

OBSERVATORIUM VOOR TOERISME TE BRUSSEL

J A A R V E R S L A G

2000

2000



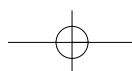
BRUSSEL INTERNATIONAAL -
TOERISME & CONGRES · BITC



TOERISME
VLAANDEREN



ARDENNEN
BRUSSEL
BELGISCH
VERKEERSBUREAU
BELGIË



OBSERVATORIUM
VOOR TOERISME TE BRUSSEL

2000

J A A R V E R S L A G

INLEIDING	6	1.1.1/ Aantal passagiers en transitpassagiers op de Nationale Luchthaven van Brussel van 1995 tot 2000	21
De doelstellingen van de 3 ^{de} uitgave van het jaarverslag van het Observatorium voor Toerisme te Brussel.			7
OVERNACHTINGEN	8	1.1.2/ Aantal vliegbewegingen op de Nationale Luchthaven van Brussel in 1999 en 2000	21
1/ HET AANBOD	8	1.1.3/ Aantal passagiers	22
1.1/ Het hotelaanbod	8	1.1.4/ Aantal vluchten : top 20 van de bestemmingen	22
1.2/ Het jeugdherbergaanbod	8	1.1.5/ Aantal passagiers : top 20 van de bestemmingen	23
1.3/ Het gastenkamersaanbod	8	1.1.6/ Hotels aan de luchthaven	23
1.4/ Het apparhotelaanbod	8	1.2/ Aantal passagiers dat reist met Sabena per type tickets	24
2/ DE BEZETTINGSGRAAD	9	2/ SPOORWEGTRANSPORT	24
2.1/ Totaal aantal overnachtingen	9	2.1/ Internationaal verkeer	24
2.1.1/ Totaal aantal overnachtingen van 1991 tot 2000	9	2.1.1/ Aantal passagiers op Thalys vanuit en naar Brussel van 1998 tot 2000	24
2.1.2/ Totaal aantal overnachtingen van 1995 tot 2000	9	2.1.2/ Percentage tickets voor zakenreizen / vrije tijd verkocht via Thalys van 1998 tot 2000	25
2.1.3/ Totaal aantal overnachtingen in de belangrijkste Belgische steden (vergelijking tussen 1995 en 2000)	10	2.1.3/ Aantal passagiers op de Eurostar met bestemming Brussel van 1998 tot 2000	25
2.1.4/ Totaal aantal overnachtingen in enkele Europese steden (vergelijking tussen 1995 en 2000)	10	2.1.4/ Percentage tickets voor zakenreizen / vrije tijd verkocht via Eurostar van 1998 tot 2000	26
2.1.5/ Binnenlandse en buitenlandse overnachtingen in enkele Europese steden	11	2.2/ Binnenlands verkeer	26
2.1.6/ De drie belangrijkste buitenlandse markten in enkele Europese steden	11	2.2.1/ Aantal tickets verkocht met bestemming Brussel vanuit alle Belgische stations	26
2.2/ Overnachtingen in hotels	12	3/ Transport per autocar	26
2.2.1/ Aantal overnachtingen in hotels naar land van herkomst	12	■ Observaties	26
2.2.2/ De drie belangrijkste buitenlandse markten voor de belangrijkste Belgische steden	13	CULTURELE DIENSTEN	27
2.2.3/ Evolutie van de jaarlijkse gemiddelde bezettingsgraad per kamer van 1991 tot 2000	13	1/ HET AANBOD	27
2.2.4/ Jaarlijkse gemiddelde bezettingsgraad in enkele Europese steden	13	1.1/ Musea en toeristische attracties	27
2.2.5/ Seizoenspreiding met betrekking tot de hotelovernachtingen	14	1.2/ Geleide cultuurbezoeken	27
2.2.6/ Aantal overnachtingen per maand en per markt in 2000	14	2/ DE BEZOEKEN	28
2.2.7/ Aantal overnachtingen in hotels voor recreatieve- (RV) en zakenverblijven (ZV) in het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest	15	2.1/ Musea en toeristische attracties	28
2.3/ Overnachtingen in jeugdlogies	15	2.1.1/ Alle bezoeken samengevoegd	28
2.3.1/ Overnachtingen in jeugdlogies naar land van herkomst	16	2.1.2/ De indeling van het aantal bezoekers aan musea en attracties	28
2.3.2/ Seizoenspreiding met betrekking tot de overnachtingen in jeugdlogies	16	2.2/ Culturele rondleidingen	29
2.3.3/ Aandeel van de categorieën groepen en individuele in jeugdlogies	17	2.2.1/ Aantal bezoeken	29
2.4/ Overnachtingen in gastenkamers	17	2.2.2/ Percentage van de talen die tijdens de rondleidingen gebruikt worden	29
2.4.1/ Overnachtingen in gastenkamers naar land van herkomst	18	2.2.3/ Aandeel van de individuen en van de groepen in de rondleidingen	29
2.4.2/ Seizoenspreiding met betrekking tot de overnachtingen in gastenkamers	18	3/ EENMALIGE EN TERUGKERENDE EVENEMENTEN IN BRUSSEL	30
2.4.3/ Doel van het verblijf van het cliënteel dat logeert bij gastenkamers	19	3.1/ Brussel 2000	30
■ Observaties	19	3.2/ Eenmalige evenementen	30
TRANSPORT	21	3.3/ Terugkerende evenementen	30
1/ LUCHTTRANSPORT	21	4/ HET PROFIEL VAN DE BEZOEKERS	31
1.1/ Nationale Luchthaven van Brussel	21	4.1/ Kenmerken van de bezoeker	31
		4.2/ Kenmerken van het bezoek	32
		4.3/ Activiteiten tijdens het bezoek	32
		4.4/ Imago van Brussel	33
		■ Observaties	33

Het Observatorium voor Toerisme te Brussel is de concretisering van een partnership tussen de verschillende spelers in de toeristische sector.

INSTITUTIONELE PARTNERSHIPS:

- Toerisme Vlaanderen (TVI)
- Brussel International – Toerisme en Congres (BITC)
- Office de Promotion du Tourisme Wallonie – Bruxelles (OPT)

Een functionele structuur verbindt de “City marketing” van BITC met de diensten “Recherche et Marketing” van het OPT en “Planning en Onderzoek” van TVI. Zo wordt de soepelheid gecreëerd die nodig is om in te spelen op de verwachtingen van de Brusselse toeristische sector.

Het Observatorium voor Toerisme is de vrucht van een gezamenlijke methodologische en analytische inspanning van BITC, OPT en TVI. Het Observatorium is voor de verschillende toeristische sectoren van Brussel de referentie geworden voor statistische gegevens en de analyse daarvan. Gebaseerd op een sterk partnership wenst het Observatorium een echt beleidsmiddel te worden voor de directies van zowel publieke als private ondernemingen. De analyses van het Observatorium steunen op betrouwbare statistieken en onderzoeken die kunnen worden verricht dankzij de partnerships met de verschillende sectoren van de toeristische activiteit, bijvoorbeeld: de Brusselse HoReCa-federatie, Logies voor jongeren, Bed & Brussels, Taxi Stop, Brusselse Museumraad, Voir et Dire Bruxelles, de Gidsen Brussel België, Sabena, BIAC, NMBS, BAPCO, Brussels Congress, de TO Incomings, ... Het Observatorium geeft sinds 1999 “Brieven van het Observatorium” uit en ook een jaarverslag over de toestand van het toerisme in Brussel.

Tevens kunnen ook specifieke vragen van externe partners beantwoord worden, mits een financiële bijdrage van hun kant.

HET OBSERVATORIUM VOOR TOERISME TE BRUSSEL: METHODOLOGIE EN WERKINSTRUMENTEN.

■ METHODOLOGIE

De volgende factoren zijn essentieel voor het welslagen van de inschakeling van een dergelijk observatorium :

- de vaste wil tot samenwerking van de toeristische partners om de collectieve en individuele resultaten te optimaliseren;
- de aanpassing van het proces op basis van de opmerkingen vanuit het terrein;
- de kwaliteit van de gegevens, de continuïteit in het proces en de planning ervan;

- de soepele organisatie van de verspreiding van de onderzoeksresultaten en aanbevelingen.

Deze methodologie werd uitgewerkt om te kunnen beantwoorden aan de behoefte aan een vergelijkende analyse tussen Brussel en andere steden, maar ook om een analyse mogelijk te maken van vraag en aanbod in de verschillende toeristische sectoren (logies, musea en toeristische attracties, vervoermiddelen...).

■ HET JAARVERSLAG

Het jaarverslag van de volledige toeristische activiteit in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest is een structureel hulpinstrument voor strategisch beleid. Het bundelt gegevens die het hele jaar door worden gecompileerd, en het analyseert de trends.

Het aanbod in Brussel, het profiel van de toeristen, de bezoeken in zakelijk/recreatief verband, de evolutie van de prioritaire markten : het jaarverslag verwerkt elk jaar een massa essentiële informatie.

Door de wachttijden voor de beschikbaarheid van de gegevens kunnen wij het jaarverslag momenteel niet vóór de maand december publiceren. Men moet inderdaad rekenen op tien maanden om over betrouwbare cijfers te beschikken. Wij werken aan het terugdringen van die wachttijden.

■ DE BRIEVEN VAN HET OBSERVATORIUM

Met de Brieven van het Observatorium is het mogelijk kortetermijnresultaten te verspreiden bij de toeristische partners:

Brief van het Observatorium nr. 1 - juli 2000

Analyse van de conjunctuurgegevens over de trends van juni en de eerste helft van juli 2000

Brief van het Observatorium nr. 2 - augustus 2000

Analyse van de conjunctuurgegevens over de trends van juli 2000

Brief van het Observatorium nr. 3 - september 2000

Vervolg op het onderzoek van juni en juli 2000 op de Grote Markt en in de infokantoren, synthese van de profielen van de Brussel-bezoekers en van de mensen die voor Euro 2000 kwamen.

Brief van het Observatorium nr. 4 - november 2000

Synthese van de onderzoeken naar de profielen van de bezoekers van de grote tentoonstellingen van de schilders Magritte (1998) en Ensor (1999).

INLEIDING

Brief van het Observatorium nr. 5 - juli 2001

Vergelijkende analyse van de profielen van de bezoekers die tijdens de eerste helft van juli 2001 op doortocht waren of verbleven in Brussel, en dit op de Grote Markt en in de infokantoren.

Brief van het Observatorium nr. 6 - september 2001

Analyse van de conjunctuurgegevens over de trends van de zomer 2001.

■ ONDERZOEK

> Er werden drie onderzoeken verricht:

- 1 - Profiel van de bezoekers van de Grote Markt van Brussel:
Enquêtes door GT4.
- 2 - Profiel van de bezoekers van het Toeristisch Informatiebureau op de Grasmarkt en de Grote Markt van Brussel:
Enquêtes door GT4.
- 3 - Synthese van het onderzoek naar de culturele, vrijetijds- en toeristische activiteiten van de buitenlandse bezoekers in Brussel:
Onderzoek door OGM in 2000.

In het kader van de samenwerking tussen verschillende sectoren neemt het Observatorium deel aan onderzoeken zoals "Onderzoek naar vervoer en parkeergelegenheid voor autocars en autobussen in Brussel" (onderzoek besteld door het Ministerie van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Directie Vervoerbeleid) en "Onderzoek naar het bezoekerspubliek van de Brusselse musea: individueel en in groep" (uitgewerkt door de Brusselse Museumraad).

■ INTERNETSITE VAN HET OBSERVATORIUM

De publicaties en de persberichten van het Observatorium voor Toerisme te Brussel zijn sinds november 2001 beschikbaar op het internet:

<http://www.observatoire-bruxelles.be>
of **<http://www.observatorium-brussel.be>**.

- > *Urbain CLAEYS*, Administrateur-generaal
Toerisme Vlaanderen
- > *André VRYDAGH*, City Marketing de Bruxelles
- > *Viviane JACOBS*, Directeur général
Office de Promotion du Tourisme Wallonie – Bruxelles

DE DOELSTELLINGEN VAN DE 3^{DE} UITGAVE VAN HET JAARVERSLAG VAN HET OBSERVATORIUM VOOR TOERISME TE BRUSSEL.

De voortdurende observatie van de toeristische stromen is een essentieel element om de economische waarde van het toerisme te kunnen meten en om de "City Marketing"-strategie te kunnen begeleiden.

■ DE DOELSTELLINGEN VAN DIT DERDE JAARVERSLAG ZIJN:

- de gegevens te vergelijken op korte termijn (2000 / 1999) en op middellange termijn (2000 / 1995);
- het niveau van een simpele opsomming van statistieken te overstijgen;
- de informatie voor te stellen om tot actie aan te sporen.

■ CONCREET VINDT U HIERIN EEN METHODOLOGISCHE ANALYSE EN EEN SYNTHESE VAN DE INFORMATIE OVER 3 SOORTEN TOERISTISCHE DIENSTEN:

- het aanbod en het gebruik van verschillende soorten logies: hotels, jeugdlogies en gastenkamers;
- de transportdiensten (luchtverkeer, spoorwegverkeer en autocars);
- de culturele toeristische diensten: musea en toeristische attracties, geleide culturele bezoeken, specifieke evenementen en terugkerende manifestaties in Brussel.

Elk hoofdstuk wordt duidelijk gesitueerd met een overzicht van de belangrijkste observaties.

1/ HET AANBOD

Logiesvormen	Betrokkenen	Bronnen
Hotels	Federatie Horeca Brussel ¹ Toerisme Vlaanderen Commission communautaire française	Nationaal Instituut voor Statistiek (NIS) ³ Federatie Horeca Brussel Hotelcatalogus
Jeugdlogies	Logies voor jongeren ²	NIS Logies voor jongeren
Gastenkamers	Bed & Brussels Taxi Stop Commission communautaire française	Bed & Brussels Taxi Stop Belsudcatalogus

1.1/ Het hotelaanbod

Aantal sterren	Aantal erkende hotels	Aantal kamers	Aantal hotels volgens het NIS	Maximale capaciteit (aantal bed-plaatsen)	Aantal hotels die lid zijn van Horeca
*****	16	4.239	14	7.638	14
****	36	4.215	39	8.585	33
***	40	3.457	48	8.100	25
**	23	512	26	2.422	8
*	8	142	14	737	1
Totaal erkende hotels	123	12.565	141	27.482	81
Andere ⁴	1	5	27	1.283	-
Totaal	124	12.570	168	28.765	81
Bron :	Hotelcatalogus 2001 (erkenning 2000)		NIS - 2000		Fed. Horeca Brussel 2000

■ OPMERKINGEN

- . In 2000 werden 123 etablissementen erkend door Toerisme Vlaanderen en door de Commission communautaire française.
- . Het Nationaal Instituut voor de Statistiek bouwt zijn databank op basis van de gemeentelijke bevragingen. Het NIS organiseert in 2001 een statistische hervorming en een belangrijk punt hierbij is de aanpassing van de hotellijst op basis van de gegevens van de publieke instanties.
- . In Brussel is 66% van de erkende hotels lid van de Horecafederatie. De meerderheid van deze leden behoort tot één van de categorieën met 3, 4 of 5 sterren.

1.2/ Het jeugdherberg-aanbod

Aantal etablissementen	Maximale capaciteit (aantal bed-plaatsen)
5	854

Bron: Logies voor jongeren 2000

1.3/ Het gastenkamers-aanbod

	Aantal aanbieden	Aantal kamers	Maximale capaciteit (aantal bed-plaatsen)
Gastenkamers met erkenningslabel (1)	23	35	65
Bij verenigingen ingeschrevene gastenkamers (2)	177	301	553

Bron: (1) Commission communautaire française en Belsudcatalogus 2001 (erkenning 2000) - (2) Bed & Brussels en Taxi Stop 2000

1.4/ Het apparthotelaanbod

De apparthotels kunnen verschillende vormen aannemen :

- Sommige hotels bieden een apparthoteldienst aan.
- Een deel van de apparthotels is als hotel erkend door de publieke instanties.

Deze twee worden in de categorie "hotels" ondergebracht zowel voor de hotelcatalogus als bij het NIS.

- Een derde groep apparthotels wordt bij het NIS geregistreerd als apparthotel en ondergebracht in de categorie "andere". In deze categorie bevinden zich 20 apparthotels.

¹In 2000 omvat de Federatie Horeca Brussel 91 leden, waarvan 81 hotels in Brussel gelegen zijn

²Logies voor jongeren is een vereniging die de 5 overnachtingscentra voor jongeren van de Franstalige Gemeenschap en de Vlaamse Gemeenschap verenigt.

³In 2000 registreert het NIS overnachtingen zowel in hotels, apparthotels en jeugdlogies met uitzondering van de gastenkamers.

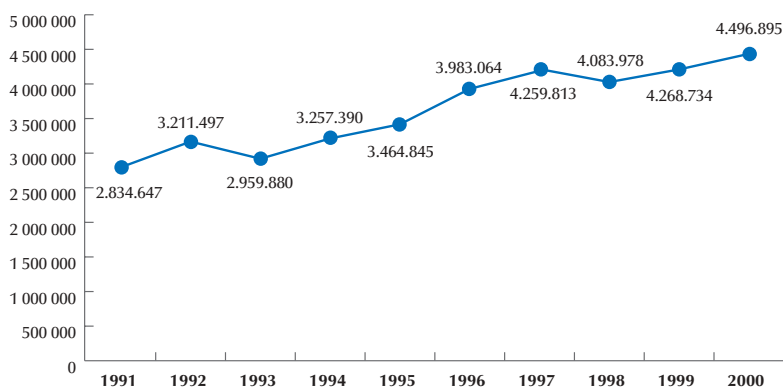
⁴De rubriek "Andere" omvat de hotels die ter erkenning voorliggen en een deel van de apparthotels.

OVERNACHTINGEN

2/ DE BEZETTINGSGRAAD

Logiesvormen	Betrokkenen	Bronnen
Hotels	Federatie Horeca Brussel	Nationaal Instituut voor Statistiek (NIS) Federatie Horeca Brussel
Jeugdlogies	Logies voor jongeren	NIS Logies voor jongeren
Gastenkamers	Bed & Brussels Taxi Stop	Bed & Brussels Taxi Stop

2.1/ Totaal aantal overnachtingen

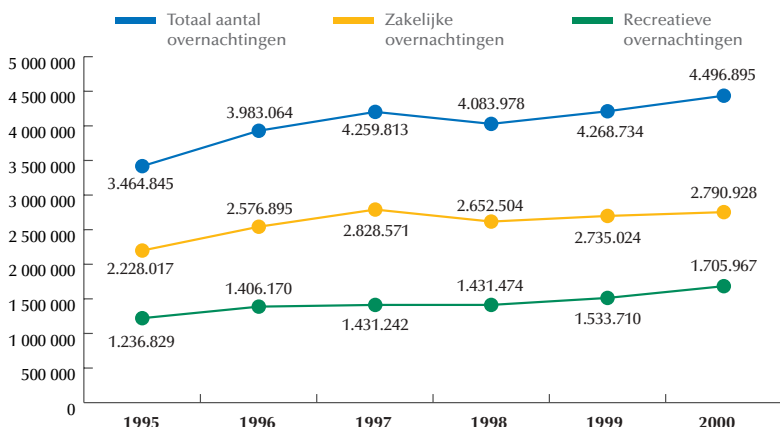


Bron: NIS

2.1.1/ Totaal aantal overnachtingen van 1991 tot 2000

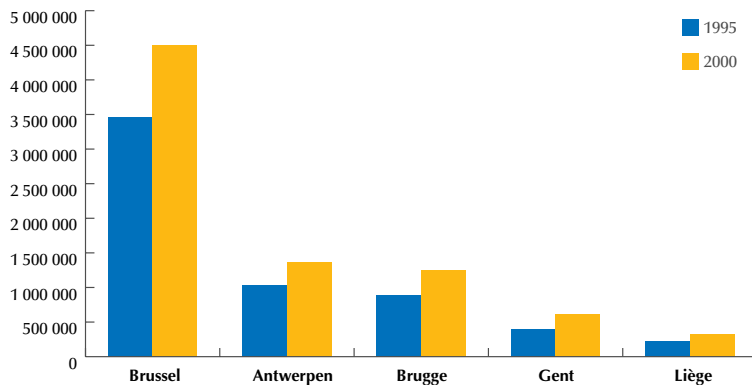
Er wordt gesproken van een overnachting als een bezoeker een nacht doorbrengt in een accommodatie (zakelijk of recreatief toerisme). De recreatieve overnachtingen omvatten vakantie- en recreatieve bezoeken. De zakelijke overnachtingen omvatten overnachtingen voor een conferentie, een congres, een seminarie of een andere professionele reden.

2.1.2/ Totaal aantal overnachtingen van 1995 tot 2000 : vergelijking van de curven : totaal aantal overnachtingen, zakelijke overnachtingen en recreatieve overnachtingen



Bron: NIS

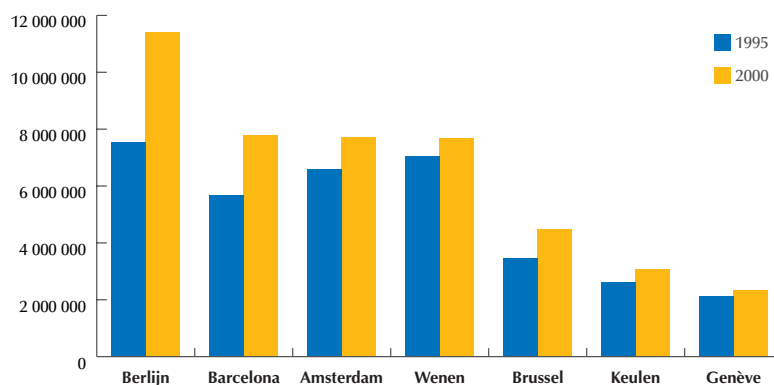
2.1.3/ Totaal aantal overnachtingen in de belangrijkste Belgische steden (vergelijking tussen 1995 en 2000)



Jaar	Brussel	Antwerpen	Brugge	Gent	Luik
1995	3.464.845	1.053.385	903.940	403.554	226.885
1996	3.983.064	1.122.466	1.004.237	473.310	239.896
1997	4.259.813	1.178.939	1.117.604	475.480	261.259
1998	4.083.978	1.344.211	1.186.638	529.714	236.190
1999	4.268.734	1.325.127	1.246.612	573.298	237.247
2000	4.496.895	1.387.617	1.268.695	622.112	325.364

Bron: NIS

2.1.4/ Totaal aantal overnachtingen in enkele Europese steden (vergelijking tussen 1995 en 2000)

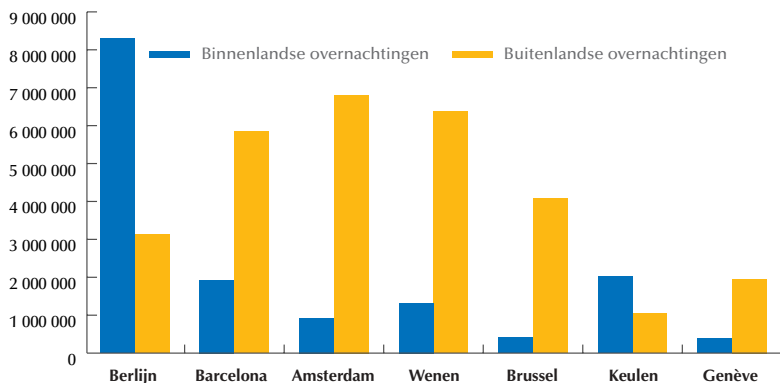
Bron: European Cities Tourism
in TourMisis

■ OPMERKINGEN :

- *TourMisis* is een marketing informatiesysteem. Dat met 110 Europese bestemmingen is verbonden. Het doel is betrouwbare toerismestatistieken te leveren over een periode van 10 jaar.
- Het aantal aankomsten in Londen is 28.300.000.
- Het aantal overnachtingen in Parijs is 31.633.273.
- In 2000 heeft Hannover de wereldtentoonstelling opgezet. Het aantal overnachtingen is met 80% toegenomen in vergelijking met 1999. De overnachtingen zijn namelijk van 1.129.683 in 1999 naar 2.030.944 in 2000.

OVERNACHTINGEN

2.1.5/ Binnenlandse en buitenlandse overnachtingen in enkele Europese steden



	Binnenlandse overnachtingen	Aandeel binnenlandse overnachtingen	Buitenlandse overnachtingen	Aandeel buitenlandse overnachtingen	Totaal aantal overnachtingen
Berlijn	8.292.587	73%	3.120.338	27%	11.413.000
Barcelona	1.927.040	25%	5.850.540	75%	7.777.580
Amsterdam	924.000	12%	6.810.000	88%	7.734.000
Wenen	1.324.224	17%	6.376.857	83%	7.701.081
Brussel	412.967	9%	4.083.928	91%	4.496.895
Keulen	2.014.276	66%	1.052.124	34%	3.066.400
Genève	387.913	17%	1.957.663	83%	2.345.578

Bron : European Cities Tourism in TourMis

2.1.6/ De drie belangrijkste buitenlandse markten in enkele Europese steden

Steden	Markten	Overnachtingen
Berlijn	V.S. Amerika	417.452
	Verenigd Koninkrijk	306.941
	Italië	261.014
Barcelona	V.S. Amerika	1.093.124
	Verenigd Koninkrijk	1.056.687
	Duitsland	504.910
Wenen	Duitsland	1.661.917
	Verenigd Koninkrijk	719.533
	Italië	603.241
Brussel	Verenigd Koninkrijk	765.733
	Frankrijk	480.896
	V.S. Amerika	369.544
Keulen	Verenigd Koninkrijk	181.145
	V.S. Amerika	128.495
	Italië	81.306
Genève	V.S. Amerika	245.921
	Verenigd Koninkrijk	230.370
	Frankrijk	178.805

Bron : European Cities
Tourism in TourMis

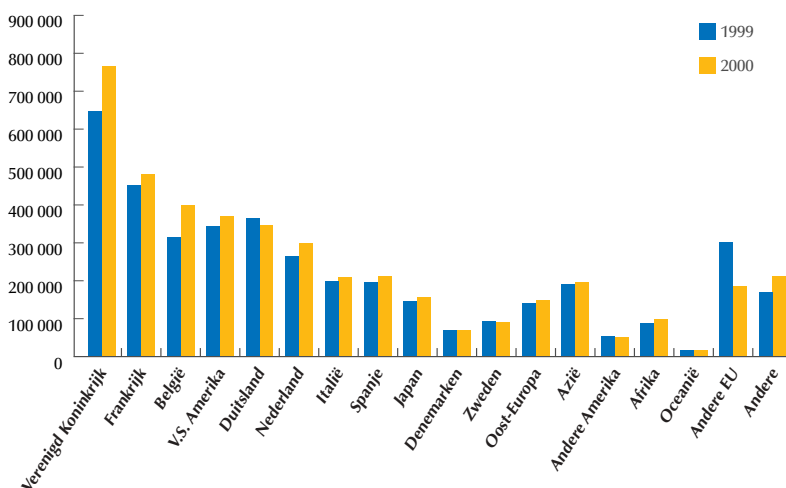
De cijfers voor Amsterdam zijn niet beschikbaar.

2.2/ Overnachtingen in hotels

	1999	2000
Aantal overnachtingen (1)	4.073.147	4.320.628
Bezettingsgraad per kamer (2)	68%	70%
Gemiddelde bruto-prijs per kamer ⁵ (2)	4.389 F 108,80 EUR	4.820 F 119,487 EUR
Aantal aankomsten (1)	2.123.437	2.253.846
Gemiddelde verblijfsduur in nachten (1)	1,9	1,9

Bron:
(1) NIS
(2) Fed. Horeca Brusselles

2.2.1/ Aantal overnachtingen in hotels naar land van herkomst



⁵Gecalculeerd op de antwoorden van 65 hotels.

	1999	2000		Trend 2000/99
Ver. Koninkrijk	647.956	765.733	18%	+18%
Frankrijk	451.497	480.896	11%	+7%
België	316.470	398.369	9%	+26%
V.S. Amerika	343.379	369.544	9%	+8%
Duitsland	366.400	347.992	8%	-5%
Nederland	264.368	299.640	7%	+13%
Italië	200.046	209.437	5%	+5%
Spanje	195.889	211.541	5%	+8%
Japan	146.877	158.033	4%	+8%
Denemarken	69.239	70.324	2%	+2%
Zweden	92.329	90.250	2%	-2%
Oost-Europa	154.539	160.327	4%	+4%
Asië	191.748	195.709	5%	+2%
Andere Amerika	55.318	51.663	1%	-7%
Afrika	87.946	98.229	2%	+12%
Oceanië	16.351	16.822	0%	+3%
Andere EU	303.015	184.633	4%	-39%
Andere landen	169.780	211.486	5%	+25%
Totaal	4.073.147	4.320.628	100%	+6%

Bron: NIS

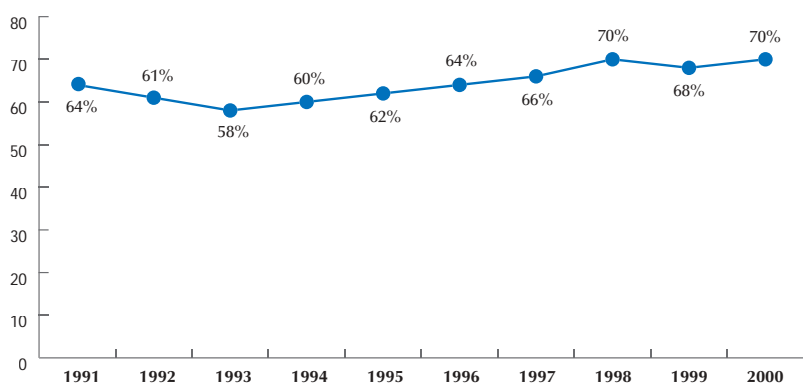
OVERNACHTINGEN

2.2.2/ De drie belangrijkste buitenlandse markten voor de belangrijkste Belgische steden

Steden	Markten	Overnachtingen	%
Brussel	Ver. Koninkrijk	765.733	17%
	Frankrijk	480.896	11%
	Duitsland	347.992	8%
Brugge	Ver. Koninkrijk	447.479	35%
	Nederland	129.333	10%
	Frankrijk	121.059	9%
Luik	Frankrijk	71.084	22%
	Ver. Koninkrijk	46.474	14%
	Duitsland	18.084	5%
Antwerpen	Nederland	335.171	24%
	Ver. Koninkrijk	182.911	13%
	Duitsland	132.562	10%
Gent	Ver. Koninkrijk	128.891	21%
	Nederland	127.642	21%
	Duitsland	71.295	11%

Bron: NIS

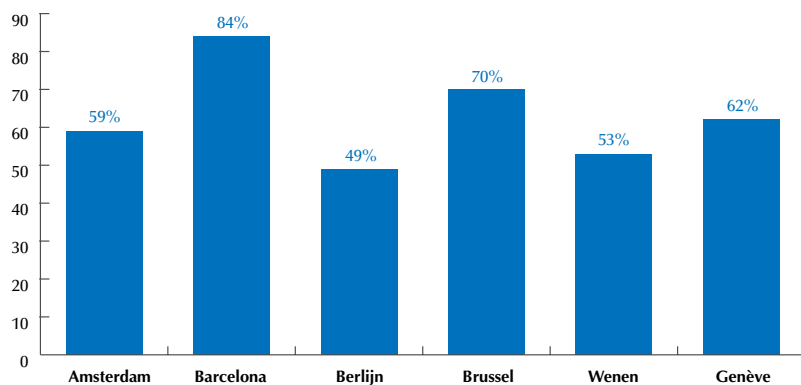
2.2.3/ Evolutie van de jaarlijkse gemiddelde bezettingsgraad per kamer van 1991 tot 2000



Bron:

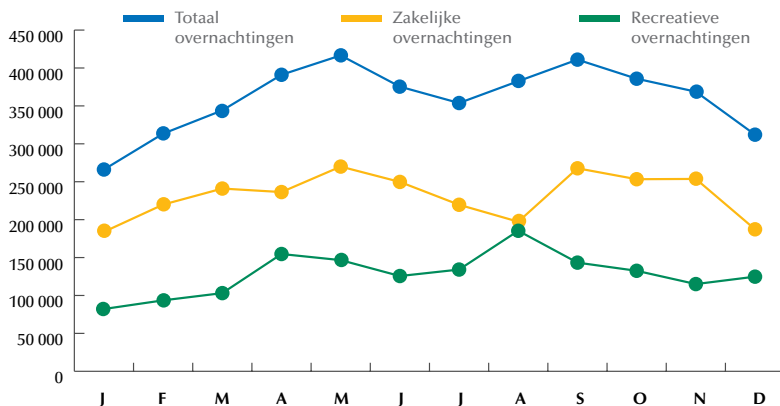
Federatie Horeca Brussel

2.2.4/ Jaarlijkse gemiddelde bezettingsgraad in enkele Europese steden



Bron : European Cities
Tourism in TourMis

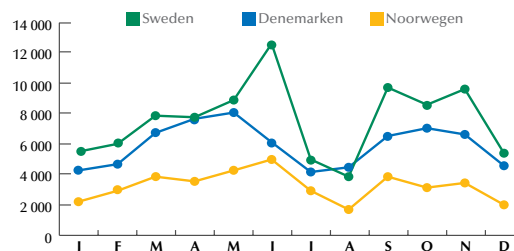
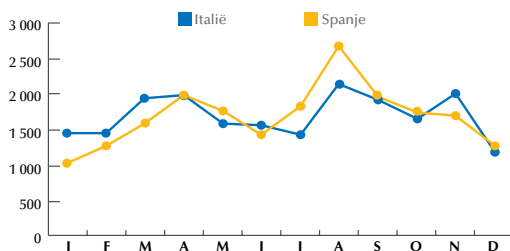
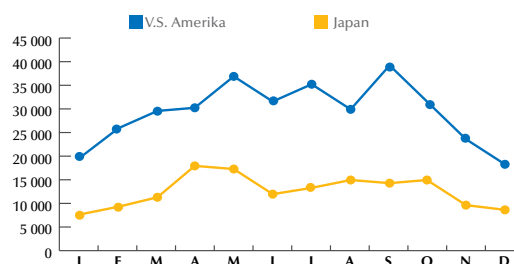
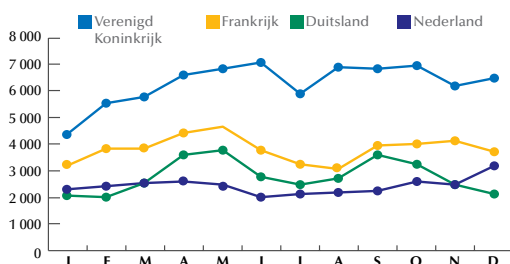
2.2.5/ Seizoenspreiding met betrekking tot de hotelovernachtingen



Maand	Totaal aantal overnachtingen	Zakelijke overnachtingen	Recreatieve overnachtingen
Januari	266.091	183.928	82.163
Februari	313.410	219.848	93.562
Maart	344.097	240.989	103.108
April	391.042	236.375	154.667
Mei	416.583	269.969	146.614
Juni	375.385	249.740	125.645
Juli	353.789	219.614	134.175
Augustus	382.585	197.268	185.317
September	411.018	267.708	143.310
Oktober	385.854	253.317	132.537
November	368.726	253.694	115.032
December	312.048	187.255	124.793
Gemiddelde	360.052	231.646	128.410
Totaal	4.320.628	2.779.701	1.540.927

Bron : NIS

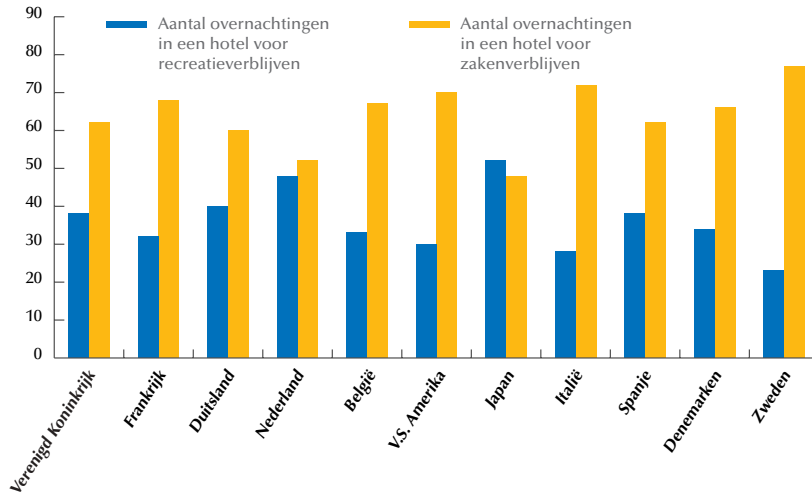
2.2.6/ Aantal overnachtingen per maand en per markt in 2000



Bron : NIS

OVERNACHTINGEN

2.2.7/ Aantal overnachtingen in hotels voor recreatieve- (RV) en zakenverblijven (ZV) in het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest



Land van herkomst	Aantal overnachtingen in een hotel voor RV		Aantal overnachtingen in een hotel voor ZV	
	Aantal	Procent	Aantal	Procent
Ver. Koninkrijk	287.765	38%	465.213	62%
Frankrijk	146.142	32%	311.476	68%
Duitsland	132.384	40%	300.639	60%
Nederland	139.185	48%	152.622	52%
België	138.333	33%	274.632	67%
V.S. Amerika	106.029	30%	244.382	70%
Japan	77.708	52%	72.934	48%
Italië	56.056	28%	147.388	72%
Spanje	77.570	38%	124.866	62%
Denemarken	24.066	34%	46.258	66%
Zweden	20.381	23%	69.869	77%

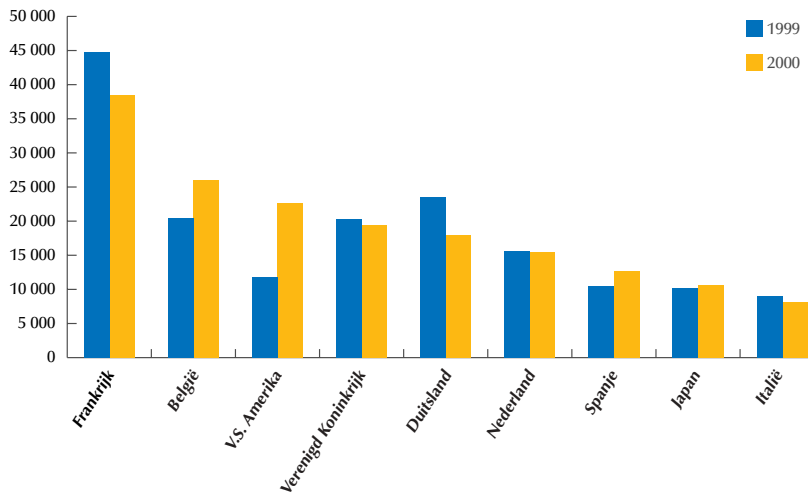
Bron : NIS

2.3/ Overnachtingen in jeugdlogies

	1999	2000
Aantal overnachtingen (1)	235.909	238.495
Bezettingsgraad per bed (1)	76%	77%
Aantal aankomsten (2)	137.940	127.969
Gemiddelde verblijfsduur in aantal overnachtingen (1)	1,7	1,9

Bron :
 (1) Logies voor jongeren
 (2) NIS

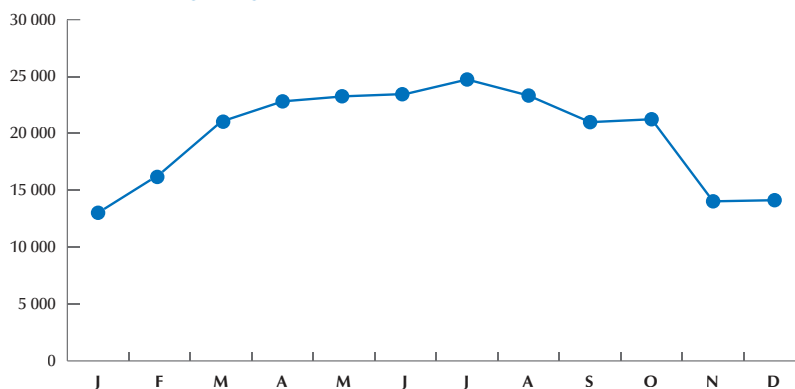
2.3.1/ Overnachtingen in jeugdlogies naar land van herkomst



Land van herkomst	1999	2000		Trend 2000/1999
Ver. Koninkrijk	20.261	19.488	8%	-4%
Frankrijk	44.739	38.450	16%	-14%
Duitsland	23.519	17.982	8%	-24%
Nederland	15.538	15.440	6%	-1%
V.S. Amerika	11.723	22.646	9%	+93%
Japan	10.233	10.643	4%	+4%
Spanje	10.526	12.731	5%	+21%
Italië	9.081	8.142	3%	-10%
België	20.415	26.023	11%	+27%
Andere landen	69.874	66.950	28%	-4%
Totaal	235.909	238.495	100%	+1%

Bron: Logies voor jongeren

2.3.2/ Seizoenspreiding met betrekking tot de overnachtingen in jeugdlogies

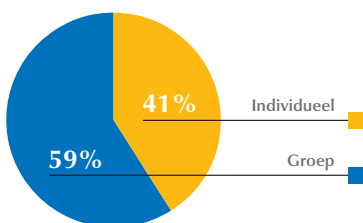


OVERNACHTINGEN

Maand	1999	2000		Trend 2000/1999
Januari	13.583	13.024	5%	-4%
Februari	17.017	16.408	7%	-4%
Maart	21.123	21.033	9%	-0%
April	20.673	22.820	10%	+10%
Mei	21.985	23.264	10%	+6%
Juni	20.620	23.469	10%	+14%
Juli	25.743	24.743	10%	-4%
Augustus	23.388	23.330	10%	-0%
September	20.502	20.993	9%	+2%
Oktober	20.335	21.248	9%	+4%
November	17.325	14.032	6%	-19%
December	13.615	14.131	6%	-15%
Gemiddelde	19.659	19.875	8%	+0%
Totaal	235.909	238.495	100%	-1%

-----Bron: Logies voor jongeren

2.3.3/ Aandeel van de categorieën groepen en individuele in jeugdlogies



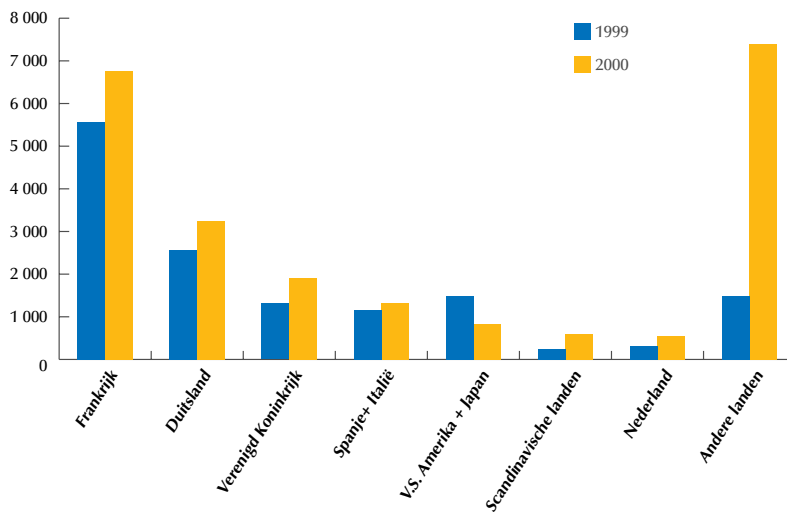
-----Bron: Logies voor jongeren (4 instellingen hebben geantwoord)

2.4/ Overnachtingen in gastenkamers

	1999	2000
Aantal overnachtingen	19.333	22.626
Aantal aankomsten	3.514	4.146
Gemiddelde verblijfsduur in nachten	6,3	5,5

-----Bron: Bed & Brussels
en Taxi Stop

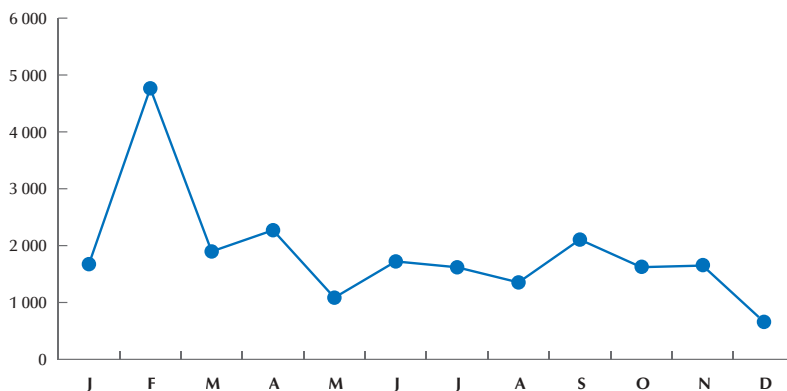
2.4.1/ Overnachtingen in gastenkamers naar land van herkomst



	1999	2000	
Frankrijk	5.566	6.755	30%
Duitsland	2.566	3.251	14%
Ver. Koninkrijk	1.312	1.907	8%
Spanje + Italië	1.165	1.331	6%
V.S. Amerika+Japan	1.484	841	4%
Scandinav. landen	251	591	3%
Nederland	320	558	2%
Andere landen	6.669	7.392	33%
Totaal	19.333	22.626	100%

Bron: Bed & Brussels
en Taxi Stop

2.4.2/ Seizoenspreiding met betrekking tot de overnachtingen in gastenkamers



OVERNACHTINGEN

Maand	1999	2000	
Januari	1.670	1.674	7%
Februari	1.513	4.766	21%
Maart	1.760	1.897	8%
April	1.501	2.271	10%
Mei	1.500	1.085	5%
Juni	1.271	1.722	8%
Juli	1.489	1.619	7%
Augustus	1.822	1.353	6%
September	2.152	2.106	9%
Oktober	1.950	1.621	7%
November	1.864	1.853	8%
December	841	659	3%
Gemiddelde	1.611	1.869	8%
Totaal	19.333	22.626	100%

Bron : Bed & Brussels
en Taxi Stop

2.4.3/ Doel van het verblijf van het cliënteel dat logeert in gastenkamers

Doel van het verblijf	1999	2000
Toerisme	27%	47%
Zaken	21%	44%
Stage	31%	9%
Niet bepaald	21%	-

Bron: Bed & Brussels
en Taxi Stop

OBSERVATIES

Overnachtingsaanbod in Brussel

De totale overnachtingscapaciteit in Brussel bedraagt _____ 29.684
 Capaciteit voor de hotels : _____ 28.765
 Capaciteit voor jeugdherbergen : _____ 854
 Capaciteit in gastenkamers : _____ 65

Op niveau van het hotelaanbod blijft het aantal logiesinrichtingen stabiel. Daarentegen werd het aantal kamers met 170 eenheden uitgebreid, vooral in de hotels met 2 en 3 sterren.

In het algemeen zijn de tophotels de logiesinrichtingen met een grote capaciteit.

■ Brussel als toeristische bestemming

Het aantal overnachtingen in Brussel is gestegen met 59% tussen 1991 en 2000 en met 30% tussen 1995 en 2000. In 2000 zijn de overnachtingen in Brussel toegenomen met 5% in vergelijking met 1999.

De vraag komt vooral uit de volgende markten :

Verenigd Koninkrijk _____ (+18% in vergelijking met 1999)
 Frankrijk _____ (+7% in vergelijking met 1999)
 België _____ (+26% in vergelijking met 1999)
 V.S. Amerika _____ (+8% in vergelijking met 1999)
 Nederland _____ (+13% in vergelijking met 1999)

De buurlanden (Groot-Brittannië, Frankrijk, Duitsland en Nederland) vertegenwoordigen 44% van alle hotelovernachtingen, 38% van de overnachtingen in jeugdlogies en 54% van alle overnachtingen in gastenkamers. De markten waar Toerisme Vlaanderen en/of het OPT (Office de Promotion du Tourisme Wallonie-Bruxelles) een toeristische dienst hebben, vertegenwoordigen 71% van het aantal overnachtingen in hotels, 72% van het aantal overnachtingen in jeugdherbergen en 67% van alle overnachtingen in gastenkamers.

De oorsprong van de andere klanten is zeer gediversifieerd.

Het topseizoen van de hotelsector loopt van april tot juni en van augustus tot november. Wat jeugdlogies aangaat, strekt het seizoen zich uit van maart tot oktober. Voor de gastenkamers noteren we pieken tijdens de maanden januari, april en september. Die periode wordt gekenmerkt door de start van de stages bij de Europese Commissie. De bezettingsgraad is vergelijkbaar met die van 1998, met een bezetting van 70% van de hotelkamers. Dat is het hoogste percentage van dit decennium, ook al is het aanbod fors toegenomen.

De gemiddelde verblijfsduur in de hotelsector en in die van het jeugdlogies bedraagt 1,9 nachten. Bij de gastenkamers bedraagt deze 5,5 nachten.

■ Brussel als bestemming voor zakenreizen

Het totaal aantal zakelijke overnachtingen in Brussel steeg met 25% tussen 1995 en 2000.

In 2000 steeg het aantal zakelijke overnachtingen met 2% in vergelijking met 1999.

De herkomstlanden waarvoor de zakelijke overnachtingen het ruimste aandeel hebben zijn Zweden, Italië, de Verenigde Staten en Frankrijk.

Het topseizoen voor zakenverblijven loopt van maart tot juni en van september tot november.

Volgens de UIA bevestigt Brussel zijn tweede plaats (na Parijs) voor congressen van internationale verenigingen.

■ Brussel als vakantiebestemming

Het totaal aantal recreatieve overnachtingen in Brussel steeg met 38% tussen 1995 en 2000.

In 2000 steeg het aantal overnachtingen met vakantiemotief met 11% in vergelijking met 1999.

De herkomstlanden waarvoor de recreatieve overnachtingen het ruimste aandeel hebben zijn Japan en Nederland. Het topseizoen voor deze vakantieovernachtingen loopt van april tot mei en van juli tot oktober.

Het onderscheid tussen zakelijke en recreatieve overnachtingen is gebaseerd op de gegevens van het NIS. Het Observatorium voor Toerisme heeft in 2001 een onderzoek verricht naar de verblijfsmotieven van de klanten van de Brusselse hotels. De resultaten worden begin 2002 gepubliceerd.

■ De Belgische overnachtingen in Brussel

Het aandeel van de Belgen in het totaal aantal overnachtingen bedraagt 9%.

In 2000 steeg het aantal Belgische overnachtingen met 26% in vergelijking met 1999.

De statistische gegevens en het onderzoek naar het profiel van de toeristen in Brussel bevestigt de diversiteit van het toeristisch gedrag per markt, zoals bijvoorbeeld de seizoengebondenheid.

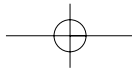
■ De positionering van de bestemming Brussel in vergelijking met andere Europese steden

Wat het totale aantal overnachtingen betreft staat Brussel op de 5de plaats na Berlijn, Barcelona, Amsterdam en Wenen. In Berlijn gaat het hoofdzakelijk om binnenlands toerisme (73%). In de vergelijking van de gemiddelde jaarlijkse bezettingsgraad staat Brussel 2^{de}, na Amsterdam. Wat het recreatieve toerisme betreft, is de internationale positionering van Brussel in de City Marketing vooral te situeren in de cultuursteden en van topklasse, vergelijkbaar met Amsterdam, Barcelona en Wenen.

Het imago en de concurrentiekracht van Brussel moeten versterkt worden met een aantrekkelijker en meer op evenementen gericht aanbod. Uit de profielonderzoeken blijkt namelijk dat evenementen met internationale uitstraling een onweerlegbare troef vormen voor het imago van Brussel.

Ook de Europese voetbalkampioenschappen hebben die trend bevestigd.

En tot slot moet voor de versteviging van de internationale en nationale positionering van Brussel ook rekening worden gehouden met de diversiteit van de toeristische vragen: Brussel moet in staat zijn die verschillende segmenten van de potentiële cliënteel aan te boren door hen een gepaste toeristische dienstverlening aan te bieden.

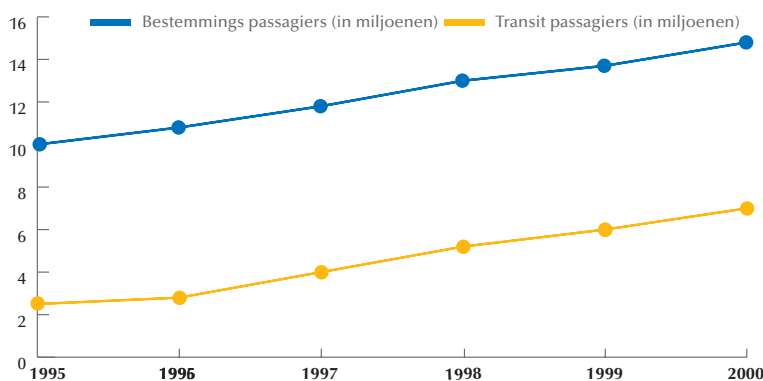


Transportmiddel	Betrokkenen	Bronnen
Luchttransport	BIAC ¹ Sabena	BIAC Sabena
Autocars	F.B.A.A. ²	F.B.A.A.
Spoorwegtransport	N.M.B.S. ³ Thalys International Eurostar	N.M.B.S – nationale reizigers N.M.B.S – internationale reizigers

1/ LUCHTTRANSPORT

1.1/ Nationale Luchthaven van Brussel

1.1.1/ Aantal passagiers en transitpassagiers op de Nationale Luchthaven van Brussel van 1995 tot 2000



Jaar	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Trend 2000/1999
Bestemmingspassagiers (in miljoenen)	10,06	10,91	11,95	13,08	13,79	14,82	+7%
Transit passagiers (in miljoenen)	2,54	2,61	3,99	5,4	6,22	6,78	+9%
Totaal passagiers (in miljoenen)	12,6	13,52	15,94	18,48	20,01	21,6	+8%

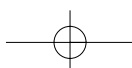
Bron : Brutrends 2000 - BIAC

1.1.2/ Aantal vliegbewegingen op de Nationale Luchthaven van Brussel in 1999 en 2000

Type vlucht	1999	2000	%	Trend 2000/1999
Lijnvluchten	268.300	281.600	86%	+5%
Cargo	24.300	23.500	7%	-3%
Algemene luchtvaart	14.000	15.400	5%	+10%
Militaire vluchten	7.200	5.700	2%	-21%
TOTAAL	313.800	326.200	100%	+4%

Bron : Brutrends 2000 - BIAC

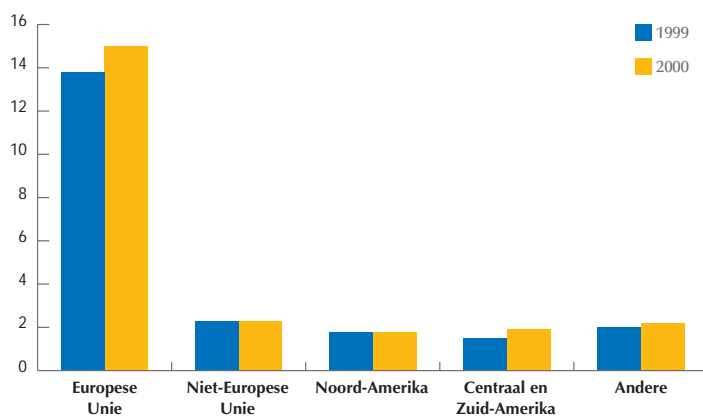
¹ Brussels International Airport Company
² Federatie van de Belgische Autobus- en Autocarondernemers en van Reisorganisatoren
³ Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen



1.1.3/ Aantal passagiers

Aantal passagiers (in miljoenen)	1999	2000	%	Trend 2000/1999
Europese Unie	13,8	15,1	70%	+9%
Niet-Europese Unie	2,4	2,4	11%	-
Noord-Amerika	1,6	1,6	8%	-
Afrika	1,3	1,7	8%	+31%
Centraal en Zuid-Amerika	0,3	0,3	1%	-
Midden-Oosten	0,4	0,3	1%	-25%
Azië	0,2	0,2	1%	-
TOTAAL	20	21,6	100%	+8%

Bron: Brutrends 2000 -
BIAC- transit inbegrepen



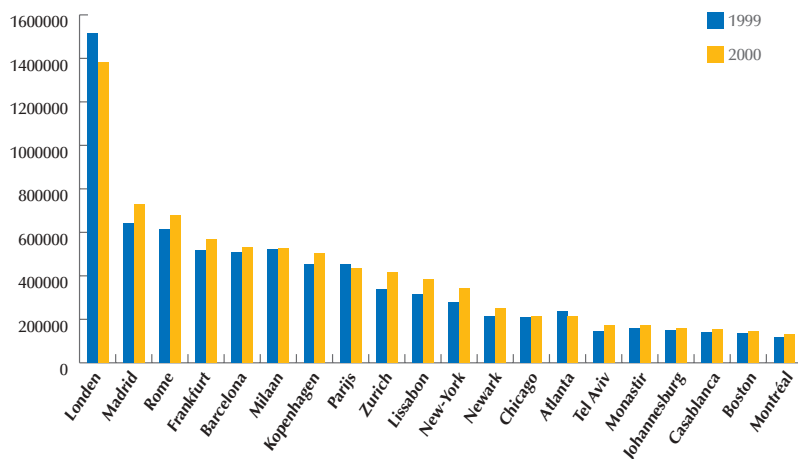
1.1.4/ Aantal vluchten : top 20 van de bestemmingen

	1999	2000	Trend
Londen	25.466	21.677	-15%
Kopenhagen	8.617	9.582	+11%
Milaan	7.790	8.693	+12%
Parijs	9.266	8.587	-7%
Frankfurt	7.322	7.810	+7%
Madrid	6.938	7.576	+9%
Amsterdam	7.590	7.336	-3%
Rome	6.511	7.010	+8%
Barcelona	5.690	6.218	+9,3%
München	5.834	6.162	+5,6%
New-York	2.858	3.280	+14,8%
Casablanca	1.776	1.913	+7,7%
Tel Aviv	1.244	1.455	+17%
Newark	1.177	1.413	+20,1%
Monastir	1.175	1.272	+8,3%
Chicago	1.437	1.244	-13,4%
Atlanta	1.340	1.158	-13,6%
Los Angeles	728	881	+21%
Djerba	684	778	+13,7%
Hurghada	667	764	+14,5%

Bron : Brutrends 2000 - BIAC

TRANSPORT

1.1.5/ Aantal passagiers : top 20 van de bestemmingen



	1999	2000	Trend
Londen	1.513.000	1.383.000	-8,6%
Madrid	641.000	731.000	+14,1%
Rome	612.000	678.000	+10,7%
Frankfurt	524.000	527.000	+1%
Barcelona	517.000	570.000	+10,2%
Milaan	510.000	529.000	+3,6%
Kopenhagen	451.000	502.000	+11,3%
Parijs	451.000	433.000	-4%
Zurich	336.000	417.000	+24,2%
Lissabon	317.000	383.000	+21%
New-York	280.000	341.000	+21,9%
Newark	214.000	252.000	+17,9%
Chicago	208.000	216.000	+3,7%
Atlanta	237.000	213.000	-9,9%
Tel Aviv	144.000	174.000	+21,3%
Monastir	160.000	171.000	+7,1%
Johannesburg	149.000	157.000	+5,6%
Casablanca	139.000	153.000	+10,2%
Boston	134.000	147.000	+9,9%
Montréal	119.000	132.000	+11,3%

Bron : Brutrends 2000 – BIAIC

1.1.6/ Hotels aan de luchthaven

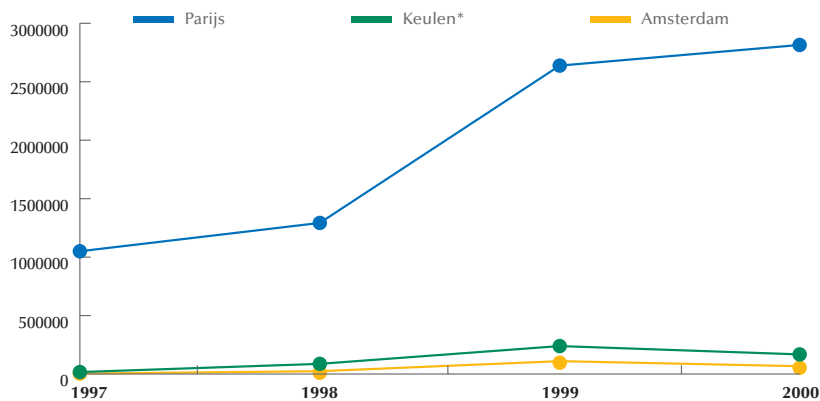
	1999	2000	Trend 2000/1999
Aantal hotels	9	9	-
Aantal overnachtingen	399.000	359.000	-10%

Bron : Brutrends 2000 – BIAIC

1.2/ Aantal passagiers dat reist met Sabena per type tickets

	1999		2000	
Business Class	932.923	12%	1.171.228	14%
Economy Class	6.808.878	88%	7.325.033	86%
Totaal	7.741.801	100%	8.496.261	100%

Bron : Sabena

2/ SPOORWEGTRANSPORT**2.1/ Internationaal verkeer****2.1.1/ Aantal passagiers met Thalys vanuit en naar Brussel van 1997 tot 2000**

Aantal passagiers	1997	1998	1999	2000
Parijs	1.049.950	1.292.300	2.638.000	2.814.700
Keulen*	16.650	86.900	239.000	167.700
Amsterdam	3.250	24.100	110.000	66.800

Bron :

NMBS - Thalys International

(*) vanaf 14/12/97

TRANSPORT

Andere herkomst/bestemmingen	2000
Marne la Vallée	154.662
Charles de Gaulle Luchthaven	86.200
Aken	27.700
Genève	26.000
Rotterdam	13.700
Den Haag	13.335
Schiphol	11.498
Düsseldorf**	7.900
Lyon	400
Andere	20.350

(**) vanaf september 1998

Bron : NMBS

■ OPMERKINGEN :

. De passagiers van de rubriek "andere herkomst/bestemmingen" komen bij degenen van de vorige tabel. Het geeft ons een totaal van 3.412.945.

. Rekenwijze van het aantal passagiers : het gaat over de samenvoeging van de heen en terugreizen. Het aantal passagiers naar Brussel is dus ongeveer 50%.

⁴Andere = groepstarieven, tarieven voor tour-operators en speciale tarieven (gehandicapten + begeleiders, honden, VIP,...).

2.1.2/ Percentage tickets voor zakenreizen / vrije tijd verkocht via Thalys van 1998 tot 200

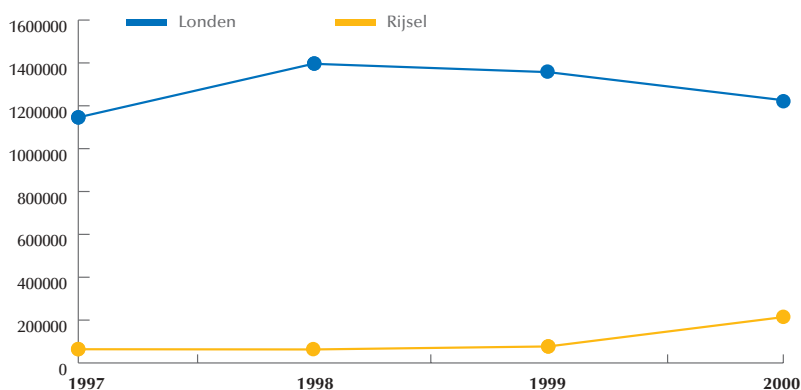
Type ticket	1998	2000
Tickets zaken	31%	43%
Tickets vrije tijd	54%	48%
Andere ⁴	15%	9%

Bron : Thalys International

2.1.3/ Aantal passagiers met Eurostar met bestemming Brussel van 1997 tot 2000

Aantal passagiers	1997	1998	1999	2000
Londen	1.146.000	1.396.000	1.357.000	1.226.000
Rijsel	64.000	63.000	77.000	214.000
Totaal	1.210.000	1.459.000	1.434.000	1.440.000

Bron : NMBS



2.1.4/ Percentage tickets voor zakenreizen / vrije tijd verkocht via Eurostar van 1998 tot 2000

	1998	1999	2000
Tickets zaken	17%	15%	20%
Tickets vrije tijd	83%	85%	80%

Bron : NMBS

2.2/ Binnenlands verkeer

2.2.1/ Aantal tickets verkocht met bestemming Brussel vanuit alle Belgische stations

Aantal tickets* verkocht	1999	2000
Met bestemming Brussel	4.367.110	4.765.237
Met bestemming Nationale Luchthaven van Brussel	-	717.130

Bron : NMBS

(*) Abonnementen en Passen niet inbegrepen.

3/ TRANSPORT PER AUTOCAR

	1999	2000
Aantal passagiers	11.816.239	11.946.716
Aantal kilometers	132.735.038 km waarvan 45% in België	136.008.858 km waarvan 44,7% in België

Bron : F.B.A.A.

OBSERVATIES

Brussel ligt centraal in een netwerk van lucht- en spoorvervoer.

■ Luchtvervoer:

Het aantal passagiers dat in Brussel per vliegtuig vertrekt of aankomt is van 1995 tot 2000 met 71% gestegen. In 2000 is het aantal passagiers nog met 8% gestegen in vergelijking met 1999.

De meest gewaardeerde bestemmingen zijn de landen van de Europese Unie: goed voor 71% van het totaal. De belangrijkste bestemmingen volgens aantal vluchten zijn Londen, Kopenhagen, Milaan, Parijs en Frankfurt. De belangrijkste bestemmingen volgens aantal passagiers zijn Londen, Madrid, Rome, Frankfurt en Barcelona. Het aantal overnachtingen in de hotels van de luchthaven vermindert van jaar tot jaar.

■ Spoorvervoer:

Het aantal passagiers op de Thalys-verbinding met Parijs is van 1995 tot 2000 meer dan verdubbeld.

In 2000 is het aantal passagiers voor Parijs nog met 7% gestegen in vergelijking met 1999.

Bepaalde bestemmingen hebben een potentieel, bv. bestemmingen zoals Euro Disney (Marne la Vallée), goed voor 5%, en de luchthavens van Parijs en Amsterdam, goed voor een aandeel van 3%.

Ook het verkeer naar Londen is toegenomen: van 1995 tot 2000 werd een stijging met 7% genoteerd voor het aantal passagiers op de Eurostar.

In 2000 moest Londen 10% inleveren in vergelijking met 1999.

CULTURELE DIENSTEN

1/ HET AANBOD

De toeristische culturele diensten	Les acteurs	Les sources
Musea en toeristische attracties	Brusselse Museumraad ¹ Toeristische Attracties ²	Brusselse Museumraad Toeristische Attracties Observatorium voor Toerisme te Brussel
Geleide cultuurbezoeken Voir et Dire Bruxelles ⁴	Gidsen Brussel België ³ Voir et Dire Bruxelles City Tours ⁵	BI-TC
Eenmalige evenementen		Brochure Evenementen
Terugkerende evenementen		Brochure Evenementen

1.1/ Musea en toeristische attracties

DEFINITIES

. Een museum "is een permanente instelling, zonder winstoogmerk, ten dienste van de maatschappij en de ontwikkeling daarvan, die open staat voor het grote publiek en die onderzoek doet omtrent het materiële erfgoed van de mens en zijn omgeving. Deze zal ze verwerven, bewaren, meedelen en uitstellen ten dienste van studies, opleiding en genot" – ICOM.

. Een toeristische attractie "is een plaats van bestemming, speciaal ingericht op permanente basis en regelmatig uitgebaat als trekpleister van natuurlijk, cultureel of recreatief belang, teneinde op een professionele manier, zonder voorafgaande reservatie, toeristen, deelnemers aan excursies en plaatselijke bezoekers te kunnen ontvangen. De toeristische attractie bestaat uit een geheel aan activiteiten en geïntegreerde diensten, die makkelijk herkenbaar zijn. De toegang wordt gecontroleerd. De prijzen en openingsuren worden gepubliceerd en gerespecteerd." - Definitie en rangschikking van de toeristische attracties – Overeenkomst Attractions & Tourisme - GT4 - 1998.

In Brussel zijn er 73 musea en 4 attracties.

1.2. Geleide cultuurbezoeken

Verenigingen	Aantal vertegenwoordigde verenigingen	Aantal circuits	Type bezoek
Gidsen G.B.B.	1	20	Traditionele gidsen
Voir et Dire Bruxelles	6	172	Brussel anders
City Tours	3	-	Stadsrondrit
Andere	9	-	Van het klassieke bezoek tot het gespecialiseerde bezoek

Bron: Brochures van de verenigingen

¹ De Brusselse Museumraad verenigt 75 musea en 2 partners – Mini-Europa en het liftmuseum. Hiervan bevinden zich 71 musea in het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest. De 4 andere musea zijn gelegen in Waals- en Vlaams-Brabant.

² De vzw Toeristische Attracties telt 15 Brusselse leden met 4 toeristische attracties en 11 musea.

³ De G.B.B.-gidsen is een vereniging van zelfstandige officieel gediplomeerde gidsen, waarvan de administratieve organisatie geregeld wordt door de BI-TC. Zij organiseren voornamelijk geleide bezoeken voor groepen en individuen.

⁴ De vereniging Voir et Dire Bruxelles groepeerde de volgende verenigingen : ARAU, Arcadia, Bus Bavard, La Fonderie, Pro-Velo en Itinéraires.

⁵ Zijn inbegrepen in de City Tours: Brussels City Tours, Calèches Moens en Helitour.

2. DE BEZOEKEN

2.1/ Musea en toeristische attracties

Sinds 1997 zijn OPT en GT4 gestart met een database over het bezoek aan attracties en musea. In 1999 werd het beheer van deze database overgenomen door het Observatorium voor Toerisme te Brussel.

Om de betrouwbaarheid van deze gegevens te bewaren, presenteren wij de verschillende sectoren op twee manieren:

> alle bezoeken samengevoegd;

> een indeling in oplopende volgorde van het aantal bezoekers aan musea en attracties.

2.1.1/ Alle bezoeken samengevoegd

Dit laat toe de evolutie te zien op twee jaar voor een zelfde groep musea en attracties.

	1999	2000
Bezoeken aan een groep van 14 musea en toeristische attracties.	1.909.746	1.698.997

Bron:
Observatorium voor Toerisme

2.1.2/ De indeling van het aantal bezoekers aan musea en attracties

1.001 en 10.000	10.001 en 100.000	> 100.000
2	7	8
. Constantin Meunier Museum . Wiertz Museum	. Album . Erasmushuis en het Begijnhof . Gueuze Museum . Museum van Elsene . Horta Museum . Post Museum . Scientastic Museum	. Atomium . Autoworld . Belgisch Centrum van het Beeldverhaal . Mini-Europa . Museum voor Natuurwetenschappen . Legermuseum . Koninklijke Musea voor Schone Kunsten . Oceade

Bron:
Observatorium voor Toerisme

Deze methode heeft het voordeel dat elk museum en elke toeristische attractie zich kan positioneren in het toeristische landschap en toch zijn cijfers vertrouwelijk kan houden.

CULTURELE DIENSTEN

2.2/ Culturele rondleidingen

2.2.1/ Aantal bezoeken

	1999	2000
Totaal aantal rondleidingen	7.055	7.288

Bron : Gidsen G.B.B.
en Voir et Dire Bruxelles

2.2.2/ Percentage van de talen die tijdens de rondleidingen gebruikt worden

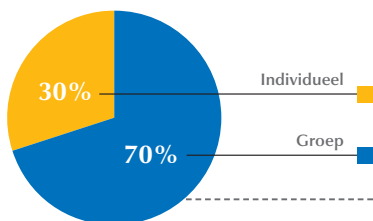
	Gidsen G.B.B.	Voir et Dire Bruxelles
Frans	32%	60%
Nederlands	23%	12%
Engels	15%	20%
Duits	25%	8%
Andere	5%	1%

Bron : Gidsen G.B.B.
en Voir et Dire Bruxelles

■ COMMENTAAR :

Voor de twee vorige tabellen werden de cijfers voor de G.B.B. gidsen en de vereniging Voir et Dire Bruxelles samengevoegd om de vertrouwelijkheid te bewaren.

2.2.3/ Aandeel van de individuen en van de groepen in de rondleidingen



Bron : Voir et Dire Bruxelles

3 / EENMALIGE EN TERUGKERENDE EVENEMENTEN IN BRUSSEL

3.1 / Brussel 2000

	Plaats	Datum	Bezoeken 2000 - in aantal bezoekers
Zinneke Parade	Brussel	Juni	+/- 300.000
Openingsweek-end	Brussel	Februari	+/- 110.000
"Kijk, 100 jaar hedendaagse kunst"	Paleis voor Schone Kunsten van Brussel	24/11 – 28/01	82.000
"L'Age d'or de Bruxelles. Les tapisseries de la Couronne d'Espagne"	Sint-Michiels- en Sint-Goedelekathedraal	17/05 – 20/09	74.000
"Opera. Tastbare Emotie"	De Munt	Februari – December	52.000
De Grote Carrousel	Zavel	1-11 / 06	30.000

3.2 / Eenmalige evenementen

	Plaats	Datum	Bezoeken 2000 - in aantal bezoekers
"Ik hou niet van cultuur"	Heizel	29/04 - 03/12	350.000
"De Vrijmetselaars in de Stad"	Stadhuis van Brussel	10/05 - 25/06	11.000
"Ferdinand Schirren : rétrospective d'un fauve"	Stadhuis van Brussel	7/12/99 - 29/01/2000	10.000
"L'âge d'or du violon"	Stadhuis van Brussel	1 - 3 Maart	5.000

3.3 / Terugkerende evenementen

	Plaats	Maand	Duur	Bezoeken 2000 - in aantal bezoekers
Jazz Marathonfestival	Brussel			+/- 200.000
Kerstmarkt	Grote Markt	December	10 dagen	+/- 100.000
Bezoek aan Koninklijk Paleis	Koninklijk Paleis	Juli – Aug.	2 maanden	164.000 ⁶
De Koninklijke Serres	Koninklijk Paleis van Laken	Mei	12 dagen	127.000
Festival van de Fantastische Film	Passage 44	Maart	16 dagen	63.000
Festival Couleur café	Tour & Taxi	Juni	3 dagen	50.000
Mémorial Ivo Van Damme	Koning Boudewijn Stadion	September	1 dag	46.000
Internationaal Festival van de Animatiefilm	Passage 44	Februari	12 dagen	35.000
Eurantica	Tentoonstellingspark De Heysel	Maart	9 dagen	30.000
KunstenfestivaldesArts		Mei	12 dagen	27.628
Ars Musica	Brussel	Maart	15 dagen	12.000
Drive-in Movies	Jubelpark	Juli – Aug.	Elk weekend	16.500
Ommegang	Grote Markt			14.000 ⁷
Koningin Elisabeth-wedstrijd	Paleis voor Schone Kunsten van Brussel	Mei		10.000
Zomerfestival				10.200
De Barokke Lente van de Zavel	Zavel	April	1 week	
Festival des Brigittines	Brigittinenkapel	Aug. – Sept.	2 weken 1/2	2.600

⁶ Erratum: 269.000 bezoekers in 1998 (Koning Boudewijn Tentoonstelling) en 136.000 bezoekers in 1999.

⁷ Verschillende manifestaties zijn in 2000 gebeurd (bezoek van de Koning van Spanje, 24 mei, in juli en 14 september)

1

Bron: Observatorium voor Toerisme

CULTURELE DIENSTEN

4/ HET PROFIEL VAN DE BEZOEKERS

Bronnen :

Infokantoren : Ondervragingen gerealiseerd in de Infokantoren van 10 juni tot 31 juli 2000. Er zijn 1.445 enquêtes verzameld.

Ondervragingen zijn geleid door GT4.

Museumbezoeken : Ondervragingen gerealiseerd in 6 musea op het einde van de maand juni en juli 2000. 797 vragenlijsten zijn verzameld (experimentele ondervraging), gerealiseerd door de Brusselse Museumraad met de steun van de Vlaamse Gemeenschapscommissie.

Euro 2000 : Ondervragingen gerealiseerd bij de buitenlandse toeschouwers van de voetbalwedstrijden die in Brussel gespeeld werden. Er zijn 1.335 vragenlijsten verzameld, door ULB – GEPSS – IGEAT en HELDB – IAH voor de Minister President van het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest.

4.1/ Kenmerken van de bezoeker

■ OPMERKINGEN

Alle verworven informatie is niet weergegeven, alleen enkele belangrijke elementen van het toeristisch gedrag en het profiel van de ondervraagde personen. De ondervraging in verband met het profiel van de bezoekers is op specifieke momenten in het jaar gebeurd – voornamelijk tijdens de maanden juni en juli – en in zeer specifieke plaatsen. De ondervraagde bezoeker is voornamelijk een individuele bezoeker. Groepsbezoeken en door scholen georganiseerde bezoeken zijn niet specifiek opgenomen in het onderzoek.

	Infokantoren		Museumbezoeken		Euro 2000	
Bezoekers herkomst	België	28%	België	45%	Alleen maar buiten België	
	Frankrijk	13%	Verenigd Koninkrijk	9%	Frankrijk	23%
	Verenigd Koninkrijk	11%	V.S. Amerika	9%	Nederland	15%
	V.S. Amerika	9%	Frankrijk	8%	Duitsland	14%
	Nederland	6%	Nederland	5%	Zweden	12%
	Andere	33%	Duitsland	4%	Italië	10%
			Andere	24%	Verenigd Koninkrijk	6%
Gemiddelde leeftijd	37 jaar		40 jaar			
Omvang reizend gezelschap	Echtpaar	29%	1 persoon	28%	Vrienden	60%
	Alleen	25%	2 personen	40%	Familie	14%
	Vrienden	21%	(waarvan echtpaar	28%)	Echtpaar	12%
	Gemiddeld 2,5 leden in het gezin		+ 2 personen	32%	Alleen	10%
				Groep	5%	
Studieniveau van de ondervraagde persoon	Universitair	55%	Universitair	50%	Universitair	34%
	Hoger niet-univ.	22%	Hoger niet-univ.	19%	Hoger niet-univ.	23%
	Hoger secundair	17%	Hoger secundair	12%	Hoger secundair	31%
	Andere	6%	Andere	5%	Andere	12%
			Student	14%		
Gemiddeld maandelijks gezinsinkomen	99.050 BEF- 2.455,38 EUR				81.200 BEF- 2.012,89 EUR	
Gemiddelde uitgaven per persoon en per dag	1.160 BEF - 28,75 EUR (excl. transport en excl. overnachtingen)				+/- 3.500 BEF - 86,76 EUR (excl. transport)	

4.2/ Kenmerken van het bezoek

	Infokantoren		Euro 2000	
Verblijf of excursie voor buitenlandse bezoekers	Excursie	12% (20% buiten België)	Excursie	60%
	Verblijf	88% (80% buiten België)	Verblijf	40%
Verblijfsduur	5,1 nachten		4,3 nachten	
Transport om naar Brussel te komen	Belgen		Buitenlandse bezoekers	
	Wagen	28%	Wagen	60%
	Trein	22%	Vliegtuig	20%
	Autocar	1%	Trein	12%
			Autocar	7%
	Buitenlandse bezoekers			
	Trein	37%		
Vliegtuig	29%			
Wagen	28%			
Autocar	4%			
Logies	Hotel waarvan	53%	Hotel waarvan	60%
	1 tot 3 sterren	38%	1 tot 3 sterren	46%
	4 of 5 sterren	15%	4 of 5 sterren	14%
	Vrienden, familie	18%	Vrienden, familie	18%
	Jeugdherberg	14%	Jeugdherberg	10%
	Camping	7%	Camping	8%
	Gastenkamers	3%	Gastenkamers	2%

De informatiebronnen zijn vooral de familie en de vrienden (32%), vervolgens gidsen en boeken (27%), media (15%), persberichten (14%).

4.3/ Activiteiten tijdens het bezoek

	Infokantoren		Museumbezoeken		Euro 2000	
Activiteiten (3 of 4 antwoorden mogelijk)	Stadsbezoek	67%	Stadsbezoek	36%	Stadsbezoek	51%
	Shopping	29%	Geen enkele	28%	Geen enkele	44%
Meervoudige keuzemogelijkheden	Restaurant	21%	Restaurant	18%	Bezoek aan een andere stad	15%
	Iets drinken	19%	Ander museum	16%	Museum	7%
	Museum	19%	Shopping	15%	Bioscoop	2%
	Rondleiding in Brussel	10%	Attractie/ attractiepark	10%	Tentoonstelling	2%
					Voorstelling	2%

CULTURELE DIENSTEN

4.4/ Imago van Brussel

Het hoofdstuk over het imago van Brussel is enkel behandeld aan de hand van de enquêtes in de infokantoren.

Positieve aspecten van Brussel	Architectuur	34%
	Vriendelijkheid	14%
	Cultuurstad	8%
	Wereldstad	7%
	Aangename stad	6%
	Gevarieerde stad	5%
	Gastronomie	5%
Negatieve aspecten van Brussel	Gebrek aan netheid	17%
	Slechte signalisatie	13%
	Slecht klimaat	13%
	Te veel verkeer	9%
Voorstelling van Brussel (3 antwoorden mogelijk)	Hoofdstad van Europa	50%
	Cultuurstad	36%
	Kunststad	35%
	Multiculturele stad	30%
	Zakencentrum	23%
	Stad om te genieten	13%

OBSERVATIES

Brussel heeft een belangrijk en gediversifieerd cultureel, architecturaal en gastronomisch aanbod. Ook de toeristische culturele diensten zijn eclectisch: 75 musea, 3 recreatieve toeristische attracties en 19 verenigingen bieden meer dan 200 toeristische routes aan voor groepen en individuele bezoekers. Sinds 2000 worden ook "Hop On/Hop Off" bustrajecten aangeboden. Het hele jaar lang spelen zich een reeks specifieke of terugkerende evenementen af. In 2000 waren er twee belangrijke evenementen die extra glans gaven aan dit aanbod: "Brussel 2000, culturele hoofdstad van Europa" en het EK voetbal "Euro 2000".

Sinds 1999 voert het Observatorium onderzoek naar het profiel van de bezoekers van toeristische trekpleisters: grote tentoonstellingen, de Grote Markt, toeristische diensten, toeristische attracties, ...

In 2000 werden die onderzoeken toegespitst op de zomerperiode. Ze konden vervolledigd worden met de initiatieven van partners zoals de Brusselse Museumraad.

Dankzij al dit onderzoek is het mogelijk een nauwkeurig en specifiek profiel van de bezoekers op te stellen, en dit volgens bezochte plaats of activiteit en volgens de periode van het jaar. Zo stellen we bijvoorbeeld wat de duur van de verblijven betreft, duidelijke afwijkingen vast tegenover de statistische jaargemiddelden.

Verder kunnen we dankzij deze enquêtes analogieën tussen bezoekers identificeren, bijvoorbeeld met betrekking tot hun activiteiten.

> *Onderzoek in de toeristische kantoren.*

Toerisme is een kosmopolitische aangelegenheid: de mensen die zich tijdens de onderzoeksperiode bij de toeristische kantoren aanboden, kwamen uit 70 verschillende landen. De meeste toeristen hebben een hogere of universitaire opleiding genoten en hebben een relatief hoog inkomen. Bijna 90 % van de buitenlandse toeristen komen naar België voor een verblijf van meer dan één dag. 88 % van hen logeert in Brussel, meestal in een hotel (meer dan 50 %). Zowel de buitenlanders als degenen die in België residenten, houden het in Brussel vooral bij een vrij bezoek aan de stad, eten op restaurant, shopping en museumbezoek. Brussel wordt in de eerste plaats bekeken als de hoofdstad van Europa. Toch vermelden meer dan 30 % van de ondervraagde personen ook het culturele leven, het erfgoed en de multiculturele dimensie.

> *Onderzoek in de Brusselse musea.*

De bezoekers zijn vooral actieve vrouwen die een hogere, al dan niet universitaire opleiding hebben gevolgd. De beslissing om een museum te bezoeken valt meestal pas vlak voor dat bezoek. De motieven om een Brussels museum te bezoeken, zijn meestal gekoppeld aan een vrijetijdsverplaatsing. Opmerkelijk is verder dat 1 persoon op 6 op museumbezoek gaat om professionele redenen of wanneer hij familieleden of vrienden ontvangt.

> *Onderzoek naar aanleiding van Euro 2000.*

De kijkers waren vooral jonge volwassenen uit gemiddelde tot hogere sociaal-economische categorieën. Zij kwamen vooral uit de buurlanden, behalve Nederland dat medeorganisator was van het EK. Twee supporters op 10 verbleven langere tijd in Brussel en logeerden vooral op hotel.

■ Het imago van Brussel

Het imago van een toeristische bestemming is meer dan een som van sterke en zwakke punten. Dat imago krijgt op verschillende manieren vorm in de perceptie van de potentiële toerist. Hij krijgt thuis, in zijn eigen land, een reclamecampagne voorgeschoteld, een artikel in de pers, of de publiciteit van een touroperator of reisbureau. Bij ons, in Brussel, wordt dat imago verder opgebouwd met het onthaal in de taxi, in de winkel, in het restaurant en in het hotel, door de informatie en documentatie van de toeristische dienst, de netheid, de charme van de buurten, de mobiliteit, de toegankelijkheid van de trekpleisters van het patrimonium en de animatie in het kader van de evenementen. Een imago kan slechts aantrekkelijk worden als een bestemming door dringt tot in het representatiesysteem van de potentiële klanten. Wanneer de bestemming hierin "een plaatsje vindt", zullen de toeristen vooral de informatie onthouden die hen in hun perceptie bevestigt, en zullen ze die bestemming in hun omgeving aanbevelen.

Brussel wordt vooral opgevat als "de hoofdstad van Europa" en daarnaast genoemd voor zijn cultureel leven, zijn patrimonium, zijn multicultureel karakter, waar het goed leven is, en voor de kwaliteit van het onthaal door de bevolking. Om doelgericht te communiceren moet absoluut rekening gehouden worden met deze elementen.

■ Het belang van de organisatie van culturele evenementen met internationale uitstraling

Het netwerk van uitzonderlijke of terugkerende culturele evenementen speelt een belangrijke rol om de communicatie van een bestemming, en daardoor ook de interesse ervoor, weer op te frissen. "Het evenemententoeerisme behoort tot de meest veelbelovende activiteitensegmenten"⁷. En dat geldt natuurlijk vooral voor evenementen met internationale uitstraling. In dit verband bewijzen de onderzoeken die het Observatorium tijdens de Magritte- en Ensor-tentoonstellingen heeft gevoerd, het effect van

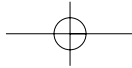
een internationale toeristische promotie op de aantrekkingskracht van een groot cultureel evenement bij de belangrijkste doelgroep van City Marketing voor het recreatief toerisme in Brussel, namelijk de koppels van meer dan 40 jaar uit de sociaal-economische klasse A-B-C1.

Een uitzonderlijk groots cultureel evenement kan doorslaggevend zijn voor de beslissing om naar Brussel te komen voor een plezierreisje of om dat verblijf iets te verlengen. Het kan ook een publiek fideliseren. Deze evenementen hebben een mediatieke impact, en zij stimuleren de reisprofessionals ook tot het samenstellen van arrangementen. Die weerslag is echter ook op middellange en lange termijn te voelen in de naambekendheid van Brussel. In de ruime waaier van het culturele aanbod moeten de grote evenementen voor het verschil zorgen. Zij moeten de aantrekkelijkheid van Brussel verhogen, opeenvolgende stromen van korte toeristische verblijven opwekken en op termijn het toeristische en culturele imago van de stad blijven voeden. De dynamiek van dergelijk beleid kan ook een meerwaarde betekenen in het domein van de werkgelegenheid.

Het Observatorium voor Toerisme heeft in 2000 nagedacht over de organisatie van belangrijke culturele evenementen in Brussel, en dit in samenwerking met verschillende culturele, universitaire en politieke partners. De essentiële elementen om evenementen te doen uitgroeien tot een duurzame hefboom voor de toeristische ontwikkeling kunnen als volgt worden samengevat:

- een krachtig thema definiëren dat zijn wortels vindt in het Brusselse culturele leven ;
- een programmering voor een duur van 6 maanden;
- een diagnose opstellen van de optimale voorwaarden voor de organisatie en integratie ervan in het lokale culturele leven, om ook de belangstelling en medewerking van de lokale bevolking te wekken ;
- het beheer van de conceptie, de culturele en toeristische communicatie, en de commercialisering bij de residenten en op de internationale markten toevertrouwen aan vakmensen ;
- het voorwerp uitmaken van een beheersplan en van een gemengde financiering (eigen inkomsten, privé-sponsoring en openbare investeringen) ;
- het effect en de leefbaarheid over verscheidene jaren meten, en zich aanpassen aan de wijzigende verwachtingen van de consumenten.

⁷ Francis Scherly, toeristisch adviseur in Montreux en als professor verbonden aan de Universiteit van Lausanne (HEC).



DE PARTNERS VAN HET OBSERVATORIUM

- Federatie Horeca Brussel
- Logies voor jongeren
- Bed & Brussels
- Taxi Stop
- NIS
- Sabena
- BIAC
- FBAA
- NMBS
- Brusselse Museumraad
- Toeristische Attracties
- Gidsen Brussel België
- Voir et Dire Bruxelles
- City Tours
- BAPCO
- MIVB
- Stichting voor kunsten
- TO Incomings
- Brussel Congres

MET DE SAMENVATTING VAN DE :

- GT4
- OGM
- Koningin Elisabeth-Wedstrijd
- Ommegang
- Drive In

CONTACT :

Béatrice Walgraeve
Grasmarkt 61
1000 Brussel
T 02/504 02 36 / F 02 513 69 50
e-mail : beatrice.walgraeve@opt.be

