



B R A S S C H A A T

Toerisme

Onderzoek 2024-2025

*Hoe kijken bewoners, bezoekers en ondernemers naar het toerisme?
Welke aanbevelingen zijn er voor de sector en het gemeentebestuur?*

Waarom een onderzoek?

- aanleiding nieuw meerjarenplan
- beperkte kennis en data over toerisme
- verschuiving van louter economische impact naar maatschappelijk impact (charter Reizen naar Morgen)
- inzetten op duurzame ontwikkeling van het aanbod door bestuur en sector
- concrete aanbevelingen vanuit verschillende doelgroepen



Wat komt er aan bod?

- Verloop van het onderzoek
- Resultaten bewonersonderzoek
- Resultaten ondernemerszoek
- Resultaten bezoekersonderzoek
- Globale analyse
- Belangrijkste aanbevelingen voor sector & bestuur



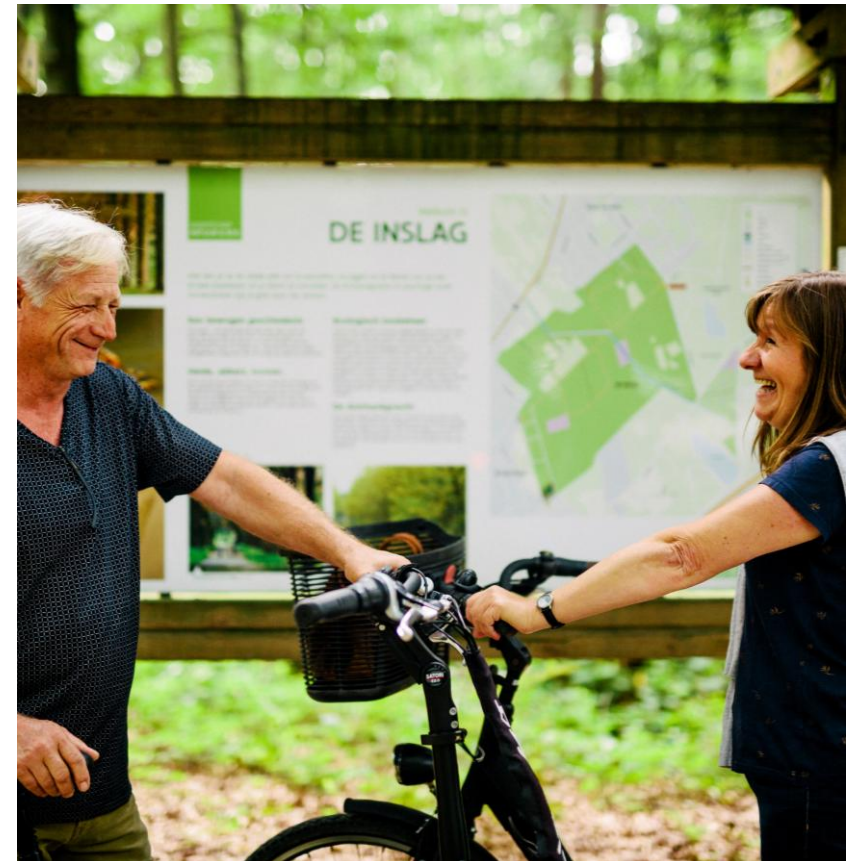
Verloop van het onderzoek



TOERISME VLAANDEREN

- voorbereiding verzamelen van reeds bestaande data
- september t.e.m. november 2024 bevraging van bewoners (426 inzendingen)
- november t.e.m. december 2024 bevraging van ondernemers (17 gesprekken)
- oktober 2024 t.e.m. juni 2025 bevraging van bezoekers (135 inzendingen)
- tussentijdse toelichting door partners aan gemeente

-> Sector & bestuur



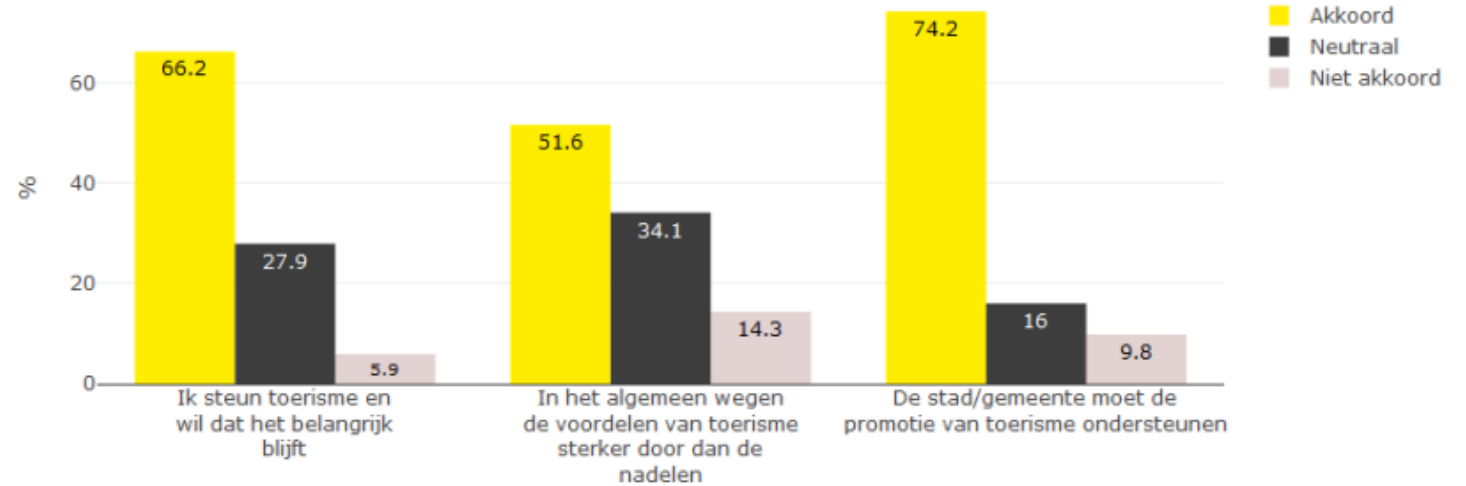
Waarom toerisme moeilijk meetbaar is...

- Toerisme wordt meestal gemeten met cijfers zoals bezoekersaantallen of inkomsten. Deze cijfers tonen vooral economische groei, maar zeggen weinig over sociale, ecologische of culturele impact.
- Ze geven dus **geen volledig beeld van duurzame ontwikkeling**.
- Meer toeristen betekent niet automatisch:
 1. Betere levenskwaliteit voor de lokale bevolking
 2. Duurzaam gebruik van natuurlijke hulpbronnen
 3. Behoud van cultuur en erfgoed
- Belangrijke aspecten zoals milieudruk, overtoerisme of ongelijkheid zijn **moeilijk in cijfers te vatten**. Daarom zijn toerismecijfers **geen geschikt instrument om maatschappelijke noden of duurzaamheid te meten**.



Bewoners onderzoek - STEUN

*de perceptie van lokale inwoners ten
opzichte van toerisme*

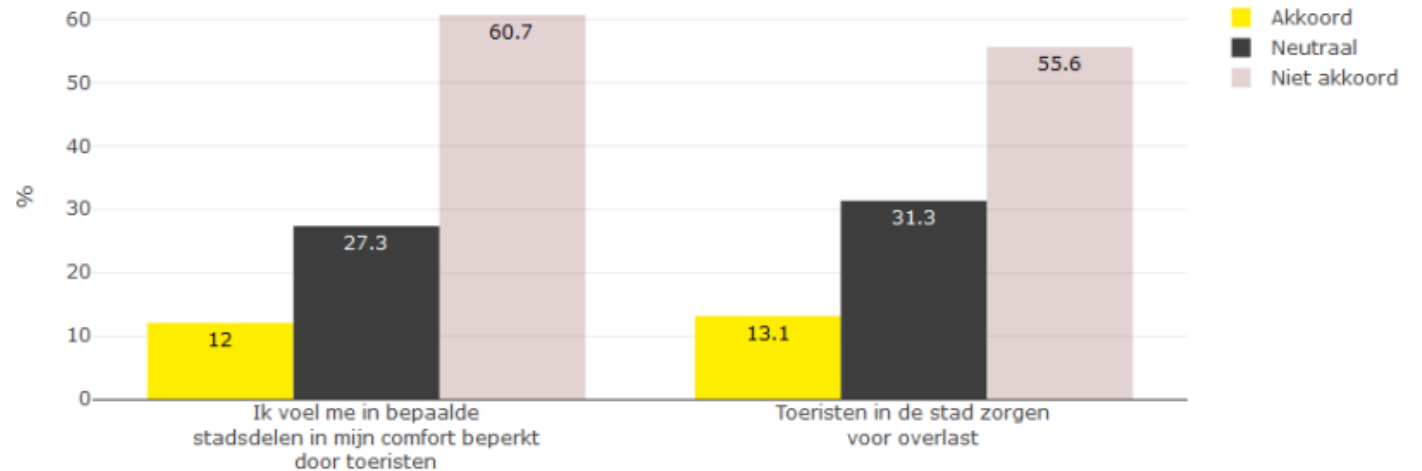


Figuur 1: Steun voor toerisme (n = 335)

Inwoners zien groeipotentieel in het toerisme en de promotie hiervan.

Bewoners onderzoek - IMPACT

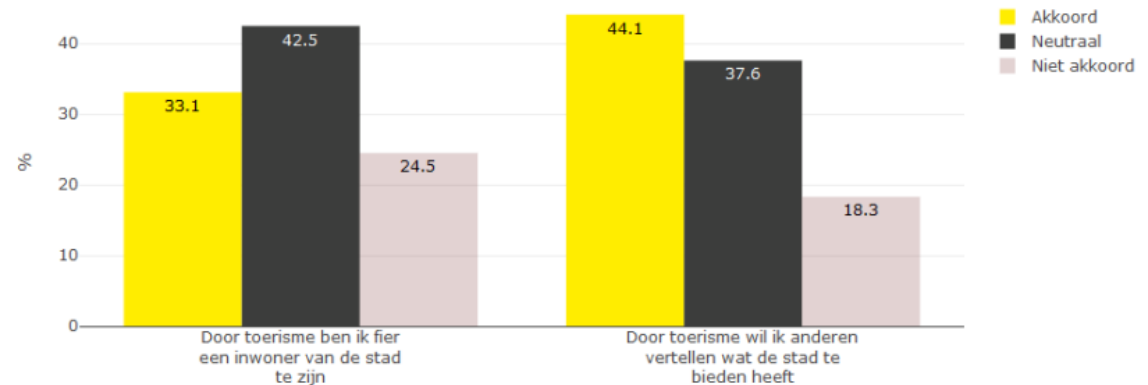
de perceptie van lokale inwoners ten opzichte van toerisme



- **perceptie overlast:** overlast van het tijdelijke aanbod, verkeers- en parkeerhinder gerelateerd aan specifieke evenementen, onveilige wegen drukke locaties, snelle fietsers
 - **positieve effecten:** de bijdrage aan de levenskwaliteit en levensstandaard, de verbetering van aanwezige shopping- en ontspanningsmogelijkheden, aandacht onderhoud en restauratie van gebouwen, pleinen.
- 68,7% van de inwoners: “Door toerisme is er meer levendigheid in de stad”**
- **negatieve effecten:** prijsinflatie horeca, toename in verkeers- en parkeerproblemen.
- 39% van de inwoners: “Door toerisme zijn er meer verkeersproblemen in de stad”.**
- **voordelen:** stimulans voor horeca en handel, opwaardering van het civiele en militaire erfgoed
 - **nadelen:** verhoging van het achtergelaten afval, een grotere drukte in de bossen, druk op parkeergelegenheden, ontoegankelijk door wedstrijden wielertoerisme

Bewoners onderzoek – DRIJFVEER STEUN

de perceptie van lokale inwoners ten opzichte van toerisme



Figuur 5: Fierheid (n = 371)

- 3,9% van de deelnemers geeft aan een **gezinsinkomen** te hebben dat (deels) gelinkt is aan toerisme.
- 33,1% van de inwoners **trots** is op de gemeente
- 44,1% hierdoor ook anderen wil vertellen over de gemeente en daardoor een **ambassadeursrol** opneemt.
27,3% als inwoner contact hebben met bezoekers en deze **contacten leuk** zijn.
- 26,7% van de inwoners vinden dat ze met hun ideeën of **bekommernissen rond toeristische ontwikkelingen** terecht kunnen bij de gemeente (25,1% geen mening heeft)

Bewoners onderzoek – POTENTIEEL

*de perceptie van lokale inwoners ten
opzichte van toerisme*



- **het toeristisch potentieel:** fietsen en wandelen (27,9%) bovenaan te lokale fauna en flora (25,5%) en de evenementen en feesten (16,2%).
- **favoriete aanbevelingen:** het park van Brasschaat en Peerdsbos, het militair domein/Klein Schietveld, het Gunfire museum en de kinderboerderij, alsook meer generische antwoorden met betrekking tot wandelen, fietsen en horeca.
- **Wat mist Brasschaat?** Minder eenduidige antwoorden, vaak genoemd (meer) openbare toiletten, betere/veiligere fietspaden, meer parkeergelegenheden en mogelijk een camping/camperplek en meer horeca en winkels.

Ondernemersonderzoek

HUIDIGE CONTEXT *inzichten en ervaring van de lokale ondernemer*



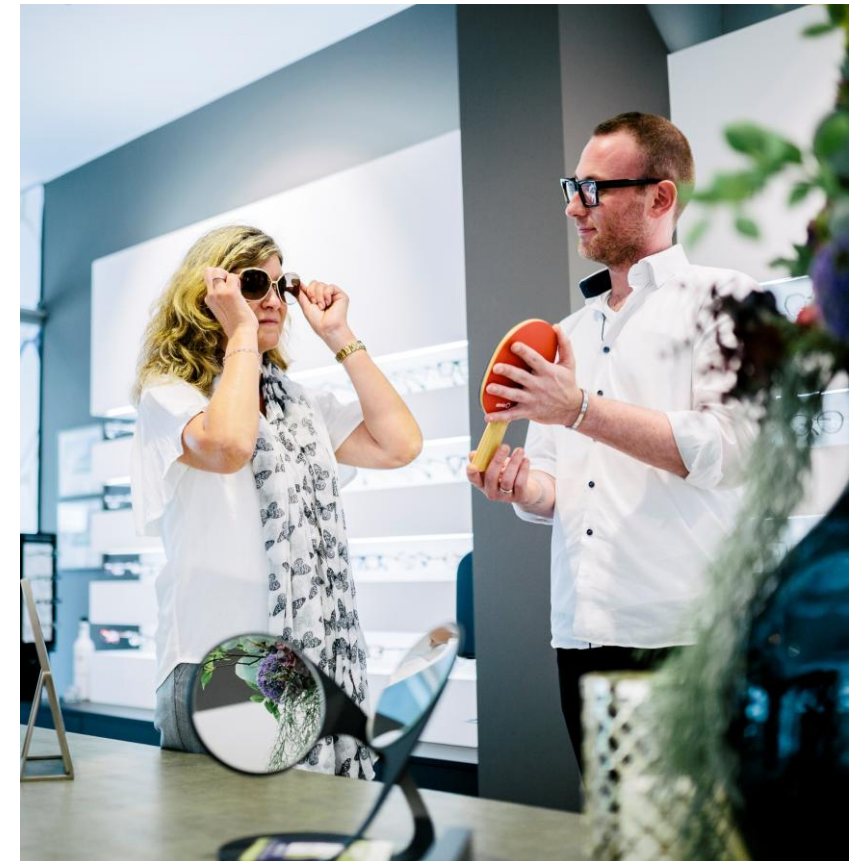
- **Imago:** rustig, landelijk, groen, alles dichtbij, militair erfgoed
- **Troeven:** onze natuur, rust & toegankelijkheid en mix van horeca, attracties & events.
- Dagbezoekers, vaak ook Nederlanders
- **Uitdagingen :**
 - bekendheid
 - overnachtingsmogelijkheden
- **Nood** aan openbare toiletten, parkeergelegenheid, fietspaden/routes.
- Vraag naar weekendarrangementen en overnachting
- **Aanbod** = klassiek en beperkt
- **Tekort** = een aanbod voor bezoekers tussen 12-21 jaar.



Ondernemers onderzoek – KNELPUNTEN & IDEEËN

inzichten en ervaring van de lokale ondernemer

- **mobiliteit en communicatie naar ondernemers verbetering nodig;**
 1. Gebrek aan communicatie rond mobiliteit bij evenementen
 2. Impact op bereikbaarheid bij grote evenementen
 3. Shoppen is niet optimaal geregeld, weinig parkeergelegenheid
- **de betrokkenheid en samenwerking tussen ondernemers kan beter.** Vraag om te groeien vb. events/meeting organiseren om ondernemers samen te brengen en ondernemers te betrekken bij het meerjarenplan.
- **goedkeuring vanuit gemeente om iets te organiseren vaak moeilijk waardoor ondernemers afhaken.** Betere schakel tussen ruimtelijke ordening & ondernemers nodig.
- **duurzaam ondernemen maar miniem actief** (lokale leveranciers en inclusiviteit). Hier willen ze graag in groeien (tips en ondersteuning).



Ondernemers onderzoek – AANBEVELINGEN

inzichten en ervaring van de lokale ondernemer

- Conclusie Groen = de grootste schat van Brasschaat
- De combinatie rust & toegankelijkheid
- Concrete acties:
 - **Aanbod vergroten:** overnachtingen, cultureel/activiteiten & arrangementen
 - **Mobiliteit optimaliseren**
 - Brasschaat als ‘getaway’ centraal zetten in **marketing**
- De plek van lokale ondernemers in dit verhaal ...
 - **Samenwerking ondernemers stimuleren**
 - Veel **goede ideeën**, iedereen proberen betrekken
 - Betrekken bij **meerjarenplan**



Ondernemers onderzoek – AANBEVELINGEN

inzichten en ervaring van de lokale ondernemer

- Een toeristenbelasting is relevant mits de inkomsten terugvloeien via investeringen in infrastructuur en mobiliteit
- Ondersteuning van de gemeente aan een ondernemer is nodig voor de realisatie van nieuw toeristisch-recreatief aanbod

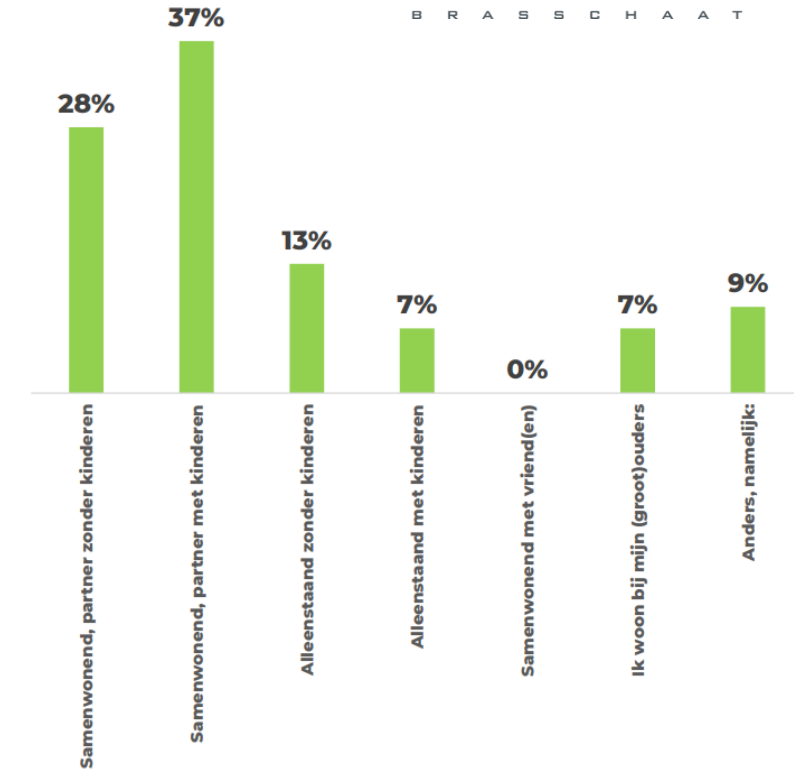


Bezoekersonderzoek– WIE IS ONZE BEZOEKER?

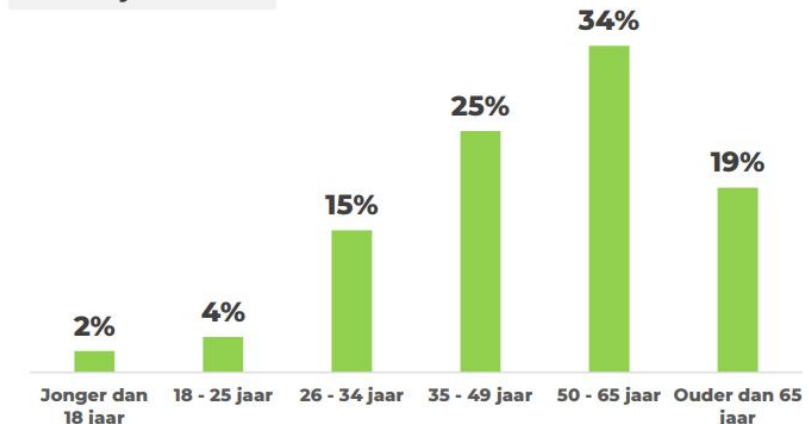
profiel, verwachtingen en behoeften van bezoekers

- de dagbezoekers komt 87% uit België (grotendeels provincie Antwerpen)
- verblijfsstoeristen komt 54% uit België
- 93% komt voor ontspanning en vrije tijd
- > 50% meer dan 5 daguitstappen/jaar,
- 50% 2-3 keer per jaar op vakantie in het buitenland
- 40% doet 2-3 binnenlandse trips met overnachting.
- overnachting in een hotel, vakantiewoning of B&B
- 3 favoriete activiteiten: bezienswaardigheden bezoeken, eten & drinken en culturele dingen bijwonen
- 3 meest aangegeven kanalen waar bezoekers inspiratie halen voor een vakantie of uitstap zijn:
 - Familie en vrienden
 - Sociale media
 - Kranten en tijdschriften

Gezinssituatie n = 134



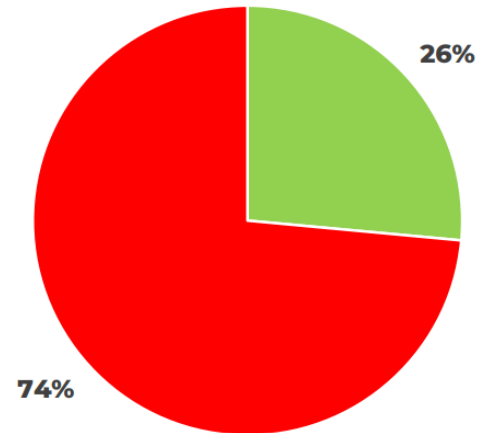
Leeftijd n = 134



Bezoekersonderzoek– WIE IS ONZE BEZOEKER?

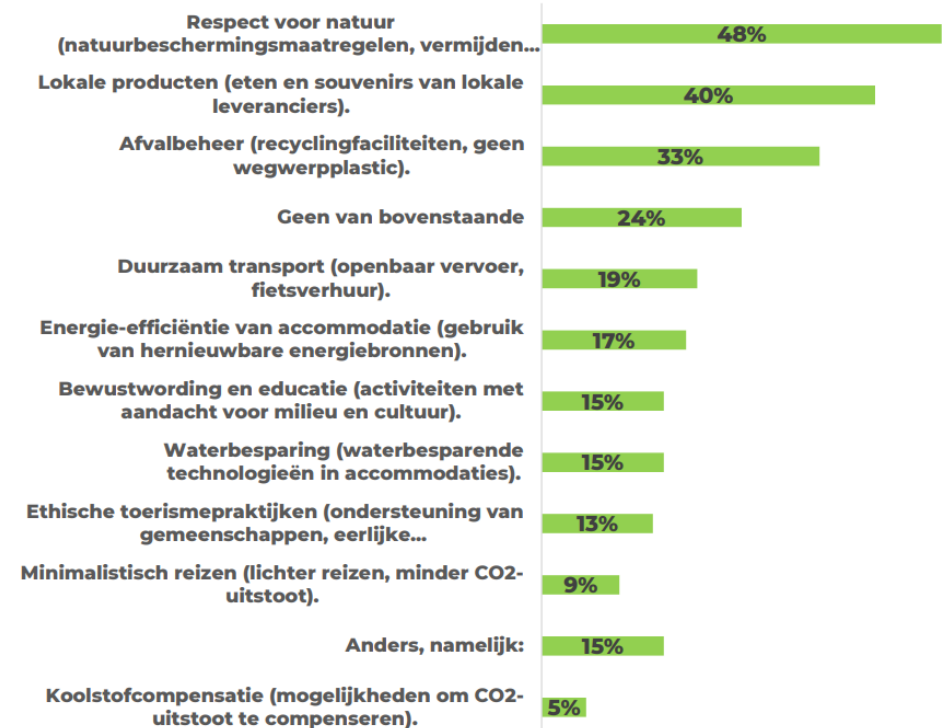
profiel, verwachtingen en behoeften van bezoekers

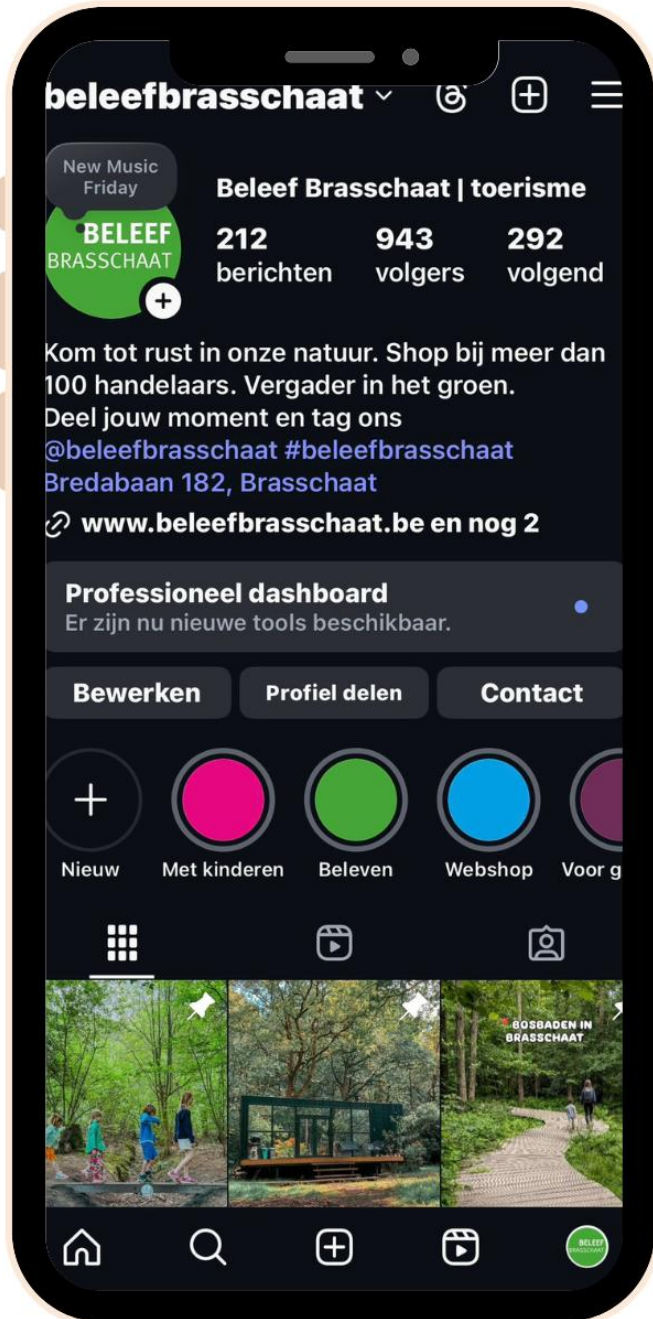
Koos je voor een verblijf of activiteiten met een duurzaamheidslabel?



■ Ja ■ Neen

Welke zaken op vlak van duurzaamheid zijn belangrijk tijdens jouw vakantie?





Bezoekersonderzoek– BELEVING EN ERVARING

profiel, verwachtingen en behoeften van bezoekers

-
1. Bereikbaarheid: met de auto en fiets, bijna 70% vindt dat Brasschaat goed tot zeer goed bereikbaar is
 2. 75% besteed 0-100 euro per dag
 3. De helft is al in Brasschaat geweest
 4. Inspireren en informeren via vrienden & familie en sociale media

GROEN

NATUUR

RIJKDOM

RUST

WANDELEN

KASTEEL

WINKELS

CHIQUE

VILLA'S

Bezoekersonderzoek– BELEVING EN ERVARING

profiel, verwachtingen en behoeften van bezoekers



1. Imago
2. Top 3 reden van bezoek:
 - a. Natuur
 - b. Andere redenen (vriendenbezoek, camperparking)
 - c. Shoppen
3. 77% van de bezoekers geeft aan dat het aanbod aan de verwachtingen voldoet

1. Natuur & groen

- Rustige, groene omgeving
- Parkbezoeken & natuurwandelingen

2. Horeca & gezelligheid

- Gezellige cafés en restaurants

3. Winkelen & evenementen

- Winkels dichtbij & gevarieerd aanbod
- Evenementen zoals Flying Pig

4. Veiligheid & infrastructuur

- Propere straten & veilige trottoirs
- Gratis & ruime parkeermogelijkheden

5. Recreatie & beleving

- Kinderboerderij
- Camperplaats

6. Gemengde verwachtingen

- Beperkte toeristische ontwikkelingen

Bezoekersonderzoek– BELEVING EN ERVARING

profiel, verwachtingen en behoeften van bezoekers

Wat doet de bezoeker in Brasschaat?

Wandelen, fietsen, winkelen, park, schietveld, spoorfietsen, kerstmarkt, iets gaan eten en zwembad

De meerderheid van de bezoekers heeft geen ideeën voor de toekomst op vlak van nieuw aanbod.

Uiteenlopende aanbevelingen; betere toeristische folders en kaarten, wandelen en fietsen meer promoten, meer festivals, een openluchtzwembad, betere bereikbaarheid openbaar vervoer, meer variatie in horeca

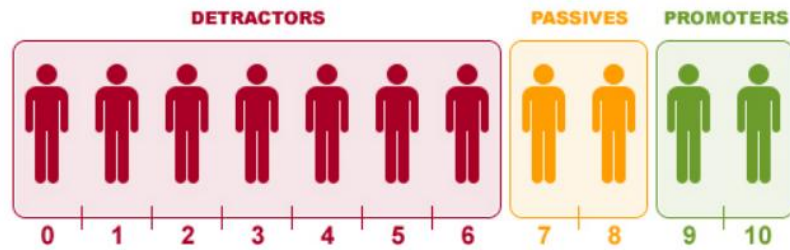
74% van de bezoekers ziet Brasschaat als een toeristische bestemming.



Bezoekersonderzoek– BELEVING EN ERVARING *profiel, verwachtingen en behoeften van bezoekers*



Zou jij op basis van jouw ervaring Brasschaat aanbevelen bij jouw netwerk of collega's?



Net Promoter Score

=

% Promoters

–

% Detractors

Nett Promotor Score

29% promotor

46% passive

25% detractor

Waarom niet? geen echte toeristische trekpleister, sfeer op evenementen is minimaal

Waarom wel? makkelijk bereikbaar, variatie in aanbod, veel fiets-en wandelmogelijkheden, mooie omgeving/natuur

Bezoekersonderzoek– AANBEVELINGEN

profiel, verwachtingen en behoeften van bezoekers

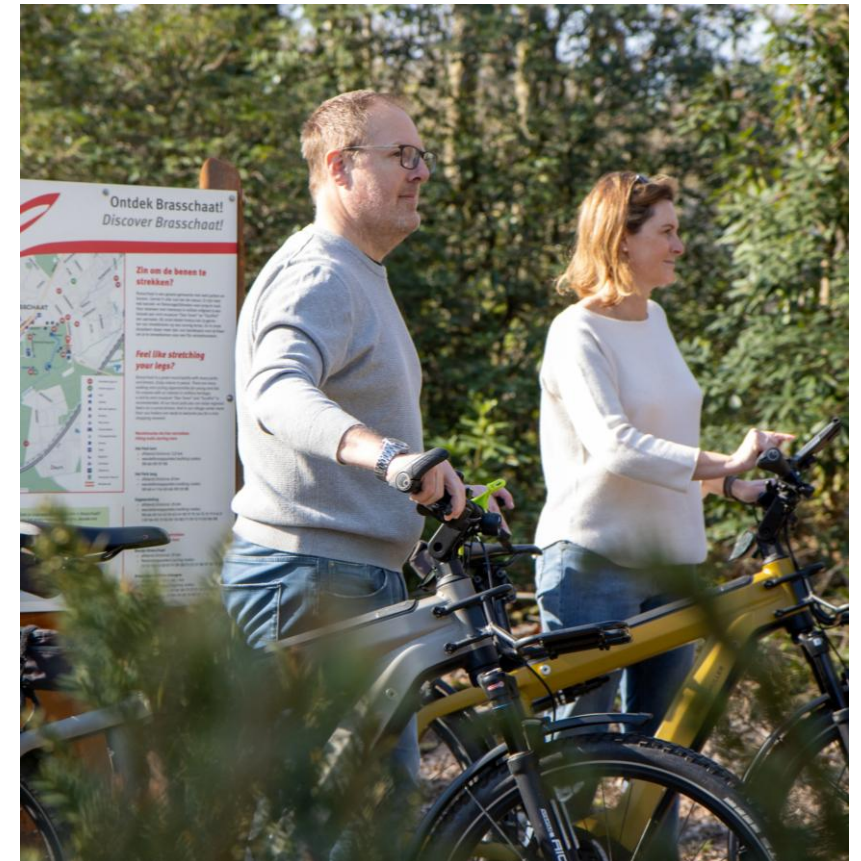


1. **Versterk de lokale samenwerking:** Het is belangrijk om de samenwerking tussen lokale ondernemers, toeristische diensten en de gemeente te versterken. Dit kan helpen om een samenhangend en aantrekkelijk aanbod te creëren voor bezoekers.
2. **Verbeter de marketingstrategieën:** Investeer in gerichte marketingcampagnes om de zichtbaarheid van Brasschaat te vergroten. Gebruik verschillende kanalen zoals sociale media (68%), vrienden/familie/kennissen (72%), en reisblogs/influencers (22%) om een breder publiek te bereiken.
3. **Focus op duurzaamheid:** bevorder duurzame toeristische praktijken door het aanbieden van activiteiten en accommodaties met een duurzaamheidslabel. Dit sluit aan bij de groeiende vraag naar milieuvriendelijke opties onder bezoekers. Uit het onderzoek blijkt dat 26% van de respondenten koos voor een verblijf of activiteiten met een duurzaamheidslabel. Belangrijke aspecten van duurzaamheid tijdens vakanties zijn respect voor natuur (48%) en lokale producten (40%).
4. **Ontwikkel het aanbod:** Ontwikkel een gevarieerd aanbod van activiteiten en evenementen om verschillende doelgroepen aan te spreken. Dit kan helpen om zowel nieuwe bezoekers aan te trekken als terugkerende bezoekers te behouden. Populaire activiteiten tijdens een reis naar het buitenland zijn bezienswaardigheden (58%), eten en drinken (52%), en cultuur (45%).

Onderzoek toerisme – AANBEVELINGEN

bewoners, ondernemers & bezoekers

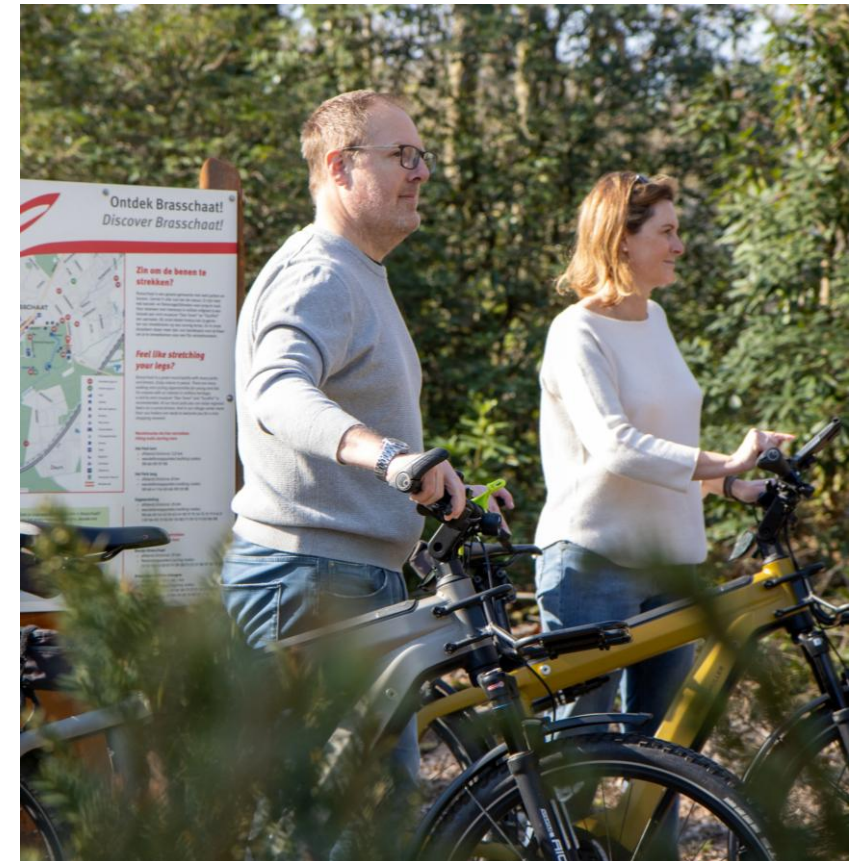
- promotie van toerisme met focus op natuur en shoppen
- bewoner en ondernemer als ambassadeur in schakelen
- zorg voor een veilige mobiliteit en voldoende parkeergelegenheid bij evenementen en drukbezochte locaties
- bescherm de natuur (afvalbeheer, bezoekersspreiding)
- investeer in moderne infrastructuur die voldoet aan de noden van de doelgroep (fietspaden, openbare toiletten, parking,....)



Onderzoek toerisme – AANBEVELINGEN

bewoners, ondernemers & bezoekers

- breng meer variatie in het aanbod met focus op bezienswaardigheden, eten en drinken en cultuur. Zorg voor een vernieuwend aanbod op vlak van horeca en voor jongeren tussen 12-21 jaar.
- communiceer tijdig en voldoende naar ondernemers over evenementen en bijhorende impact.
- breng ondernemers samen
- help ondernemers groeien in het verduurzamen van hun aanbod



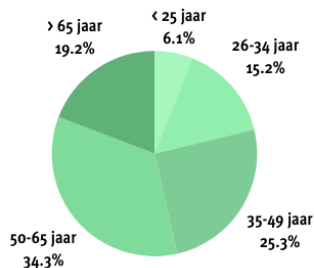
Beleef Brasschaat

Voor een dagje uit of een weekend weg kan je in Brasschaat op verschillende manieren tot rust komen. Onze natuur nodigt uit om te wandelen, fietsen en buiten te spelen. Een ideale plek om samen te komen met je familie of vrienden.

Voor een middag shoppen of lekker eten op een zonnig terras verwelkomen onze talrijke ondernemers je met open armen. Evenwel voor bedrijven en verenigingen is er een aanbod om te vergaderen of een teambuilding te organiseren in het groen.

WIE IS ONZE BEZOEKER?

44% Met kinderen
41% Zonder kinderen
15% Andere situatie



VERBLIJFTOERIST

46% Gemiddelde duur per verblijf:
2 nachten

TOP 3 BUITENLAND

Nederland
Duitsland
Frankrijk

DAGTOERIST

87% 90% uit provincie Antwerpen
50% was eens in Brasschaat

HOE VAN BRASSCHAAT GEHOORD?



REVIEWS VAN ONZE BEZOEKER ★★★★★

★★★★★ Attracties
★★★★★ Groendomeinen
★★★★★ Logies
★★★★★ Horeca
★★★★★ Winkels

Bezoekers waarbij de ervaring aan de
verwachting voldoet: **77%**

Bezoekers die Brasschaat beschouwen als
Toeristische bestemming: **74%**

MAATSCHAPPELIJK IMPACT

ECONOMIE

Stimulans voor horeca & handel
Bewoners met inkomen uit toerisme: **3.9%**

LEEFOMGEVING

Parkeer- & bereikbaarheidsproblemen
bij events & drukke locaties
Afval in bossen en parken
Grotere drukte in groendomeinen

SOCIALE PROCESSEN

Inwoners geloven in Brasschaat als toeristische bestemming
Meer levendigheid in de stad
27,3% vindt contact met bezoekers leuk
33,1% is trots op Brasschaat

ECONOMISCHE IMPACT

KAPITAALINBRENG DOOR MIDDEL VAN UITGAVEN

Dagbesteding
dagtoerist

€ 0-100



Dagbesteding
verblijfstoerist

€ 75-100



Overnachtingen

68.398



Werkgelegenheid

Loontrekkenden

649

Toeristische ondernemingen

538

Zelfstandigen

426

Indirect bijkomend werkgelegenheid bij toeleveranciers

DUURZAME ONTWIKKELING

Toeristische intensiteit *

0.49%

Logies met een Green Key-label

8.6%

Seizoen concentratie **

37.4%

Kiest bewust voor duurzame opties

25%

TOP 5 DUURZAAMHEIDSFACTOREN VOOR BEZOEKERS



Lokale producten



Afvalbeheer



Duurzaam transport ***



Respect voor de natuur



Energie efficiënte logies

TOEKOMST TOERISME

ECONOMIE

Focus op natuur & shoppen promotie
Meer variatie in aanbod
(cultuur, horeca, winkels en jongeren 12-21 jaar)
Ondernemers informeren & ondersteunen in duurzaamheid

LEEFOMGEVING

Veilige mobiliteit + parkeergelegenheid
Investeren in infrastructuur (fietspaden, toiletten)
Beschermen van natuur
Spreiden van bezoekers

SOCIALE PROCESSEN

Bewoners & ondernemers inzetten als ambassadeurs
Ondernemers samenbrengen

Scan de QR-code voor
het volledige verslag



* Men spreekt van een verhoogd risico indien er meer dan 2,62 overnachtingen per 100 inwoners plaatsvinden.

** Dit is het overnachtingsaandeel van de top 3 maanden ten opzichte van het geheel.
Als deze meer dan 55% weergeven dan toont dit een behoorlijke concentratie.

*** Brasschaat zet in op fietsen, deelmobiliteit en openbaar vervoer voor een groenere en bereikbare gemeente.

Wat nu?

Doelstellingen en acties 2026-2031
-> toelichting aan sector in voorjaar

Raadpleeg de volledige resultaten van dit
onderzoek op brasschaat.be/toerismeincijfers

Meer info of een vraag?
ondernemen@brasschaat.be

