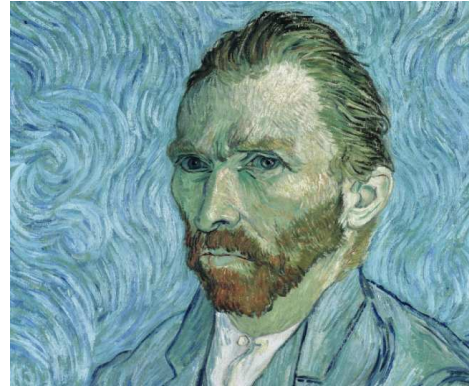


*What is she going to say?*



*What is he going to hear?*



*What does she have in mind?*

# Onderzoek Trekkershutten in Vlaanderen 2007



toerisme  
vlaanderen

Nobody's Unpredictable



Ipsos

November 2007



# 1. Context en objectieven

---

In Vlaanderen zijn momenteel 150 trekkershutten te vinden over 53 locaties (op campings, provinciale domeinen en jeugdlogies), met de fietstoerist als belangrijkste doelpubliek.

Om het product en de promotie daarvan beter te kunnen evalueren en nog beter te kunnen afstemmen op de noden van de toerist, verspreidde Toerisme Vlaanderen in 2007 vragenlijsten in deze trekkershutten.

Zo werd er gevraagd naar de mening van de trekkers op vlak van promotie, ervaringen en boeking. Tevens was dit een uitgelezen kans om het profiel van de trekkers op te maken.



---

# Presentatie van de studie

---



toerisme  
vlaanderen



# Methodologie

---

- **Referentieuniversum**  
Deze studie richt zich tot alle gebruikers van de Vlaamse trekkershutten, komende uit zowel Vlaanderen zelf als daarbuiten (Wallonië en buitenland).
- **Interviewtechniek**  
De respondenten werden bevraagd door middel van een zelf in te vullen Nederlandstalige vragenlijst die verspreid werd in alle trekkershutten.
- **Timing**  
De periode waarin de vragenlijsten ingevuld konden worden liep van de Paasvakantie tot eind september 2007.
- **Steekproef**  
Er werden 264 vragenlijsten ingevuld door gebruikers van de trekkershutten. Hierbij waren 139 mannen en 125 vrouwen; 161 Belgen en 103 buitenlanders (Nederlanders).



# Methodologie - Grafieken

---

- De grafieken zijn opgemaakt met als basis het aantal respondenten (n=264). Bij sommige vragen was er echter de mogelijkheid tot meerdere antwoorden (multiple response), waardoor het totale percentage hoger zal liggen dan 100%
- Indien er significante verschillen te merken zijn tussen verschillende groepen (Vb.: Belgen vs Nederlanders), worden deze ook grafisch weergegeven. Deze grafieken zullen dan gebaseerd zijn op hun subaantallen en dus niet meer op het algemene totaal van 264.
- Indien een vergelijking geen interessante/significante verschillen oplevert, wordt deze niet weergegeven in de presentatie. (Maar is wel terug te vinden in de tabellen in SPSS)
- Ook wordt er, waar mogelijk, een vergelijking gemaakt met de studie uit 2003. Zo kunnen interessante evoluties aan het licht komen.
- Er moet rekening gehouden worden met een foutenmarge van 1.9% tot 6.2%, afhankelijk van het aantal effectieve antwoorden (hoe meer WN/GA, hoe hoger de foutenmarge zal liggen)



---

# Profiel van de gebruikers

---

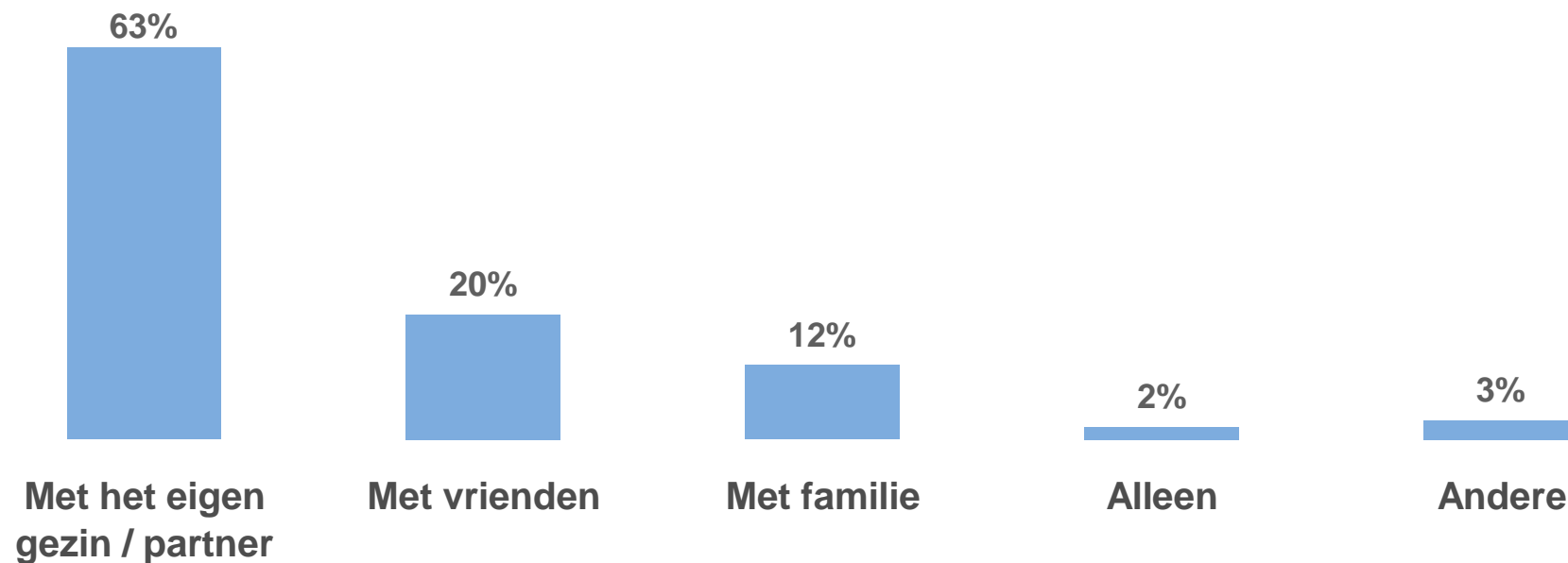


toerisme  
vlaanderen

## 1. Samenstelling van het gezelschap

Basis: Alle respondenten (n=264)

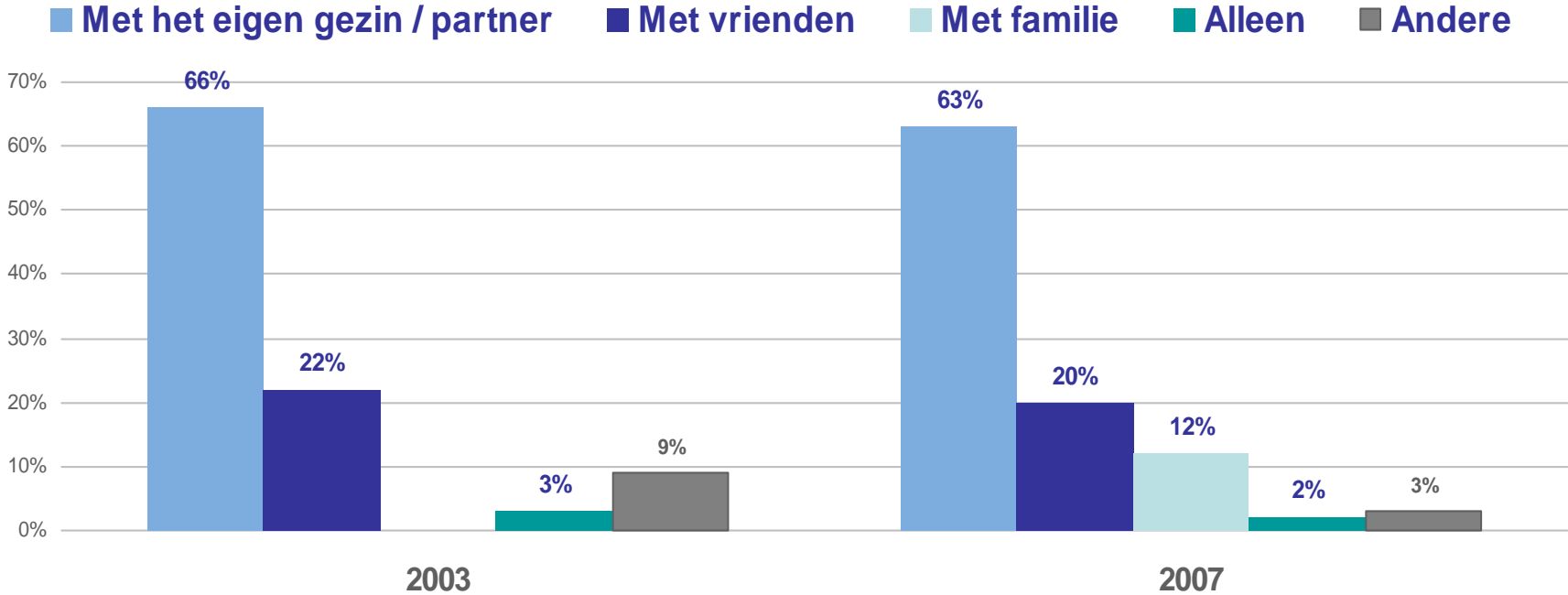
- Bijna 2/3 van de trekkers doen dit met het eigen gezin



### **Bijkomende observatie:**

*Ze doen dit vooral met de auto of gebruiken een combinatie van auto en fiets*

## 1. Samenstelling van het gezelschap - Evolutie



We zien geen grote veranderingen. Er wordt wel er iets minder met het eigen gezin en met vrienden gereisd.  
 De categorie “Met familie” werd in 2003 niet apart genoteerd en deze antwoorden behoorden toen dus tot “Andere”.

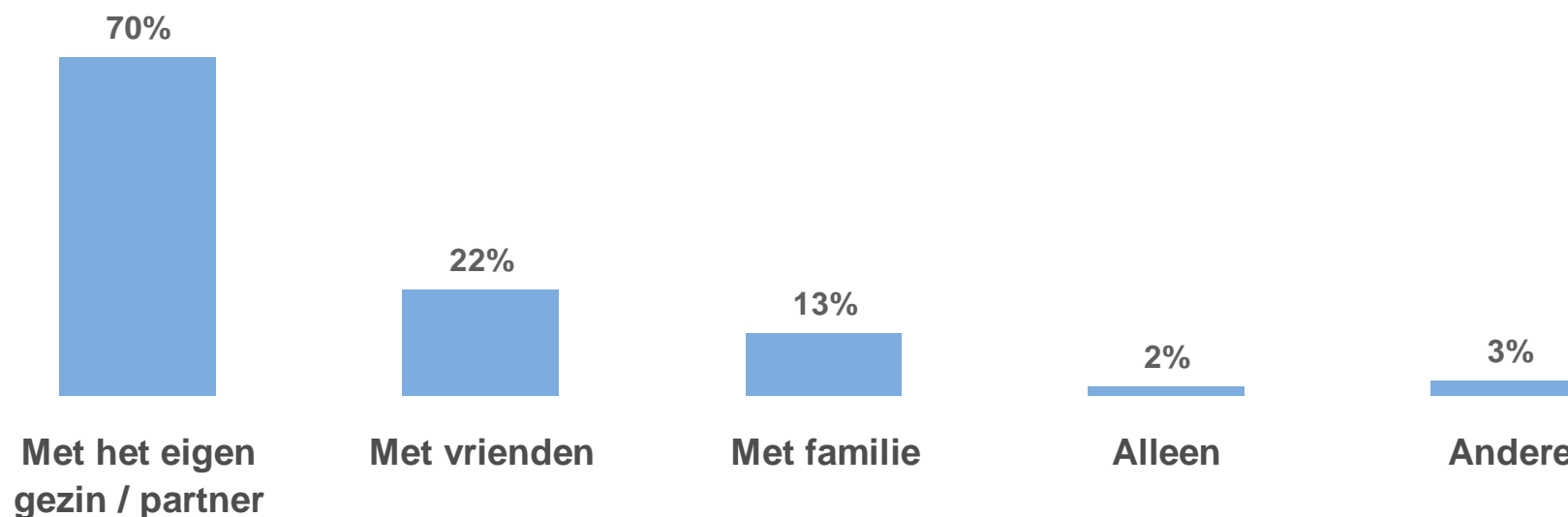


## 1. Samenstelling van het gezelschap

(multiple response, 290 antwoorden)

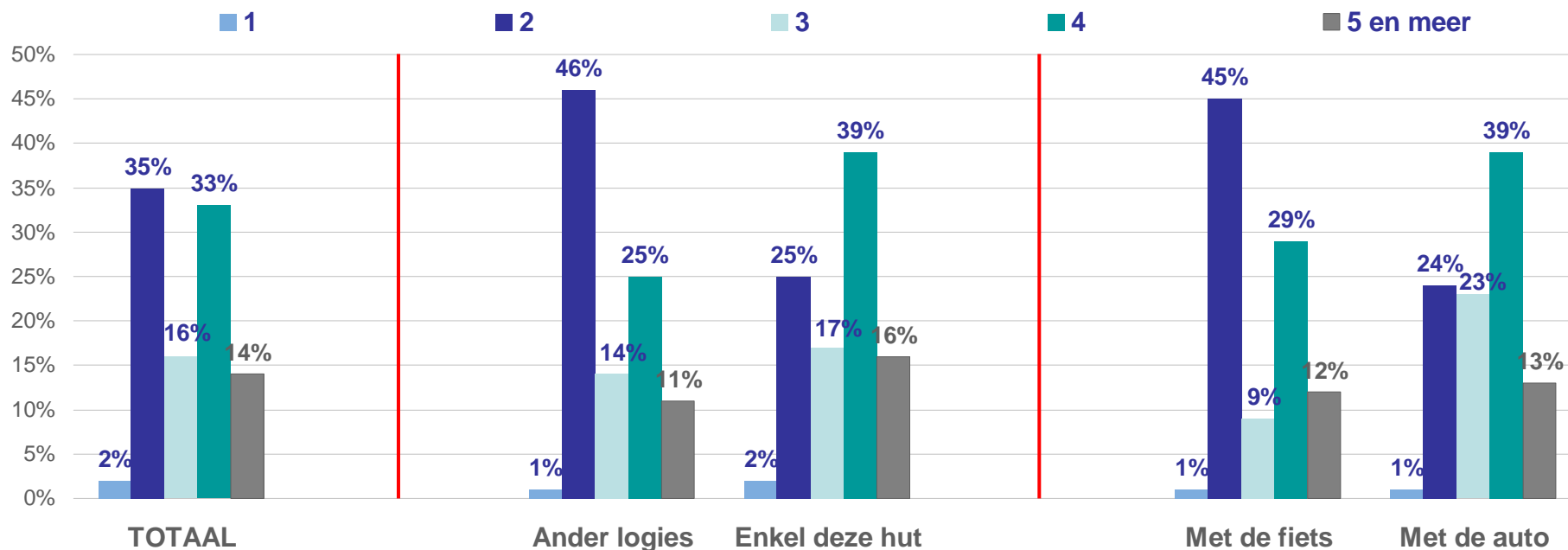
Basis: Alle respondenten (n=264)

- Als we rekening houden met de vraagstelling, waarbij de respondenten meerdere opties konden aanduiden, komt het totaal aantal trekkers die met het eigen gezin (of partner) reisden op 70%.



## 2. Grootte van het gezelschap

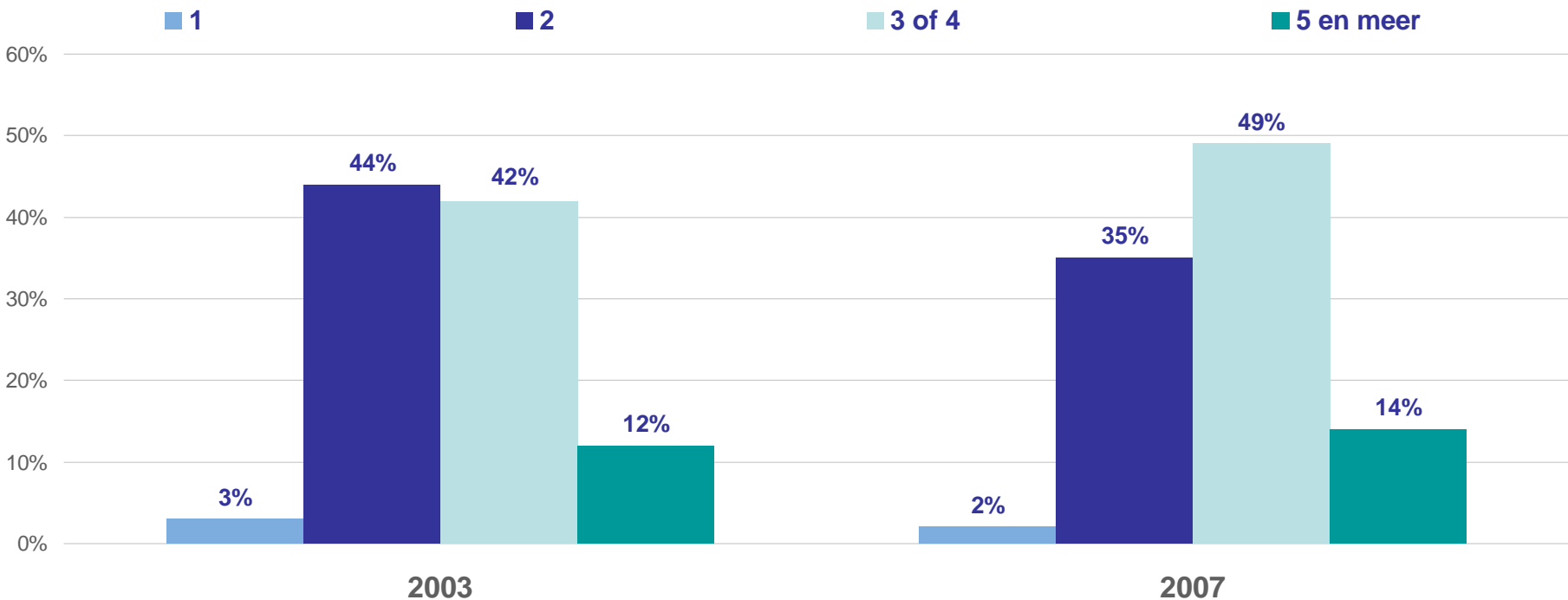
Basis: Alle respondenten (n=264)



De wagen wordt vooral gebruikt vanaf 3 leden, de fiets bij een minder aantal. Bij grotere gezelschappen gebruikt men vaker enkel deze hut.

De gemiddelde grootte van een gezelschap is 3,16 personen.

## 2. Grootte reisgezelschap – Evolutie



De grootste evolutie is de daling in reizen per 2 en de stijging in reizen per 3 of 4. Merk op dat deze laatste categorie in 2007 wel werd opgesplitst.

*Basis: Alle respondenten (n=264)*

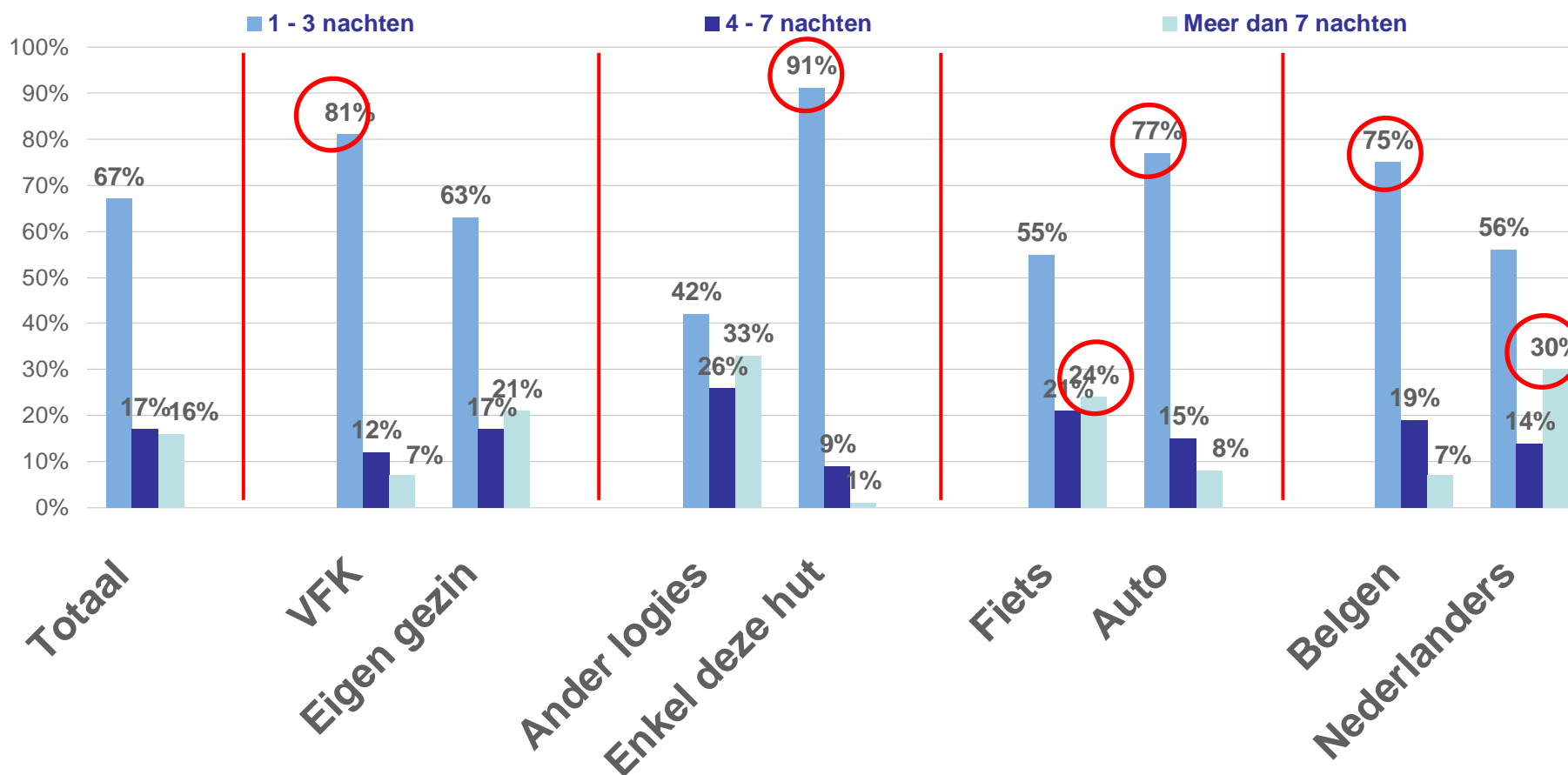
## 3. Leeftijd(en) in het gezelschap



De gemiddelde leeftijd daalt naargelang de grootte van het gezelschap. Dit gemiddelde wordt naar beneden gehaald door de aanwezigheid van jonge(re) kinderen bij de gezinnen.

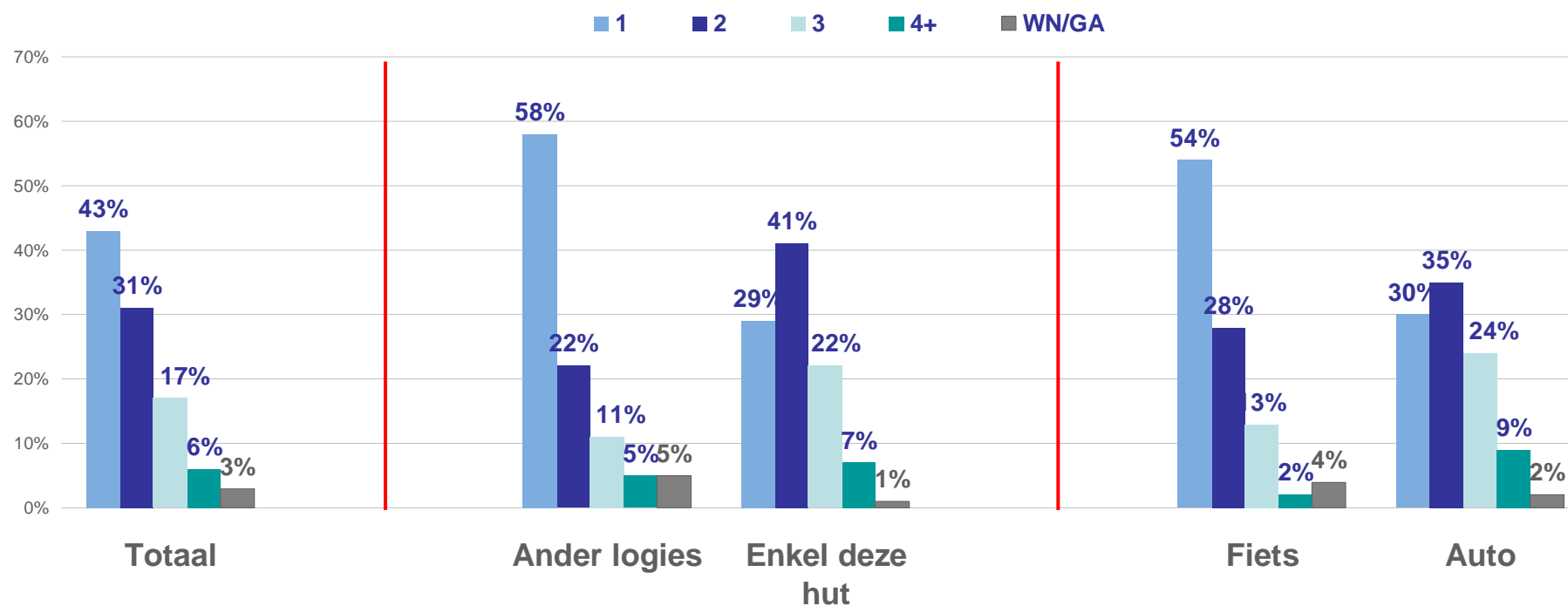
Basis: Alle respondenten (n= 264)

## 1. Lengte totale vakantie



## 2. Lengte verblijf in deze hut (De gemiddelde verblijfsduur is 1,78 nachten)

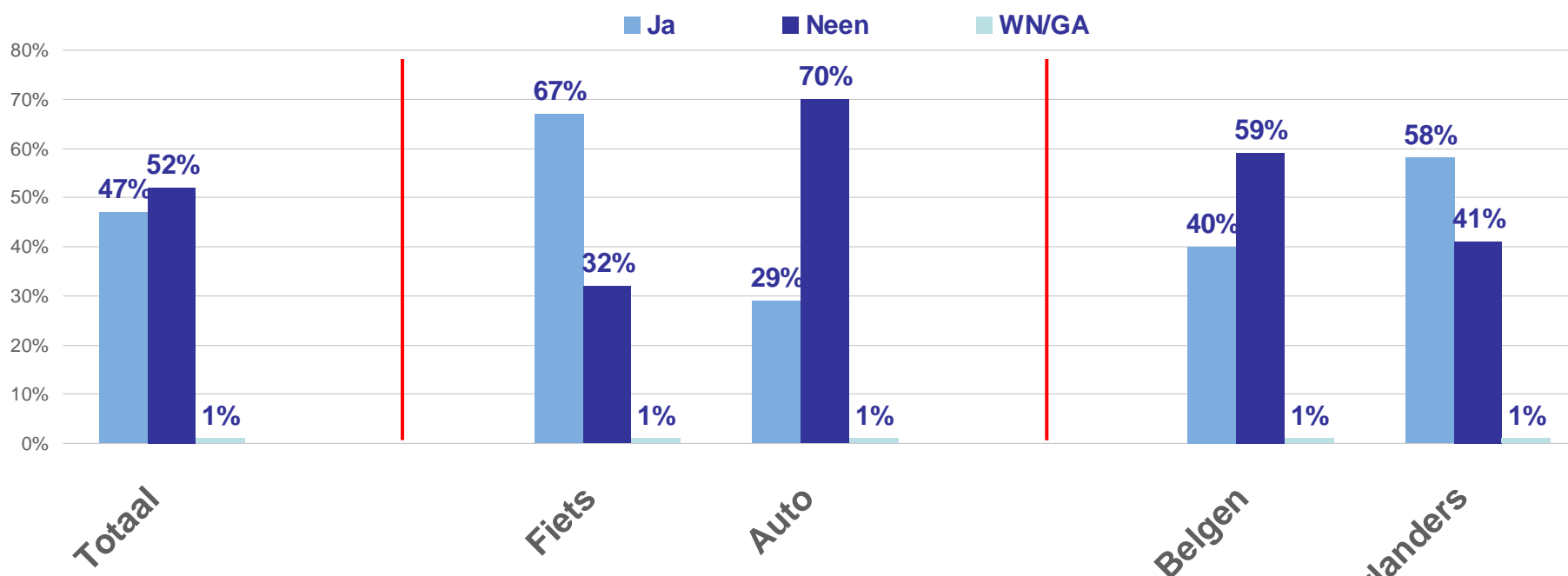
Basis: Alle respondenten (n= 264)



**Bijkomende observatie:** Meer fietsers trekken van hut tot hut om er 1 nacht te verblijven dan zij die (ook) de auto gebruiken

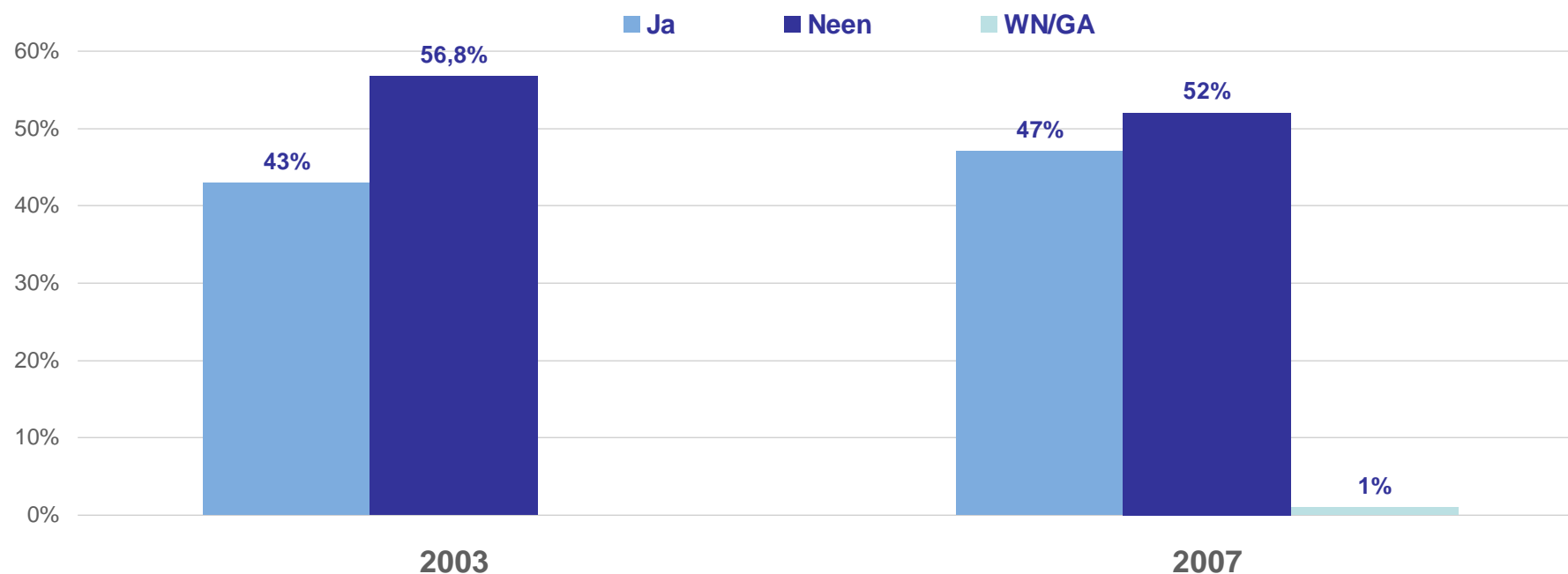
## 3. Gebruik van ander logies

Basis: Alle respondenten (n= 264)



Vooraf fietsers en Nederlanders verblijven op andere plaatsen, autogebruikers en Belgen doen dit minder.

## 3. Gebruik van ander logies – Evolutie

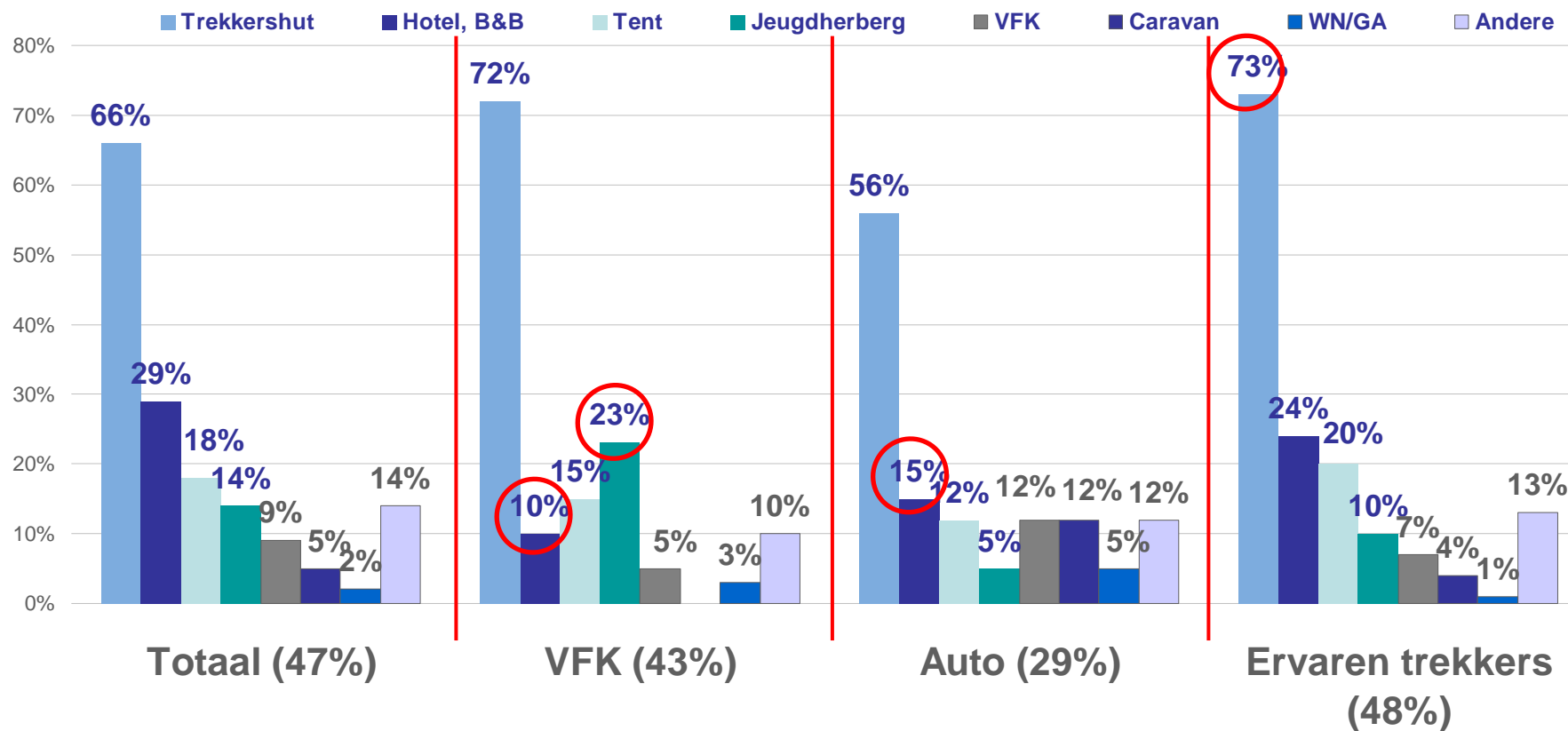


We merken een stijging (57% in 2007 tegenover 53% in 2003) in het verblijven in meerdere logies.



## 4. Welke andere logies (multiple response, 196 antwoorden)

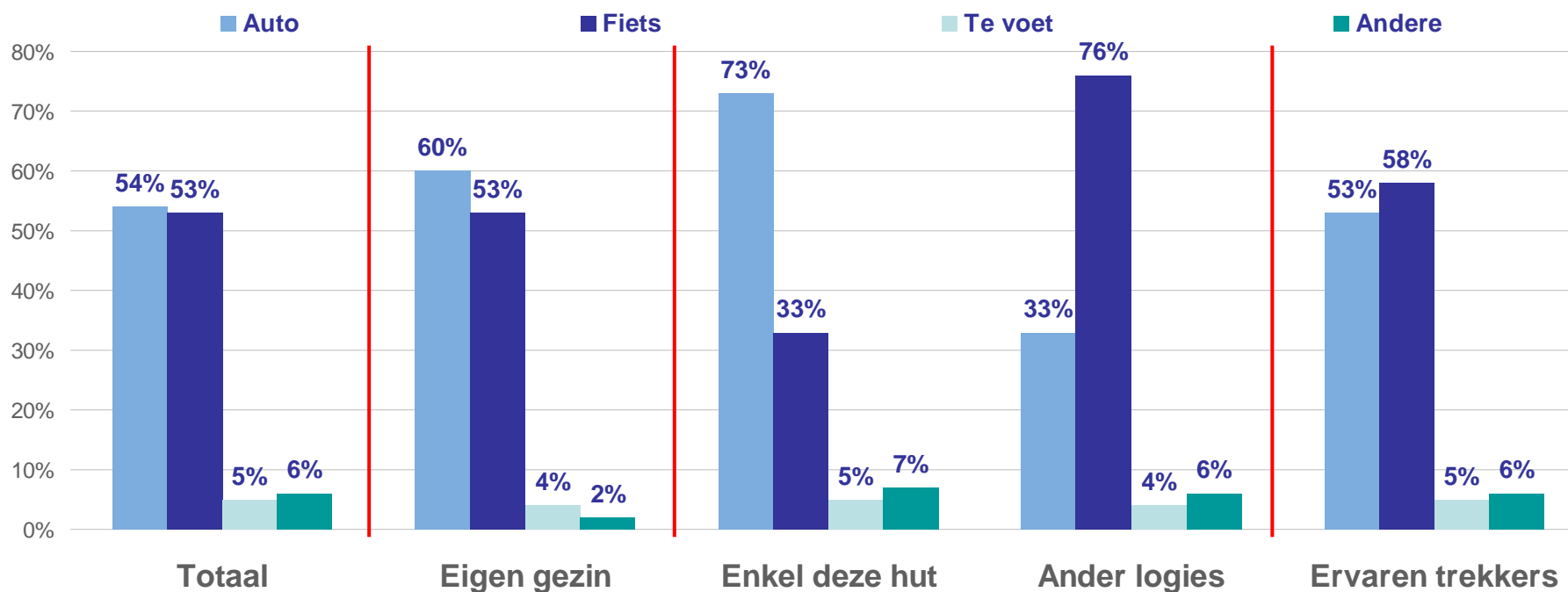
Basis: Trekkers die ook in ander logies slapen (n=125)



## 5. Manier van reizen

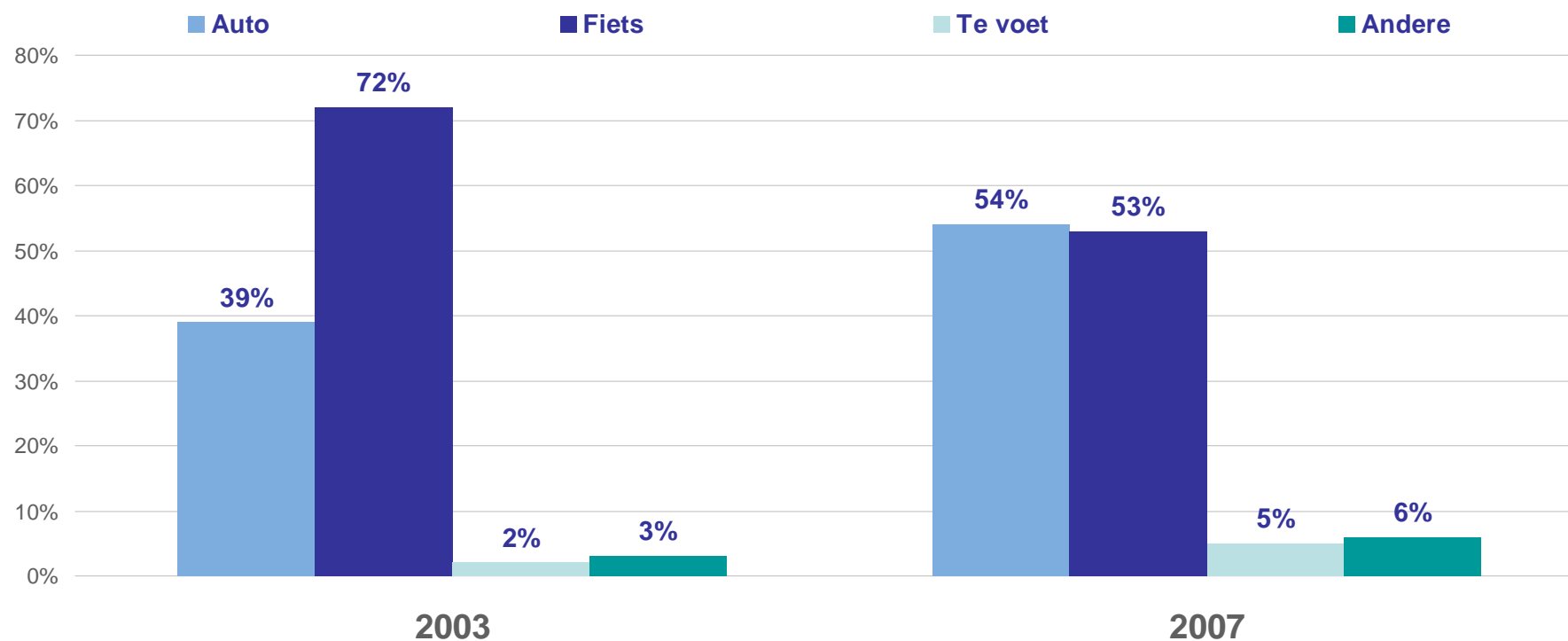
(multiple response, 311 antwoorden)

Basis: Alle respondenten (n=264)



Vakantiegangers die met het eigen gezin trekken, reizen meer met de auto. Dit is ook het geval voor trekkers die nergens anders logeren (één enkele hut)  
De fiets draagt de voorkeur van ervaren trekkers die ook elders logeren.

## 5. Manier van reizen – Evolutie



Een opvallende verschuiving van trekkers die de fiets gebruiken naar trekkers die de auto gebruiken.

## 1. Welke fietsroutes ?

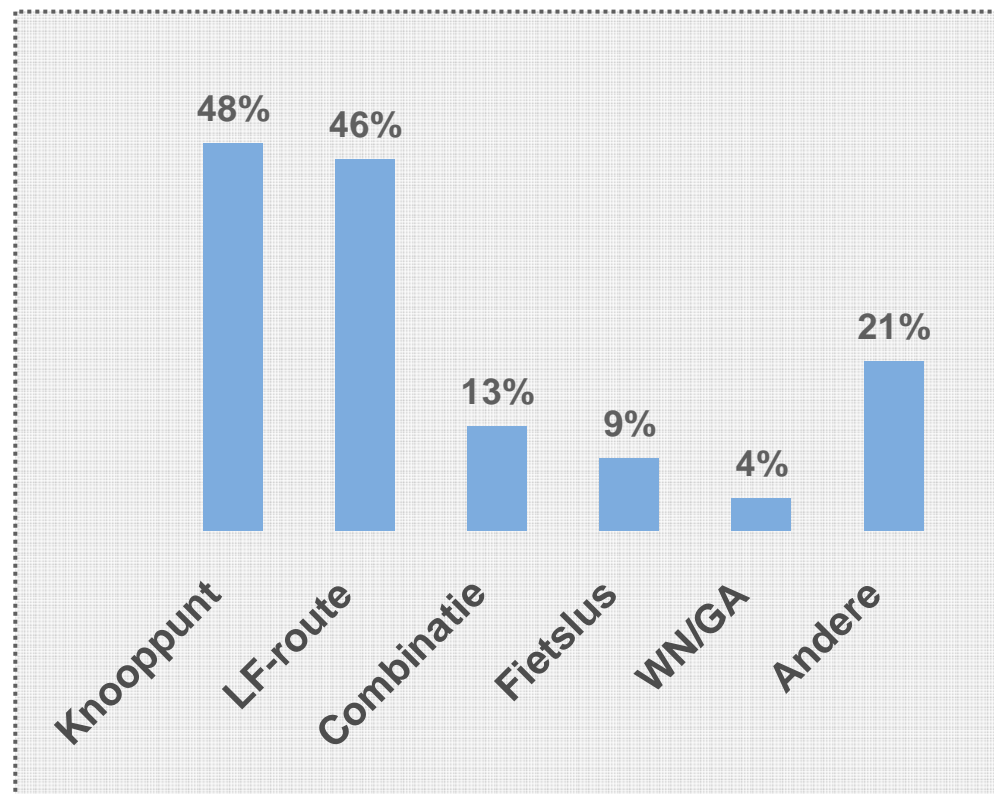
(multiple response, 197 antwoorden)

### Bijkomende observaties:

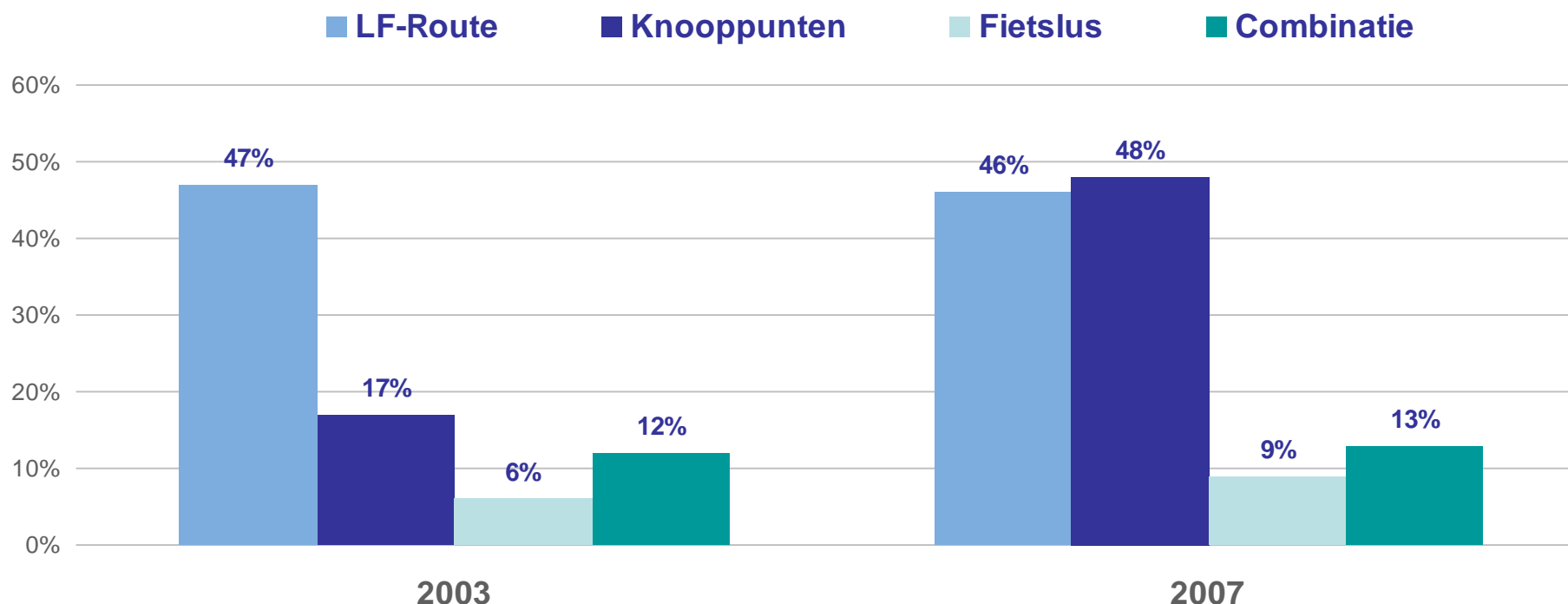
*De knooppunten zijn geliefd bij de ervaren trekkers*

*De LF-fietsers logeren op verschillende plaatsen*

Basis: Trekkers die gebruik maken van de fiets in deze vakantie (n= 141)



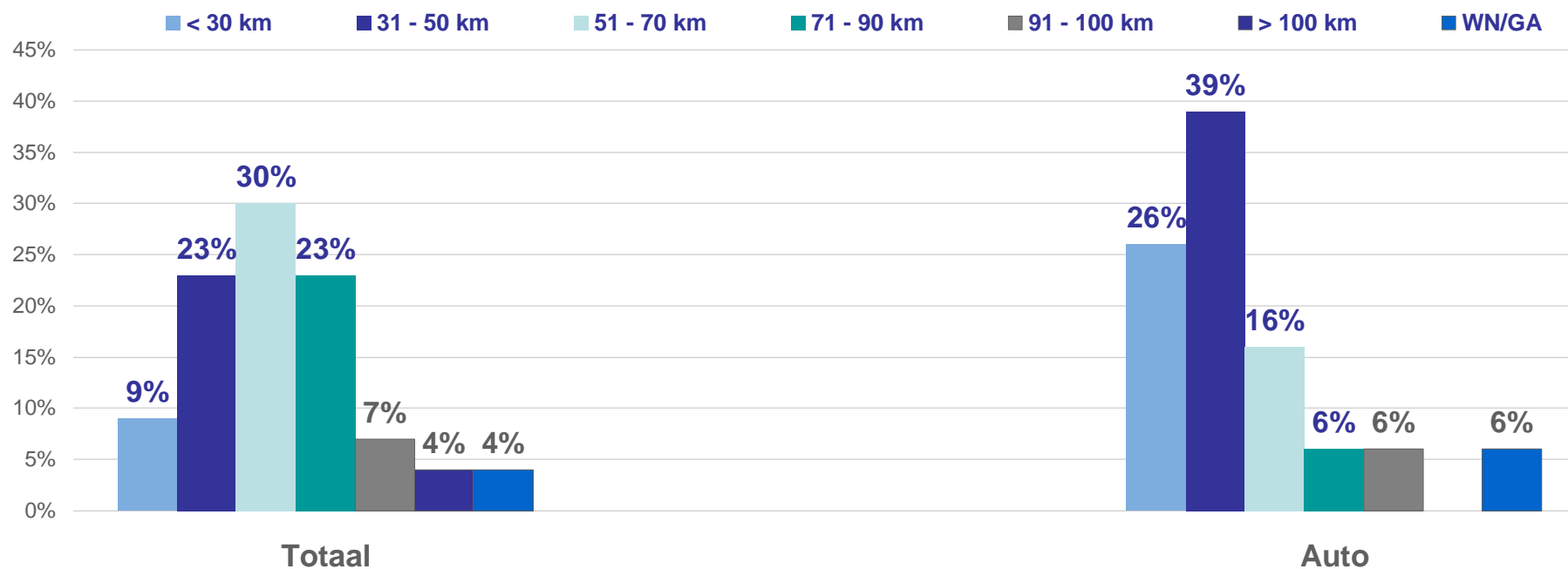
## 1. Welke fietsroutes – Evolutie



Hier zien we vooral een grote stijging in het gebruik van de knooppunten (fietsroutenetwerk). Een vergelijking is hier evenwel moeilijk aangezien in 2003 expliciet werd gevraagd naar het gebruik van eigen uitgestippelde routes, wat toen door 20% van de fietsers werd gedaan. Ook werd er in 2007 gewerkt met multiple response.

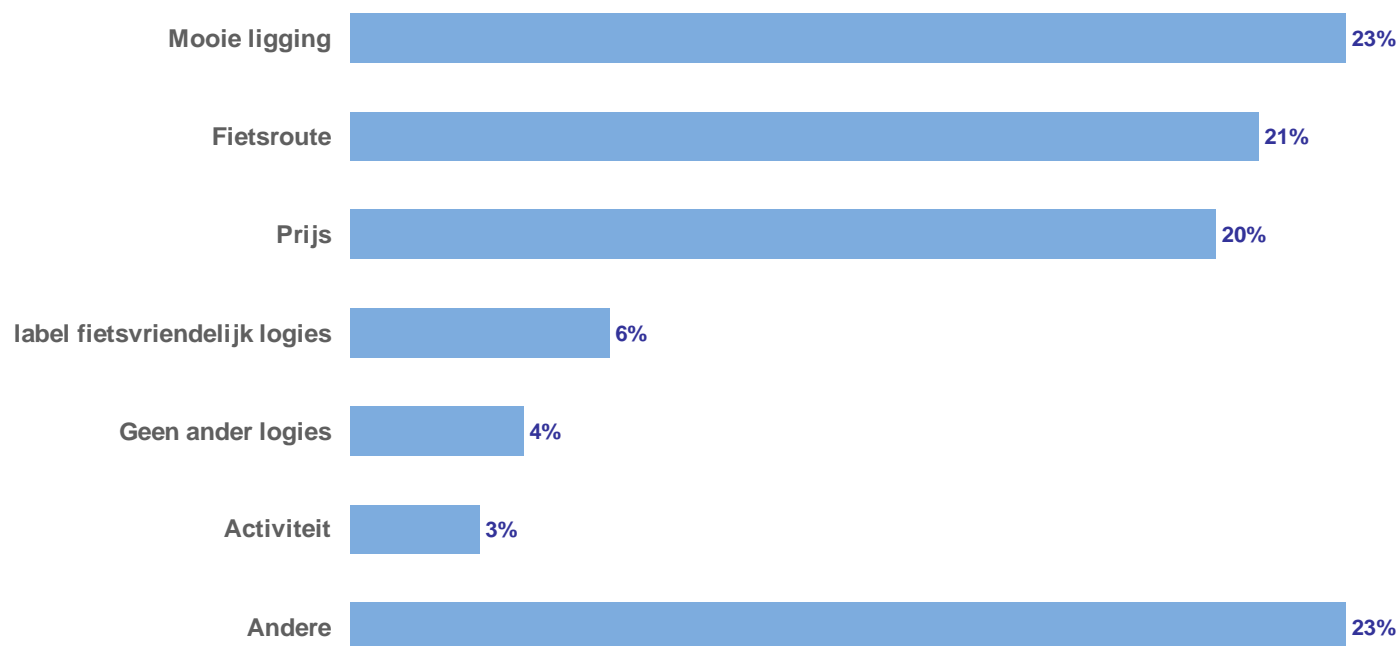
## 2. Gemiddeld afgelegde afstand per dag

Basis: Trekkers die gebruik maken van de fiets in deze vakantie (n= 141)



De mensen die met de auto op vakantie komen leggen kleine(re) afstand(en) af met de fiets

## 1. Belangrijkste reden om voor de trekkershuttenformule te kiezen Basis: Alle respondenten (n= 264)



**Bijkomende observatie:** *Fietsers (die op verschillende plaatsen logeren) hechten meer belang aan de fietsroute in de buurt en aan het label*

## 2. Eerder al in trekkershut verbleven

### **Bijkomende observatie:**

*Vooraf fietsers hebben ervaring.*

*In Nederland wordt er meer gelogeed op verschillende locaties.*

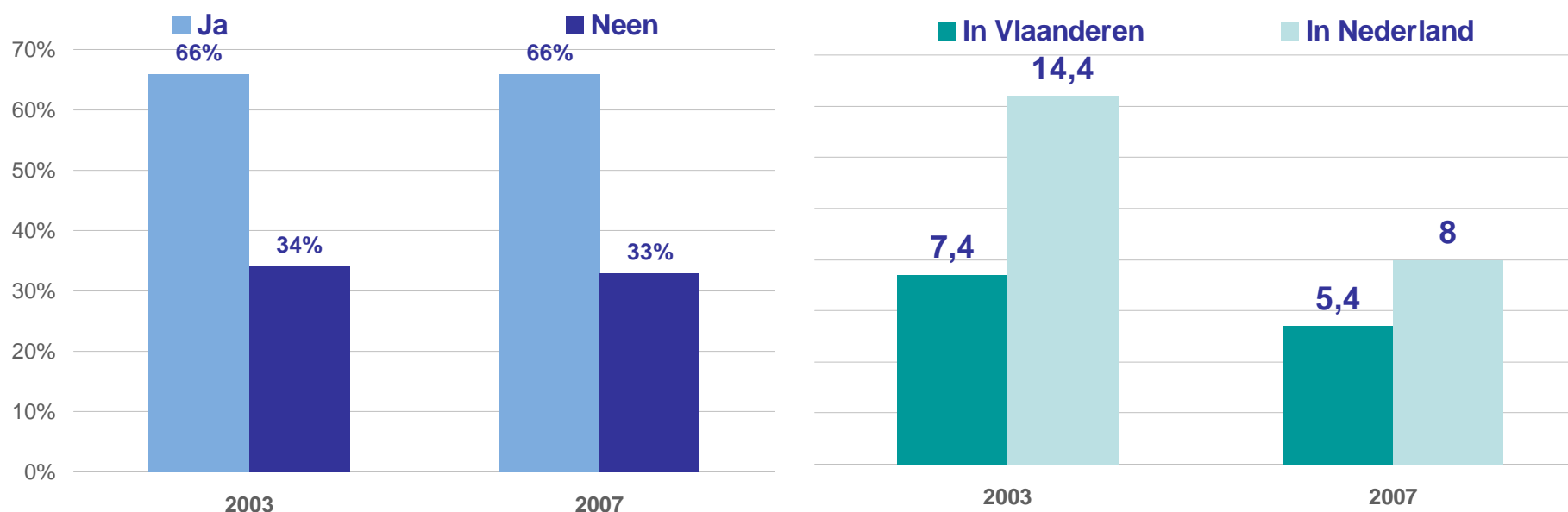
*Nederlandse trekkers hebben meer ervaring, zowel in Vlaanderen als in Nederland.*

*Meer Nederlanders die hier komen trekken dan in omgekeerde richting.*

<b>Eerder al in trekkershut gelogeed</b> (Basis = 264)	Ja	66 %
	Neen	33 %
	WN/GA	1 %
<b>Waar</b> (Basis = 174, met 217 antwoorden)	Vlaanderen	73 %
	Nederland	45 %
	WN/GA	6 %
<b>Type in NL</b> (Basis = 79, met 93 antwoorden)	Standaard	94 %
	Trekkershut Plus	20 %
	Comforthut	3 %
	WN/GA	1 %



## 2. Eerder al in trekshut verbleven – Evolutie



Het eerder verbleven hebben in een trekshut is niet geëvolueerd. Maar er werd wel een aanzienlijk minder aantal keren in een trekshut verbleven, zowel in Vlaanderen als in Nederland.

- De meerderheid van de trekkers doet dit met het eigen gezin (64%) of met vrienden (20%). Dit gebeurt meestal (60%) in groepen groter dan 3, waarbij met de auto gereisd wordt. De fietsende trekkers zijn daarentegen meestal met 2 onderweg.
- De totale duur van de vakantie is gewoonlijk eerder kort en er wordt in de helft van de gevallen geen gebruik gemaakt van ander logies. De trekkershut lijkt dus zeer geliefd als weekendje uit. Bij fietsers is dit niet het geval. Zij plannen eerder een langere vakantie en logeren ook op andere plaatsen. Trekkers die ook op een andere plaats logeren opteren vooral voor andere hutten of andere kampeermethoden.
- Er wordt zowel gereisd met de auto als met de fiets, die beiden zowat de helft van de trekkers bevatten. Deze trekkers kiezen de hutten vanwege de locatie (mooie ligging en dicht bij een fietsroute) en de prijs.
- De meeste trekkers hebben ervaring met deze formule (66%), hetgeen nog meer telt voor fietsende trekkers (72%) en Nederlanders (71%).



---

# Persoonlijke Ervaringen

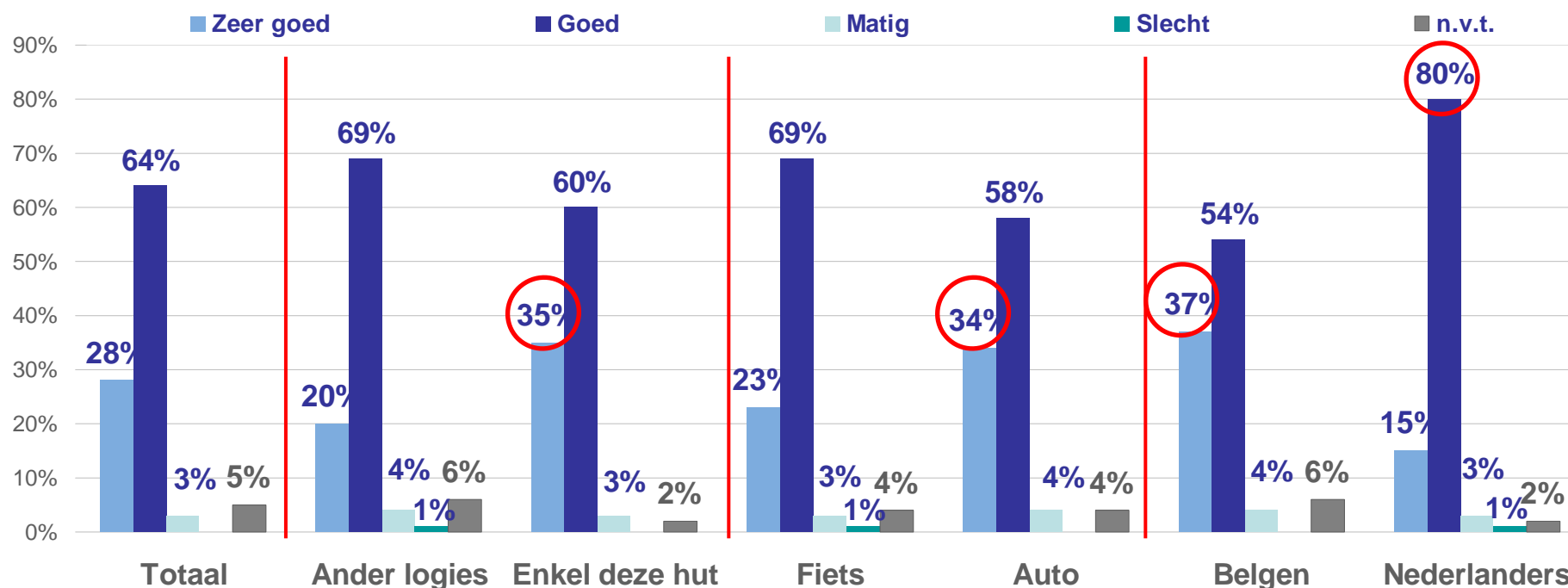
---



toerisme  
vlaanderen

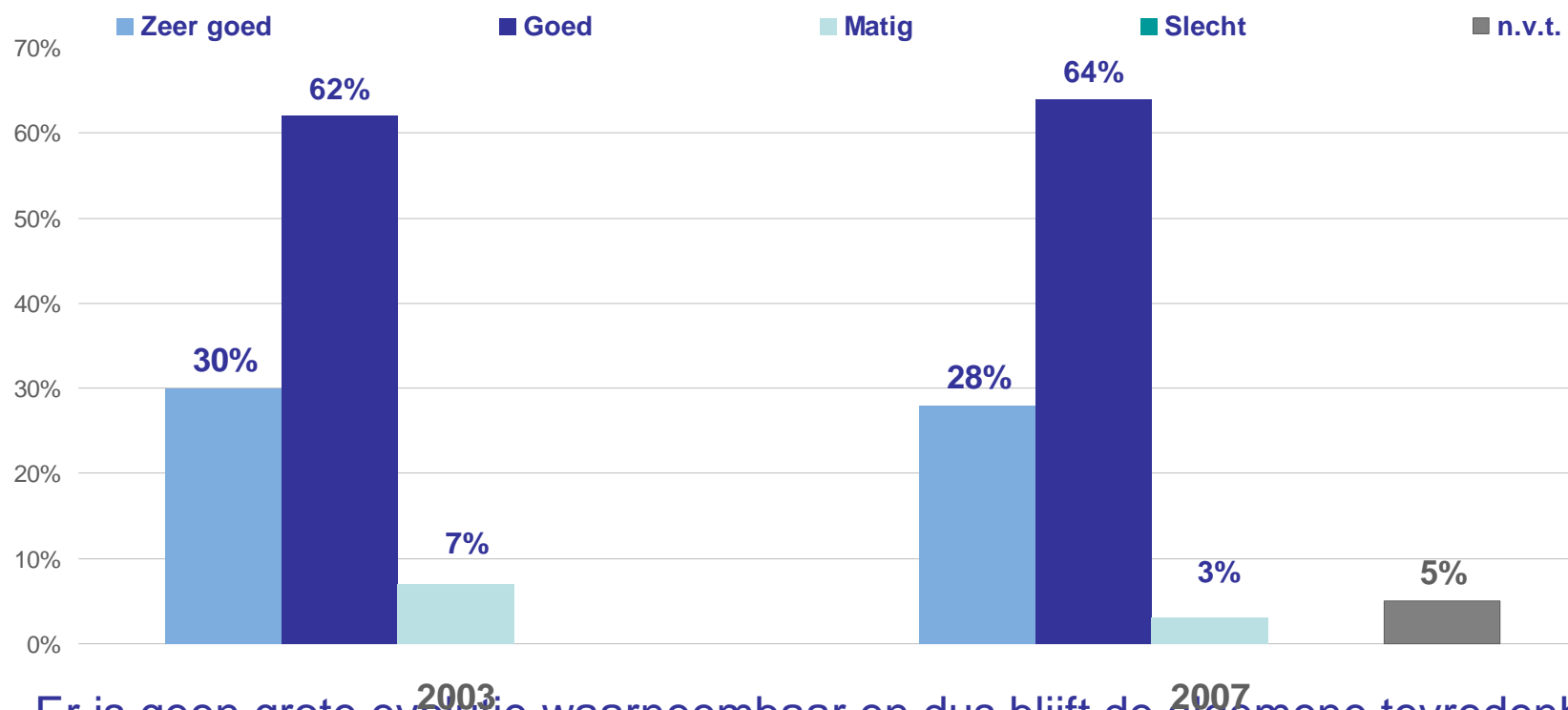
## 1. Mening over logies (algemeen)

Basis: Alle respondenten (n= 264)



Nederlanders zijn minder zeer tevreden.  
Dit in tegenstelling tot Belgen, autoreizigers en trekkers die maar op 1 plaats logeren, die iets meer zeer tevreden zijn.

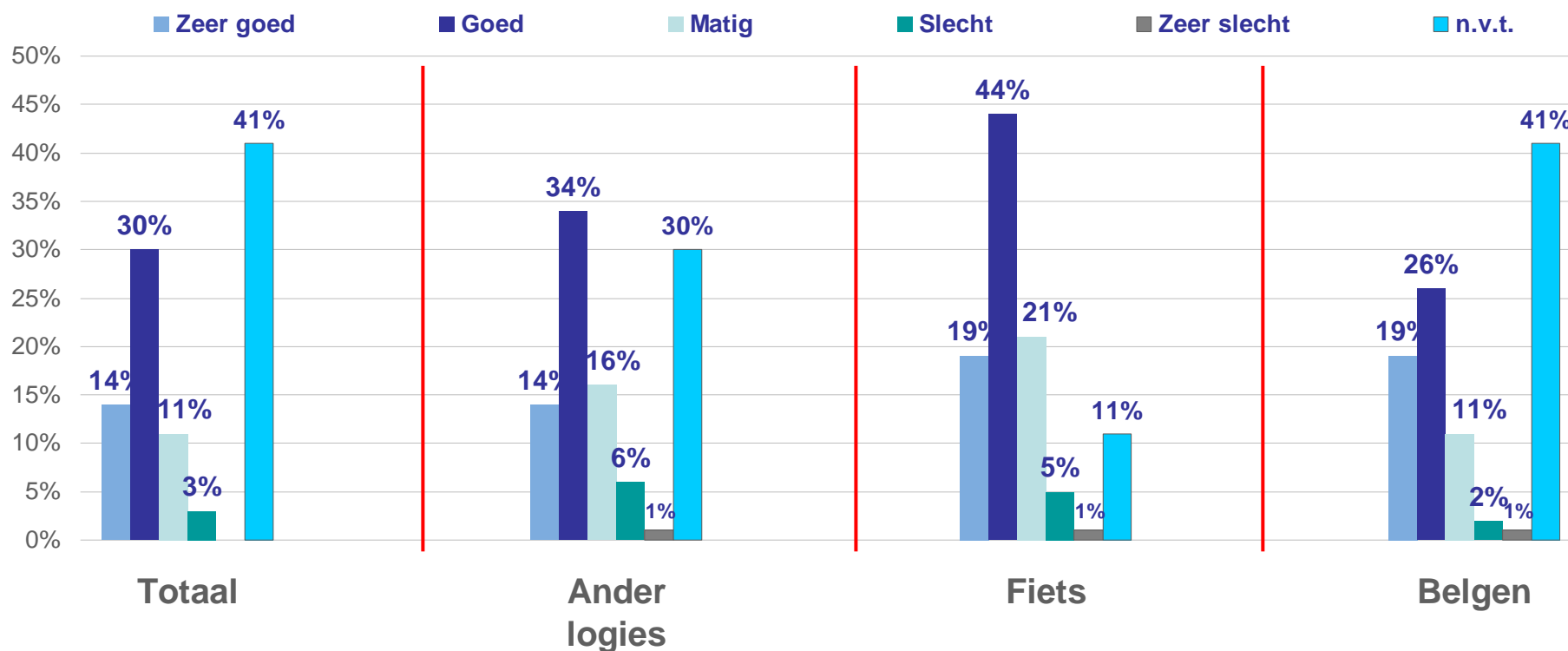
## 1. Mening over logies – Evolutie (Algemeen)



Er is geen grote evolutie waarneembaar en dus blijft de algemene tevredenheid hoog. Deze minieme evolutie zijn we in alle facetten van de meningen over het logies.

## 1. Mening over logies (Fietsonthaal)

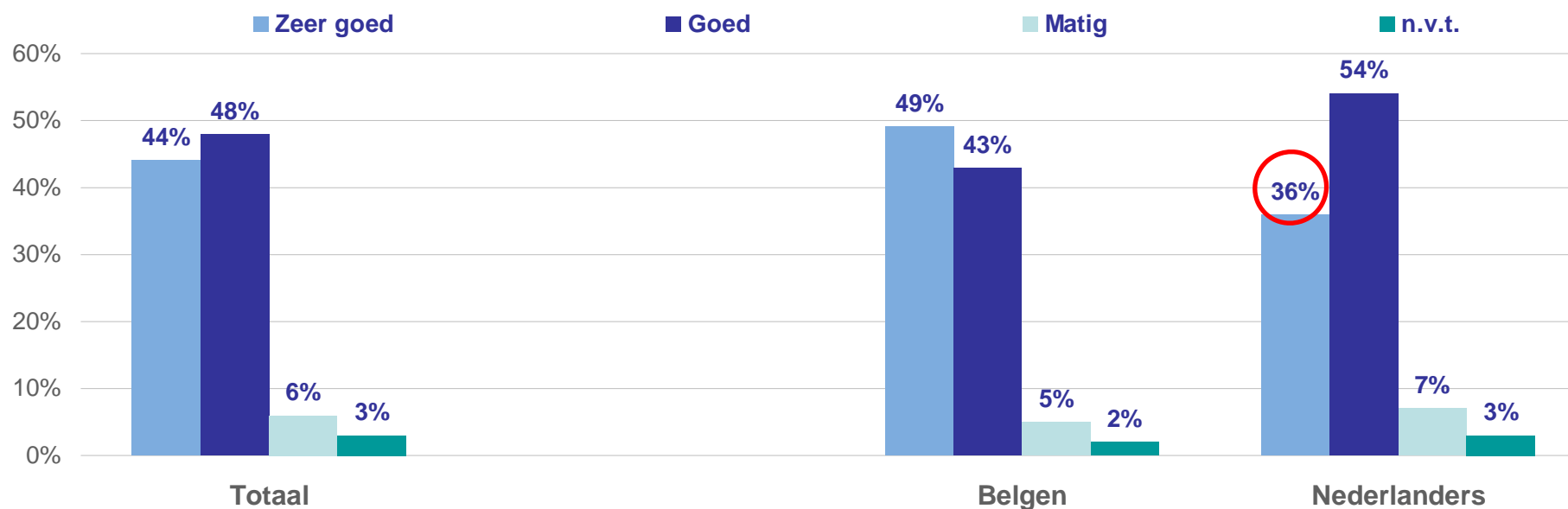
Basis: Alle respondenten (n= 264)



Belangrijk hier is dat de fietsers tevreden zijn over hun onthaal (63% tevreden tot zeer tevreden)

## 1. Mening over logies (Onthaal en klantvriendelijkheid)

Basis: Alle respondenten (n= 264)



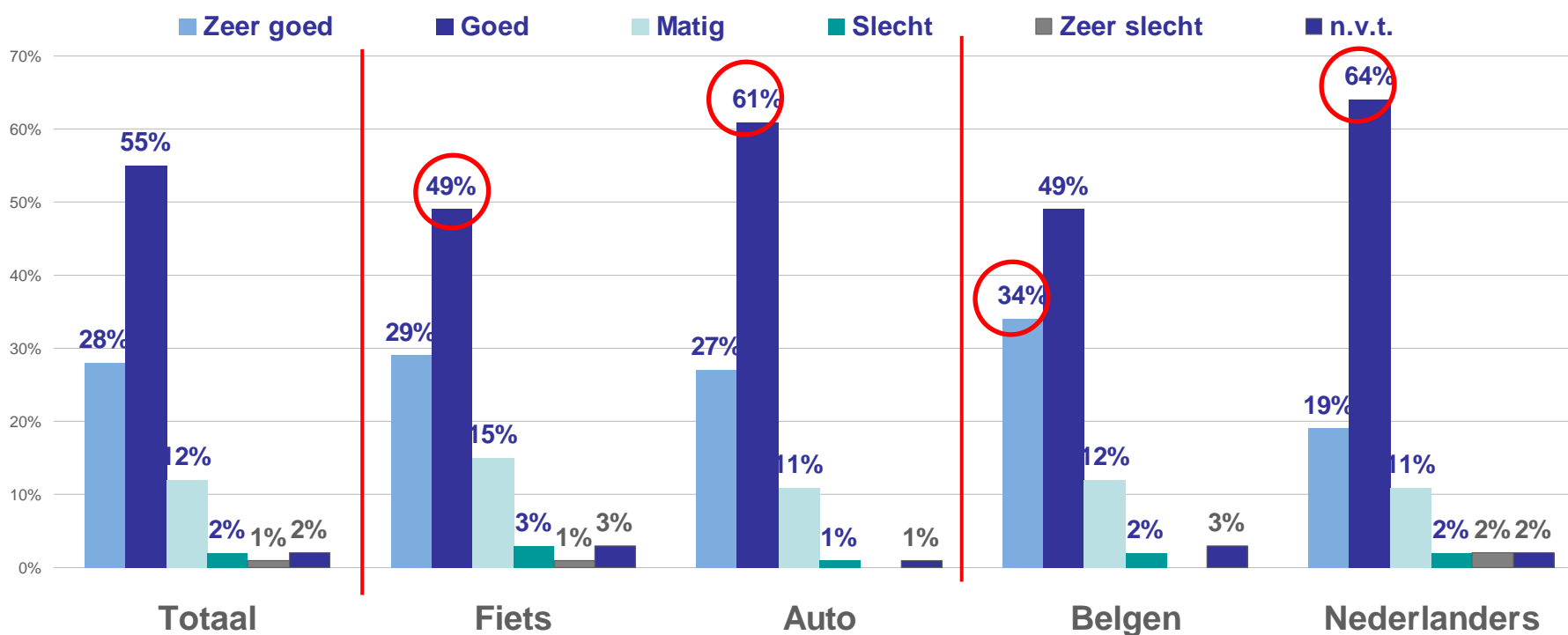
- Nederlanders zijn minder zeer tevreden, in tegenstelling tot Belgen



Er zijn geen negatieve meningen over de klantvriendelijkheid !

## 1. Mening over logies (Sanitaire voorzieningen)

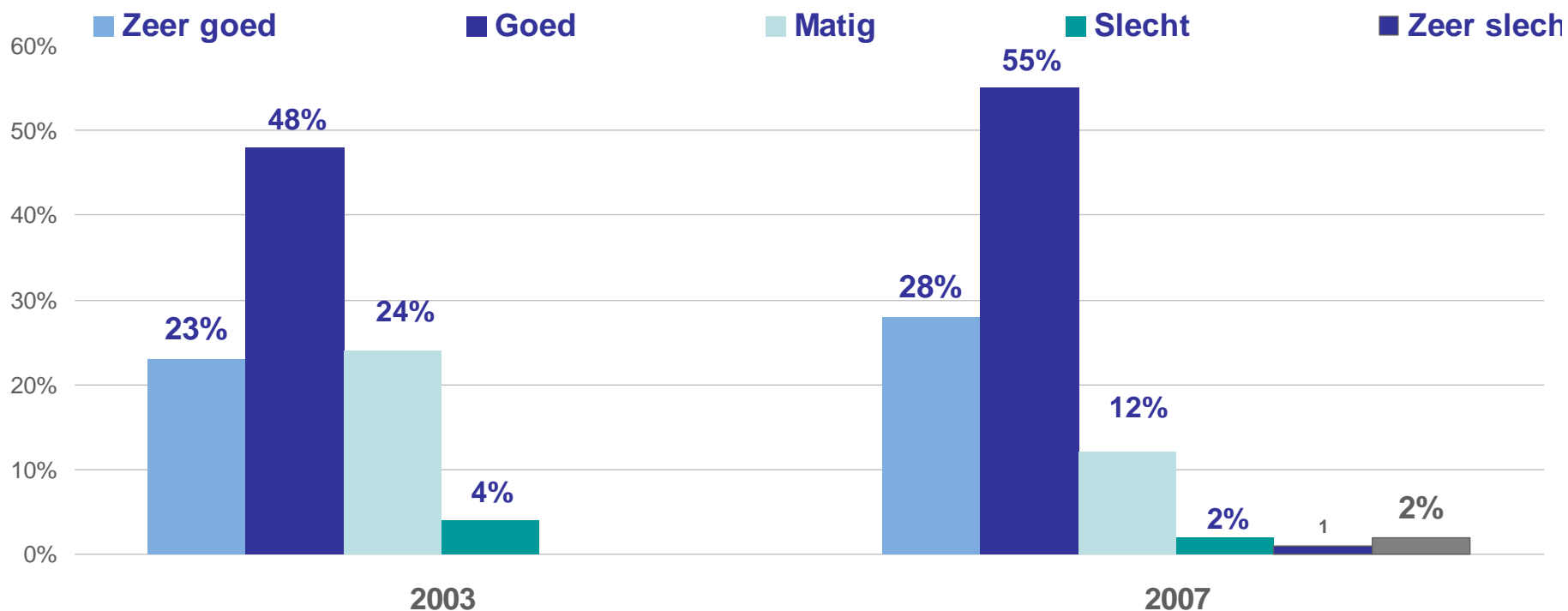
Basis: Alle respondenten (n= 264)



Belgen zijn meer zeer tevreden dan Nederlanders.



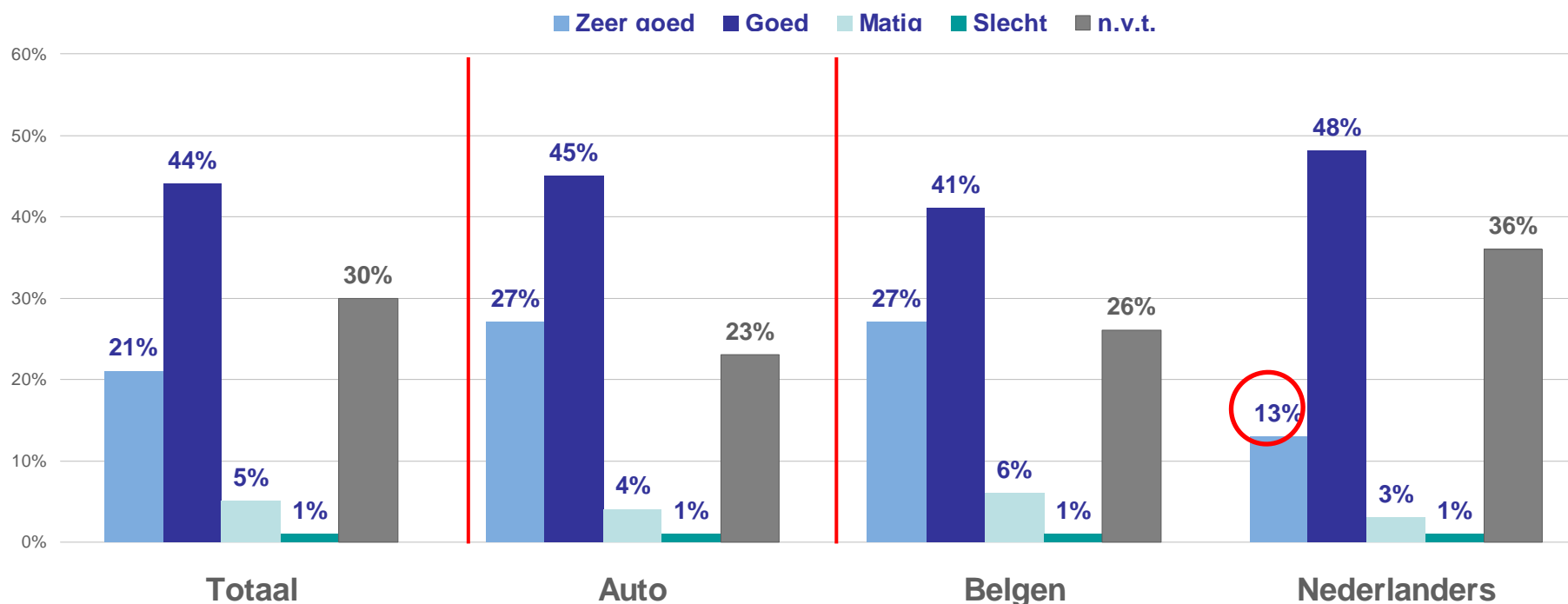
## 1. Mening over logies – Evolutie (Sanitaire voorzieningen)



De tevredenheid over het sanitair stijgt, aangezien er meer (zeer) goede ervaringen zijn en minder matige ervaringen.

## 1. Mening over logies (Sport- en kindvriendelijke infrastructuur)

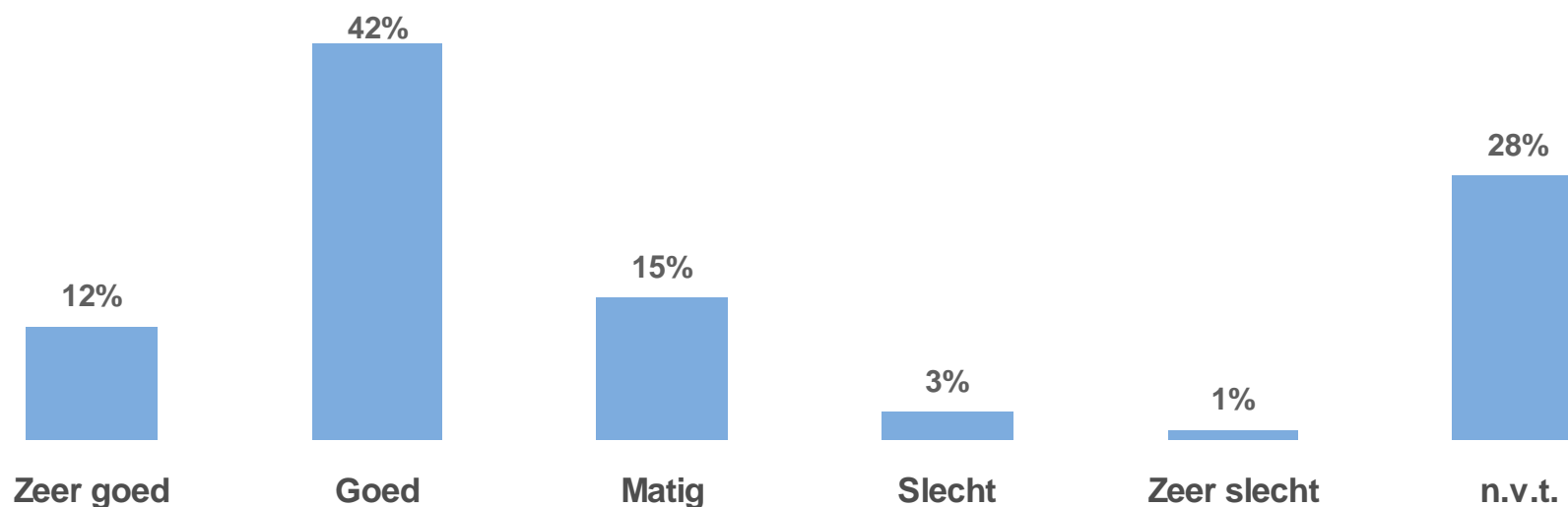
Basis: Alle respondenten (n= 264)



Autoreizigers en Belgen zijn meer dan gemiddeld zeer tevreden over hun huidige logies. Nederlanders zijn, ook hier weer, minder zeer tevreden.

## 1. Mening over logies (andere faciliteiten)

*Basis: Alle respondenten (n= 264)*



Op alle vlakken zijn Nederlanders dus blijkbaar wel tevreden, maar ze vinden dat er ruimte is voor verbetering.

De algemene tevredenheid is zeer hoog. De weinige opmerkingen handelen vooral over het sanitair.

## ■ Toereikend ?

Basis: Alle respondenten (n= 264)

	%	Totaal	Ander logies	Enkel deze hut
Ja		86%	79%	92%
Neen		12%	17%	7%
WN/GA		2%	4%	1%

Basis: 36 personen

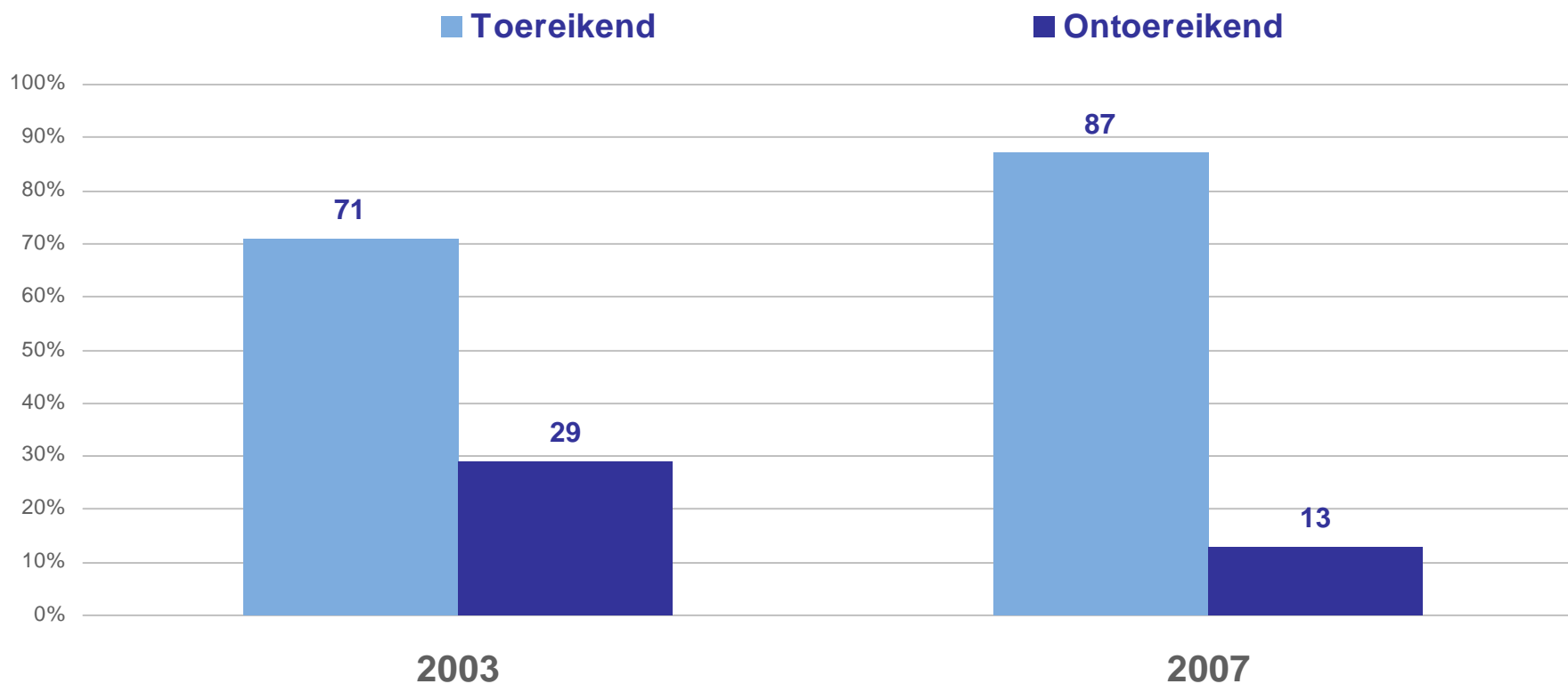
	%	Aantal Personen
Beperkte keukenuitrusting		11
Geen koelkast		7
Geen (overdekte) fietsenstalling		3
Geen kokend water		2
Geen spiegel		1
Andere		12
<b>TOTAAL</b>		<b>36</b>

Zeer grote algemene tevredenheid, vooral bij eenmalige bezoekers

De helft van de opmerkingen gaan over keukenmateriaal (uitrusting, koelkast, kokend water)

# Standaardvoorzieningen

## ■ Toereikend ?



De trekkers zijn duidelijk meer tevreden geworden over de standaardvoorzieningen in de hutten.



## In toekomst gebruik maken van trekkershut

Basis: Alle respondenten (n= 264)

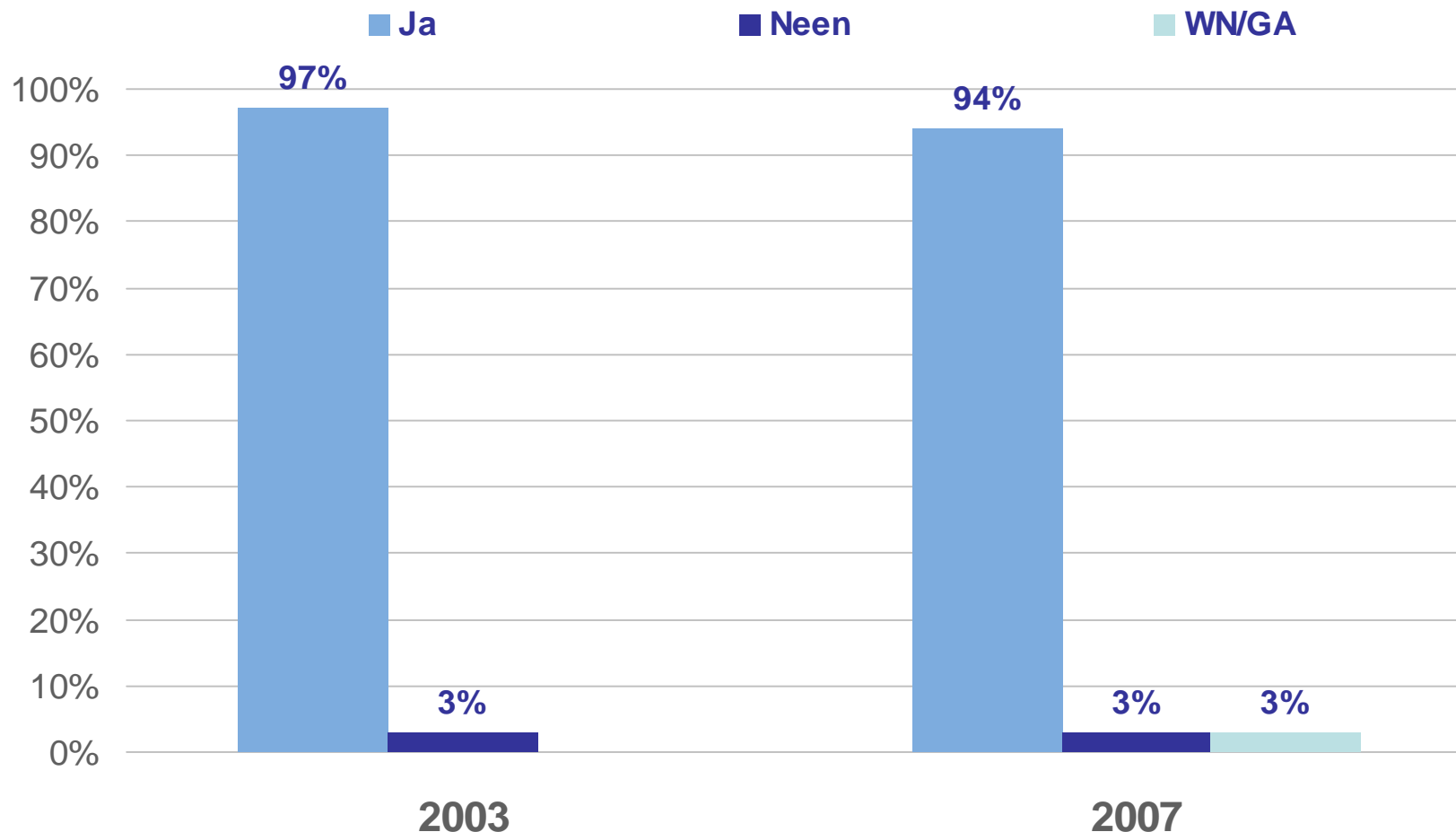
	%	Totaal	Ervaring	Geen ervaring
Ja		94%	96%	90%
Neen		3%	3%	5%
WN/GA		3%	1%	6%

De trekkershuttenformule zal later nog gebruikt worden, zeker door ervaren gebruikers

**Bijkomende observatie:**

Slechts 9 personen beweren dit (nog) niet te zullen doen

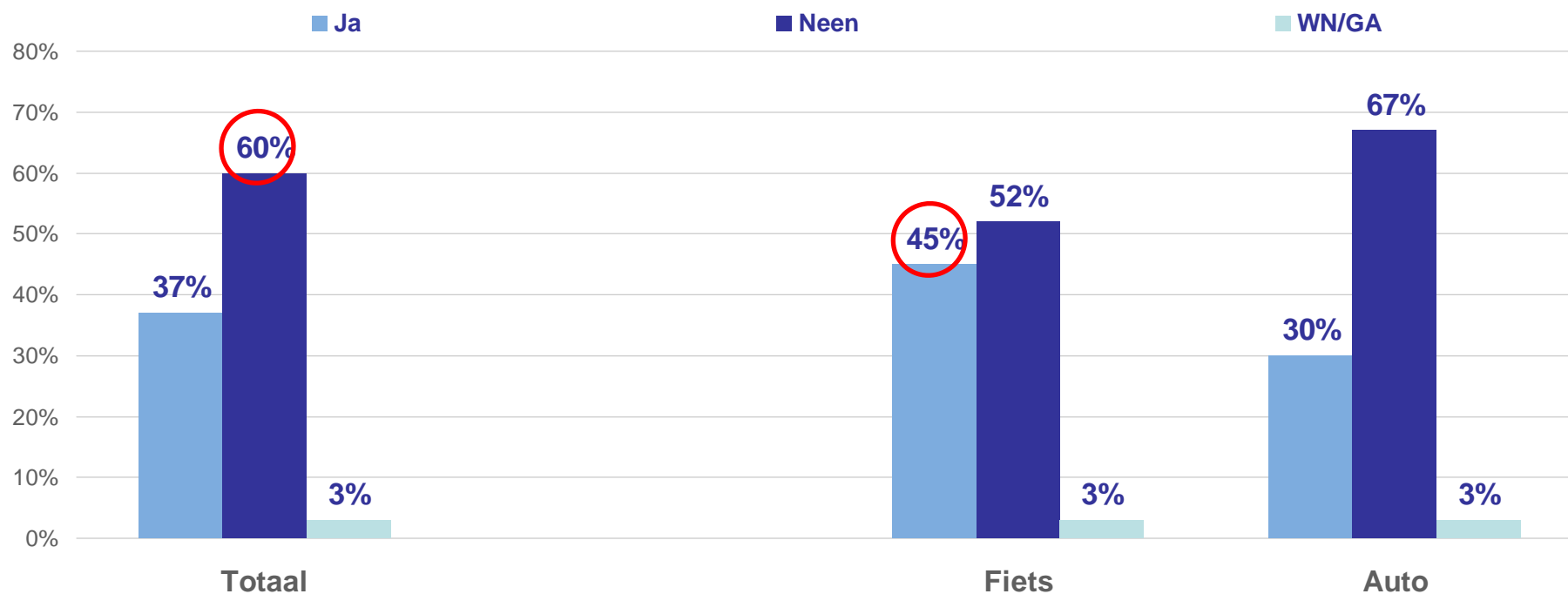
## In toekomst gebruik maken van trekkershut - Evolutie



Hier is geen evolutie waar te nemen (de daling met 3% is toe te schrijven aan het opnemen van WN/GA).

## 1. Bekendheid

Basis: Alle respondenten (n= 264)



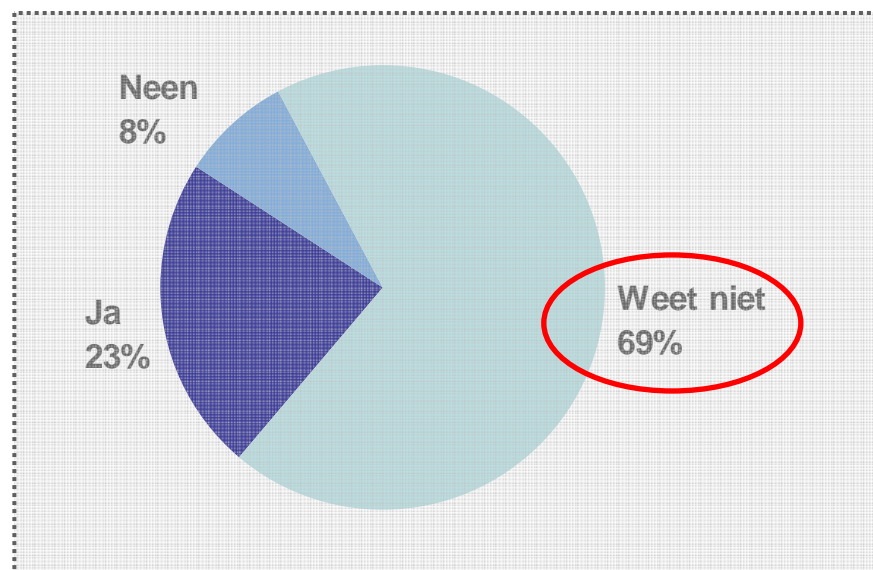
Bekendheid uiteraard groter bij fietsers, maar ook daar nog ruimte voor verbetering



Basis: Alle respondenten (n= 264)

## 2. Aanwezig bij huidig logies ?

Geen grote interesse, zoals we al merkten bij de vorige vraag



→ Label fietsvriendelijk onbekend voor 2/3 van de trekkers, zelfs bij helft van de fietsers (zie vorige slide)

- De trekkers zijn in het algemeen zeer tevreden over de hutten en de faciliteiten errond. Opmerkelijk zijn de iets mindere scores gegeven door Nederlanders. Verder zien we dat de fietsers tevreden zijn over het fietsonthaal en dat er geen negatieve ervaringen zijn qua klantvriendelijkheid.
- Ook de voorzieningen worden door de trekkers als (zeer) goed omschreven. Voor verbetering vatbaar zijn evenwel het sanitair en de uitrusting van de keuken.
- Het label “Fietsvriendelijk Logies” is nog niet zeer bekend bij het grote publiek. Zelfs bij de fietsers zelf is de helft niet op de hoogte van het bestaan ervan.
- De trekkershutten vallen dermate in de smaak dat 94% van de respondenten opnieuw gebruik wil maken van deze formule.



---

# Promotie

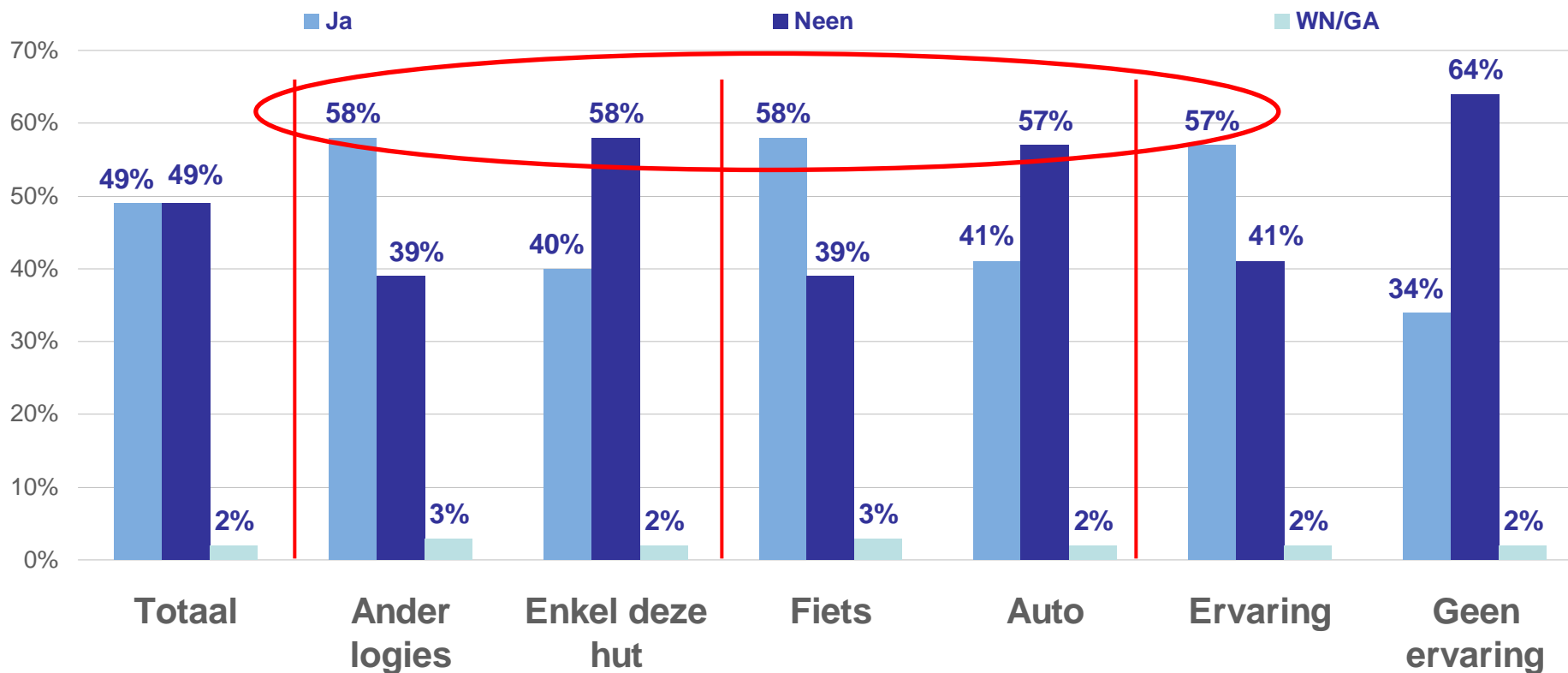


toerisme  
vlaanderen

---

## 1. Bekendheid

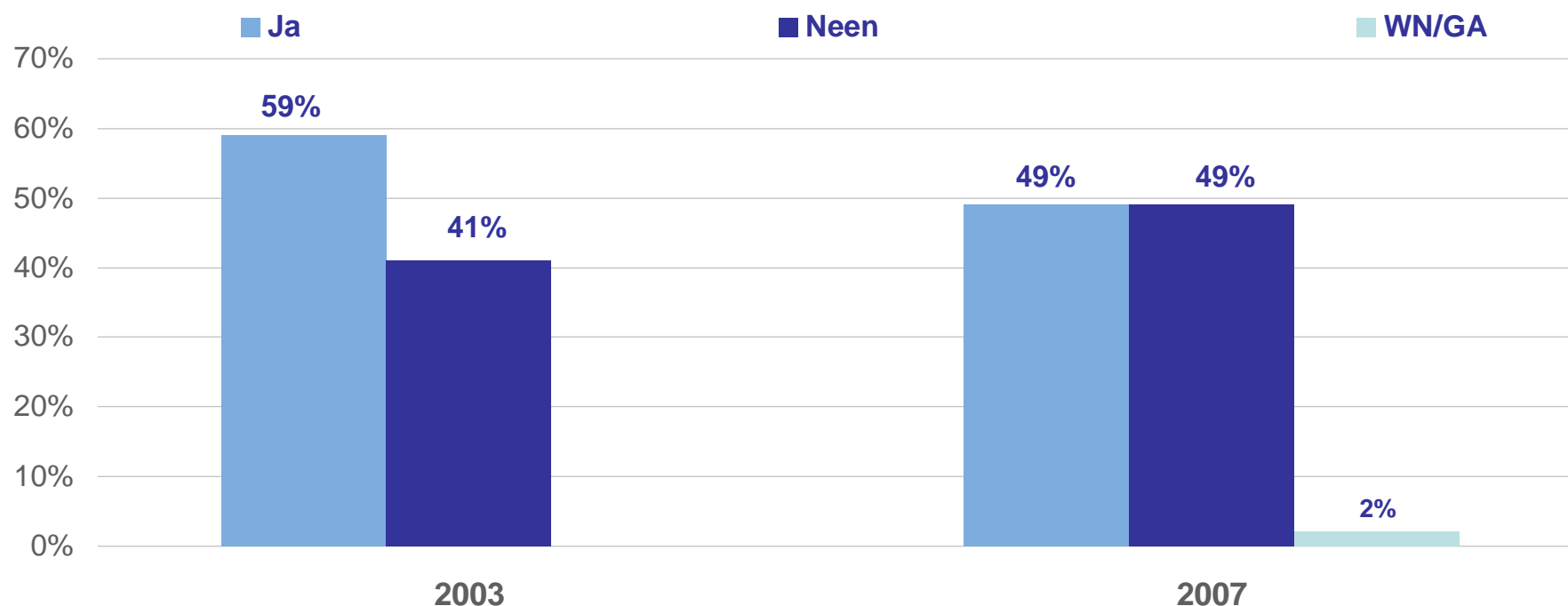
Basis: Alle respondenten (n= 264)



Vooral bekend bij ervaren gebruikers en fietsers

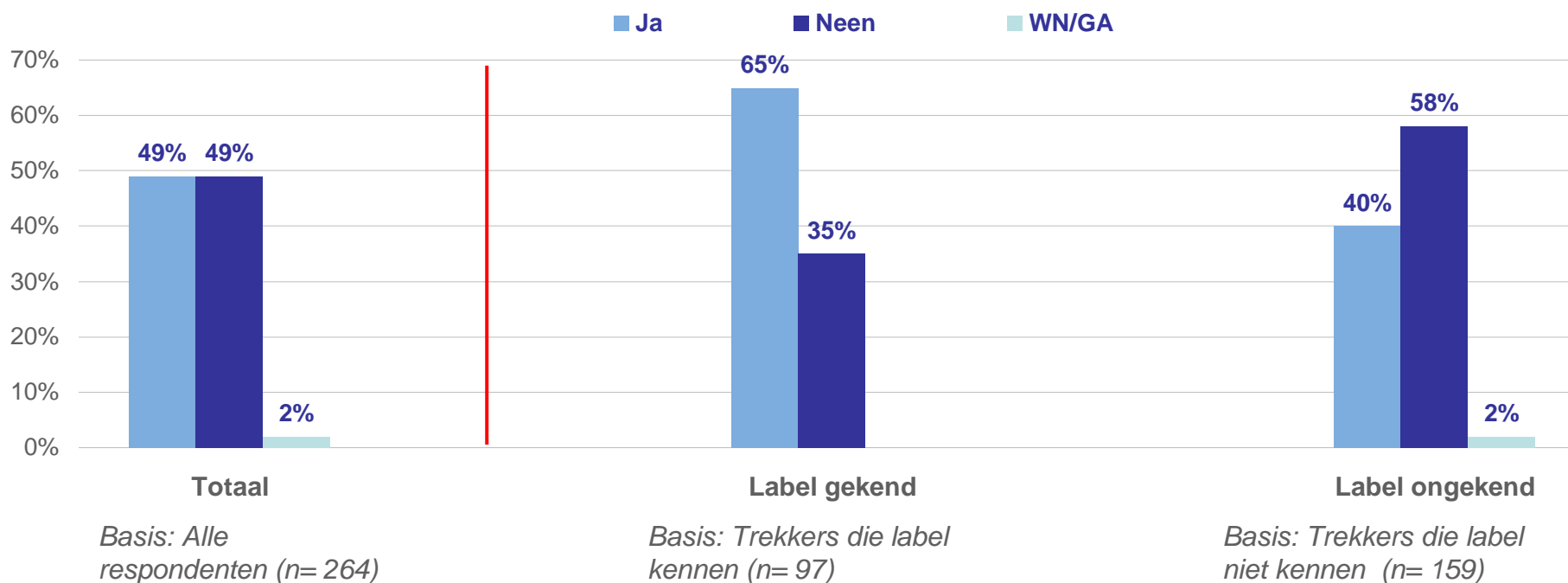
## 1. Bekendheid - Evolutie

Basis: Alle respondenten (n= 264)



De gekendheid van de brochure is in 2007 met 10% afgenomen ten opzichte van 2003.

## 2. Relatie met bekendheid label “Fietsvriendelijk Logies”

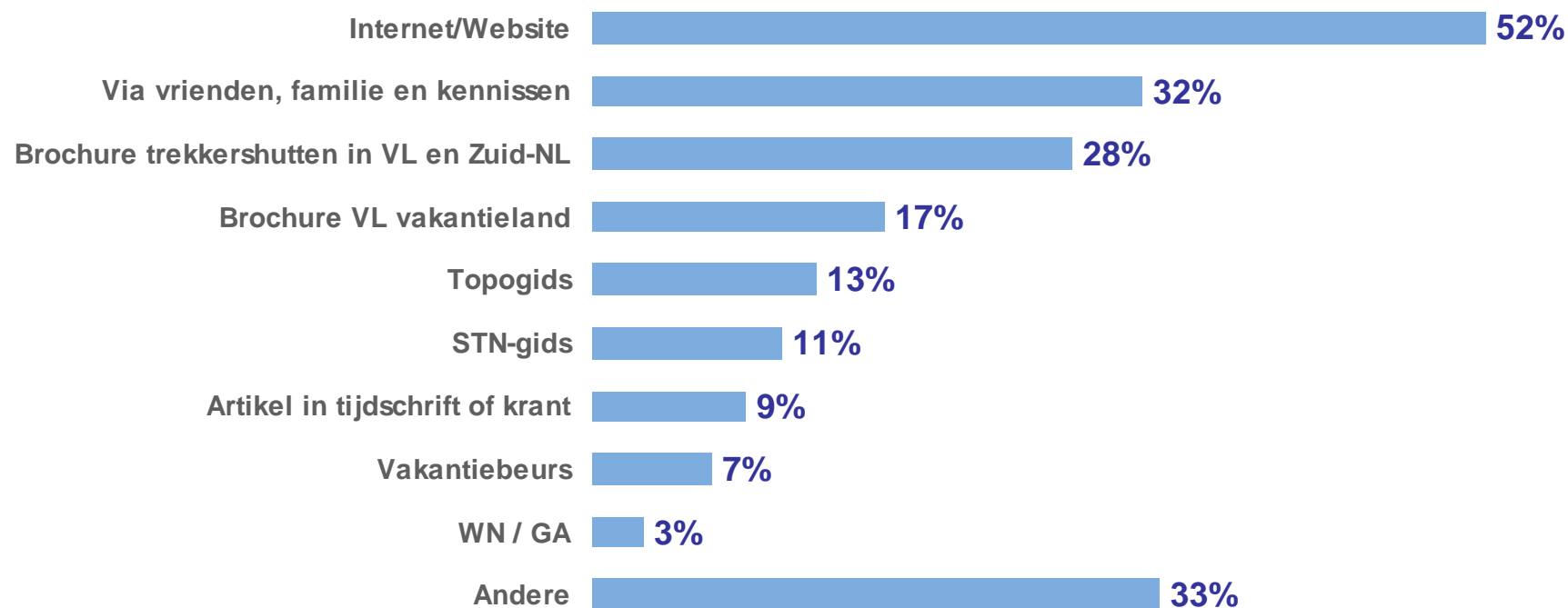


→ Label is veel meer gekend bij de trekkers die ook de brochure kennen

## 1. Gehoord over trekkershutten, vóór vakantie, via:

*(Multiple choice, 538 antwoorden)*

*Basis: Alle respondenten (n= 264)*



Trekkers gaan zelf op zoek naar informatie, voornamelijk via Internet of via andere personen en diens ervaringen



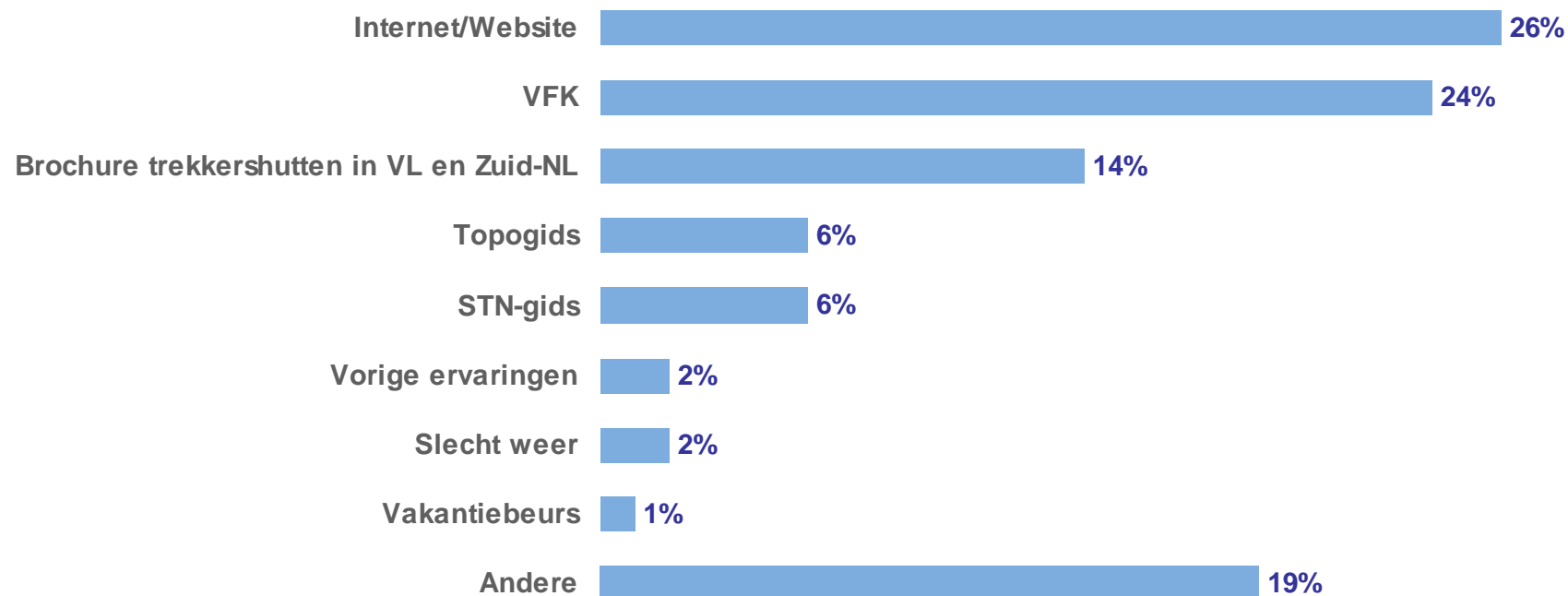
## Evolutie ?

- Een vergelijking maken is hier moeilijk aangezien in 2003 andere categorieën voorgesteld werden en er toen niet werd gewerkt met multiple response.
- Wel kunnen we constateren dat de 2 eerste plaatsen in 2007 door nieuwe kanalen worden ingenomen (Internet en VFK).
- Dit gaat blijkbaar ten koste van het gebruik van de brochures (“Trekshutten in VL en Zuid-NL” van 46% naar 28% en Vlaanderen Vakantieland 22% naar 17%)



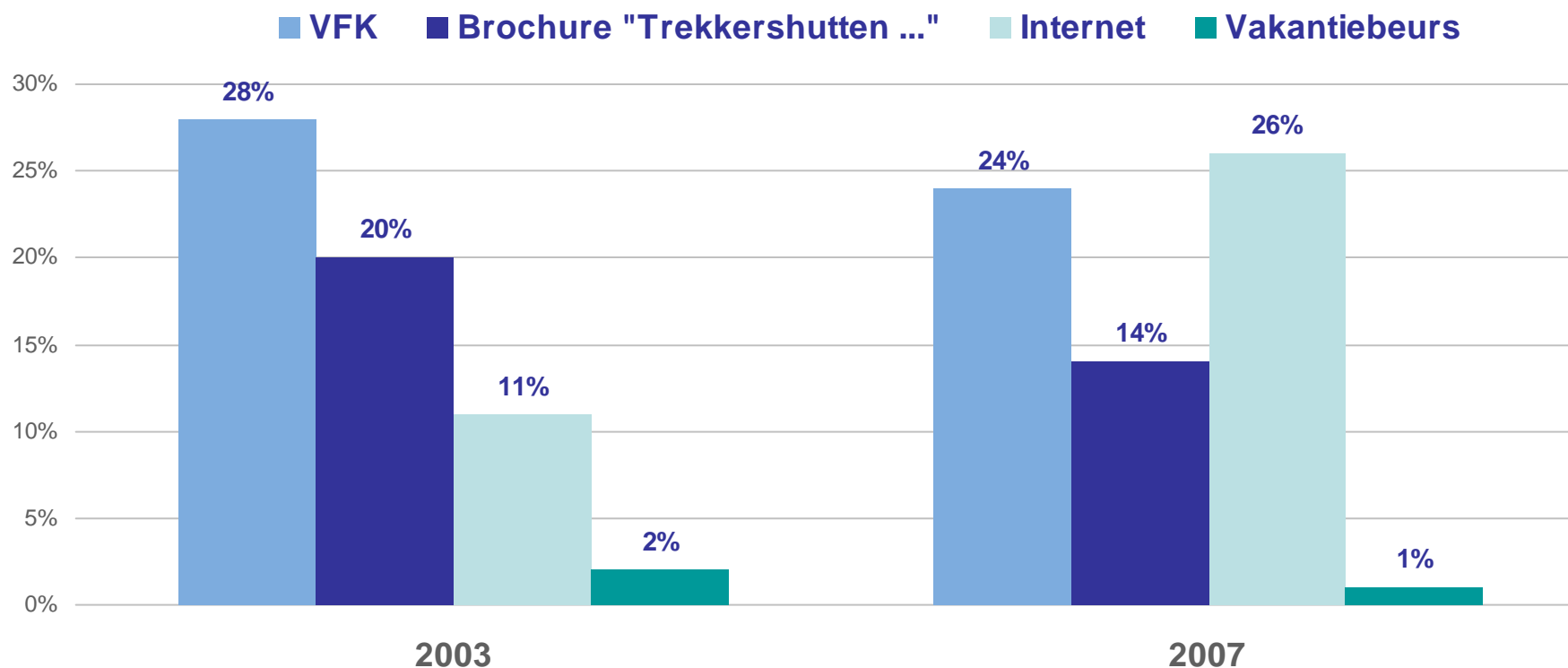
## 2. Belangrijkste aansporing om trekkershut te reserveren:

*Basis: Alle respondenten die aansporing invulden (n= 212)*



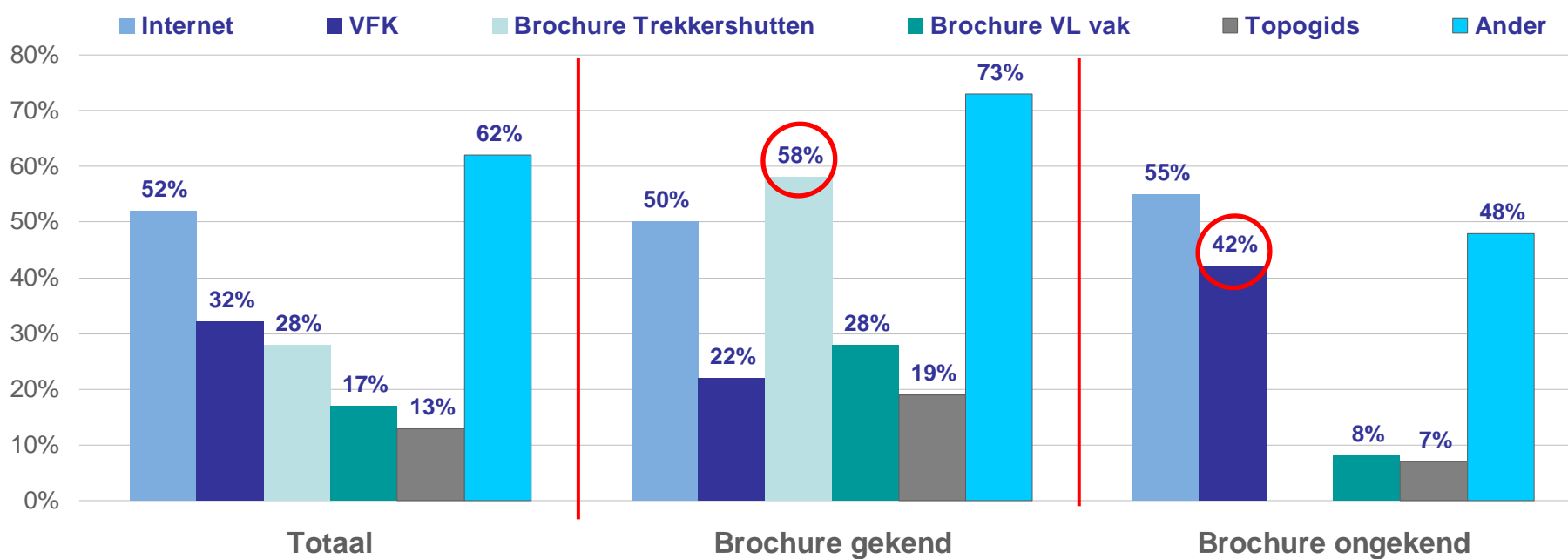
Zelfde kanalen als waar de informatie gehaald wordt en in zelfde mate van belangrijkheid (bijna zelfde volgorde)

## 2. Belangrijkste aansporing om trekkershut te reserveren – Evolutie



Ook qua belangrijkste aansporing om een trekkershut te reserveren zien we de opkomst van Internet en het dalend gebruik van de brochure "Trekkershutten in Vlaanderen en Zuid-Nederland"

## 3. Relatie gekendheid brochure trekkershutten in VL en Zuid-NL met belangrijkste aansporing om trekkershut te reserveren



Basis: Alle respondenten (n= 264)  
(MC, 538 antwoorden)

Basis: Alle trekkers die brochure kennen (n= 129)  
(MC, 323 antwoorden)

Basis: Alle trekkers die brochure niet kennen (n= 129)  
(MC, 207 antwoorden)

### 3. Relatie gekendheid brochure trekkershutten in VL en Zuid-NL met belangrijkste aansporing om trekkershut te reserveren

- Trekkers die de brochure niet kennen gaan meer af op wat anderen (vrienden, familie en kennissen) hun zeggen
- Van diegenen die de brochure wel kennen, is hij voor een kwart de belangrijkste aansporing
- Ook andere gidsen en brochures zijn voor deze trekkers belangrijker dan voor diegenen die de brochure niet kennen

- De brochure “Trekkershutten in Vlaanderen en Zuid-Nederland” is gekend bij de helft van de trekkers. Dit aandeel is hoger bij fietsers, ervaren trekkers en diegenen die in meerdere hutten logeren. Het ligt dan weer lager bij autorijders, onervaren trekkers en diegenen die slechts in 1 hut logeren.
- De brochure is nog meer gekend (65%) bij zij die ook het label “Fietsvriendelijk logies” kennen. Er is dus een verband tussen de bekendheid van het label en de bekendheid van de brochure.
- Trekkers leren de hutten vooral kennen via Internet, vrienden, familie en kennissen en verscheidene brochures. Hiervan is de brochure “Trekkershutten in Vlaanderen en Zuid-Nederland” de belangrijkste (14%). Dezelfde kanalen zijn de belangrijkste aansporing om uiteindelijk een hut te reserveren.
- Trekkers die de brochure niet kennen, hechten vooral belang aan wat anderen hen zeggen. Zij die de brochure wel kennen, gebruiken ze ook wel, samen met andere brochures.



---

# Boeking

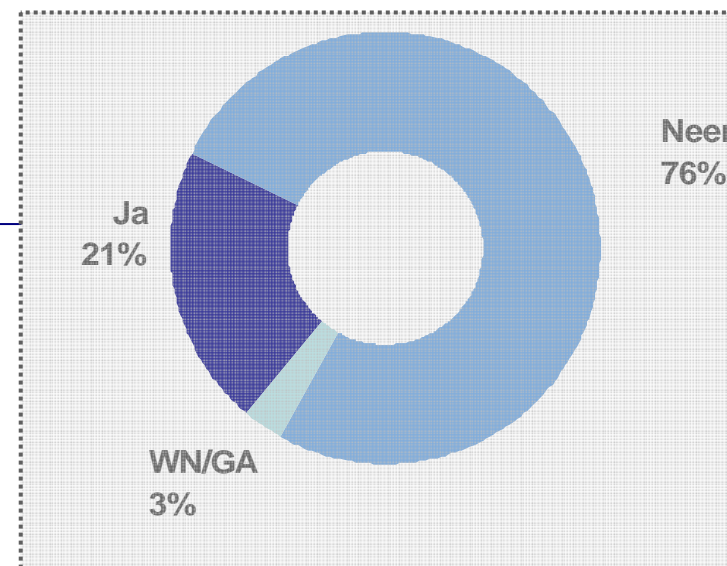
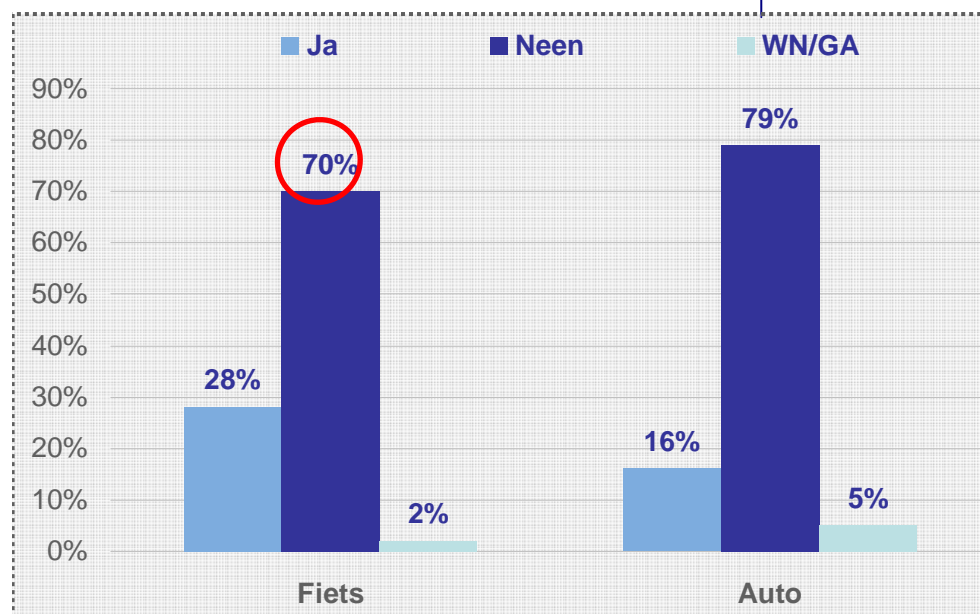


toerisme  
vlaanderen

---

## 1. De hutten in deze vakantie geboekt via de reserveringscentrale

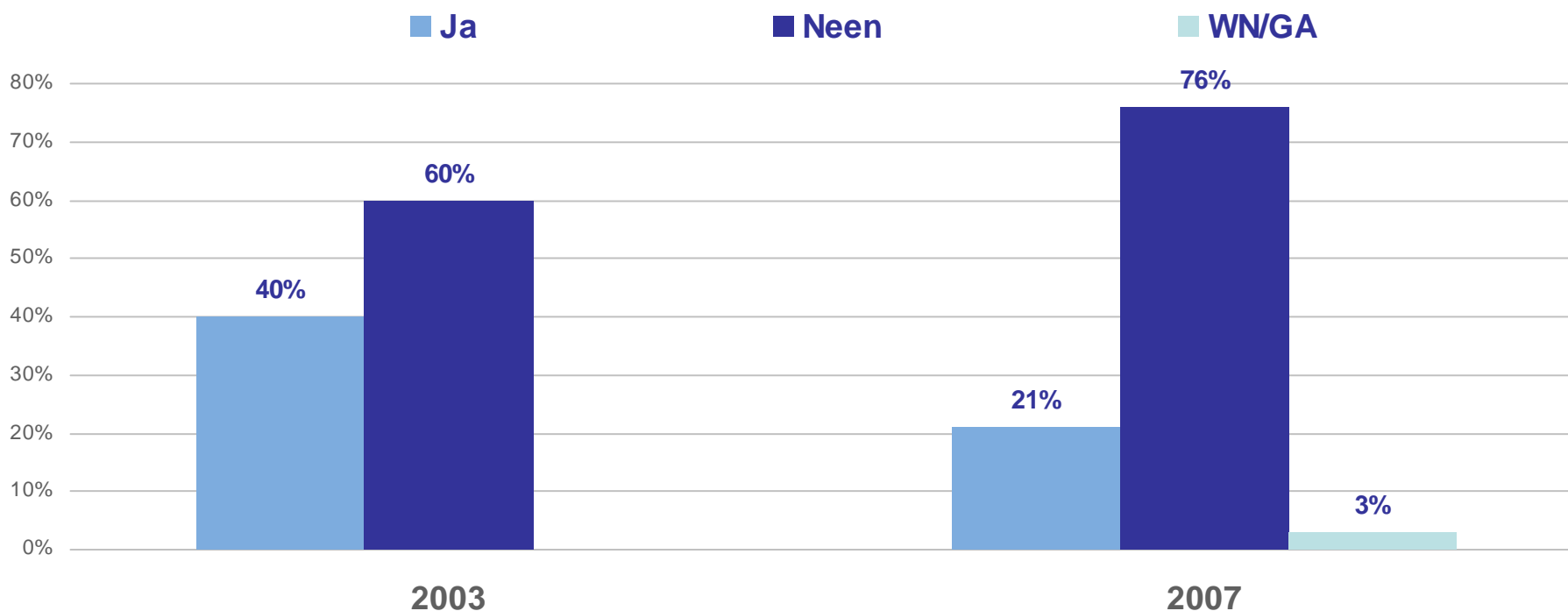
Basis: Alle respondenten (n= 264)



De fietsers gebruiken meer dan gemiddeld de centrale, in tegenstelling tot autogebruikers

Maar nog steeds 70% van hen gebruikt de centrale niet.

## 1. De hutten in deze vakantie geboekt via de reserveringscentrale – Evolutie

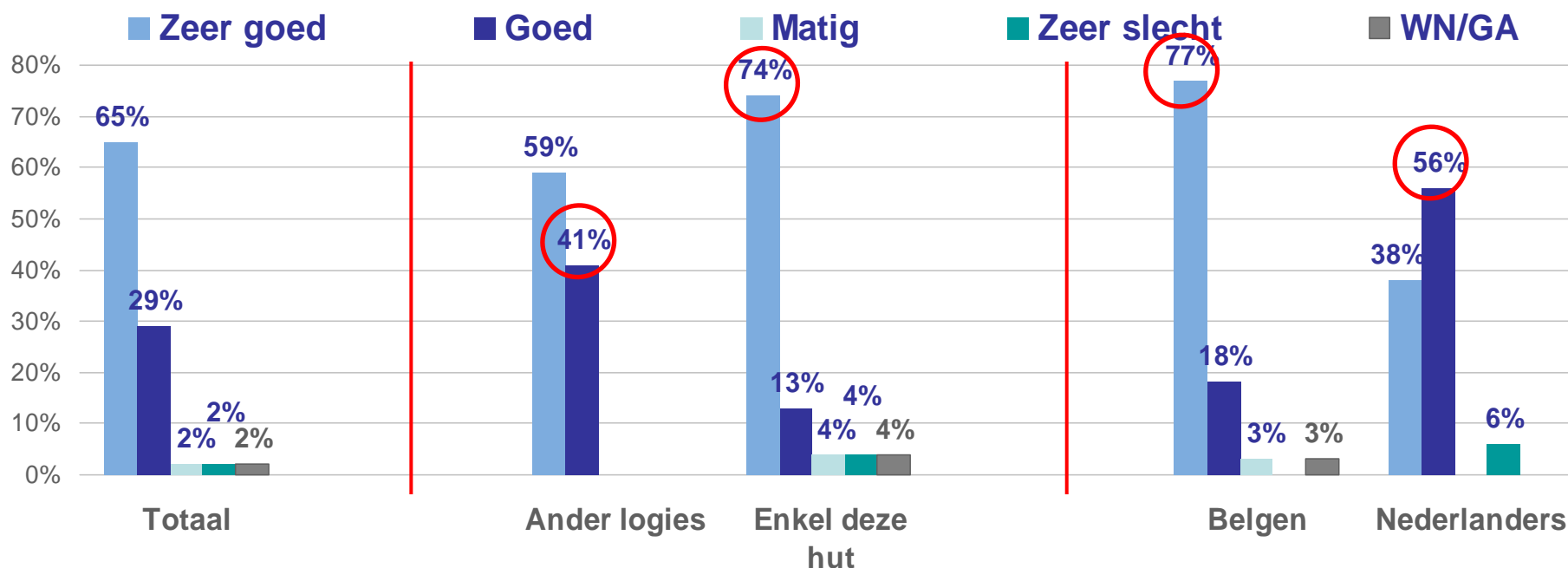


Een halvering van het gebruik van de reserveringscentrale in 2007 ten opzichte van 2003 (40% naar 21%)



## 2. Contactverloop (dienstverlening)

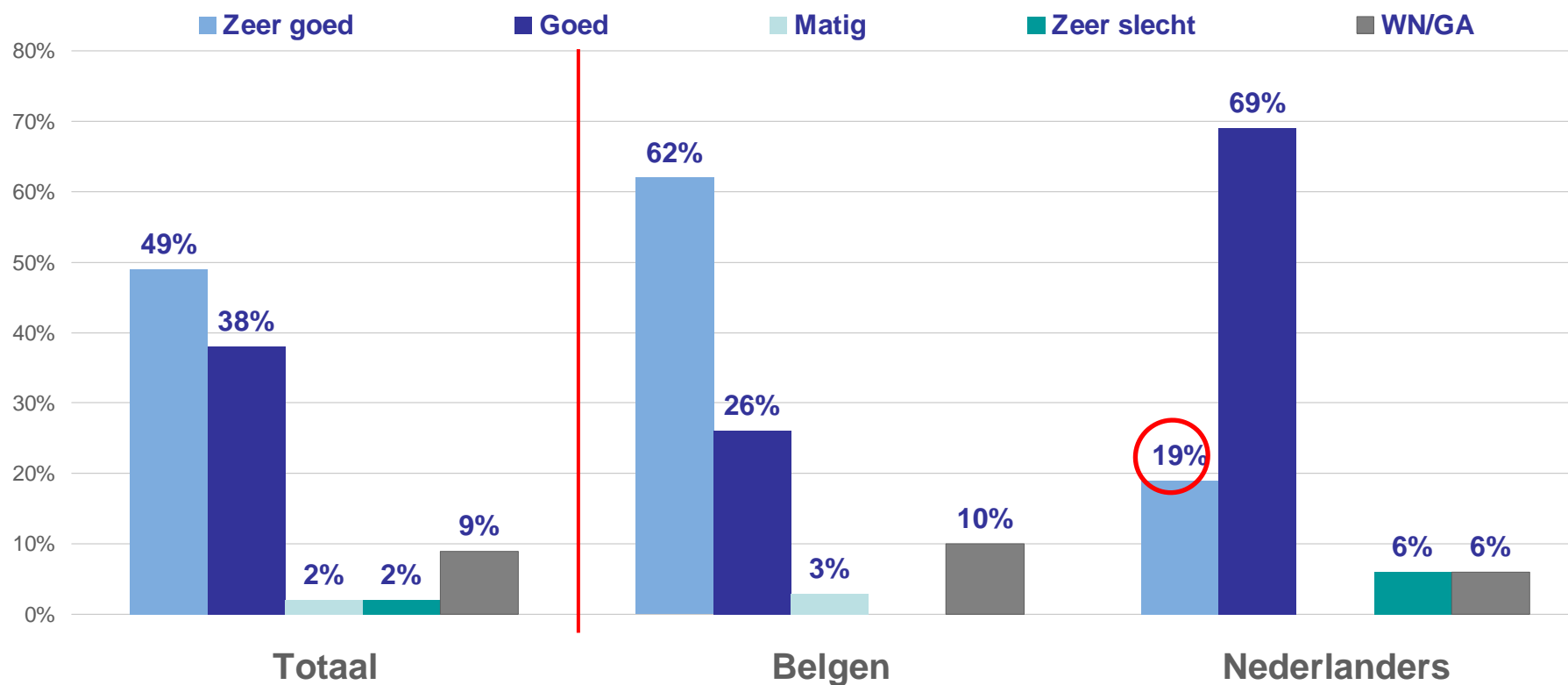
Basis: Alle respondenten die via centrale reserveerden (n= 55)



Een zeer grote algemene tevredenheid, waarbij Nederlanders en trekkers die in meerdere hutten logeren iets minder zeer tevreden zijn. Belgen en diegenen die slechts in 1 hut logeren zijn dat dan weer wel.

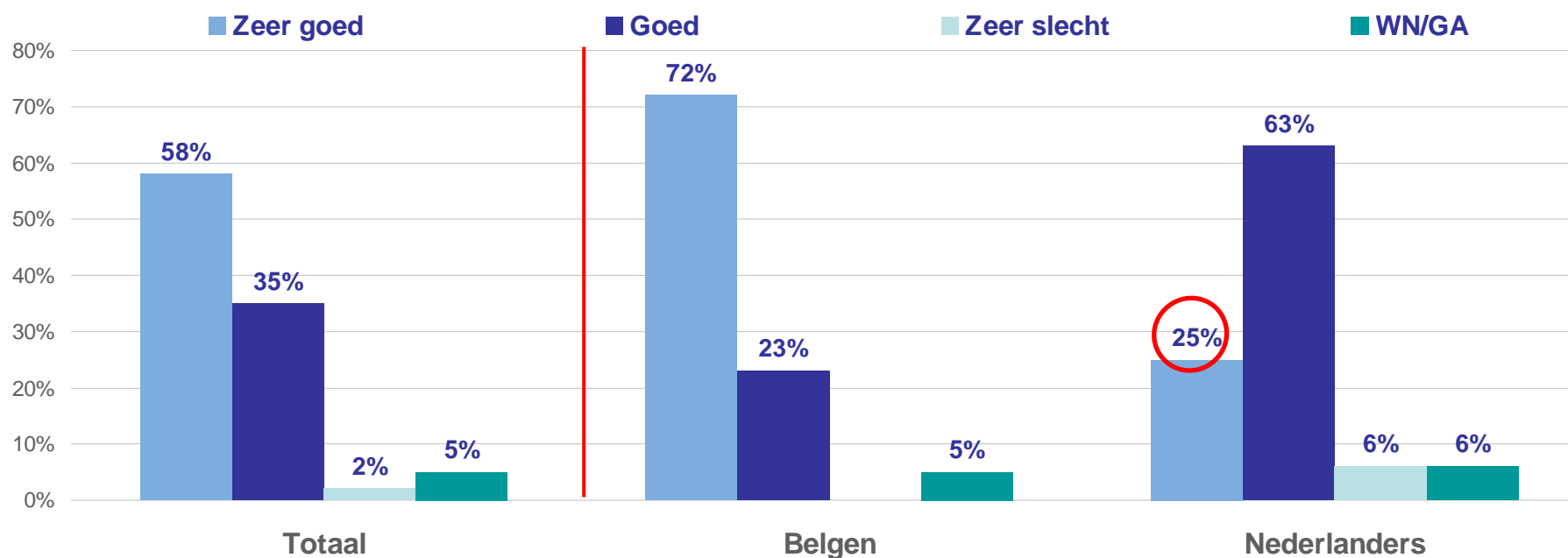
## 2. Contactverloop (informatieverstrekking)

Basis: Alle respondenten die via centrale reserveerden (n= 55)



## 2. Contactverloop (afhandeling)

*Basis: Alle respondenten die via centrale reserveerden (n= 55)*



Het contactverloop is in het algemeen zeer goed.  
 Wel zien we, net zoals bij de mening over het logies, dat Nederlanders wel tevreden zijn, maar minder zeer tevreden.

## 2. Contactverloop - Evolutie

- Op geen van de 3 vlakken (Dienstverlening, Informatieverstrekking en Afhandeling) van het contactverloop is er enige grote evolutie van betekenis waar te nemen.
- De meningen zijn nu wel iets meer gepolariseerd (maar het gaat nog steeds om kleine percentages van de respondenten):

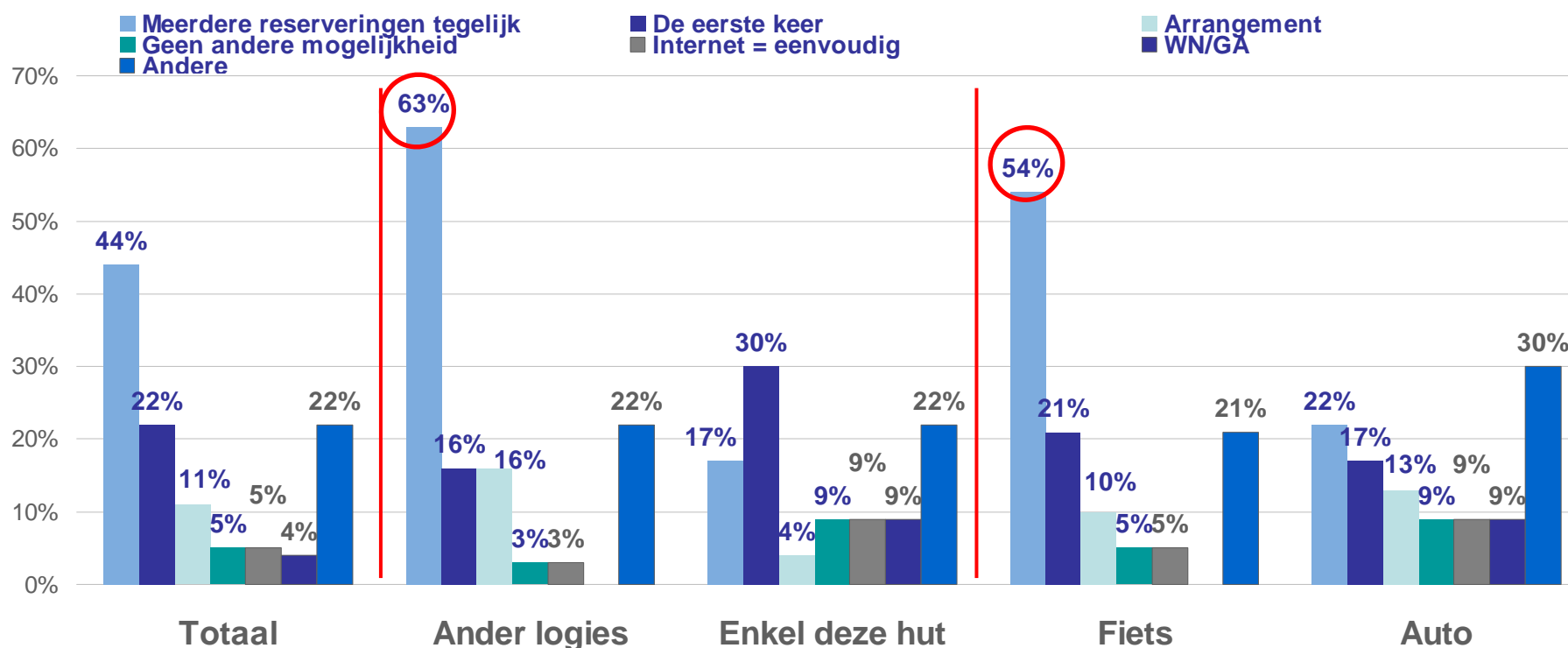
Er zijn iets minder trekkers die het contact matig noemen (van gemiddeld 3.5% gedaald naar 1.3%)

Meer trekkers die het contactverloop zeer slecht noemen (van 0.8 % gestegen naar 2.4%)

## 3. Reden(en) om via centrale te reserveren

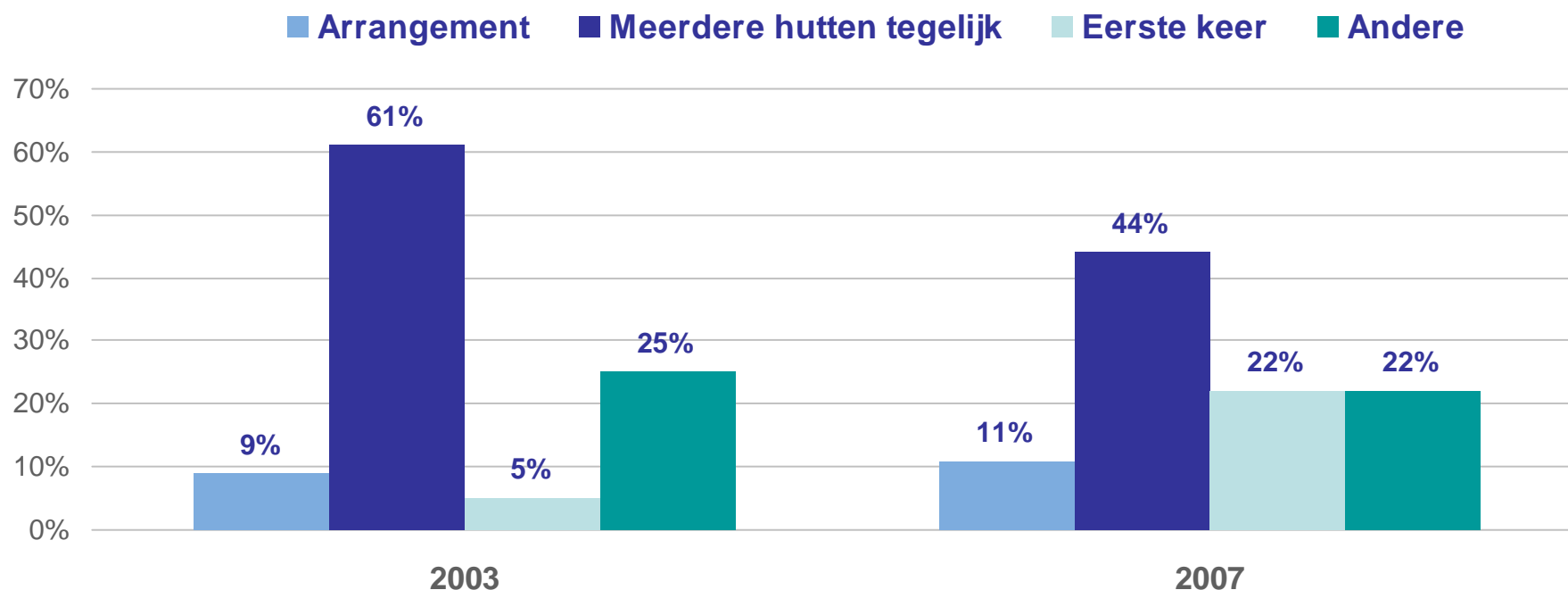
(multiple response, 62 antwoorden)

Basis: Alle respondenten die via centrale reserveerden (n= 55)



De centrale wordt vooral gebruikt om meerdere hutten tegelijk te reserveren, wat nog meer het geval is bij fietsers. Uiteraard is dit ook een belangrijke reden bij diegenen die in meerdere hutten logeren.

## 3. Reden(en) om via centrale te reserveren



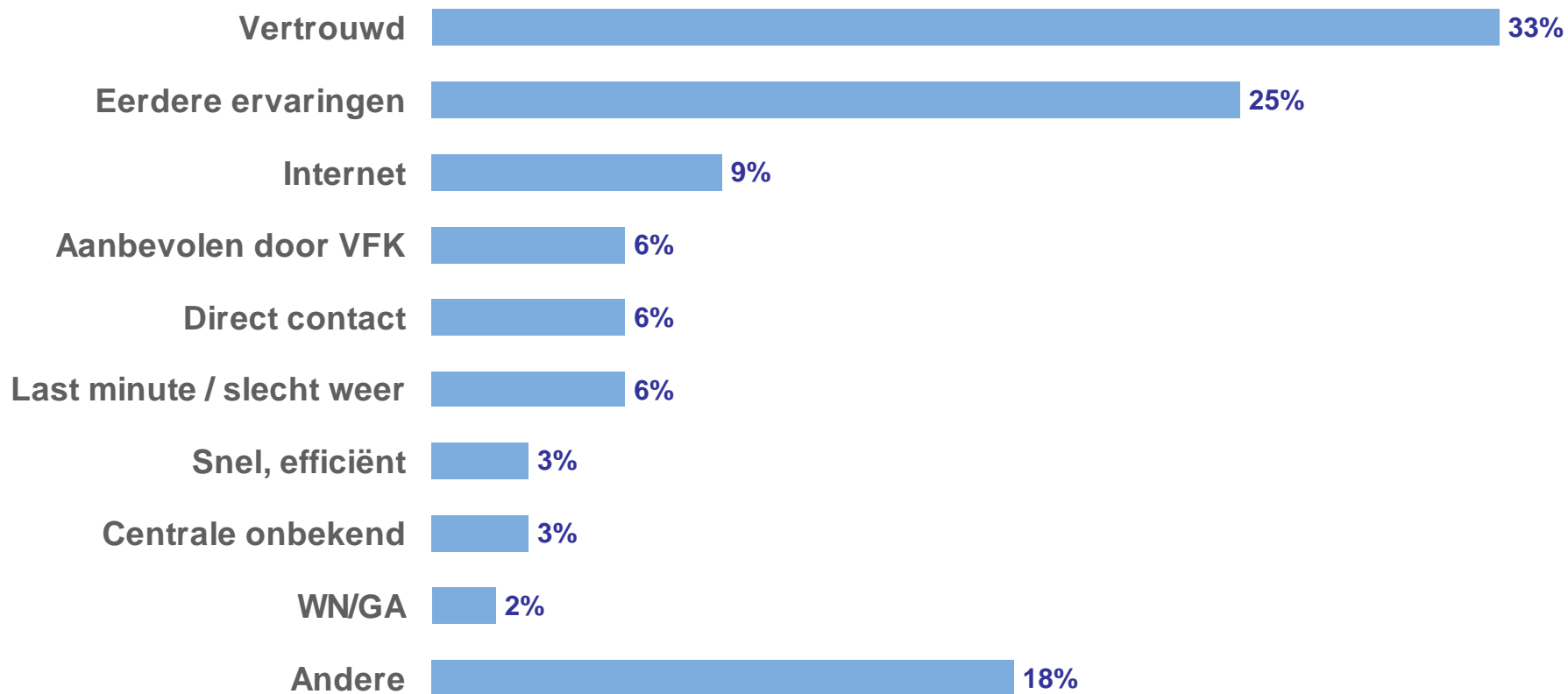
Meer mensen maken nu gebruik van de centrale omwille van hun onervarenheid met dit systeem.

Daarentegen is het reserveren van verschillende hutten tegelijk minder belangrijk geworden als reden voor het gebruik van de centrale.

## Reden(en) om rechtstreeks te boeken

(multiple response, 216 antwoorden)

*Basis: Alle respondenten die rechtstreeks boeken  
(n= 200)*





## Rechtstreeks boeken

---

### Reden(en) om rechtstreeks te boeken

- Vertrouwdheid met de trekkershuttenformule speelt vooral mee bij Nederlanders, fietsers en zij die in meerdere hutten logeren. Uiteraard is dit ook een belangrijke factor bij ervaren trekkers.
- Eerdere ervaringen op dezelfde plaats zijn dan weer belangrijk voor autorijders en zij die slechts in 1 hut logeren.

### **Bijkomende observatie:**

Ze kennen de specifieke hut van vroeger en boeken die dan om er kort (en alleen daar) te verblijven



- 21% van de trekkers boekt via de reserveringscentrale. Deze centrale lijkt een leidraad te zijn die gebruikt wordt bij de eerste keer, maar vooral om verschillende hutten tegelijk te reserveren. Fietsers doen dit meer dan gemiddeld, ze plannen hun tocht met verschillende etappes dus op voorhand.
- Het contact met de centrale verloopt in het algemeen zeer goed, op alle vlakken. Wel zien we dat Nederlanders (vooral uit NL) eerder gewoon tevreden zijn en niet meteen zeer tevreden.
- De helft van de trekkers boeken rechtsreeks omwille van eerdere ervaringen, zijnde met de trekkershuttenformule of met de specifieke hut waarin ze ook nu weer logeren.



---

# Algemene conclusie

---



toerisme  
vlaanderen

- De trekker is in het algemeen tevreden tot zeer tevreden over de trekkershut, de faciliteiten en voorzieningen errond en de service. Daarom zegt ook 94% opnieuw gebruik te zullen maken van deze formule.
- De trekker gaat vooral zelf op zoek naar informatie via Internet, andere mensen en brochures. De brochure “Trekkershutten in Vlaanderen en Zuid-Nederland” is gekend door de helft van de respondenten.
- Meestal wordt er rechtstreeks geboekt (en dus niet via de reserveringscentrale) omdat men reeds ervaring heeft met de formule of de locatie.
- De fietstoerist blijft toch wel de belangrijkste doelgroep van de trekkershut. Hij reist in kleine groep gedurende een langere tijd waarbij hij over de verschillende fietsroutes van hut tot hut fietst om er de nacht door te brengen en de dag erop zijn weg te vervolgen.

- Eens gaan piepen bij de burens uit Nederland om de tevredenheid nog meer omhoog te halen.
- De ruimte die er nog is voor verbetering, vinden we vooral terug qua keukenuitrusting en op vlak van het sanitair.
- Het label “Fietsvriendelijk Logies” meer promoten indien de gekendheid (bij fietsers maar 45%) moet stijgen.
- Zorgen dat er genoeg informatie beschikbaar is via alle mogelijke kanalen, aangezien klanten deze zelf zoeken of horen van andere klanten. Vooral Internet moet hierin een steeds grotere rol spelen, gezien het stijgende gebruik ervan.



---

### **Ipsos Belgium**

Maarten Keyen – Junior Research Executive

Head Office: Drukpersstraat 4 – 1000 Brussel – België

Operation Office & Postal Address: Waterloo Office Park, Bat. J,  
Drève Richelle 161 – 1410 Waterloo - Belgium

02-642.49.33 – 📠 02-648.34.08

✉️ maarten.keyen@ipsos.be

---