



Flanders
State of the Art

REPUTATIE-ONDERZOEK VLAANDEREN 2021



VISITFLANDERS

DE VERHAALLIJN



Wat **WETEN** reizigers
over Vlaanderen en
wat **ASSOCIËREN** ze
ermee?



In welke mate zijn
buitenlandse reizigers
VERBONDEN aan
Vlaanderen?

METHODOLOGIE



Online onderzoek
in **13 Europese
landen**

+ USA, JP, RU, CN, BR, AU

**SIGNIFICANTE
EVOLUTIES**

aangeduid met



Mensen die
naar het
buitenland
reizen in de
voorbije 3 jaar

1.000
enquêtes
per land



Resultaten zijn
representatief
gewogen
(socio demografisch
+ per markt)



TOTAAL is de
som van de Europese markten

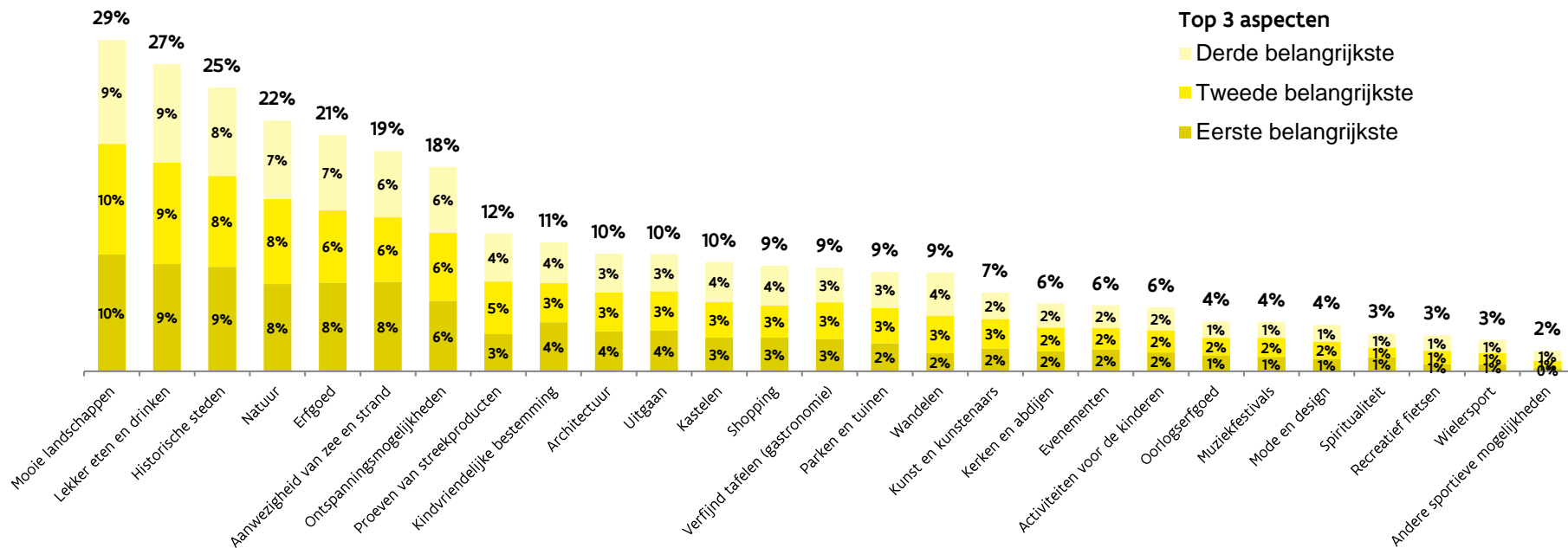
(exclusief Portugal en Ierland om te kunnen
vergelijken met 2017)

RESULTATEN
















NATUUR (+MOOIE LANDSCHAPPEN/DE KUST) VORMEN SAMEN MET GENIETEN VAN ETEN/DRINKEN EN HISTORISCHE STEDEN/ERFGOED DE BELANGRIJKSTE ASPECTEN WAAR REIZIGERS NAAR OP ZOEK ZIJN.

INHOUDELIJKE ASPECTEN









ER ZIJN LICHTE **VERSCHILLEN TUSSEN LANDEN** IN DE ZAKEN WAARNAAR REIZIGERS NOG NAAR OP ZOEK ZIJN: PORTUGEZEN BIJVOORBEELD VERKIEZEN VAKER MODE & DESIGN, FRANSEN GASTRONOMIE, NEDERLANDERS WANDELEN...

INHOUDELIJKE ASPECTEN

	TOTAAL EUROPA													
		NL	FR	UK	DE	ES	IT	DK	SE	NO	CH	AT	IE	PT
Mooie landschappen	29%	27%	30%	25%	31%	29%	34%	27%	25%	19%	31%	30%	27%	25%
Lekker eten en drinken	27%	32%	18%	32%	32%	25%	19%	28%	42%	41%	31%	32%	35%	33%
Historische steden	25%	23%	25%	21%	20%	37%	31%	18%	18%	19%	19%	27%	18%	22%
Natuur	22%	31%	22%	13%	27%	20%	25%	21%	20%	17%	26%	25%	14%	17%
Erfgoed	21%	12%	23%	20%	11%	34%	28%	18%	16%	17%	14%	21%	16%	26%
Aanwezigheid van zee en strand	19%	17%	18%	19%	27%	11%	14%	22%	30%	20%	25%	22%	20%	19%
Ontspanningsmogelijkheden	18%	22%	8%	21%	23%	15%	16%	25%	26%	23%	18%	22%	25%	23%
Proeven van streekproducten	12%	11%	15%	16%	10%	14%	7%	17%	8%	12%	11%	11%	13%	23%
Kindvriendelijke bestemming	11%	6%	12%	14%	10%	11%	10%	13%	12%	13%	13%	11%	16%	13%
Architectuur	10%	6%	12%	11%	7%	15%	12%	7%	8%	8%	7%	9%	7%	12%
Uitgaan	10%	9%	15%	15%	8%	7%	6%	11%	8%	13%	9%	6%	18%	9%
Kastelen	10%	8%	10%	7%	7%	15%	16%	6%	6%	6%	6%	6%	7%	10%
Shopping	9%	13%	8%	13%	10%	5%	5%	9%	15%	18%	11%	8%	13%	5%
Verfijnd tafelen (gastronomie)	9%	7%	21%	8%	7%	3%	6%	9%	8%	10%	14%	5%	10%	11%
Parken en tuinen	9%	7%	10%	8%	11%	6%	9%	6%	8%	8%	8%	8%	8%	6%
Wandelen	9%	19%	10%	5%	12%	5%	7%	9%	6%	7%	10%	11%	4%	3%
Kunst en kunstenaars	7%	3%	5%	6%	6%	9%	13%	6%	5%	7%	6%	5%	5%	6%
Kerken en abdijen	6%	6%	6%	5%	5%	8%	9%	6%	4%	4%	4%	4%	5%	4%
Evenementen	6%	5%	8%	8%	3%	5%	6%	9%	5%	6%	5%	5%	7%	3%
Activiteiten voor de kinderen	6%	6%	5%	8%	6%	5%	3%	7%	6%	7%	6%	6%	9%	2%
Oorlogserfgoed	4%	5%	4%	6%	3%	4%	6%	7%	4%	5%	4%	3%	5%	2%
Muziekfestivals	4%	4%	4%	5%	5%	4%	3%	4%	4%	5%	4%	4%	4%	3%
Mode en design	4%	4%	4%	4%	5%	3%	4%	4%	4%	3%	3%	9%	4%	19%
Spiritualiteit	3%	4%	4%	4%	2%	3%	4%	3%	3%	2%	3%	3%	3%	2%
Recreatief fietsen	3%	6%	2%	2%	6%	3%	3%	3%	2%	2%	5%	2%	2%	1%
Wielersport	3%	3%	3%	3%	3%	2%	2%	4%	3%	3%	3%	4%	3%	1%
Andere sportieve mogelijkheden	2%	2%	2%	1%	3%	1%	1%	3%	3%	3%	2%	2%	2%	1%

JAPANNERS GEVEN OPVALLEND MEER OM MOOIE LANDSCHAPPEN, LEKKER ETEN EN DRINKEN EN ERFGOED. RUSSEN ZOEKEN DAN WEER LIEVER HET STRAND OP.

INHOUDELIJKE ASPECTEN

	 USA	 JP	 RU	 CN	 BR	 AU
Mooie landschappen	22%	41%	20%	22%	30%	25%
Lekker eten en drinken	23%	43%	19%	23%	24%	23%
Historische steden	23%	21%	24%	17%	23%	21%
Natuur	18%	23%	27%	16%	17%	21%
Erfgoed	20%	30%	21%	18%	22%	22%
Aanwezigheid van zee en strand	11%	12%	37%	15%	9%	11%
Ontspanningsmogelijkheden	17%	13%	25%	17%	17%	21%
Proeven van streekproducten	10%	8%	10%	16%	11%	13%
Kindvriendelijke bestemming	16%	10%	15%	16%	17%	17%
Architectuur	12%	8%	18%	12%	13%	10%
Uitgaan	12%	7%	14%	4%	15%	11%
Kastelen	11%	7%	12%	11%	15%	12%
Shopping	12%	19%	5%	14%	13%	15%
Verfijnd tafelen (gastronomie)	11%	6%	7%	14%	19%	9%
Parken en tuinen	11%	5%	9%	9%	9%	9%
Wandelen	5%	3%	10%	4%	3%	4%
Kunst en kunstenaars	9%	12%	6%	11%	8%	5%
Kerken en abdijen	7%	5%	3%	5%	4%	6%
Evenementen	12%	2%	3%	8%	7%	8%
Activiteiten voor de kinderen	6%	4%	4%	5%	5%	6%
Oorlogserfgoed	6%	2%	2%	5%	3%	7%
Muziekfestivals	8%	4%	2%	7%	4%	6%
Mode en design	8%	6%	1%	14%	4%	6%
Spiritualiteit	5%	4%	2%	7%	4%	5%
Recreatief fietsen	4%	2%	1%	5%	1%	2%
Wielersport	4%	1%	2%	3%	1%	2%
Andere sportieve mogelijkheden	1%	1%	0%	0%	1%	1%

KENNIS EN ERVARING VAN VLAANDEREN

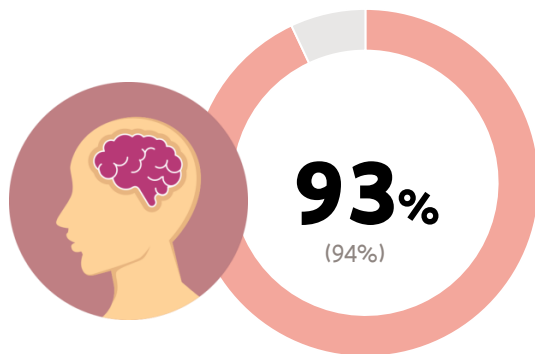
KENNIS VAN:

DE REGIO'S, DE STEDEN,
HET LAND EN DE USP'S

ASSOCIATIES MET
VLAANDEREN

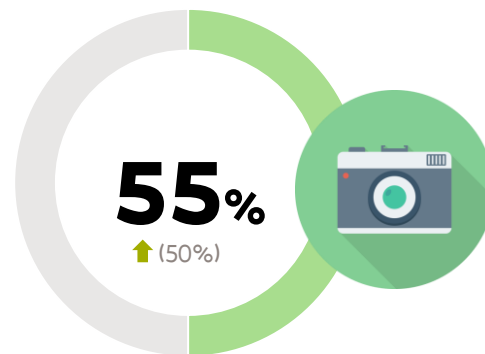


MEER DAN 9 OP 10 REIZIGERS ZIJN **BEKEND** MET VLAANDEREN
MEER DAN DE HELFT VAN DE EUROPESE REIZIGERS HEBBEN VLAANDEREN OF EEN STAD
IN VLAANDEREN **BEZOCHT** IN HET VERLEDEN.



BEKEND*

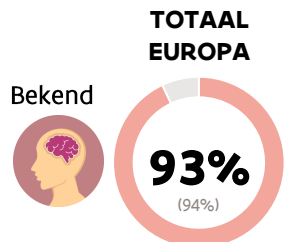
% dat bezocht heeft of bekend* is met Vlaanderen, Brussel of één van de andere steden



BEZOCHT

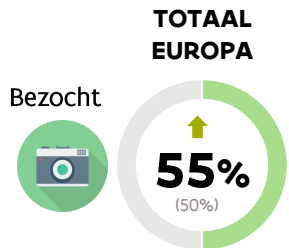
% dat bezocht heeft voor vakantie, zakenreis of een andere reden (Vlaanderen, Brussel of één van de andere steden)

SINDS 2017 ZIJN ER EVOLUTIES IN DE BEKENDHEID EN HET AANTAL BEZOEKERS VAN VLAANDEREN BIJ EUROPESE REIZIGERS.



Vlaanderen, Brussel of één van de andere steden

	NL	FR	UK	DE	ES	IT	DK	SE	NO	CH	AT	IE	PT
2021	96% ↓	94%	90%	94%	98% ↑	97%	82%	82% ↓	86%	86% ↓	85% ↓	89%	95%
2017	98%	94%	88%	95%	94%	96%	83%	86%	88%	93%	98%		



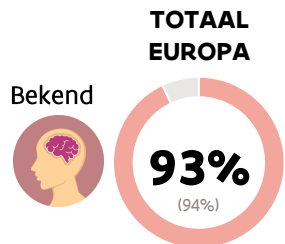
Vlaanderen, Brussel of één van de andere steden

	NL	FR	UK	DE	ES	IT	DK	SE	NO	CH	AT	IE	PT
2021	85% ↓	62%	59% ↑	52% ↑	57% ↑	47%	41% ↑	40%	43% ↑	39%	34%	44%	53%
2017	92%	61%	51%	47%	45%	43%	35%	36%	38%	42%	37%		

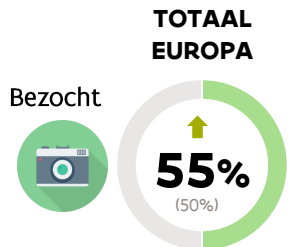
VISITFLANDERS

Basis: Europese markten - alle reizigers (excl. Portugal en Ierland)
 Q1. Kent u één van de volgende steden/regio's? % dat bezocht heeft
 ↑↓ Significante evolutie in vergelijking met 2017

BEKENDHEID EN BEZOEK BIJ DE ANDERE LANDEN



Vlaanderen, Brussel of één van de andere steden



Vlaanderen, Brussel of één van de andere steden

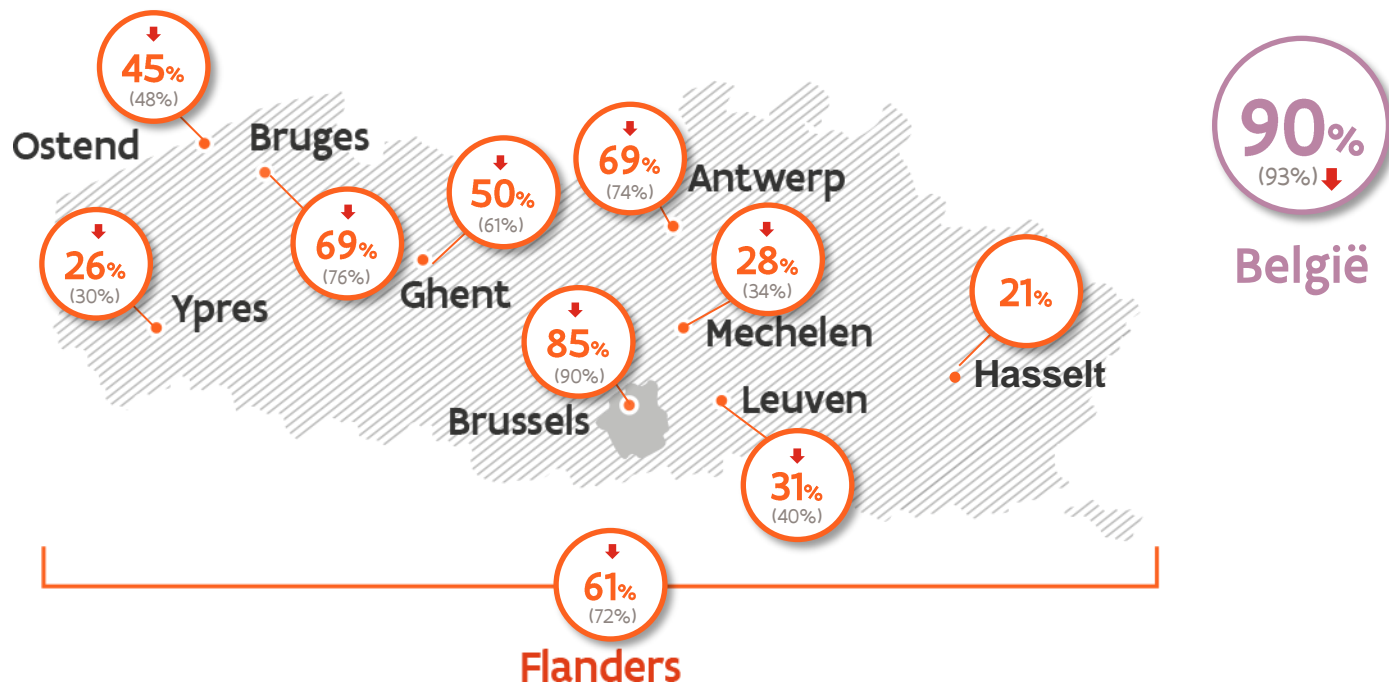


VISITFLANDERS

Basis: reizigers USA, Japan, Rusland, China, Brazilië en Australië
Q1. Kent u één van de volgende steden/regio's? % dat bezocht heeft



DE BEKENDHEID VAN VLAANDEREN EN DE STEDEN IS GEZAKT BIJ EUROPESE REIZIGERS IN DE LAATSTE VIER JAAR.



% DAT VLAANDEREN , BRUSSEL OF ÉÉN VAN DE (KUNST)STEDEN KENT (of bekend is met) (over gehoord, over gelezen, of bezocht)









scores per stad of regio

	TOTAAL EUROPA	NL	FR	UK	DE	ES	IT	DK	SE	NO	CH	AT	IR	PT
Vlaanderen	61% ↓	78% ↓	59% ↓	49% ↓	59% ↓	78%	72% ↓	39% ↓	39% ↓	45% ↓	56% ↓	61% ↓	43%	65%
Vlaanderen (2017)	72%	97%	76%	57%	72%	76%	79%	46%	49%	51%	69%	79%		
Antwerpen	69%	87%	66%	59%	74%	75%	73%	48%	47%	61%	64%	69%	57%	73%
Brugge	69%	78%	72%	64%	70%	86%	65%	39%	37%	48%	56%	62%	62%	70%
Brussel	85%	86%	87%	77%	86%	94%	93%	68%	69%	77%	80%	80%	83%	92%
Gent	50%	77%	44%	44%	57%	64%	40%	31%	37%	40%	45%	54%	37%	47%
Leuven	31%	60%	38%	26%	31%	38%	20%	20%	21%	20%	26%	25%	25%	36%
Mechelen	28%	60%	24%	22%	36%	27%	21%	17%	24%	19%	24%	29%	16%	36%
Ieper	26%	41%	23%	44%	24%	20%	21%	13%	17%	10%	17%	18%	28%	31%
Hasselt	21%	58%	18%	19%	24%	23%	18%	15%	12%	12%	13%	15%	13%	32%
Oostende	45%	64%	43%	49%	55%	37%	33%	24%	27%	31%	39%	46%	32%	38%
BELGIË	90% ↓	95% ↓	93%	86%	91% ↓	95%	93%	78% ↓	85% ↓	85% ↓	83% ↓	83% ↓	84%	91%
BELGIË (2017)	93%	99%	95%	85%	97%	95%	93%	84%	88%	91%	93%	99%		

% DAT VLAANDEREN , BRUSSEL OF ÉÉN VAN DE (KUNST)STEDEN KENT (of bekend is met) (over gehoord, over gelezen, of bezocht)



scores per stad of regio

	 USA	 JP	 RU	 CN	 BR	 AU
Vlaanderen	38%	38%	41%	42%	44%	31%
Antwerpen	44%	41%	63%	42%	53%	36%
Brugge	43%	28%	57%	44%	47%	35%
Brussel	61%	59%	85%	60%	81%	60%
Gent	33%	20%	32%	38%	34%	23%
Leuven	26%		16%			17%
Mechelen	28%		16%			19%
Ieper	26%		17%			25%
Hasselt	25%		10%			17%
Oostende	26%		19%			22%
BELGIË	72%	82%	88%	69%	84%	72%

% DAT VLAANDEREN, BRUSSEL OF ÉÉN VAN DE (KUNST)STEDEN HEEFT **BEZOCHT**









scores per stad of regio

	TOTAAL EUROPA	NL	FR	UK	DE	ES	IT	DK	SE	NO	CH	AT	IR	PT
Vlaanderen*	47%	83%	49%	52%	45%	49%	35%	31%	30%	32%	31%	28%	32%	44%
Vlaanderen (2017)	40%	91%	48%	45%	38%	38%	28%	21%	25%	30%	30%	27%		
Antwerpen	23%	67%	20%	18%	25%	25%	18%	13%	12%	17%	16%	14%	10%	25%
Brugge	28%	49%	33%	33%	23%	37%	20%	13%	10%	14%	15%	15%	19%	28%
Brussel	40%	59%	47%	39%	35%	48%	36%	26%	26%	30%	29%	24%	34%	42%
Gent	16%	43%	15%	15%	15%	24%	10%	8%	9%	10%	11%	11%	8%	20%
Leuven	8%	22%	8%	8%	8%	10%	5%	6%	5%	5%	5%	4%	6%	16%
Mechelen	6%	20%	4%	6%	7%	5%	3%	5%	4%	4%	4%	4%	2%	15%
Ieper	6%	11%	8%	12%	4%	4%	3%	4%	4%	3%	3%	3%	4%	15%
Hasselt	5%	24%	4%	5%	6%	4%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	14%
Oostende	14%	27%	14%	21%	19%	7%	7%	6%	7%	9%	11%	11%	6%	17%
BELGIË	49%	88% 	60%	51% 	47% 	50% 	38%	38%	36%	37%	35% 	29% 	39%	42%
BELGIË (2017)	50%	97%	64%	46%	52%	41%	37%	38%	39%	33%	42%	36%		



% DAT VLAANDEREN, BRUSSEL OF ÉÉN VAN DE (KUNST)STEDEN HEEFT **BEZOCHT**

scores per stad of regio

	 USA	 JP	 RU	 CN	 BR	 AU
Vlaanderen*	39%	19%	23%	31%	23%	30%
Antwerpen	15%	11%	12%	11%	10%	10%
Brugge	18%	10%	11%	16%	14%	14%
Brussel	24%	18%	22%	21%	24%	21%
Gent	13%	6%	6%	11%	8%	8%
Leuven	10%		3%			6%
Mechelen	11%		3%			5%
Ieper	10%		2%			7%
Hasselt	10%		2%			7%
Oostende	11%		2%			8%
BELGIË	27%	21%	22%	36%	28%	26%



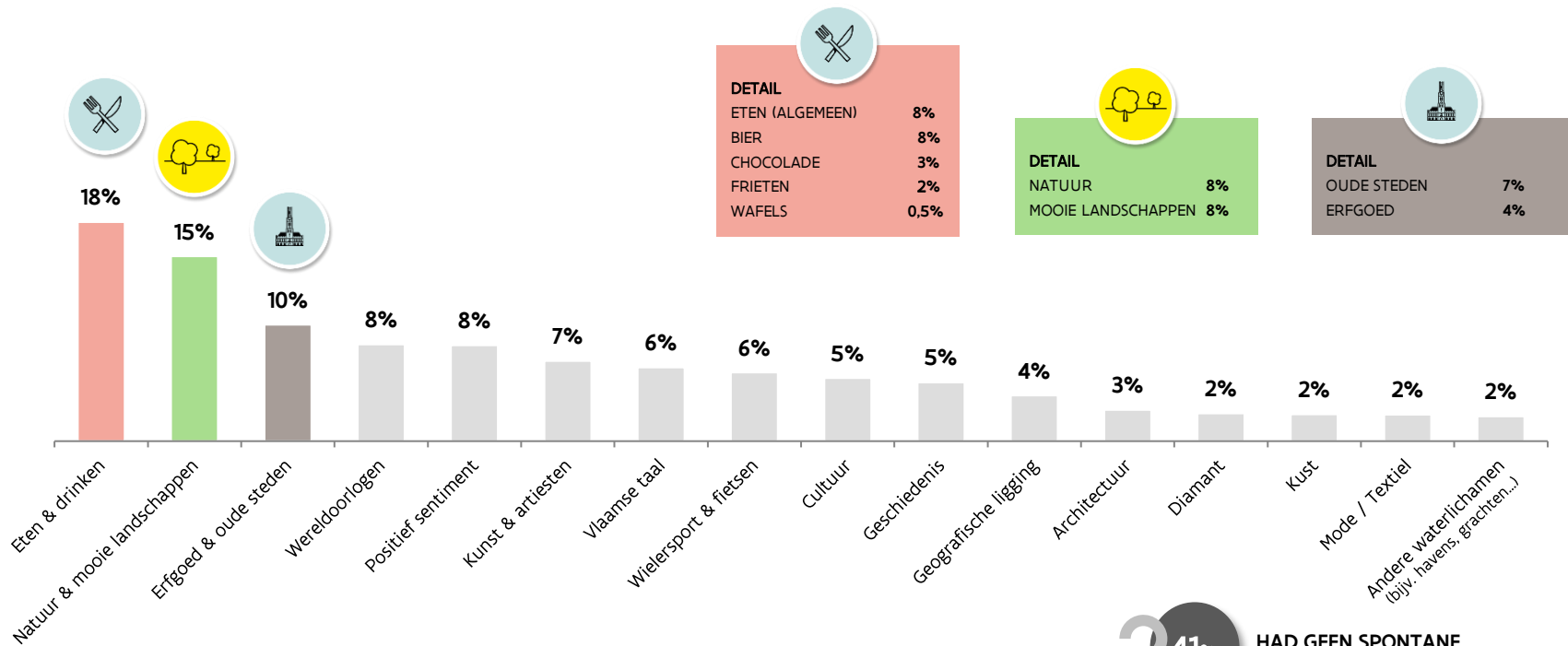
BELANGRIJK OPMERKING

Volgende resultaten zijn gebaseerd op reizigers die **BEKEND** zijn met Vlaanderen of een stad in Vlaanderen



SPONTANE ASSOCIATIE MET VLAANDEREN

Er worden het vaakst culinaire associaties gemaakt met Vlaanderen: men denkt dan aan eten in het algemeen, onze biercultuur, chocolade, frieten en (in mindere mate) wafels. Ook wordt vaak de link gelegd met onze natuur en mooie landschappen. Vervolgens wordt er ook aan het erfgoed en oude steden gedacht.



VISITFLANDERS

Basis: Europese markt – alle reizigers bekend met Vlaanderen (excl. Portugal en Ierland)
 Q5. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken waarvoor Vlaanderen bekend is?
 ↑↓ Significante evolutie in vergelijking met 2017

? 41%

HAD GEEN SPONTANE ASSOCIATIE MET VLAANDEREN

*Zie appendix 2 voor wordclouds van categorieën

SPONTANE ASSOCIATIES MET VLAANDEREN

top 5 per markt -> erg verschillend per land



POSITIEF SENTIMENT	20%
ETEN (ALGEMEEN)	20%
BIER	16%
NATUUR	13%
VLAAMSE TAAL	6%



BIER	12%
VLAAMSE TAAL	10%
MOOIE LANDSCHAPPEN	10%
ETEN (ALGEMEEN)	9%
POSITIEF SENTIMENT	7%



POSITIEF SENTIMENT	11%
ETEN (ALGEMEEN)	9%
NATUUR	9%
MOOIE LANDSCHAPPEN	8%
OUDE STEDEN	6%



WWI, WW2	38%
BIER	8%
GESCHIEDENIS	6%
NATUUR	5%
MOOIE LANDSCHAPPEN	5%



GESCHIEDENIS	15%
KUNST & KUNSTENAARS	14%
OUDE STEDEN	11%
ETEN (ALGEMEEN)	11%
CULTUUR	10%



NATUUR	17%
MOOIE LANDSCHAPPEN	17%
KUNST/KUNSTENAARS	14%
WIELERSPORT/FIETSEN	13%
GESCHIEDENIS	7%



WIELERSPORT/FIETSEN	17%
VLAAMSE TAAL	7%
BIER	7%
NATUUR	6%
GEO. LIGGING	6%



WIELERSPORT/FIETSEN	32%
BIER	10%
NATUUR	6%
VLAAMSE TAAL	6%
ETEN (ALGEMEEN)	5%



WWI, WW2	34%
VLAAMSE TAAL	9%
BIER	8%
GESCHIEDENIS	8%
NATUUR	7%



NATUUR	10%
BIER	8%
VLAAMSE TAAL	7%
ETEN (ALGEMEEN)	5%
OUDE STEDEN	5%



VLAAMSE TAAL	13%
WIELERSPORT/FIETSEN	13%
MOOIE LANDSCHAPPEN	9%
ETEN (ALGEMEEN)	9%
BIER	7%



MOOIE LANDSCHAPPEN	9%
ETEN (ALGEMEEN)	8%
OUDE STEDEN	6%
VLAAMSE TAAL	6%
GEO. LIGGING	6%

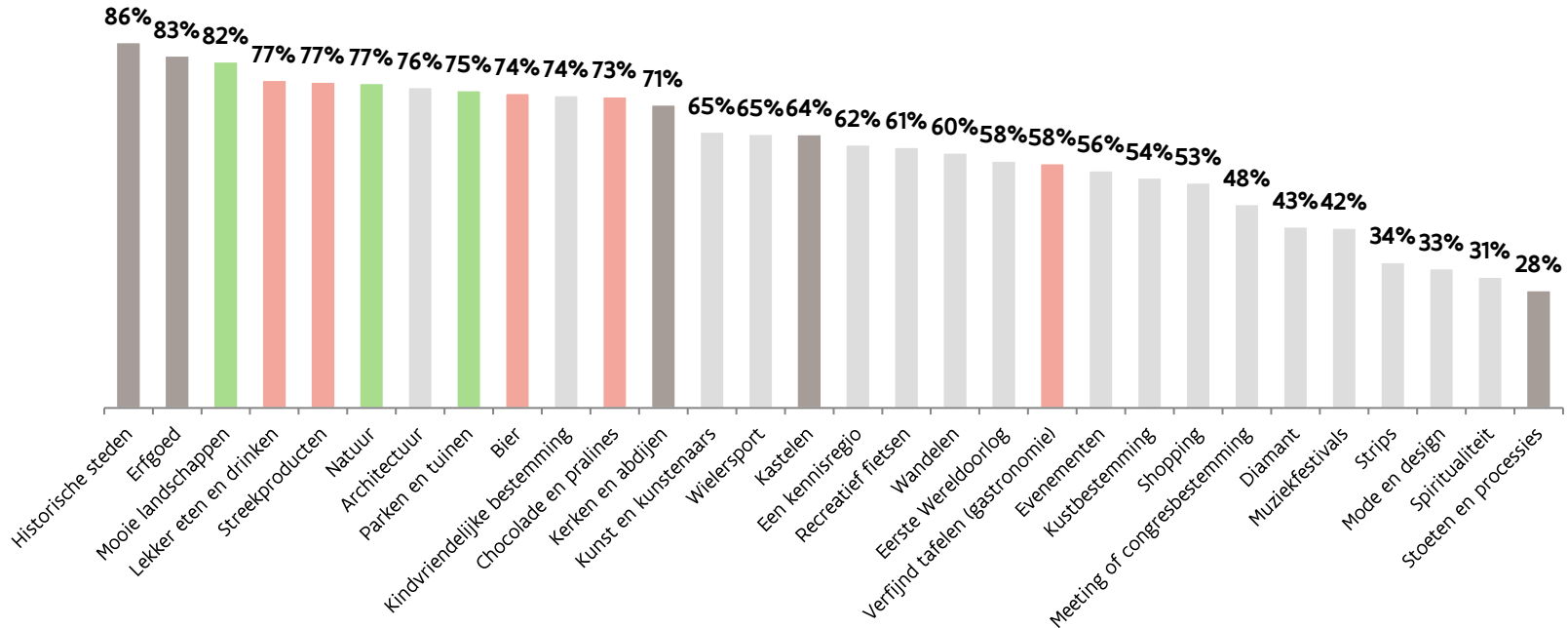


CULTUUR	10%
DIAMANT	9%
KUNST & KUNSTENAARS	8%
POSITIEF SENTIMENT	8%
MOOIE LANDSCHAPPEN	7%

GEHOLPEN ASSOCIATIES MET VLAANDEREN

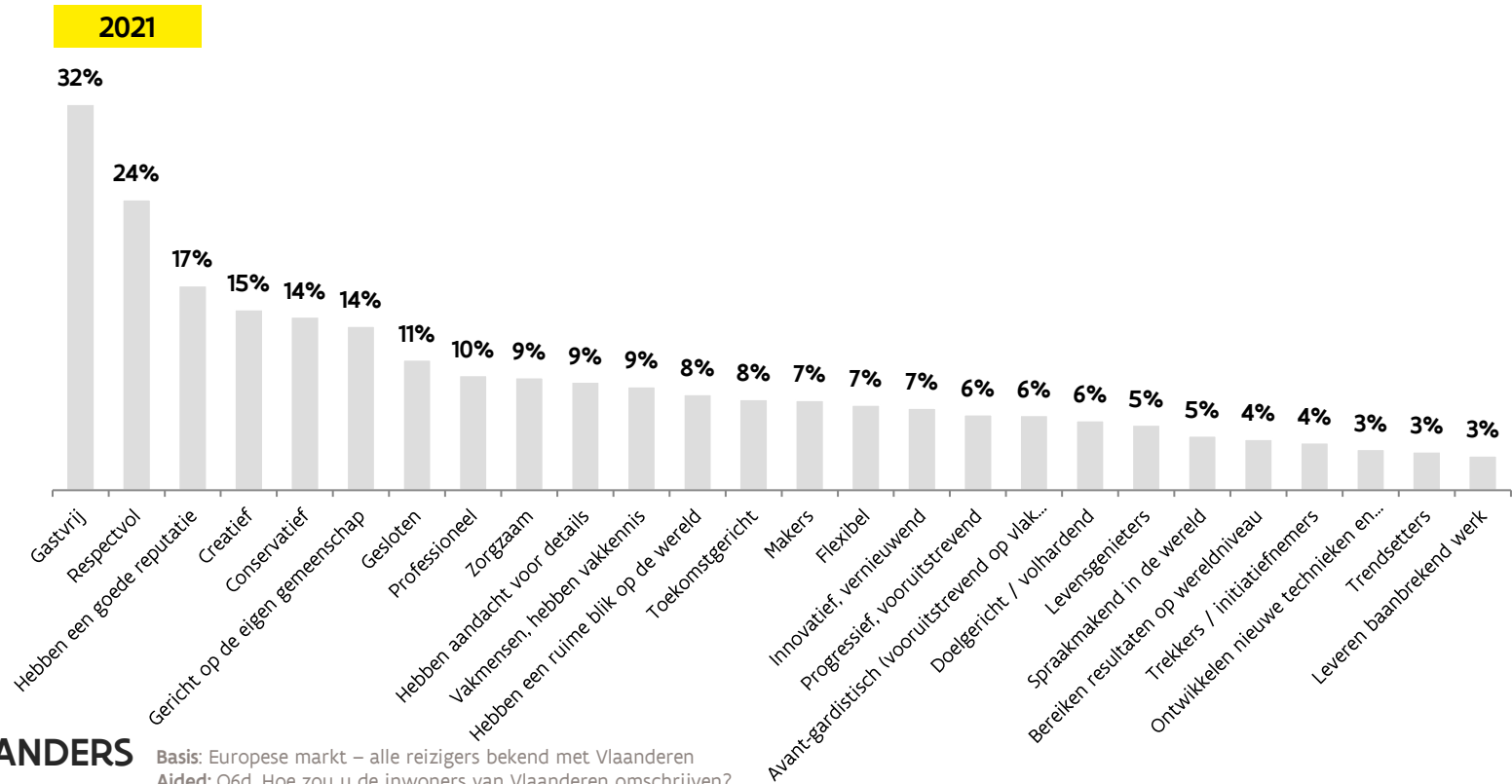
Vlaanderen wordt vaak geassocieerd met historische steden/erfgoed, mooie landschappen en lekker eten & drinken. De link met diamanten, muziekfestivals, mode & design, spiritualiteit en stoeten & processies worden minder vaak gemaakt.

2021



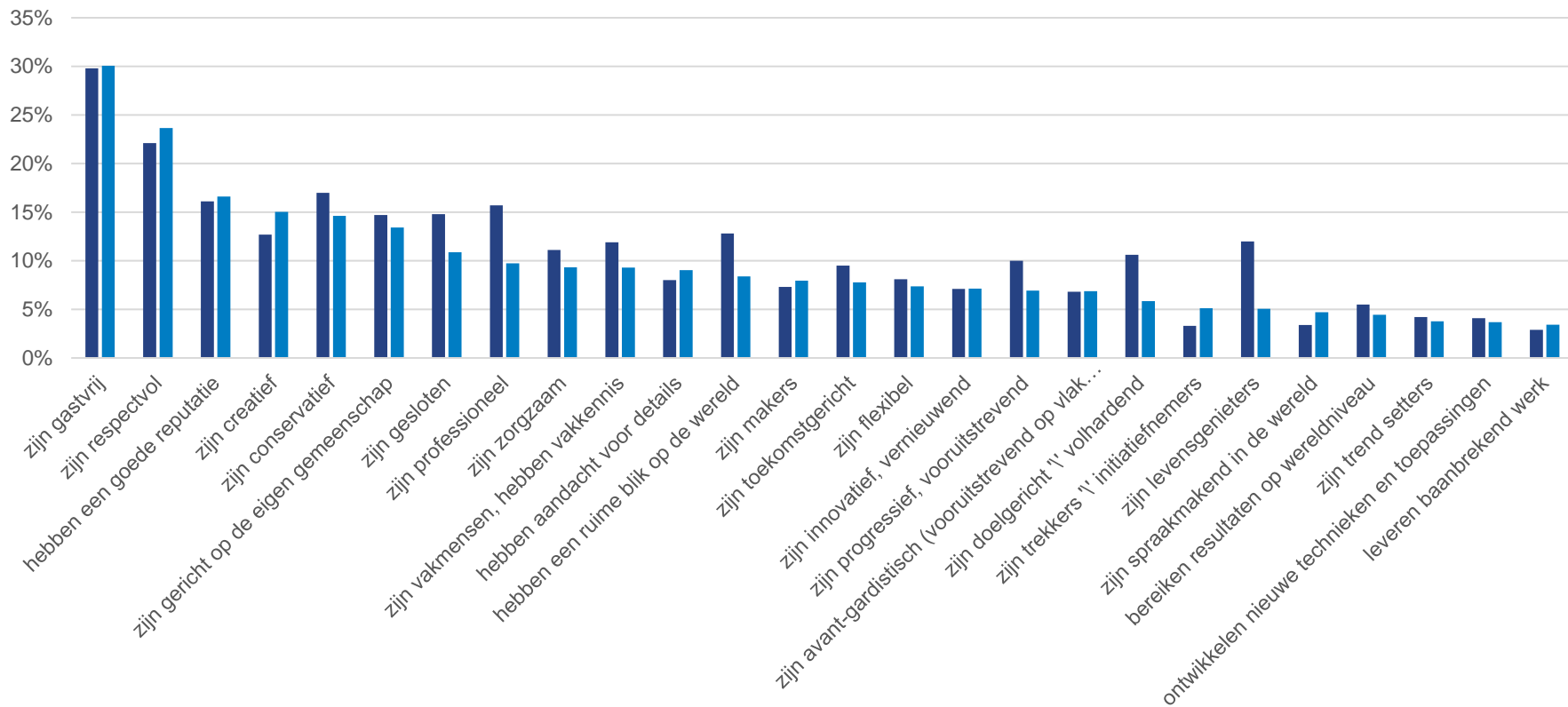
BEELD VAN DE VLAMING

De reputatie van de Vlaming is goed bij Europese reizigers: we worden over het algemeen gezien als gastvrij en respectvol.



BEELD VAN DE VLAMING

De reputatie van de Vlaming is goed bij Europese reizigers: we worden over het algemeen gezien als gastvrij en respectvol.





BEKENDHEID



is **bekend** met Vlaanderen of een stad in Vlaanderen



bezocht Vlaanderen of een stad in Vlaanderen, een lichte stijging in vergelijking met de vorige meting (50% in 2017).

GEOGRAFISCHE KENNIS

De hoogste kennisscores:

- 1 België
- 2 Brussel
- 3 Antwerpen
- 4 Vlaanderen

INZICHTEN OVER KENNIS

KENNIS USP'S

Vlaanderen wordt spontaan en geholpen vaak geassocieerd met ons **lekker eten & drinken** (meer bepaald bier, chocolade en frieten). Ook wordt vaak de link gelegd met onze **historische steden en erfgoed**, onze **natuur en mooie landschappen**.

De **wereldoorlog(en)** worden ook spontaan vaak gelinkt aan Vlaanderen.



Spontane associaties met Vlaanderen verschillen nog steeds erg van land tot land.

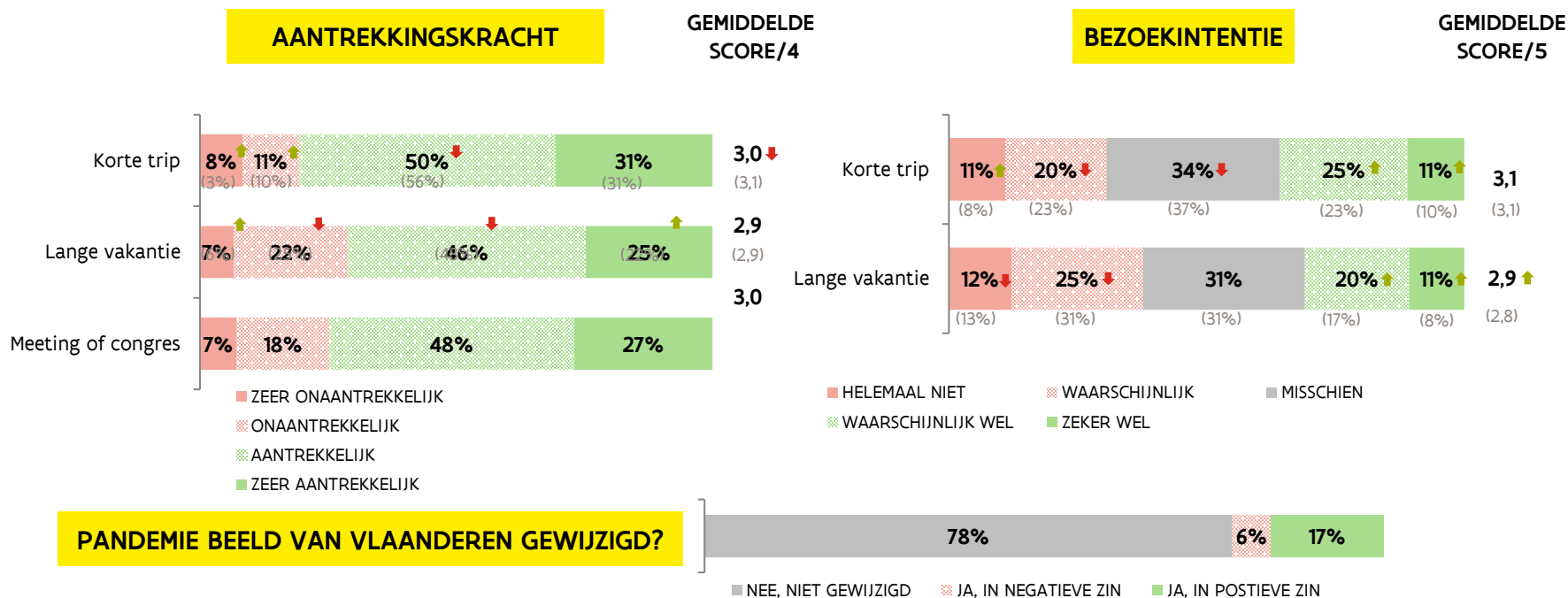
De **Vlaming** wordt gezien als **gastvrij, respectvol, creatief**, maar ook (in mindere mate) als **conservatief en gesloten**.

CONNECTIE MET VLAANDEREN

- DE BEZOEKINTENTIE
- DE RELATIE VAN BEZOEKERS MET VLAANDEREN
















De aantrekkingskracht van Vlaanderen is nu licht gezakt voor korte trips en licht gestegen voor langere trips. Bezoekintentie is zowel voor korte als lange trips licht gestegen. Ook blijkt dat de pandemie geen negatieve impact heeft gehad op het beeld van Vlaanderen.
















Bij Nederlanders is er een verschuiving binnen de aantrekkingskracht van Vlaanderen van korte trips naar langere vakanties. Zowel de aantrekkingskracht als de bezoekenintentie is toegenomen in verschillende landen. Vlaanderen scoort het beste bij Nederlanders, Spanjaarden en Italianen.

AANTREKKINGSKRACHT % ZEER AANTREKKELIJK

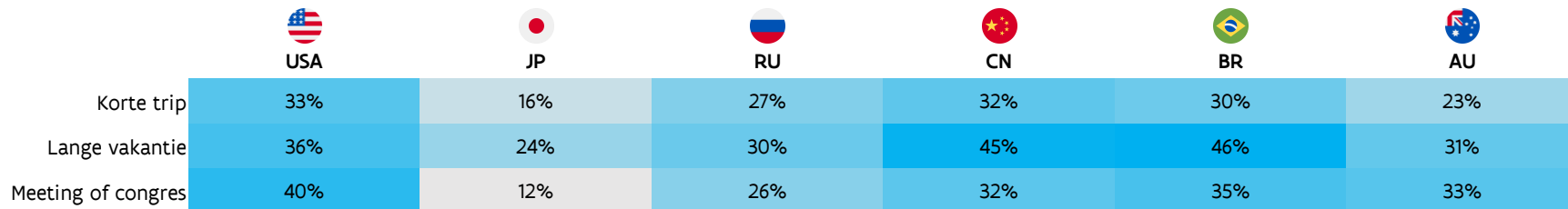
	TOTAAL EUROPA	 NL	 FR	 UK	 DE	 ES	 IT	 DK	 SE	 NO	 CH	 AT	 IR	 PT
Korte trip	31%	37% ↓	31%	33%	33%	35%	27%	19% ↑	16%	17%	23%	24% ↓	37%	21%
<i>Korte trip 2017</i>	31%	44%	32%	34%	30%	38%	28%	13%	15%	14%	25%	31%		
Lange vakantie	25% ↑	18% ↑	22% ↑	18%	25% ↑	37%	34%	15%	17% ↑	11%	18%	18%	18%	22%
<i>Lange vakantie 2017</i>	22%	12%	16%	20%	16%	39%	32%	12%	11%	11%	17%	15%		
Meeting of congres	27%	21%	28%	32%	21%	33%	27%	18%	27%	22%	12%	17%	29%	24%

BEZOEKINTENTIE % ZEKER WEL

	TOTAAL EUROPA	 NL	 FR	 UK	 DE	 ES	 IT	 DK	 SE	 NO	 CH	 AT	 IR	 PT
Korte trip	11% ↑	14%	12%	11%	9% ↑	15%	13%	4% ↑	6% ↑	3% ↓	7%	3%	10%	5%
<i>Korte trip 2017</i>	10%	17%	13%	11%	5%	14%	14%	2%	3%	5%	5%	2%		
Lange vakantie	11% ↑	7% ↑	10%	9%	9% ↑	17% ↑	17%	4% ↑	6% ↑	2%	6%	4% ↑	7%	10%
<i>Lange vakantie 2017</i>	8%	4%	8%	9%	4%	13%	15%	2%	2%	5%	4%	1%		

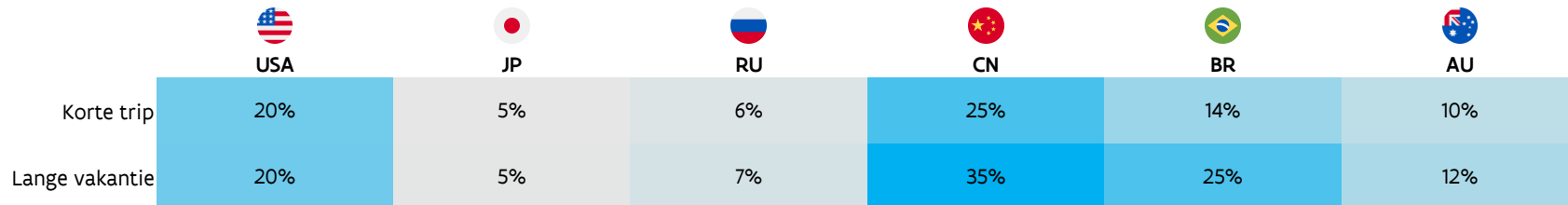
AANTREKKINGSKRACHT

% ZEER AANTREKKELIJK



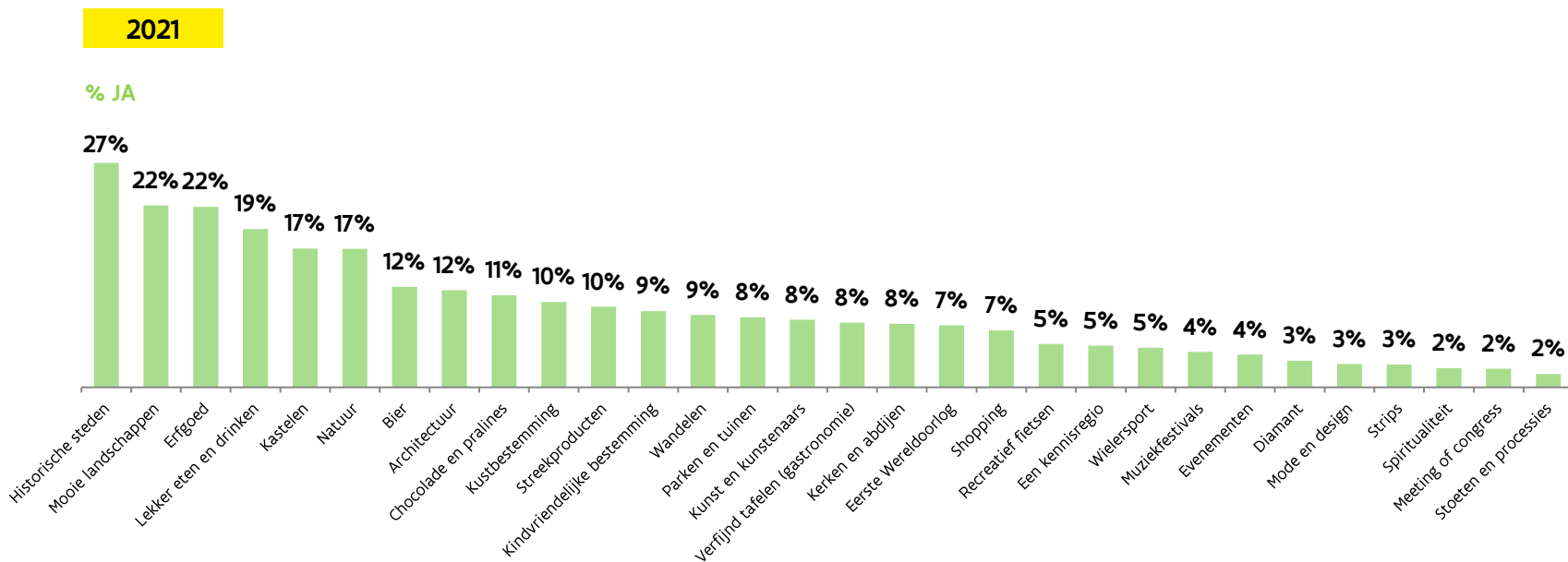
BEZOEKINTENTIE

% ZEKER WEL



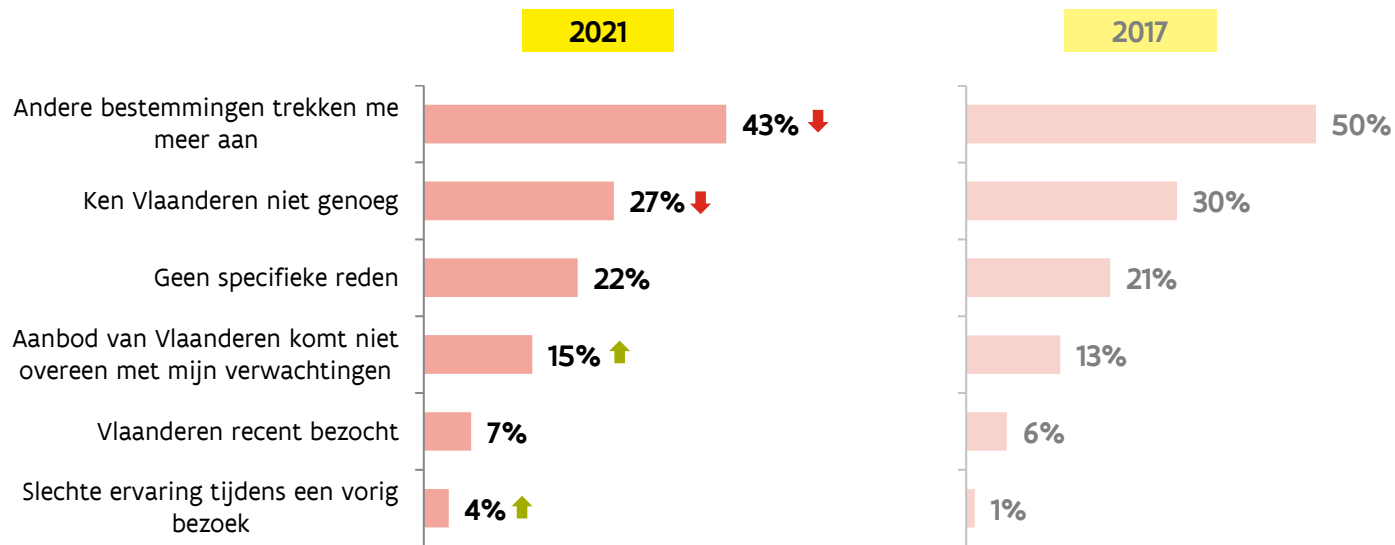
Historisch erfgoed (steden, gebouwen & monumenten, kastelen) is nog steeds de belangrijkste troef om Vlaanderen te bezoeken. Eten & drinken (o.a. bier, chocolade en streekproducten) blijven ook belangrijke troeven.

REIZIGERS MET EEN BEZOEKINTENTIE



De aantrekkelijkheid van andere bestemmingen samen met de beperkte kennis over Vlaanderen zijn nog steeds de belangrijkste redenen waarom mensen Vlaanderen niet bezoeken al zijn er wel dalingen op te merken. We zien aan de andere kant lichte stijgingen bij het niet inlossen van verwachtingen en slechte ervaringen bij vorig bezoek.

REIZIGERS ZONDER BEZOEKINTENTIE (% YES)



INZICHTEN OVER BEZOEKINTENTIE

BEZOEKINTENTIE

Bezoekintentie is licht gestegen bij Europese reizigers: 36% zal Vlaanderen (waarschijnlijk) bezoeken voor een korte trip en 31% voor een lange trip in de komende 3 jaar (vs. 33% en 25% in 2017).

Hoogste bezoekintentie is te vinden bij Spanjaarden, Italianen en Nederlanders, al zouden de Nederlanders wel voornamelijk voor een korte trip komen.

History buffs en Culture lovers worden het hardst aangetrokken door Vlaanderen. Heel belangrijke aantrekkingspunten zijn de historische steden en het erfgoed dat Vlaanderen te bieden heeft.

BELANGRIJKSTE TROEVEN

Belangrijkste troeven van Vlaanderen bij potentiële bezoekers

=

- Historische steden
- Mooie landschappen
- Erfgoed
- Lekker eten en drinken
- Kastelen
- Natuur

BELANGRIJKSTE BARRIÈRES

De aantrekkelijkheid van andere bestemmingen is de belangrijkste reden om Vlaanderen niet te bezoeken. Het gebrek aan kennis over onze regio is de tweede belangrijkste reden.