

Persbericht

5 jaar top marktonderzoek over reisgedrag Belgen door ABTO en GfK

June 22, 2022

Christine de Boer
Marketing Manager Benelux
T ++31 6 28 11 77 11
Christine.deBoer@gfk.com

Leuven, June 22, 2022 – In samenwerking met GfK brengt de Association of Belgian Travel Organisers (ABTO) nu al 5 jaar het ABTO Travel Trends Report (ATTR). Dat brengt maandelijks maar liefst 43 elementen van het vakantiegedrag van de Belgen in beeld. Iets later volgde ook het GfK Travel Intentions Report (GTIR), dat 4x per jaar inzicht geeft in de reisintenties van de Belgen. Een unieke, gedetailleerde en uitgebreide dataset marktkennis, die nu door ECTAA ook onderzocht wordt om uit te rollen in andere Europese landen.

De 43 parameters van het ATTR omvatten sociografische gegevens, gegevens over de boeking, het transport, de accommodatie, de manier van boeken, bestemmingsgegevens, vertrek- en boekingsperiodes, geplande activiteiten, de samenstelling van het reisgezelschap en het algemeen reisgedrag.

Het GTIR bestudeert 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 en naar waar zal hij trekken? Met welk transportmiddel? Voor welk budget? En welke accommodatiekeuze denkt hij te maken?

“Deze uitgebreide en steeds up-to-date bron van informatie over de Belgische reiziger geeft ons een eigen onmisbaar instrument met unieke, strategische marktkennis. Een 'kristallen bol' die ons toelaat niet alleen te weten welke vakantieplannen er al zijn gemaakt, maar ook wat Belgen nog van plan zijn in de volgende 24 maanden, welke opkomende veranderingen in het gedrag van reizigers we mogen verwachten. Onze leden in de reissector kunnen niet alleen hun eigen, op maat rapporten maken, maar ook bredere macrotrends identificeren en de verschillende inzichten verwerken in bedrijfsplanning en -budgettering, marketingcampagnes en promoties,” aldus Pierre Fivet, projectleider Market Intelligence bij ABTO

GfK Belgium
Arnold Nobelstraat 42
3000 Leuven
Germany

T +32 1674 24 24

:



België is het enige land in Europa dat een dergelijke gedetailleerde en uitgebreide dataset kan aanbieden. Beide rapporten zijn ook snel uitgegroeid tot de belangrijkste bron van informatie over de reissector voor de Belgische media. ABTO publiceert regelmatig de laatste trends, gegevens en analyses. In tijden van onzekerheid is de toegang tot een op maat gemaakte bron zoals deze essentieel om perspectief te bieden en te berichten over wat er in de praktijk gebeurt, liever dan te speculeren erover.

Een sterk partnerschap

ABTO is ongelooflijk trots op deze 2 onderzoekstools die met GfK werden ontwikkeld. Pierre Fivet: *“De samenwerking met GfK is cruciaal geweest in het bereiken van deze mijlpalen. Het team begrijpt onze business en helpt ons het maximum uit de data te halen. Doorheen onze samenwerking, en onlangs nog tijdens de pandemie, konden we de flexibiliteit en steun van GfK waarderen. We kijken ernaar uit om verder samen te werken naarmate de reissector zich herstelt”.*

Wim Boesmans, Commercial Director bij GfK, vult aan: *“De afgelopen 4 jaar hebben we samen met ABTO een fijne en unieke samenwerking kunnen opbouwen, hier zijn we als GfK dan ook zeer trots op. Dankzij heel nauw contact en een open & transparante communicatie, slagen we er in om de vinger aan de pols te houden en goed te kunnen beantwoorden aan de noden van ABTO. De corona periode heeft onze relatie alleen maar versterkt. Vandaag zijn ABTO & GfK samen aan de volgende stap begonnen en we werken momenteel aan de Europese uitrol van het project. Ook hier bundelen we onze krachten en hopen we natuurlijk om ons uniek verhaal nog verder uit te bouwen.”*

Meer over de onderzoekstools en de samenwerking tussen ABTO en GfK vindt u in het artikel in [bijlage](#).

GfK. Growth from Knowledge.

For over 85 years, we have earned the trust of our clients around the world by solving critical business questions in their decision-making process around consumers, markets, brands and media. Our reliable data and insights, together with advanced AI capabilities, have revolutionized access to real-time actionable recommendations that drive marketing, sales and organizational effectiveness of our clients and partners. That's how we promise and deliver “Growth from Knowledge”.

Press contact: ABTO: Pierre Fivet,, T +32 479 99 43 91, pierre@fivetconsulting.be

Press contact: GfK: Laura Gilson, T +32 472 59 73 02, Laura.Gilson@gfk.com