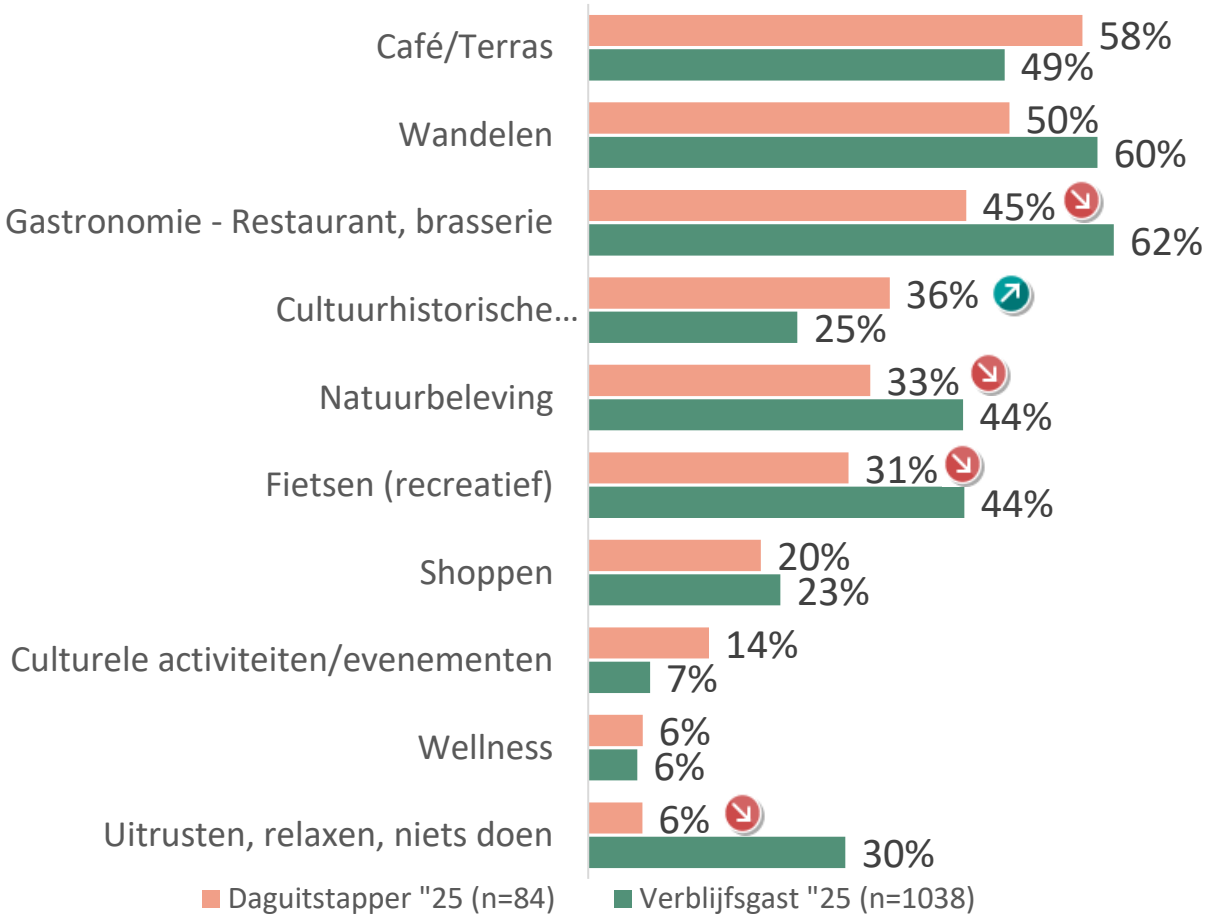
- Daguitstappers maken zich ter plaatsen wegwijs met de hulp van een **toeristisch infokantoor** (47%) terwijl verblijfsgasten hun informatie via de **logiesuitbater** verkrijgt (48%)
- Verblijfsgasten zoeken tijdens hun verblijf significant vaker **via een zoekmachine** (35%) in vergelijking met daguitstappers (31%)

Basis: daguitstappers (n=84) & vakantiegast (n=1039)

De activiteiten

Top activiteiten in Limburg

Populairste activiteiten:



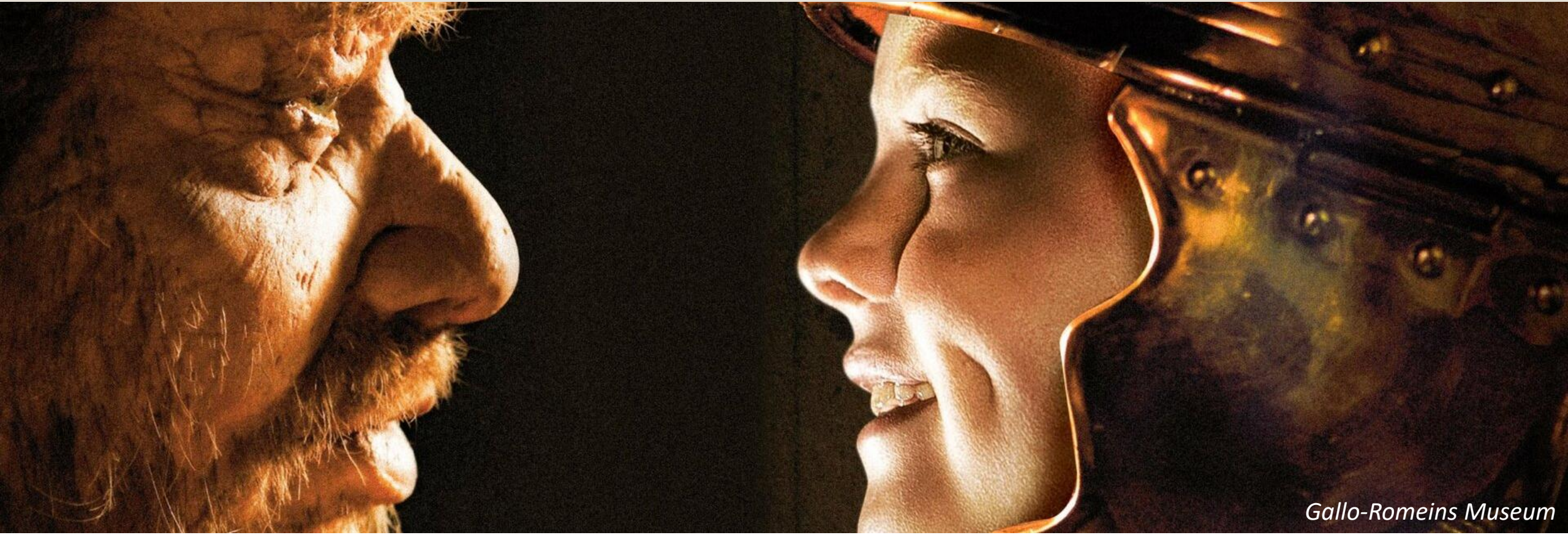
- Doordat uitstappers vanuit attracties en infokantoren zijn bevraagd, kunnen activiteiten zoals wandelen, natuurbeleving & fietsen mogelijks ondervertegenwoordigd zijn
- Daguitstappers maken door hun korte uitstap **minder gebruik** van het Limburgse **restaurant aanbod** (45%) dan verblijfsgasten (62%), maar ze gaan wel graag iets drinken (58%)
- Al wandelend (50%) genieten de daguitstappers van de Limburgse natuur (33%). Fietsen wordt door uitstappers minder gedaan (31%)
- Ze spenderen hun uitstap bij **cultuurhistorische bezienswaardigheden & musea** (36%)

Basis: daguitstappers (n=84)

VISITLIMBURG.be

Bijna 1 op 3 daguitstappers maakt een thematrip

36% van de gasten die één uitgesproken activiteit doen, maken een **cultuurhistorische uitstap**, **24%** komt op **wandeluitstap**



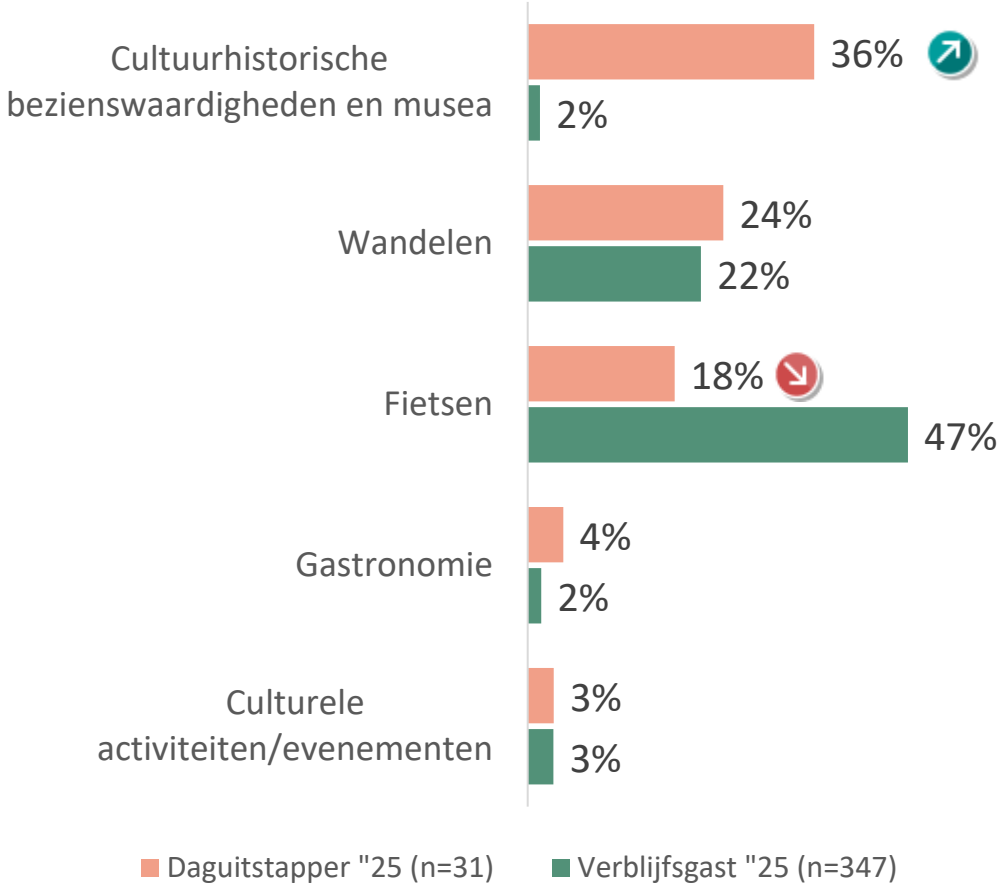
VISITLIMBURG.be

Basis: Deel 2 – daguitstapper thema uitstap (n= 31)

Thema uitstap

De 5 populairste thema-activiteiten:





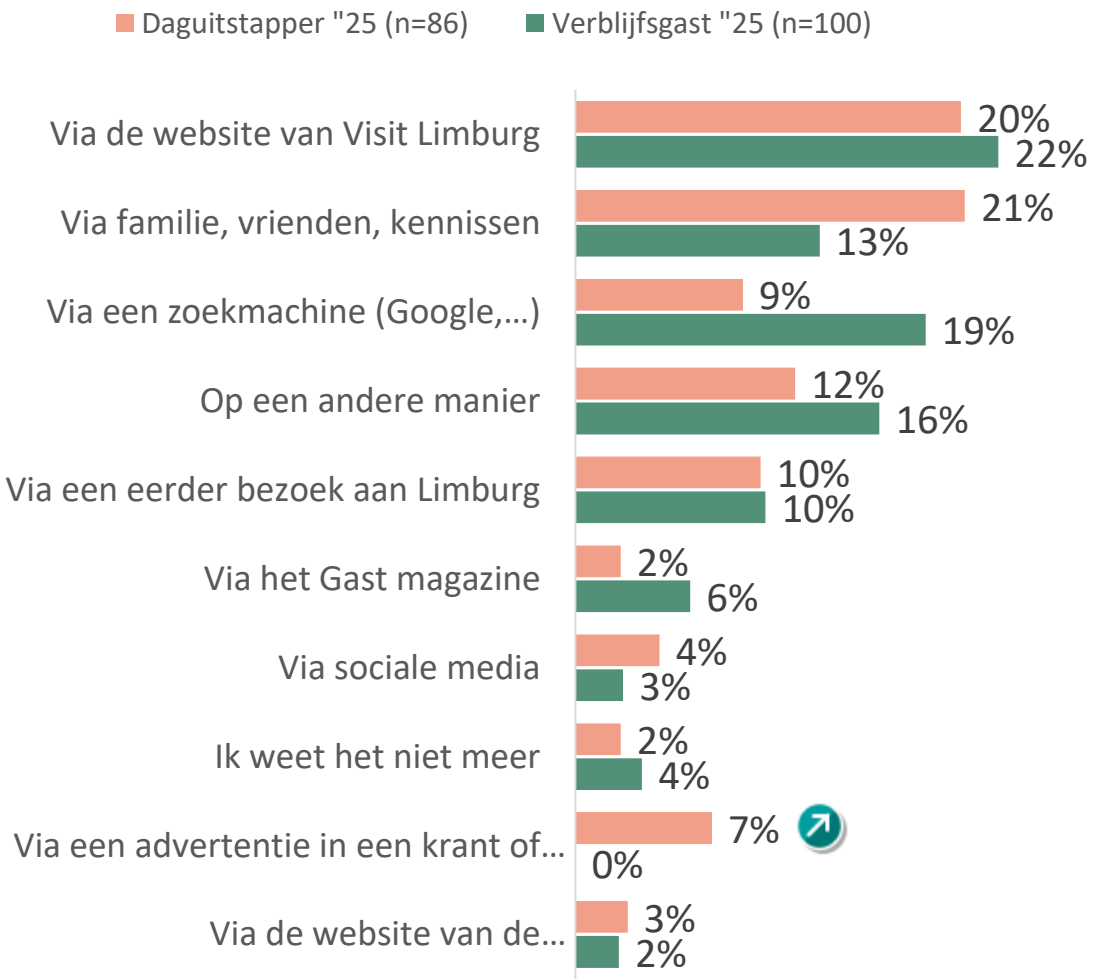
- Uitstappen die in het teken staan van één activiteit, zijn voor 36% gewijd aan cultuurhistorische bezienswaardigheden of musea
- Bij verblijfsgasten gaat bijna de helft op fietsvakantie
- Wandelvakanties of -uitstappen zijn voor beide profielen populair

Basis: daguitstapper thema uitstap (n= 31)

De attracties

Daguitstappers

Via welk kanaal attractie leren kennen (top 10)?



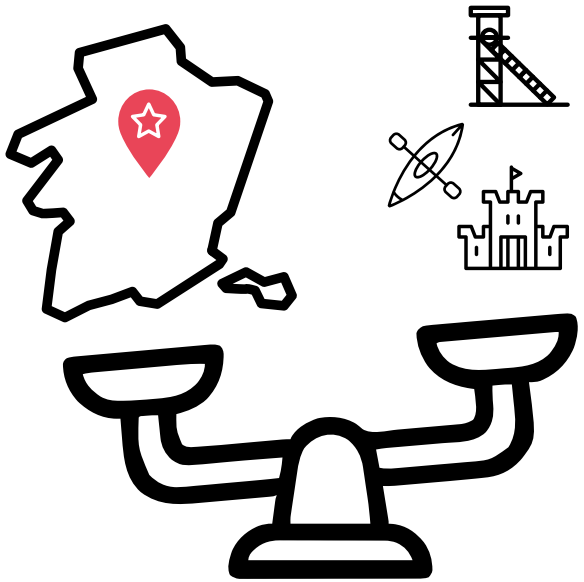
- De website van Visit Limburg biedt zowel inspiratie voor daguitstappers als verblijfsgasten (gem. 22%) bij het vinden van een attractie
- Daguitstappers ontvangen via mond-tot-mond reclame tips (21%), terwijl verblijfsgasten vaker online zoeken (19%)

*Gewogen aantallen
Basis: daguitstapper deel 1 – (n= 86)

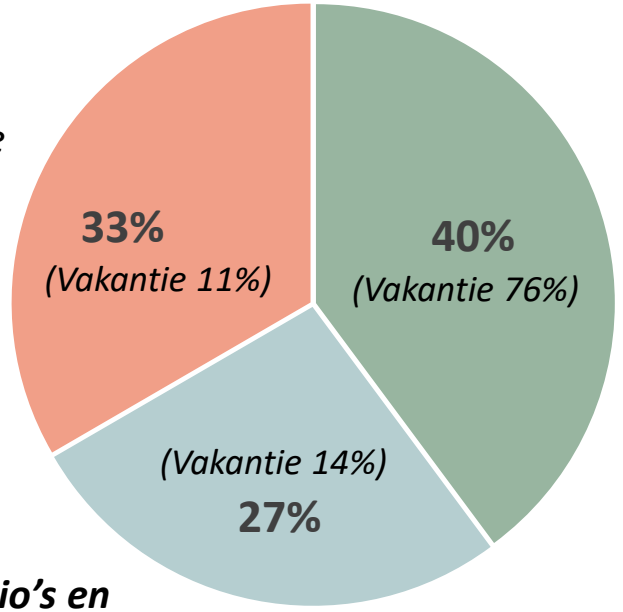
VISITLIMBURG.be

Keuze voor regio of attractie

Bijna 4 op 5 Limburgse verblijfstoeristen kiest eerst voor een bepaalde regio en zoekt daarna een geschikte attractie, voor daguitstappers is dit slechts 2 op 5



*"Ik koos eerst voor deze **attractie** zonder rekening te houden met de regio"*



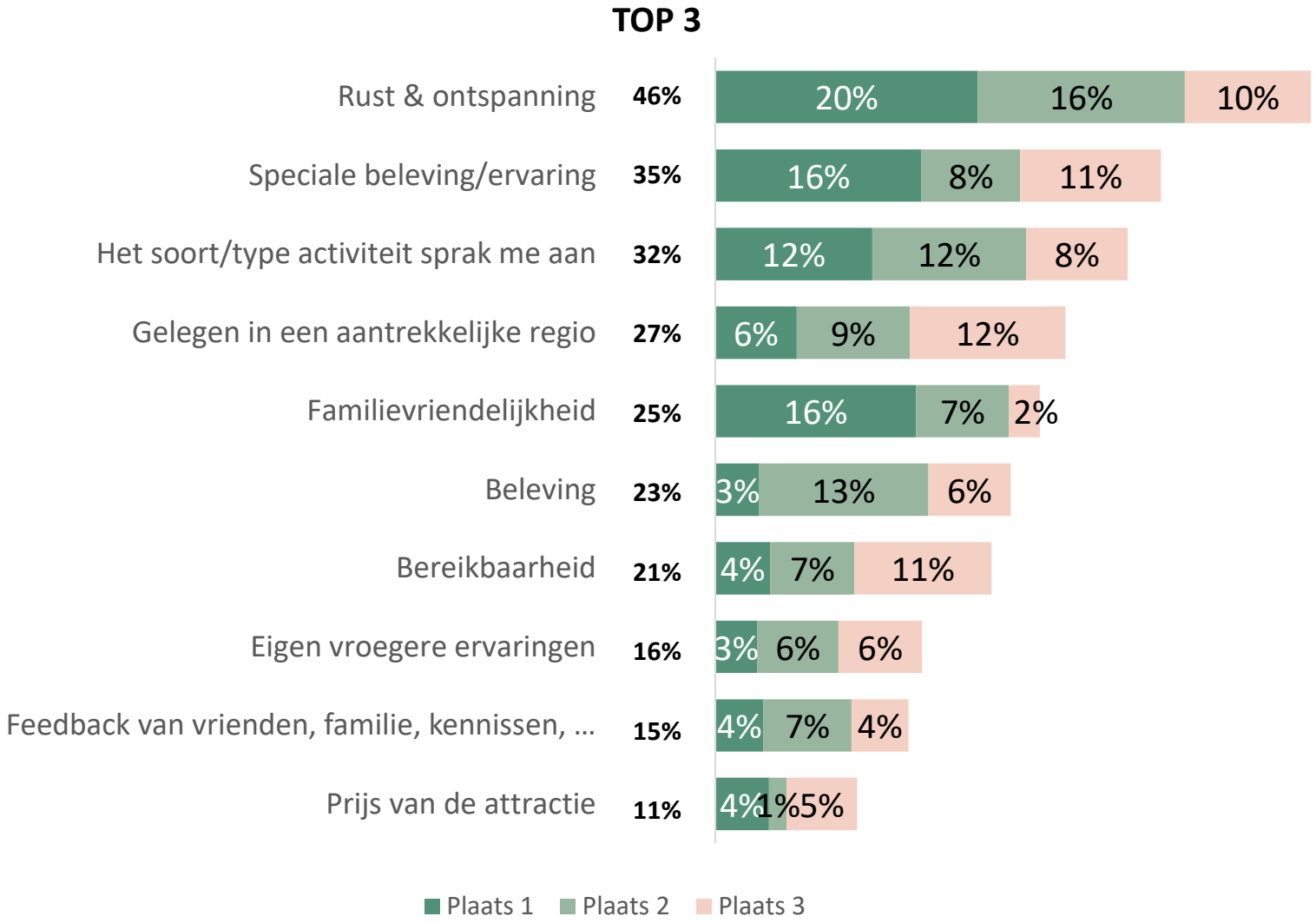
*"Ik koos eerst voor deze **regio** en vervolgens bezocht ik deze attractie"*

*"Ik woog **enkele regio's en attracties** tegen elkaar af en koos de beste combinatie"*

Significant t.o.v. verblijfsgast
Basis: daguitstapper deel 1 – (n= 86)

VISITLIMBURG.be

Doorslaggevende keuze voor deze attractie



46% van de daguitstappers kiest voor een bepaalde attractie voor **rust & ontspanning**

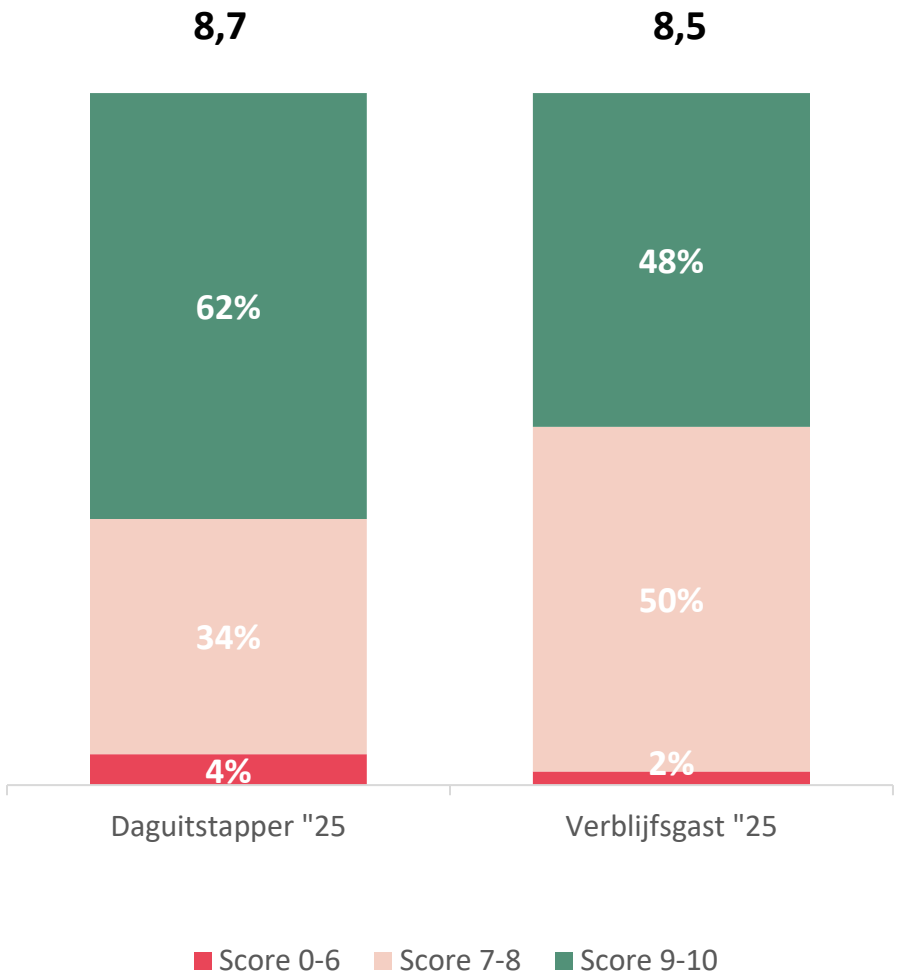
35% wordt overtuigd door een **speciale beleving of ervaring**, voor verblijfsgasten is dit slechts 20%

Voor verblijfsgasten is een **aantrekkelijke regio** (48%) doorslaggevender dan voor daguitstappers (27%)

Basis: daguitstapper deel 1 (n= 86)

VISITLIMBURG.be

Tevredenheid attracties 8,7/10



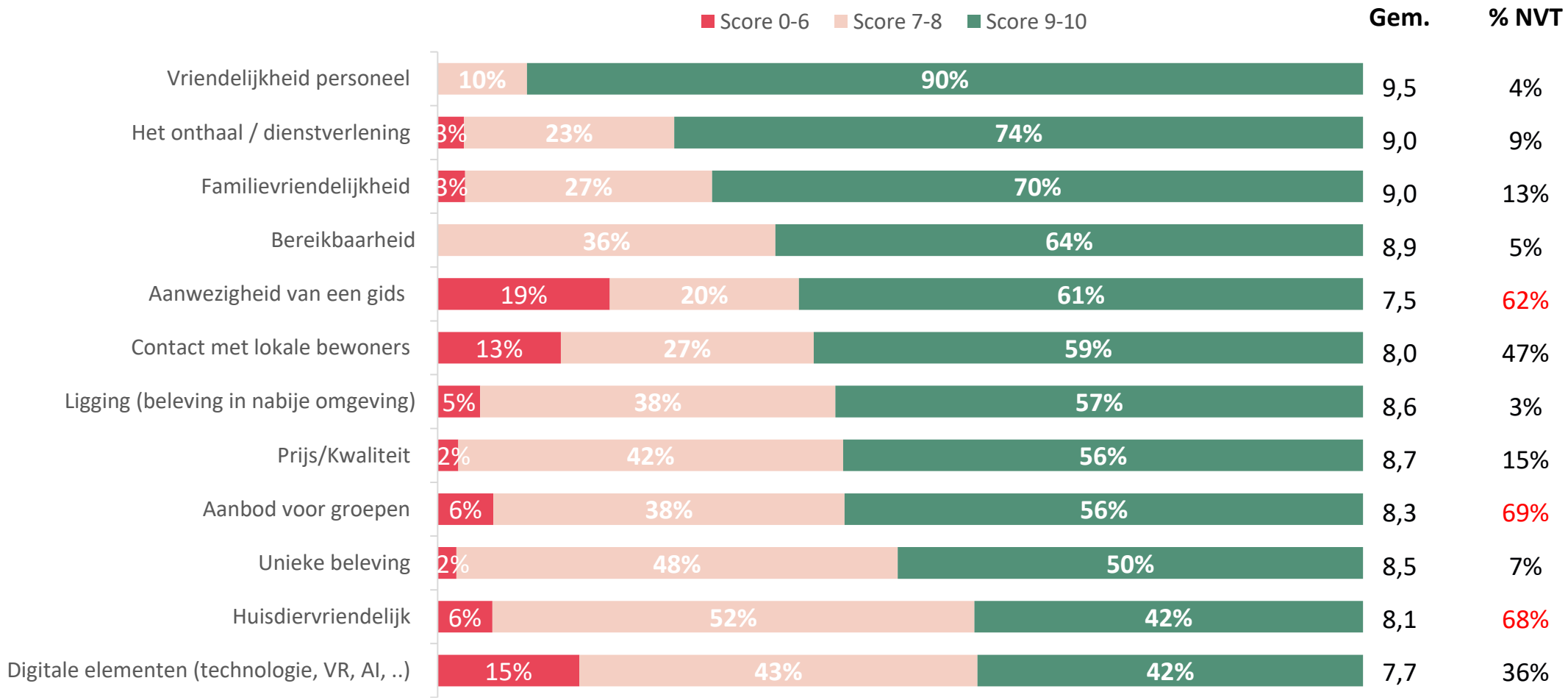
Over het algemeen zijn daguitstappers tevredener over de Limburgse attracties dan verblijfsgasten. 62% van de uitstappers geeft een score van 9 of 10.

Basis: daguitstapper deel 2 (n= 46)

VISITLIMBURG.be

Detailtevredenheid attractie

Door de lage aantallen zijn resultaten met een hoog aantal ‘NVT’ niet representatief



VISITLIMBURG.be

Basis: daguitstapper deel 2 (n= 46)

De toeristische infokantoren

Daguitstappers

VISITLIMBURG.be

Reden voor bezoek (top 5)

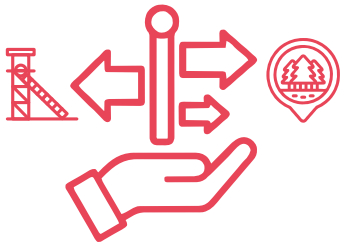
Plattegrond of brochure



59%

(Vakantie 61%)

Info over bezienswaardigheden / activiteiten in buurt



50%

(Vakantie 57%)

Lokale tips & hidden gems



40%

(Vakantie 36%)

(Kant-en-klare) fiets- of wandelroutes



31%

(Vakantie 41%)

Aankoop streekproducten



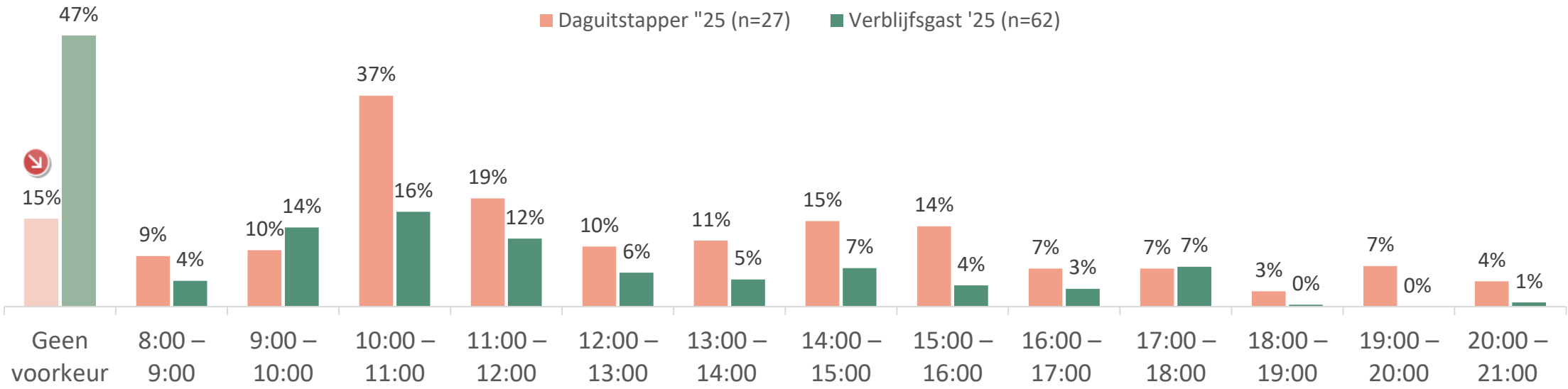
22%

(Vakantie 19%)

- De aankoop van streekproducten (22%) komen voor daguitstappers in de top 5, bij verblijfsgasten was het persoonlijk advies (21%) nog iets belangrijker

Basis: daguitstapper deel 2 (n= 38)

Voorkeur openingstijden



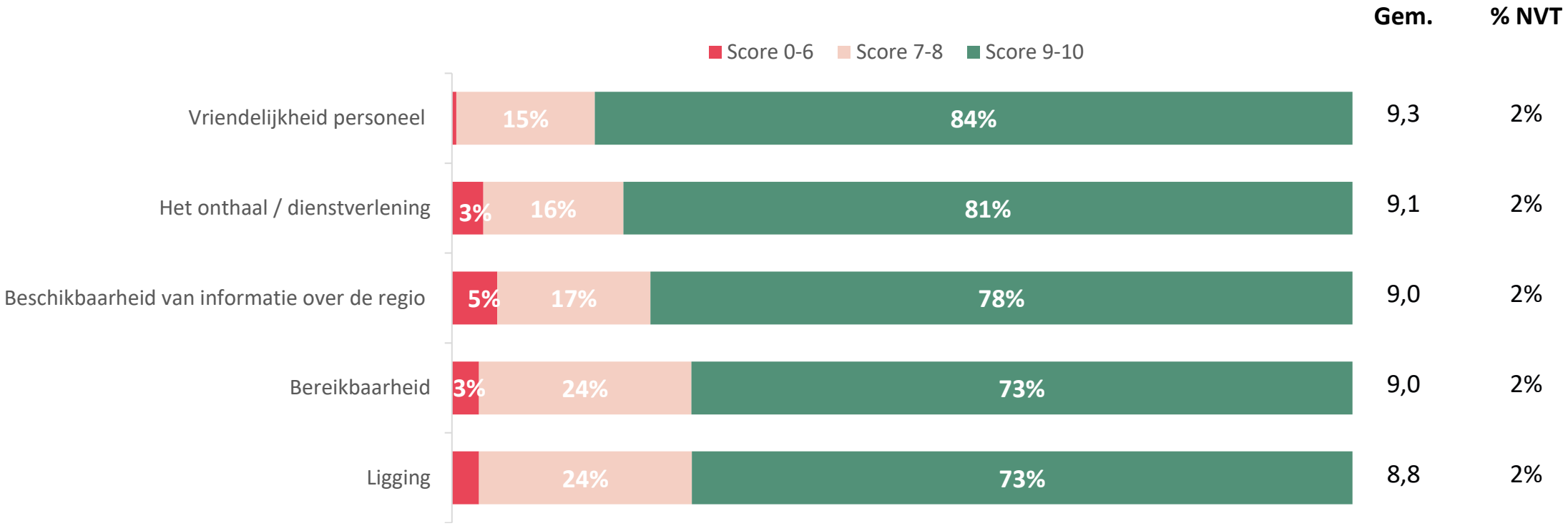
- Bijna de helft van de verblijfsgasten hebben geen voorkeur wanneer het infokantoor geopend moet zijn, uitstappers hebben wel een sterkere voorkeur.

- Daguitstappers verkiezen door hun korte bezoek de voormiddag met een **piek van 10u – 12u**. Toch is er ook een interesse om **tussen 13u-16u** bij een infokantoor binnen te springen.

Basis: daguitstapper deel 2 (n= 38)

Detailtevredenheid infokantoor

De algemene tevredenheid voor Limburgse infokantoren scoort **9,0 /10**



Basis: daguitstapper deel 2 (n= 38)