

## To travel or not to travel... corona doet onze gewoontes wankelen

- De angst voor het virus en de opportuniteit geboden door de corona-tegoedbonnen doen ons wachten tot volgend jaar. Om op reis te gaan, maar ook om te boeken.
- Vakantie in eigen land wordt dan wel aantrekkelijker, maar de stijging blijft beperkt: slechts 14% denkt hier te blijven. Frankrijk blijft de nummer 1 bestemming, gevolgd door Spanje en Nederland.
- Eens beslist, wil de Belg volop genieten: het vakantiebudget stijgt met 11,5% per persoon.

**12 juni 2020 – De Belg heeft geen zittend gat en gaat graag op reis in de vakantie. Het coronavirus gooit dan wel roet in het eten, maar verandert niet álles. Zo blijkt uit het GFG Travel Intentions Report.**

De studie bestudeert 4 keer per jaar de reisplannen van de Belgische consument. Wie nog niet geboekt heeft, geeft inzicht in wat hij van plan is in de volgende 24 maanden. Denkt hij op reis te gaan? Naar waar zal hij trekken en wat wil hij op vakantie doen? Hoe en wanneer denkt hij te boeken? En wat motiveert of weerhoudt hem om te boeken?

### De Belg wil blijven reizen, maar kijkt de kat uit de boom

Wie nog niet geboekt heeft, wil zeker op reis maar kijkt nog even de kat uit de boom. 71% plant binnen de 12 maanden op vakantie te vertrekken (tegen 82% vóór corona), 1 op 3 wacht daarmee sowieso liever tot volgend jaar. 18% weet nog niet wanneer hij wilt vertrekken.

Wie dit jaar nog wil vertrekken, kijkt naar eind augustus of de herfst. Voor de zomer verschuift dus een deel van juli naar eind augustus, wat atypisch is voor België.

20% denkt pas in 2021 te boeken, 16% geeft aan nog niet te weten wanneer hij zal boeken. De perspectieven geboden door de tegoedbonnen spelen daarbij zeker een rol.

Wie helemaal geen reisplannen heeft voor de komende 12 maanden haalt voornamelijk de coronacrisis (33%) aan als reden om niet te vertrekken. Andere redenen zoals het gebrek aan budget (24% t.o.v. 26% vóór corona), het feit dat ze al geboekt hebben (12% t.o.v. 19% vóór corona) en de keuze om voor andere projecten te sparen (status quo op 16%) worden iets minder aangehaald als reden om niet op reis te gaan.

### Het buitenland blijft in trek

Een vakantie in eigen land ziet lang niet iedereen zitten, zoveel is duidelijk: 14% denkt in België te blijven, tegen 10% vóór corona. Verder zitten Europese bestemmingen in de lift (72% tegen 67% vóór corona) met Nederland als sterkste stijger en nieuwkomer in de top 3.

---

Het Garantiefonds Reizen (GFG®) is een onderlinge verzekeringsvereniging (ovv) die door de reissector zelf in 1995 in het leven geroepen werd en die optreedt bij faillissementen in de sector. GFG® neemt dan de verantwoordelijkheid van het failliete bedrijf inzake de reiscontracten over en zorgt telkens voor een passende oplossing voor de reiziger.

Frankrijk staat ondanks een verlies in marktaandeel toch nog op nr. 1, gevolgd door Spanje, Nederland, Italië, Griekenland en Portugal.

Wie deze landen niet zou kiezen als vakantiebestemming geeft de gezondheidscrisis als één van de belangrijkste redenen. En toch staan geen van deze landen in de top 40 van landen waar we liever niet op vakantie willen gaan. In die lijst is er weinig evolutie te zien.

## Vlieg- en busvakanties boeten in voor de eigen wagen

Hier is wel duidelijk een impact te zien. Zowel het vliegtuig als de bus delen in de klappen, ten voordele van de eigen wagen. Die biedt meer zekerheid en vermijdt vooral grote massa's. En die angst voor de massa blijft opduiken: ook al kiest nog steeds 39% voor een vliegvakantie, zien we dat meer mensen zouden willen vertrekken van een regionale, kleinere luchthaven, met per definitie minder volk en minder lange rijen aan de controleposten.

## Naar een appartement, villa, camping of een 2de verblijf

Ook al verliezen hotels en (jeugd-)herbergen aan interesse, 1 op 2 blijft kiezen voor een vakantie op hotel. Voor de anderen zien we een shift naar campings of het huren van een villa, appartement of chalet. Ook opmerkelijk is het stijgende aantal mensen die aangeeft een tweede verblijf te hebben en dat nu ook te verkiezen voor hun vakantie.

## Nog even wachten en dan alles geven met meer budget en meer actie!

We wachten liever wat langer, maar dan gaan we wel alles geven! Financieel zijn we bereid om meer uit te geven op vakantie, tot maar liefst 11,5% meer per persoon. Bovendien gaan we voor actievere vakanties met veel wandelen, lopen en fietsen.

## Verzekering tegen financieel onvermogen is nu meer dan ooit een must

Niemand twijfelt nog aan het belang en het nut van een verzekering tegen het financieel onvermogen, eerst na het faillissement van Thomas Cook en nu na COVID-19. Het is dus belangrijk om via een reisorganisator te boeken, want enkel zo ben je verzekerd in geval van faillissementen. En die verzekering dekt niet alleen de lopende boekingen maar ook eventuele tegoedbonnen, waaronder de COVID-19 vouchers.

## Over het GFG Travel Intentions Report

Het GFG Travel Intentions Report is uniek in zijn soort voor de toeristische sector in België én in Europa. Het rapport onderzoekt elk trimester een indrukwekkende steekproef en tikt af op ongeveer 3400 ondervraagde consumenten per jaar.

We bevragen elk kwartaal 850 respondenten die staan voor 2500-3000 reizigers. Concreet vragen we Belgen ouder dan 18 jaar of zij van plan zijn in de volgende 24 maanden op reis te gaan. Zij vullen een

15 minuten durende vragenlijst in waarin er een zo volledig mogelijk beeld geschetst wordt van hun intenties en hoe concreet die al zijn.

---

Het Garantiefonds Reizen (GFG®) is een onderlinge verzekeringsvereniging (ovv) die door de reissector zelf in 1995 in het leven geroepen werd en die optreedt bij faillissementen in de sector. GFG® neemt dan de verantwoordelijkheid van het failliete bedrijf inzake de reiscontracten over en zorgt telkens voor een passende oplossing voor de reiziger.

**Zo worden de reisintenties van de Belgische consument in kaart gebracht.** De trimestriële bevraging zorgt ervoor dat trends en evoluties zichtbaar worden nog vóór ze effectief in de praktijk voelbaar zijn.

We selecteerden in totaal 38 voor de sector relevante vragen. De antwoorden hierop geven een zeer volledig beeld van wat de Belgische consument van plan is in de volgende 24 maanden, maar ook wat hij daarbij belangrijk vindt en zijn keuze zal beïnvloeden.

## Contact voor de pers :

### Voor GFG

Mark De Vriendt  
General Manager  
E: [mdv@gfg.be](mailto:mdv@gfg.be)  
T: 02 240 68 01

### Voor ABTO / BTO:

Pierre Fivet  
Bestuurder en woordvoerder  
E: [pfivet@vacansoleil.com](mailto:pfivet@vacansoleil.com)  
T: 0479 99 43 91

---

Het Garantiefonds Reizen (GFG®) is een onderlinge verzekeringsvereniging (ovv) die door de reissector zelf in 1995 in het leven geroepen werd en die optreedt bij faillissementen in de sector. GFG® neemt dan de verantwoordelijkheid van het failliete bedrijf inzake de reiscontracten over en zorgt telkens voor een passende oplossing voor de reiziger.