



Evaluatie Fietscampagne Meetjesland – Zomer 2016



BEVRAGING BIJ DE TOERISTISCHE INITIATIEFNEMERS

Doel van de bevraging bij de toeristische initiatiefnemers

- ✓ Via een korte bevraging peilen naar
 - de **bekendheid** van de fietscampagne 'Op de pedalen in het Meetjesland' bij de toeristische initiatiefnemers
 - de **mening** van de sector over het fietsmagazine
 - de **effecten** die de initiatiefnemers ondervonden van de campagne

De enquête bij de aanbieders

90
uitnodigingsmails
verstuurd

- Aan de toeristische initiatiefnemers die in het magazine 'Op de pedalen in het Meetjesland' zijn opgenomen
- Met persoonlijke link naar de online-bevraging

Online-enquête
liep van 5 tot 20
oktober 2016

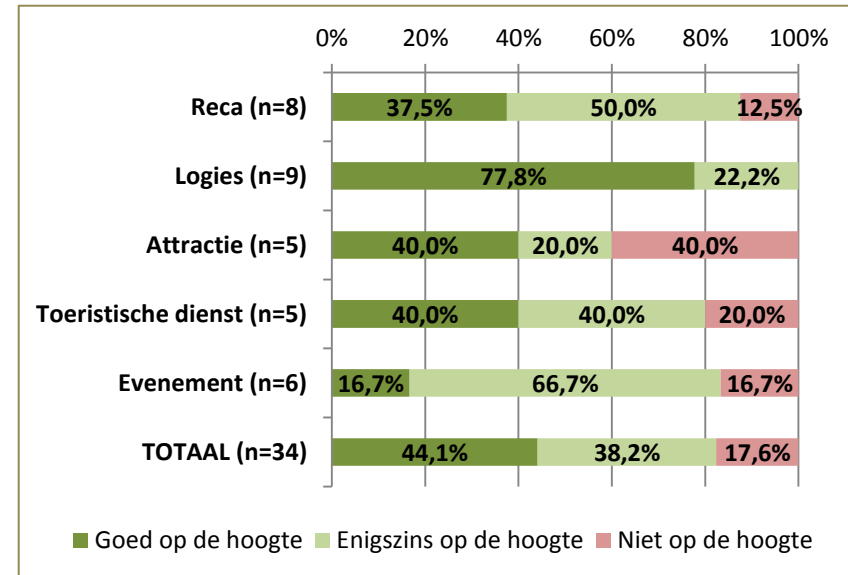
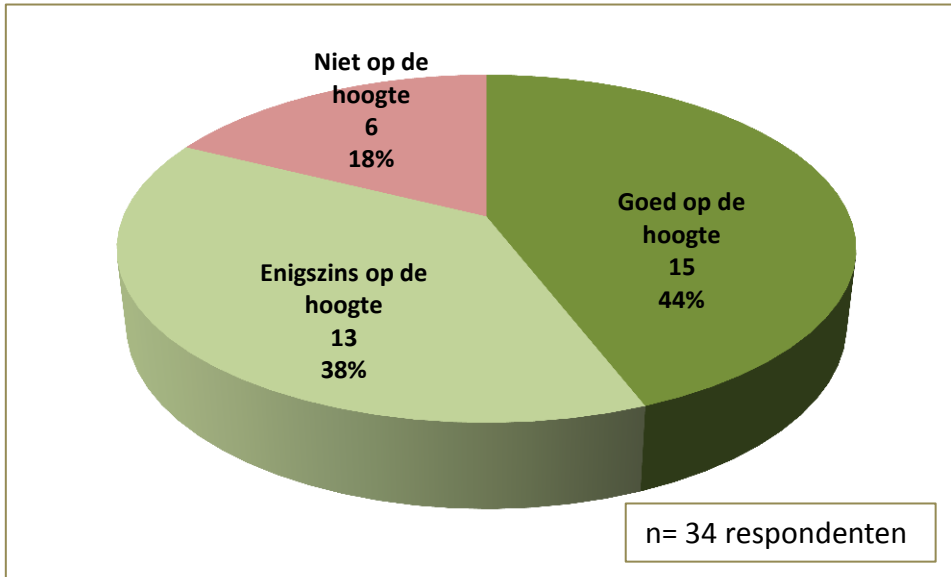
Extra mail met verzoek tot invullen van de enquête door regiocoördinator

34 ingevulde
enquêtes

- **38 % van wie uitnodigingsmail kreeg**
- Gemiddelde invultijd: 03:54min.

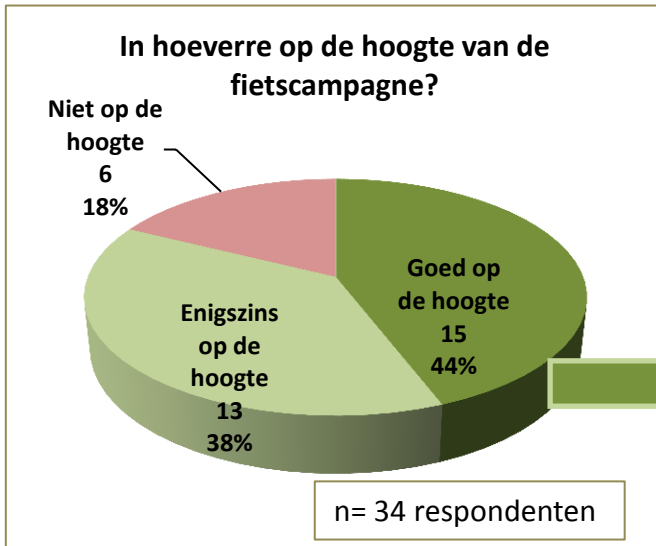
Waren de aanbieders op de hoogte van de fietscampagne?

“In hoeverre bent u op de hoogte van de fietscampagne ‘Op de pedalen in het Meetjesland’ door Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen deze zomer?”



- ✓ Ruim 8 op 10 van de respondenten zijn op de hoogte van de fietscampagne: 44% goed op de hoogte – 38% enigszins op de hoogte
- ✓ Een minderheid is niet op de hoogte van de actie
- ✓ Logies blijken het best op de hoogte van de fietscampagne

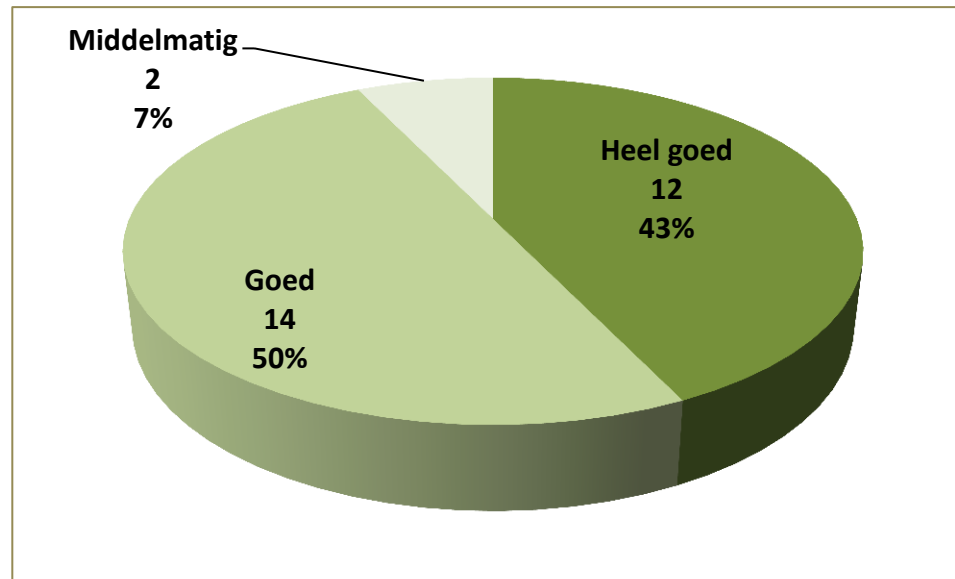
Wisten de toeristische initiatiefnemers dat ze opgenomen waren in het magazine 'Op de pedalen in het Meetjesland'?



- ✓ Ruim 1 op 2 van de toeristische aanbieders die op de hoogte waren van de campagne, wisten ook dat ze zelf opgenomen waren in het fietsmagazine.
- ✓ Een belangrijk aandeel (46%) was niet op de hoogte van de eigen opname in het magazine 'Op de pedalen in het Meetjesland'.

Evaluatie van het fietsmagazine door de aanbieders

“Wat vindt u inhoudelijk van het magazine ‘Op de pedalen in het Meetjesland?’”

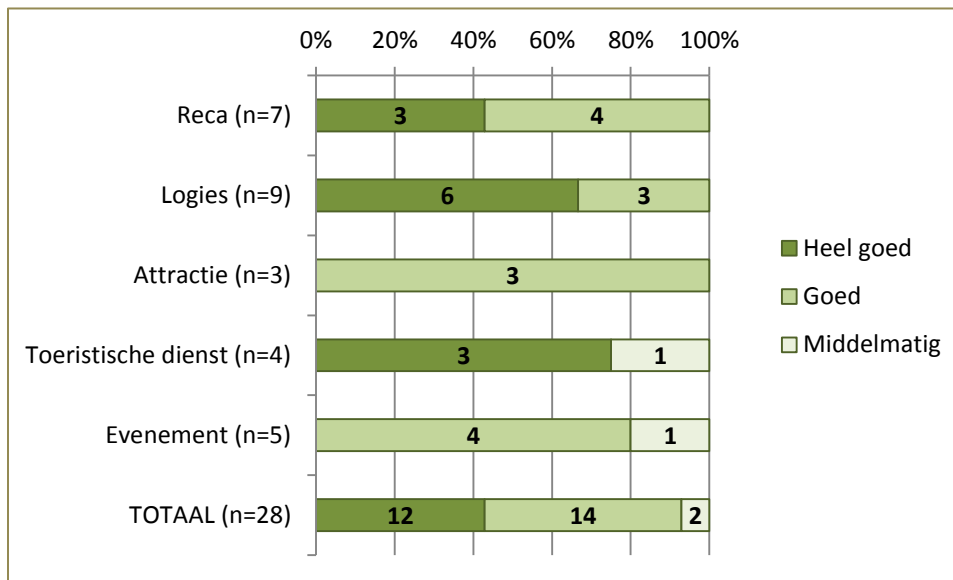
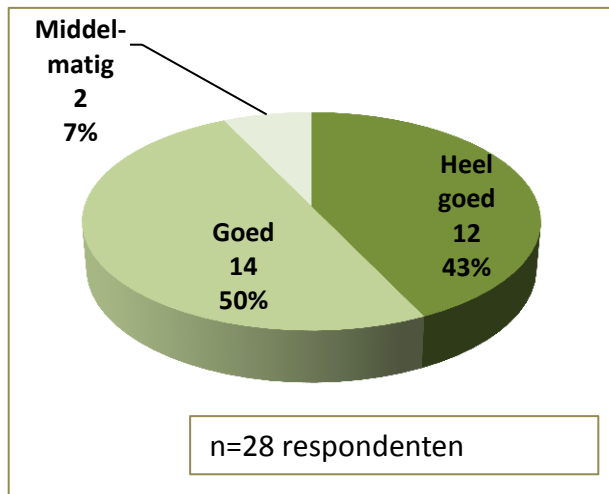


n=28 respondenten

- ✓ Globaal positieve evaluatie van het magazine door de toeristische initiatiefnemers
- ✓ Geen negatieve evaluaties (slecht, heel slecht)

Evaluatie van het fietsmagazine door de aanbieders – Naar type

“Wat vindt u inhoudelijk van het magazine ‘Op de pedalen in het Meetjesland?’”



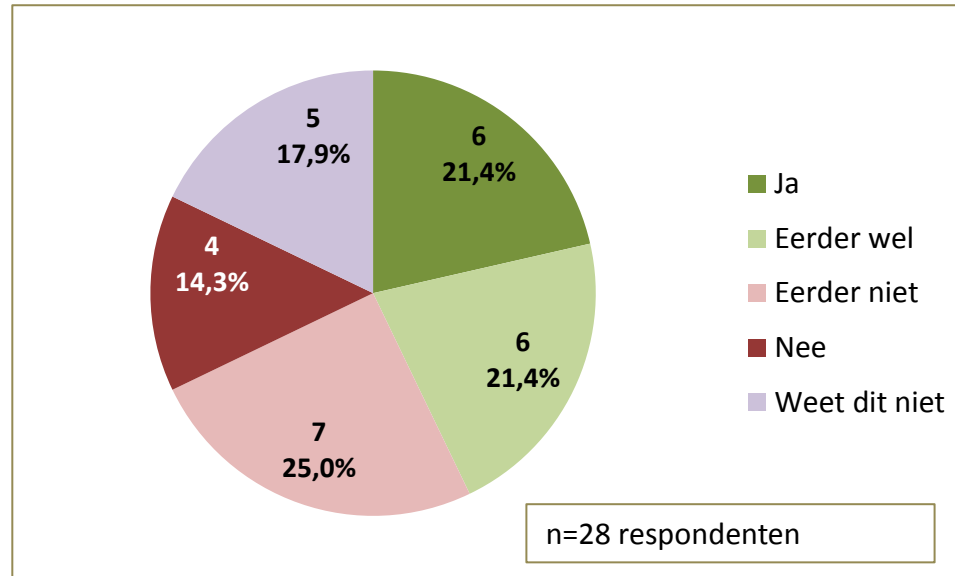
- ✓ Logies, reca, toeristische diensten geven een meer uitgesproken positieve evaluatie dan attracties, evenementen. Deze toeristische initiatiefnemers ondervinden een meer directe impact van dergelijke fietscampagne (meer klanten, meer bezoekers).

Wat vonden de aanbieders goed/slecht aan het magazine?

POSITIEF	NEGATIEF
Het initiatief op zich : actief -in de natuur- in een prachtige fietsstreek,...	
Inhoudelijk inspirerend ; biedt een mooi overzicht	
Kant-en-klare fiets- en wandeltips : hét middel bij uitstek om mensen naar onze streek te halen	Checken opgenomen info: voorbeeld van vermelding van gesloten café
Totaalpakket : combinatie van fietsroutes + uitleg + eet-en drankgelegenheden, bezienswaardigheden,...	
Mooie spreiding van de fietsroutes over de regio	
Leuk dat het Meetjesland opgedeeld was in verschillende regio's en zo veel dingen aan bod kwamen	
Fietsroutes gemakkelijk te volgen via knooppunten	
Variatie in fietsroutes : 'voor elk wat wils'	
Kaartjes : net groot genoeg om zichtbaar te zijn op de fiets; overzichtelijk	Kaartjes : te klein
Duidelijke teksten , makkelijk leesbaar; boeiend om te lezen	
Overzichtelijke brochure	
Goede layout, mooie vormgeving	
(Veel) foto's	

Hebben de aanbieders effect ondervonden of gemerkt van de fietscampagne?

“Heeft u als toeristische initiatiefnemer zelf effect van de fietscampagne ‘Op de pedalen in het Meetjesland’ ondervonden of gemerkt?”

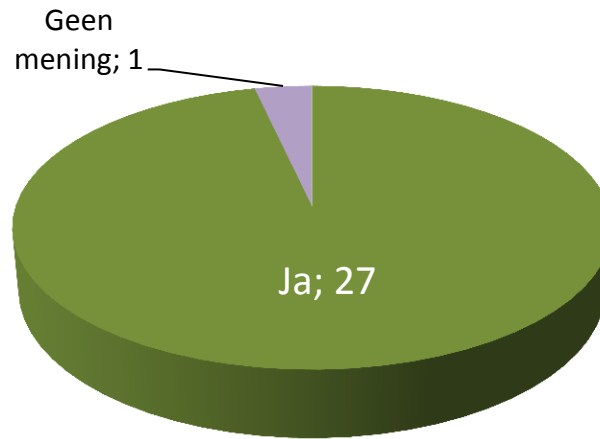


✓ Ongeveer zelfde aandeel (4 op 10) heeft wél effect van de fietscampagne ondervonden/gemerkt als geen effect vastgesteld.

Vinden de toeristische initiatiefnemers de fietscampagne voor herhaling vatbaar?

“Vindt u een dergelijke fietscampagne voor herhaling vatbaar?”

Graag als 't kan...
volgend jaar opnieuw!
Reactie open vraag



Mag zeker jaarlijks herhaald worden.
We moeten als fietsstreek naar buiten
komen met mooie produkten die
het eenvoudig maken voor de toeristen
om te kiezen om naar hier te komen.
Reactie open vraag

Indien dat het terug komt volgende zomer,
doe ik graag terug mee. Zeker een aanrader.
Reactie open vraag

dit project zeker herhalen!!!
Reactie open vraag

✓ De toeristische initiatiefnemers vinden –quasi unaniem- de campagne voor herhaling vatbaar!



BEVRAGING BIJ DE CONSUMENTEN

Doel van de bevraging bij de consumenten

- ✓ Hoofddoel: via een korte bevraging peilen naar het **gebruik van de fietsbrochure** 'Op de pedalen in het Meetjesland'
- ✓ **Evaluatie** van de fietsroutes door wie er met het boekje op uit trok
- ✓ **Profiel** van de respondenten (woonplaats, leeftijd) schetsen

De enquête bij de consumenten

2.144
uitnodigingsmails
verstuurd

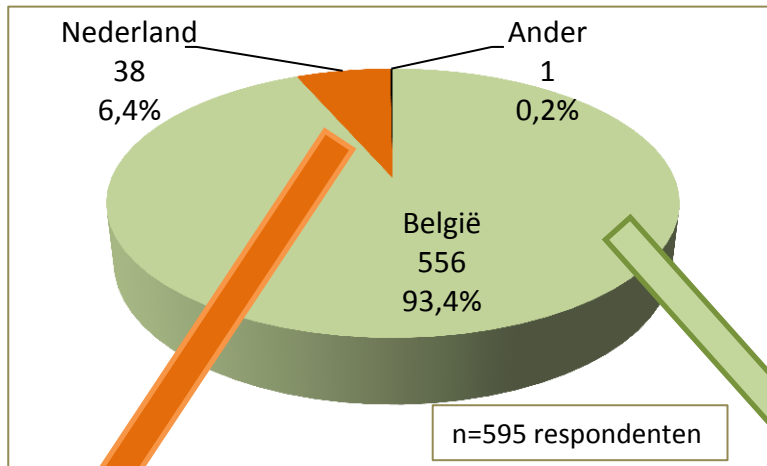
- Aan de consumenten die via de webshop van TOV de brochure hebben aangevraagd én die aanvinkten de nieuwsbrief te willen ontvangen. Ongeveer 43% vinkte dit aan (2.144 /5.000) → **bevraging bij een geïnteresseerd publiek**
- Met persoonlijke link naar de online-bevraging

Online-enquête
liep van 5 tot 20
oktober 2016

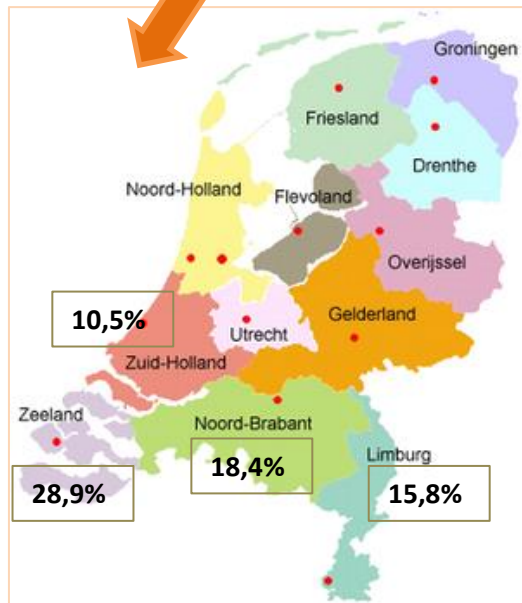
595 ingevulde
enquêtes

- **28 % van wie uitnodigingsmail kreeg**
- Gemiddelde invultijd: 03:14min.

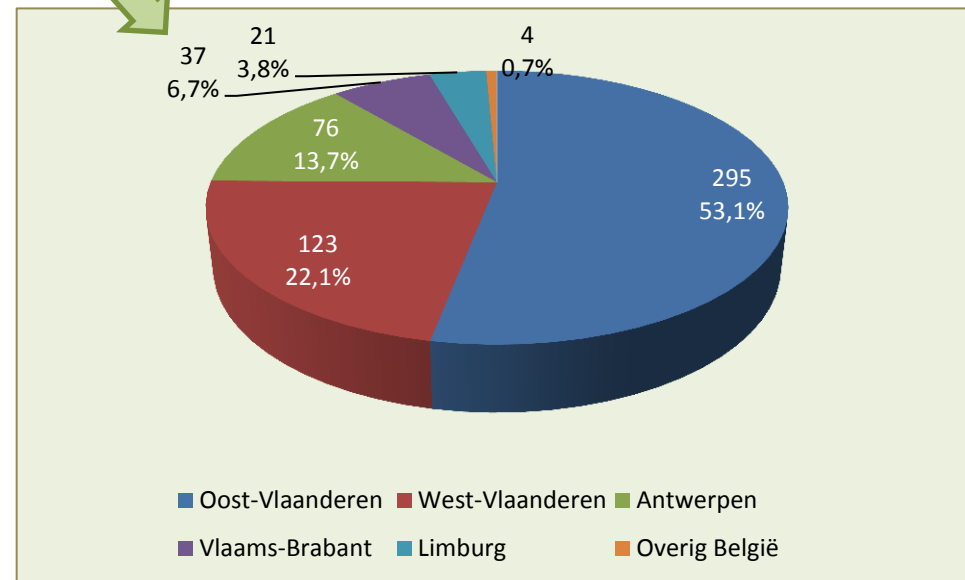
Woonplaats van de respondenten: land - provincie



- ✓ Overgrote meerderheid (93%) van de respondenten zijn Belgen, meer bepaald Vlamingen
- ✓ Ruim de helft (53%) van de binnenlandse respondenten zijn Oost-Vlamingen. Samen met de West-Vlamingen zijn ze goed voor 3 op 4 van de binnenlandse respondenten
- ✓ De Nederlandse respondenten zijn vnl. afkomstig uit de naburige provincies, met Zeeland voorop

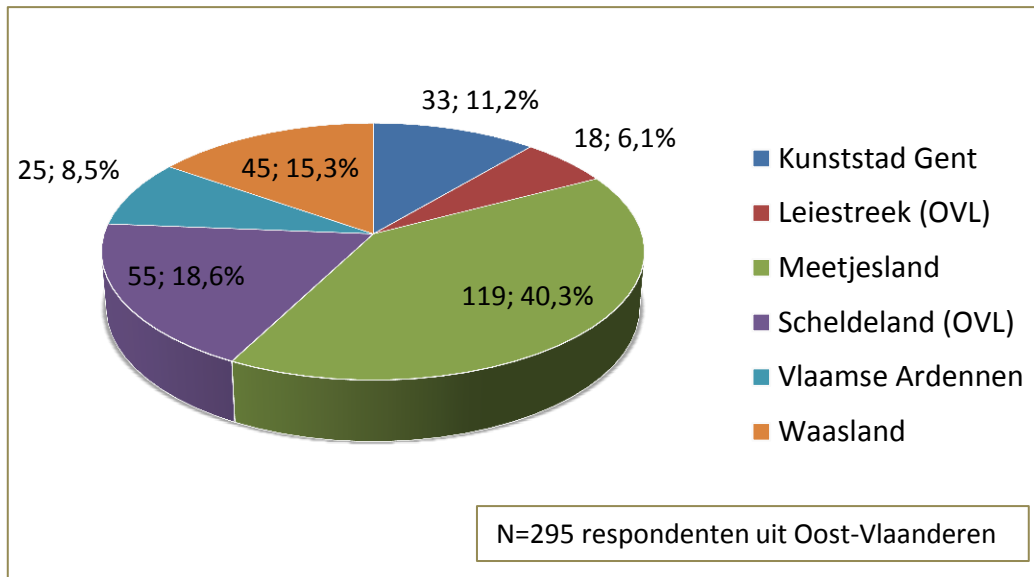


n=38 respondenten woonachtig in Nederland



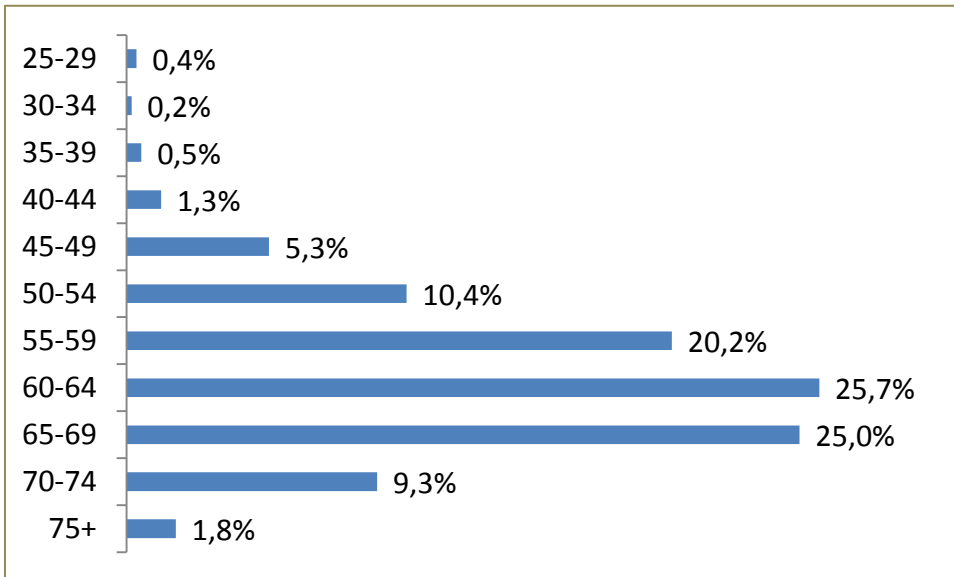
n=556 respondenten woonachtig in België

Woonplaats van de Oost-Vlaamse respondenten: regio



- ✓ De helft (49,6%) van alle respondenten woont in Oost-Vlaanderen. Van wie een uitnodigingsmail ontving, woont 44 % in Oost-Vlaanderen → Oost-Vlamingen hebben relatief iets meer de enquête beantwoord
 - ✓ 4 op 10 van de Oost-Vlaamse respondenten is een Meetjeslander; het aandeel van de verschillende regio's bij de Oost-Vlaamse respondenten is zeer gelijklopend aan hun aandeel bij de Oost-Vlamingen die een uitnodigingsmail kregen → het is niet zo dat een bepaalde regio relatief meer de enquête heeft beantwoord
- ✓ **1 op 5 van alle respondenten is een Meetjeslander**

Leeftijd van de respondenten



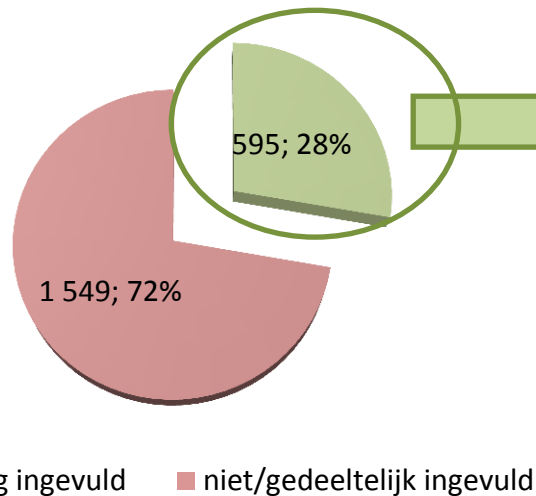
Gemiddelde leeftijd: **61 jaar**

n= 549 respondenten; leeftijd enkel bevraagd bij wie zich de brochure herinnerde

- ✓ 92% van de respondenten zijn 50-plussers; 62% zijn 60-plussers
- ✓ De 60-ers maken de helft van de respondenten uit

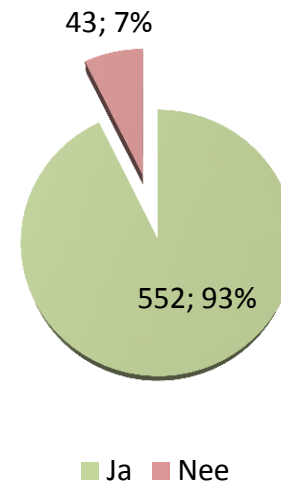
In hoeverre herinnert men zich het magazine 'Op de pedalen in het Meetjesland' te hebben ontvangen?

Enquête al dan niet ingevuld?



n=2 144 personen die uitnodigingsmail met link naar de bevraging ontvingen

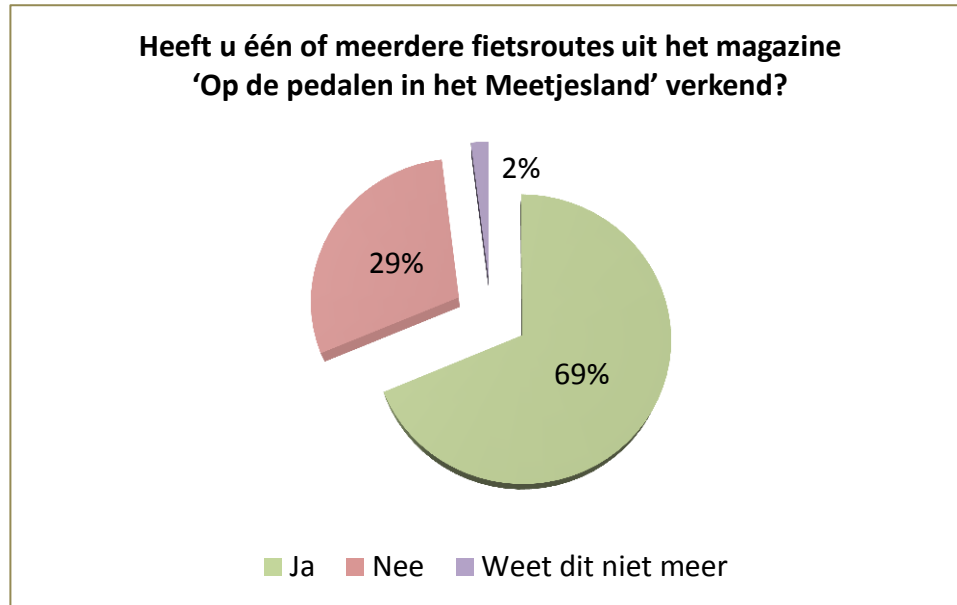
Herinnert u zich het magazine te hebben ontvangen?



n=595 respondenten

- ✓ De overgrote meerderheid van de respondenten (namelijk 93%) herinnert zich het magazine te hebben ontvangen
- ✓ Dit is een hoog percentage. De respondenten vormen **een geïnteresseerd publiek**: zij vroegen het magazine aan, gaven aan verder toeristisch nieuws te willen ontvangen én vulden de bevraging in.

Fietsroutes uit het magazine 'Op de pedalen in het Meetjesland' verkend?

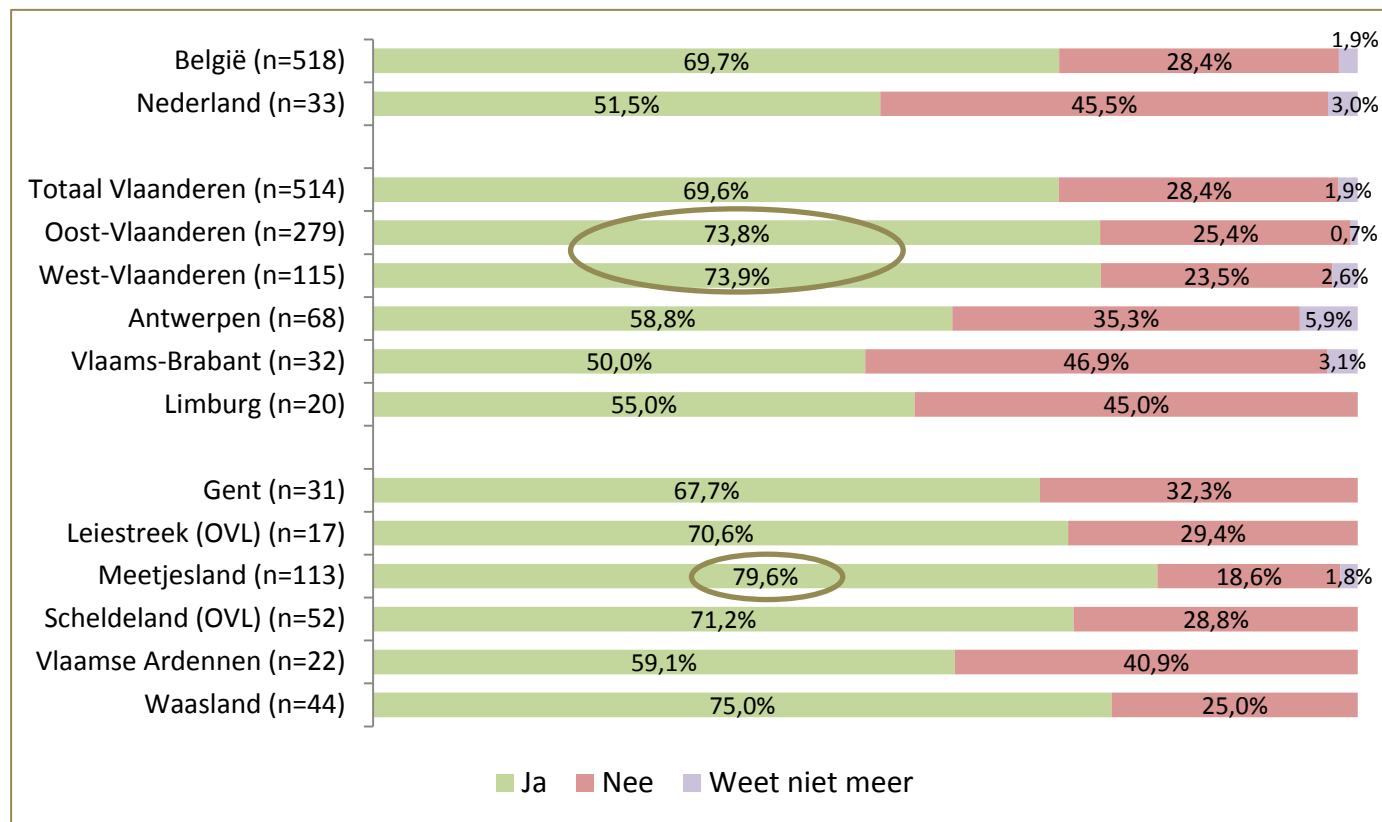


n=552 respondenten die zich het magazine herinnerden

- ✓ Haast 7 op 10 van de respondenten die zich herinnerden het magazine te hebben ontvangen, hebben één of meerdere fietsroutes uit het magazine verkend.

Fietsroutes uit het magazine verkend naar woonplaats

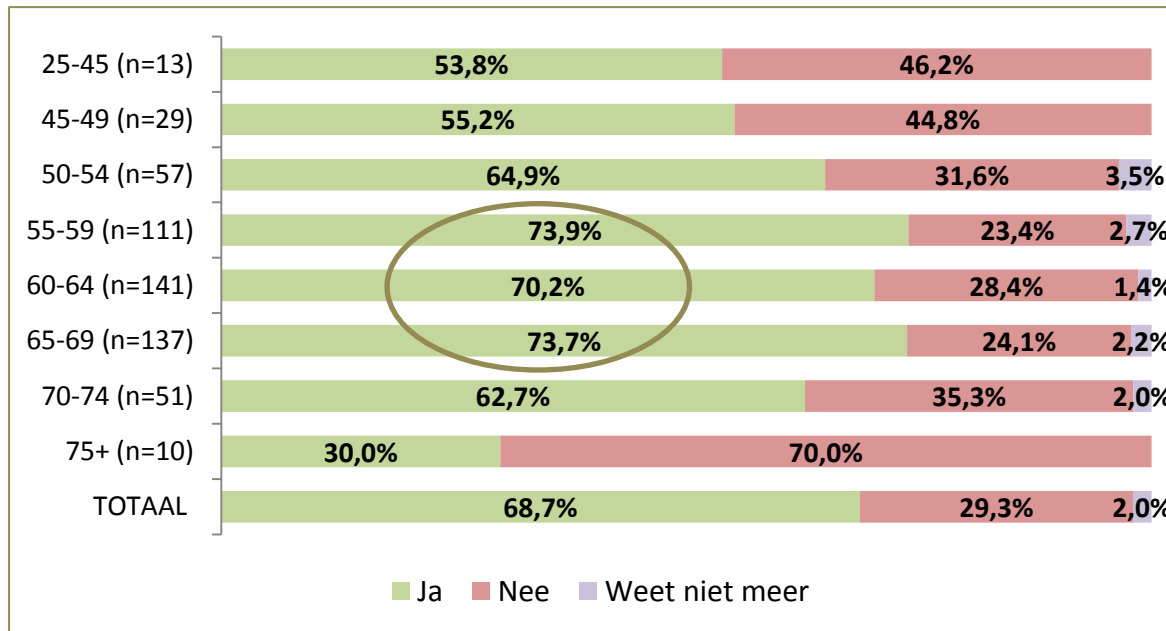
“Heeft u één of meerdere fietsroutes uit het magazine ‘Op de pedalen in het Meetjesland’ verkend? (vraag aan wie zich het magazine herinnerde)”



- ✓ Vlamingen trokken er vaker op uit met het magazine dan onze noorderburen.
- ✓ Respondenten uit Oost-en West-Vlaanderen verkenden in hoge mate de fietsroutes
- ✓ Meetjeslanders waren de meest intensieve verkenners van de routes in eigen streek: 8 op 10 van de respondenten die zich het magazine herinnerden, gingen er ook mee fietsen.

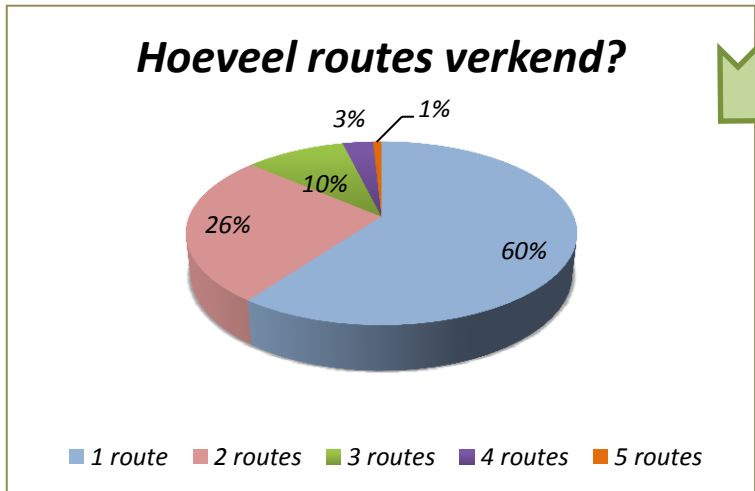
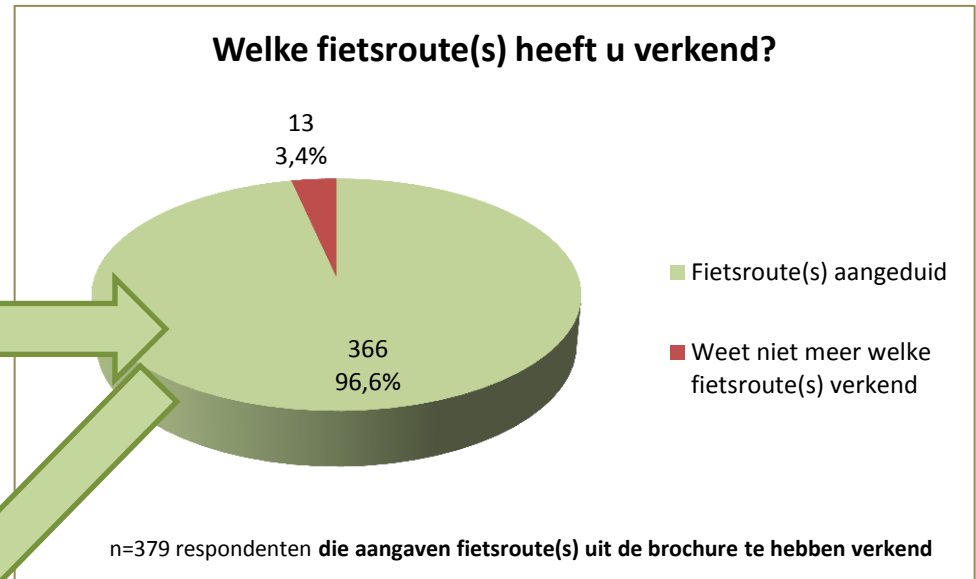
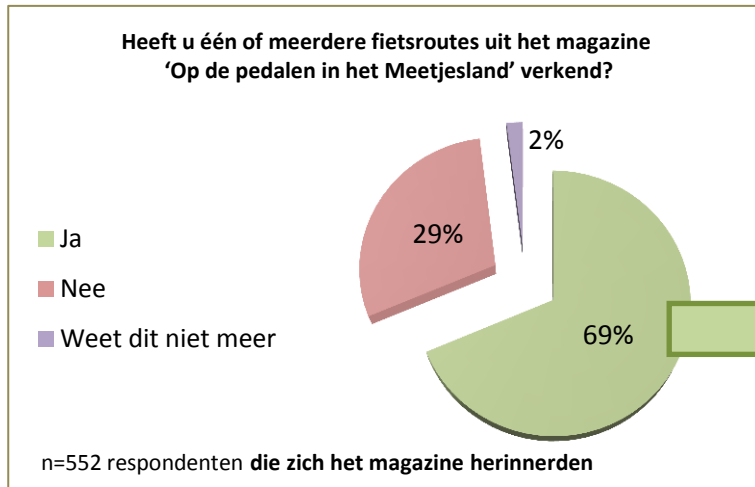
Fietsroutes uit het magazine verkend naar leeftijd

“Heeft u één of meerdere fietsroutes uit het magazine ‘Op de pedalen in het Meetjesland’ verkend? (vraag aan wie zich het magazine herinnerde)



✓ Binnen de leeftijdscategorieën 55-69 heeft men het meest de fietsroutes uit het magazine verkend.

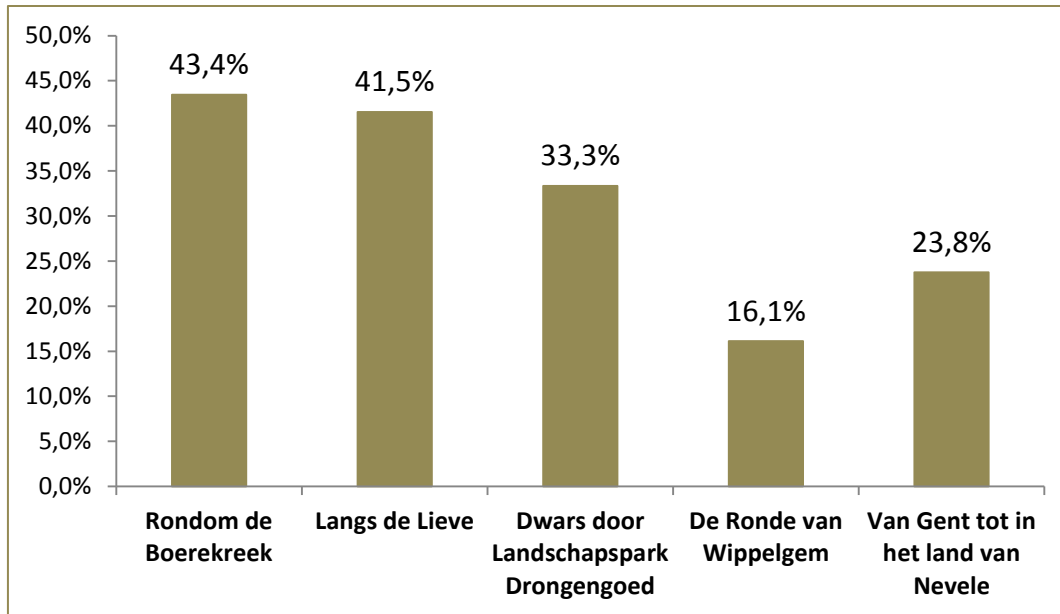
Welke fietsroutes uit het magazine 'Op de pedalen in het Meetjesland' verkend?



n=366 respondenten die gedane route(s) aanduiden

- ✓ 6 op 10 verkenden 1 tocht; 4 op 10 fietsten meer dan 1 route uit de brochure
- ✓ Gemiddeld aantal aangeduide fietsroutes: **1,6**

Welke fietsroutes uit het magazine 'Op de pedalen in het Meetjesland' verkend?

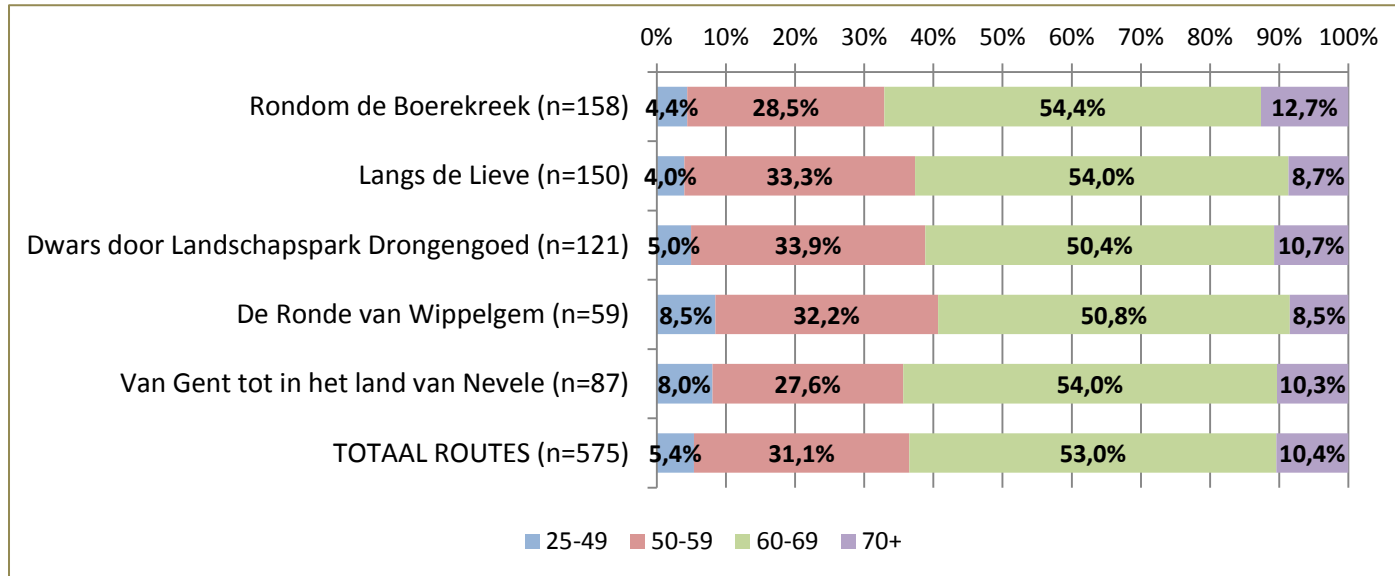


n=366 respondenten die fietsroute(s) aanduiden

- ✓ **Rondom de Boerekreek** – *Langs uitgestrekte watervlakten* – 33 km
- ✓ **Langs De Lieve** – *Een tocht boordevol variatie* – 60 km (2 lussen)
- ✓ **Dwars door Landschapspark Drongengoed** – *Groene long van het Meetjesland* - 35 km
- ✓ **De Ronde van Wippelgem** – *Daar bij die molens...* - 34 km
- ✓ **Van Gent tot in het land van Nevele** – Platteland rond de stad en kastelendorpen – 55 km

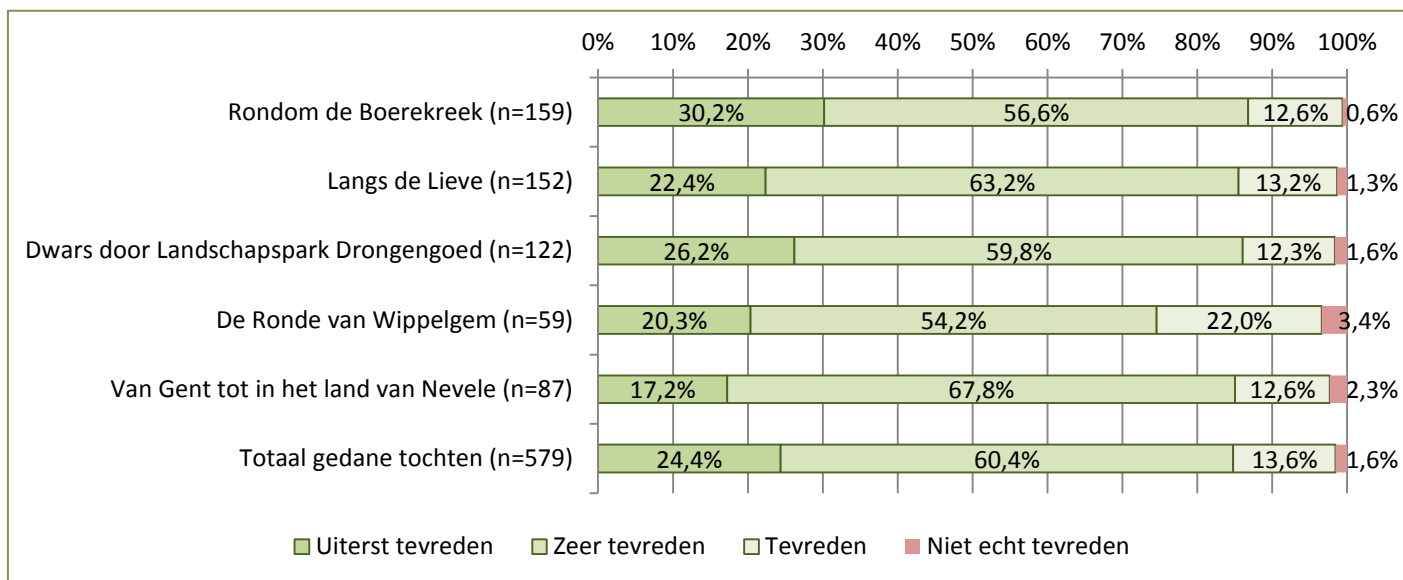
- ✓ Meest populaire tochten: Rondom de Boerekreek en Langs de Lieve, allebei verkend door ruim 40% van wie aangaf welke route(s) te hebben verkend
- ✓ Ook de tocht door het Drongengoed werd door 1 op 3 als gedane route aangestipt

Leeftijd van wie de fietstochten uit het magazine heeft verkend



- ✓ 84% van de fietstochten zijn door 50-ers en 60-ers verkend én ruim de helft door de 60-ers
- ✓ Geen noemenswaardige verschillen in leeftijdsprofiel volgens de gedane tocht; iets ouder publiek bij “Random de Boerekreek”

Tevredenheid van de fietsers over de verkende routes?



	score op 5
Rondom de Boerekreek (n=159)	4,2
Langs de Lieve (n=152)	4,1
Dwars door Landschapspark Drongengoed (n=122)	4,1
De Ronde van Wippelgem (n=59)	3,9
Van Gent tot in het land van Nevele (n=87)	4,0
Totaal gedane tochten (n=579)	4,1

- ✓ Alle routes kregen een zeer goede evaluatie; geen enkele fietser was “helemaal niet tevreden” over een route
- ✓ Wel verschillende accenten: “Rondom de Boerekreek” werd het best onthaald, “De Ronde van Wippelgem” iets minder goed

Wat vond men zo goed aan de fietstocht(en) in het Meetjesland?

- ✓ 68% van wie aangaf 1 of meer fietsroutes uit het magazine te hebben verkend, gaf positieve en/of negatieve punten aan → hoog percentage wijst op betrokkenheid van de respondenten
 - ✓ 96% (248 respondenten) hiervan gaf positieve punten aan
 - ✓ 30% (76 respondenten) hiervan gaven minpunten aan

Landschap, omgeving, natuur: mooi, weids, landelijk, gevarieerd, groen,...

Rust, rustige omgeving

Rustige, verkeersluwe wegen; veilig fietsen

Vlak parcours, vlakke land; toegankelijkheid voor niet ervaren fietsers

Gevarieerde tocht: bos, water, dorpjes, natuur

Voldoende mogelijkheden om iets te drinken/eten onderweg; leuke terrasjes

Goede aanduidingen, duidelijke info

Knooppunten

Heerlijke fietszomer

Ontdekken van onbekende regio; ontdekken van pareltjes uit eigen streek

Wat vond men net minder goed aan de fietstocht(en) in het Meetjesland? → aandachtspunten

- ✓ 68% van wie aangaf 1 of meer fietsroutes uit het magazine te hebben verkend, gaf positieve en/of negatieve punten aan → hoog percentage wijst op betrokkenheid van de respondenten
 - ✓ 96% (248 respondenten) hiervan gaf positieve punten aan
 - ✓ 30% (76 respondenten) hiervan gaven minpunten aan

Bewegwijzering: niet duidelijk; bordjes niet goed zichtbaar, verkleurd, verdwenen; omleidingen (18)

Reca: onvoldoende, gesloten (16)

Druk verkeer, gevaarlijke punten (12)

Wegdek: onverharde stukken (oa in Drongengoed); kasseien (10)

Het weer (5); de wind (3)

Fietspaden: slechte kwaliteit, onvoldoende aanwezig, niet veilig (4)

Lengte route: te kort (3)

Verraderlijke hellingen (2)

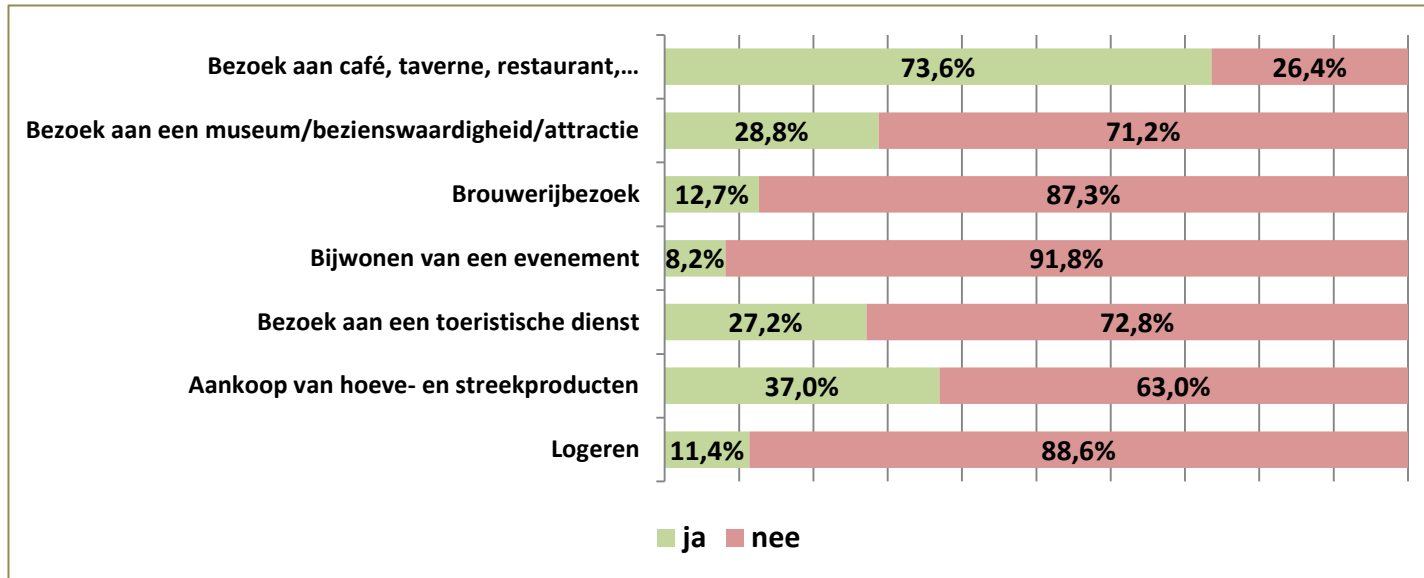
Te weinig langs waterkant (1)

Geen GPX-file beschikbaar (1)

Tekort rustbanken (1)

Het magazine 'Op de pedalen in het Meetjesland' als inspiratiebron om het Meetjesland te verkennen

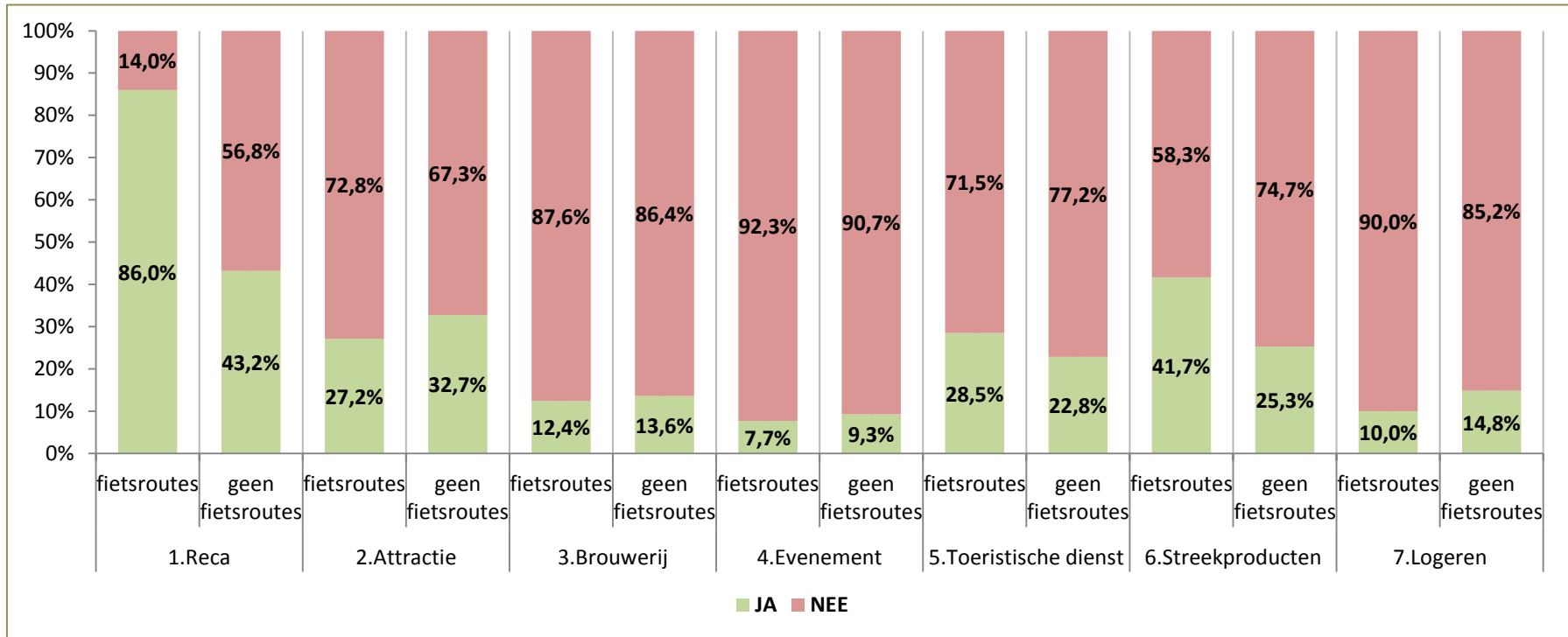
"Het magazine 'Op de pedalen in het Meetjesland' biedt, bovenop de fietsroutes, tal van tips om het Meetjesland te verkennen. Heeft u zich door deze tips laten inspireren voor één van volgende activiteiten in het Meetjesland?"



n=552 respondenten die zich het magazine herinnerden

- ✓ Het magazine zette niet enkel aan om te gaan fietsen in het Meetjesland. De tips inspireerden ook om er iets te gaan eten/drinken (74%), om streekproducten aan te kopen (37%), toeristische attracties te bezoeken (29%)... en er te gaan logeren (11%) → het geheel van fietsroutes aangevuld met concrete tips werkt!

Tips als inspiratiebron voor wie wél/niet fietsroutes uit het magazine verkende

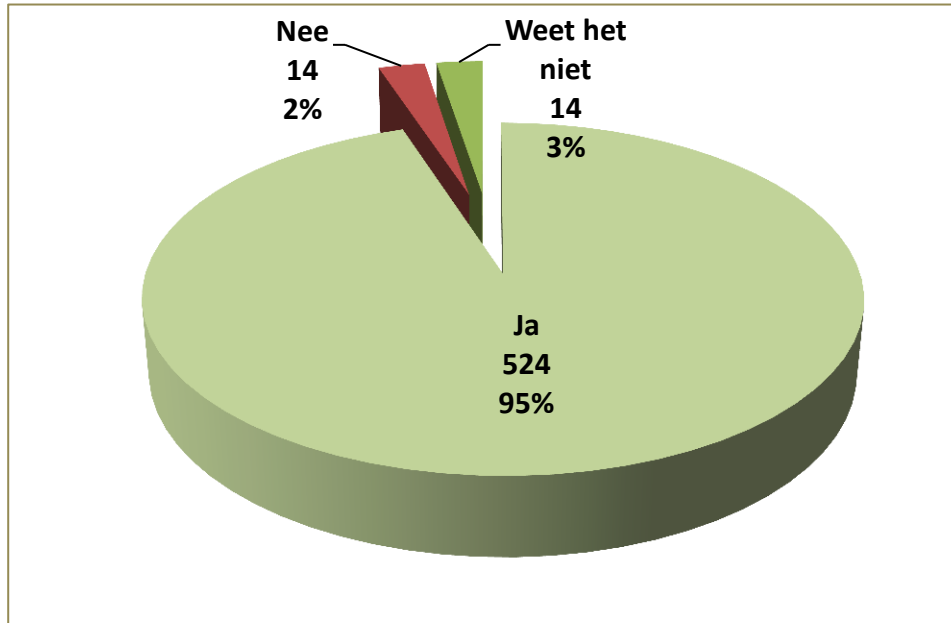


n=379 respondenten die wél fietsroute(s) deden + 162 respondenten die geen route deden

- ✓ Ook voor wie geen fietsroutes uit het magazine deed, diende het magazine als inspiratiebron voor een verkenning van het Meetjesland.
- ✓ Wie wél ging fietsen met het magazine, liet zich vaker inspireren door het magazine voor een bezoek aan een Meetjeslandse eet-en/of drankgelegenheid & voor de aankoop van hoeve- en streekproducten

1. Bezoek aan café, taverne, restaurant.../2. Bezoek aan een museum, bezienswaardigheid, attractie/3. Brouwerijbezoek/4. Bijwonen van een evenement/5. Bezoek aan een toeristische dienst/6. Aankoop van hoeve- en streekproducten/7. Logeren

Heeft men het magazine bewaard?



n=552 respondenten die zich herinnerden het magazine te hebben ontvangen

✓ De overgrote meerderheid heeft het magazine bewaard

Samengevat: toeristische initiatiefnemers

- ✓ Bevraging bij **toeristische initiatiefnemers**, vermeld in het fietsmagazine “Op de Pedalen in het Meetjesland”
 - ✓ Ruim 8 op 10 van de respondenten is **op de hoogte** van de fietscampagne in het Meetjesland in de zomer 2016. 44% is goed op de hoogte, 38% enigszins op de hoogte.
 - ✓ Opvallend: een belangrijk deel (46%) van wie op de hoogte was van de fietscampagne, weet toch niet af van de eigen opname in het fietsmagazine.
 - ✓ Het magazine wordt globaal **positief geëvalueerd** door de aanbieders: 43% vindt het zeer goed, 50% goed en 7% middelmatig.
 - ✓ Logies, reca en toeristische diensten geven een betere evaluatie dan attracties en evenementen. Zij ondervinden een meer directe impact van het magazine
 - ✓ Het initiatief op zich wordt gewaardeerd: een inspirerend magazine met kant-en-klare routes, verspreid over de regio. Het **totaalpakket** wordt prima bevonden: combinatie van fietsroutes + uitleg + eet-en drankgelegenheden+ bezienswaardigheden, toeristische diensten, evenementen....
 - ✓ Ongeveer eenzelfde aandeel (4 op 10) heeft wél **effect gemerkt** als geen effect vastgesteld.
 - ✓ Horecasector heeft het meest effecten ondervonden.
 - ✓ Welke effecten? Meer klanten/gasten; gebruik van het magazine door de klanten effectief opgemerkt...
 - ✓ De toeristische initiatiefnemers vinden haast unaniem de campagne **voor herhaling vatbaar**.

Samengevat: consumenten

- ✓ Bevraging bij **consumenten**, meer bepaald bij personen die het fietsmagazine hebben aangevraagd via de webshop van Toerisme Oost-Vlaanderen
 - ✓ 600-tal **respondenten** (28% van wie een uitnodigingsmail kreeg om de enquête in te vullen)
 - ✓ **Woonplaats:** 93% Vlamingen; 1 op 2 is Oost-Vlaming /Oost-en West-Vlamingen samen: 7 op 10; 1 op 5 is Meetjeslander
 - ✓ **Leeftijd:** Gemiddelde leeftijd: 61 jaar; 92% = 50-plus; de 60-ers maken de helft van de respondenten uit
 - ✓ 93% van de respondenten **herinnert zich het magazine te hebben ontvangen**
 - ✓ Haast 70% van wie zich het magazine herinnerde, heeft **1 of meer fietsroutes uit het magazine verkend**.
 - ✓ **Naar woonplaats:** Oost- en West-Vlamingen verkenden in hoge mate (74%) de routes; de Meetjeslanders zijn de meest intensieve verkenners van de routes in eigen regio: 8 op 10 van de Meetjeslanders die zich het magazine herinnerden, ging er ook effectief mee fietsen
 - ✓ **Naar leeftijd:** Binnen de leeftijdsgroep 55-69 jaar heeft men het meest de fietsroutes verkend
 - ✓ **Hoeveel fietsroutes verkend?:** 6 op 10 duidde 1 route aan – 4 op 10 meer dan 1 route; gemiddeld: 1,6 routes
 - ✓ **Meest populaire routes:** “Rondom de Boerekreek” en “Langs de Lieve” werden het vaakst verkend
 - ✓ Alle routes kregen een zeer goede **evaluatie**. “Rondom de Boerekreek” werd net iets enthousiaster onthaald dan de rest.
 - ✓ Vooral het landschap, de rust, het vlakke parcours... werden het vaakst als **pluspunten** aangegeven. De aangehaalde **aandachtspunten** betroffen vooral de bewegwijzering, de reca (gesloten, onvoldoende), sommige drukke/gevaarlijke en moeilijke punten in het parcours.
 - ✓ Het magazine zette niet enkel aan om te gaan fietsen in het Meetjesland. De tips **inspireerden** ook om er iets te gaan eten/drinken (74%), om streekproducten aan te kopen (37%), toeristische attracties te bezoeken (29%)... en er te gaan logeren (11%) → het geheel van fietsroutes aangevuld met concrete tips werkt!
 - ✓ De meerderheid van de respondenten heeft **het magazine bewaard**.