

Bestaande data
toerisme in Brasschaat

Inhoud

Logies	3
Attracties	4
Vergaderen en teambuilding.....	5
Infopunt toerisme	5
Overige toeristisch-recreatief aanbod	6
Marketing.....	6
Restaurants & cafés	6
Winkels.....	7
Groendomeinen	7
Bereikbaarheid.....	7
Infrastructuur.....	7
Imago	7
Beoordelingen – kwaliteit van het aanbod.....	8
Trends zoekwoorden	9
Relevante markttrends voor Brasschaat.....	10
Tewerkstelling in de sector	11
Dienstverlening.....	12
Sectorondersteuning	12
Bronnen	12

Logies

In 2024 telt Brasschaat volgens het logiesregister van Toerisme Vlaanderen 23 aangemelde logies. Deze logies bieden samen 127 verhuureenheden en 452 bedden aan. Dat wil zeggen dat bij 100% bezetting er 160 912 overnachtingen mogelijk zijn in Brasschaat. Volgens de aankomstcijfers van 2023 waren er 68 398 overnachtingen. De bezettingsgraad van de logies is ondanks de statistiekplicht niet concreet te berekenen. Logies geven cijfers niet of niet volledig door. Het aantal overnachtingen ligt hoger dan in de COVID19 crisis.

De logies zijn onderverdeelt volgens deze types;

Type	Aantal verhuureenheden	Aantal bedden
Vakantiewoning	16 (70%)	98 (22%)
Hotel	2 (8%)	217 (48%)
B&B	1 (4%)	4 (0.8%)
Kamer gerelateerd logies	1 (4%)	2 (0.4%)
Jeugdverblijf	3 (13%)	131 (28,8%)

**aanbod logies in mei 2024 volgens Toerisme Vlaanderen*

Brasschaat heeft op vlak van kamer gerelateerde logies geen hostel in aanbod. Op vlak van terrein gebonden logies is er geen aanbod (camping, vakantiepark of camperterrein). Er is wel een parking voor campers in concessie bij Sportoase. Deze is gelegen in het park van Brasschaat en biedt ruimte aan 10 campers. Hier mag men gratis voor maximaal 72 uren parkeren. Deze parking wordt zeer veel gebruikt. Er zijn geen cijfers van de bezetting of de herkomst van de bezoeker.

Er worden regelmatig logies aangeboden op de markt die niet aangemeld zijn bij Toerisme Vlaanderen. Voor Brasschaat gaat dit in maart 2024 om 5 logies.

Als we naar de cijfers kijken voor aankomsten en overnachtingen dan zien we dat men gemiddeld 2 nachten in Brasschaat verblijft. In 2023 werd 46% van de overnachtingen geboekt door Belgen. Dat wil zeggen dat 54% uit het buitenland komt. Deze bezoekers komen in 2023 uit 61 verschillende landen. De top 5 van herkomst van deze bezoekers is:

1. Nederland (3 590 aankomsten, 5 878 overnachtingen)
2. Duitsland (652 aankomsten, 1 264 overnachtingen)
3. Frankrijk (335 aankomsten, 610 overnachtingen)
4. Verenigd Koninkrijk (321 aankomsten, 677 overnachtingen)
5. Spanje (121 aankomsten, 280 overnachtingen)

(In 2023 zien we dat er 17 167 aankomsten goed voor 25 556 overnachtingen op herkomst onbekend staan. Waarvan het grootste deel binnen categorie 'ontspanning'. Vermoedelijk is er door een computerfout bij één van de hotels niet de mogelijkheid om de herkomst correct in te geven)

Deze bezoekers verblijven in Brasschaat met verschillende motieven;

- Ontspanning en vakantie = 93%
- Meetings, incentives, congressen en events = 0,2%
- Andere beroepsdoeleinden = 4%

2023	Aankomsten			Overnachtingen		
	België	Niet-ingezetenen	Totaal	België	Niet-ingezetenen	Totaal
	13512	23315	36827	31447	36951	68398
2022	Aankomsten			Overnachtingen		
	België	Niet-ingezetenen	Totaal	België	Niet-ingezetenen	Totaal
	19867	15276	35143	42476	25435	67911
2021	Aankomsten			Overnachtingen		
	België	Niet-ingezetenen	Totaal	België	Niet-ingezetenen	Totaal

	18926	9716	28642	40064	16755	56819
2020	Aankomsten			Overnachtingen		
	België	Niet-ingezetenen	Totaal	België	Niet-ingezetenen	Totaal
	11772	7093	18865	27370	13344	40714
2019	Aankomsten			Overnachtingen		
	België	Niet-ingezetenen	Totaal	België	Niet-ingezetenen	Totaal
	17836	16133	33969	40307	32171	72478

Brasschaat beschikt over 654 090 m² / 230 percelen aan recreatiegronden. 150 van deze percelen zijn bebouwd met een weekendverblijf waarvan 3 worden aangeboden op de markt als vakantiewoning.

2 logies beschikken over een duurzaamheidslabel (Green Key). Dat is 8% van het aanbod. Voor Vlaanderen ligt dit percentage op 5,5%.

Brasschaat heeft een aanbod drempelvrij toerisme.

- Casa Ametza: verhuureenheden hebben een A+ label (mensen met beperkte mobiliteit kunnen er zelfstandig overnachten), enkele verhuureenheden zijn rolstoeltoegankelijk en/of toegankelijk voor gasten met een visuele of auditieve beperking, deelnemer Hospitality+ project van TPA, biedt stappenplan aan voor mensen met autisme
- Hotel Dennenhof: A-label (toegankelijk voor beperkt mobiele mensen, maar mogelijk een extra inspanning of helper nodig), rolstoeltoegankelijk, toegankelijk voor mensen met visuele beperking
- Jeugdverblijfcentrum Bielebale: A-label, Rolstoeltoegankelijk
- Infopunt: A-label

De toeristische intensiteit staat op 0,49. Men spreekt van een verhoogd risico indien er meer dan 2,62 overnachtingen per 100 inwoners plaatsvinden. Qua seizoenaliteit staat Brasschaat op 37,4%. 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.

Attracties

In 2024 kent Brasschaat 12 attracties met bovenlokale aantrekkingskracht. Omdat we niet over cijfers beschikken van alle attracties, kunnen we niet aangeven welke 5 attracties de grootste aantrekkingskracht hebben. Niet alle attracties verzamelen de postcode van de klant. We kunnen dus niet aangeven of deze bezoekers recreant of toerist zijn.

Brasschaat heeft 114 beschermde monumenten en bouwkundig erfgoed op haar grondgebied waarvan sommige onderdeel uitmaken van het toeristisch-recreatief aanbod (feestzaal Kasteel van Brasschaat, sprookjespad torenpoort De Mik,...)

spoorfietsen	18 000
gunfire museum	5 733
kinderboerderij	6 347 (schoolkinderen, overige bezoekers worden niet gemeten)
zwembad Sportoase	327 429 (totaal aantal bezoekers zwembad)
mini-museum Den Toren	867
minigolf Hemelhof	11 020
minigolf Peerdsbos	geen cijfers beschikbaar
Fietsknooppuntennetwerk (42.1 km & 16 knp)	geen cijfers beschikbaar
Wandelknooppuntennetwerk (85 km)	geen cijfers beschikbaar
verhalenwandeling: hoe dromen erfgoed werden	1125
vertelwandeling Sprookjespad	290 bezoekers
multimovepad	geen cijfers beschikbaar
verhuur e-chopper	nieuw sinds 2024

Vergaderen en teambuilding

In 2024 kent Brasschaat 12 locaties waar bedrijven, verenigingen, families, groepen,... terecht kunnen voor teambuildings, vergaderingen, kleine beurzen, feesten,... Deze bezoekers spenderen een dag of langer in Brasschaat. De herkomst van deze bezoekers is onbekend. Er is geen zicht op bezettingsgraad van zalen bij de verschillende aanbieders. Via beleefbrasschaat.be kunnen mensen een aanvraag indienen voor een teambuilding. In 2024 ontvingen we tot op heden 7 aanvragen.

	Aantal reservaties	Aantal personen	Gemiddelde omzet per persoon	Inkomsten
Sport Vlaanderen	2	40	20	800
Cultuurcentrum	334	5 606	Niet beschikbaar	Niet beschikbaar
Dennenhof	Geen reactie			
Groene Jager	Geen reactie			
Leerexpert	28	2 170	Niet beschikbaar	Niet beschikbaar
Klokkenhof	Geen reactie			
Kasteel van Brasschaat	Geen reactie			
Perron Noord	Geen reactie			
Brasschaat Golf	Geen reactie			
De Kroon	Geen reactie			
De Roode Leeuw	Geen reactie			

*cijfers 2023

Het aanbod voor teambuilding activiteiten is uiteenlopend. Dit omvat boogschieten, cocktails maken, initiatie golf, spoorfietsen, wandelen met gids, hoogteparcours, highland games, interactief sportspel, quizen, bowling, kubben, escape room, creatief schilderen en verschillende VR spelen.

Infopunt toerisme

Het infopunt toerisme is gelegen in het kernwinkelgebied op het Dr. Roosensplein in het Oude Gemeentehuis. Het infopunt toerisme staat in voor de online- en offline onthaalwerking van bezoekers. Bezoekers kunnen fysiek in het infopunt terecht maar ook op de website beleefbrasschaat.be. Deze website is online sinds september 2023.

Het infopunt wordt bemand door vrijwilligers en is open van maandag t.e.m. zaterdag tussen 10 en 16 uur. Via een brochurehouder op de parking voor campers wordt er voorzien in een decentraal onthaalpunt. Aanvullend bezorgen ook de logiesuitbaters en horecaondernemers toeristische informatie aan bezoekers via hun website, sociale media of via folders in hun zaak.

jaar	aantal bezoekers infopunt	aantal bezoekers website
2019	1 938	geen meting
2020	1 219	6 286
2021	1 448	4 545
2022	1 160	32 650
2023	1 164	24 865

In 2020 verhuisde het infopunt van de bib naar de nieuwe locatie in het Oude Gemeentehuis. In 2021 herstructureerde we de informatie rond toerisme op de gemeentelijke website, waardoor het bezoekers aantal in 2022 aanzienlijk toenam. In september 2023 lanceerden we een aparte website voor toerisme waardoor er een terugval was van bezoekersaantal naar aanleiding van een verlaagde zoekmachine indicatie. Als we kijken naar de bezoekers van 2023 dan zien we dat juni, juli, augustus, september en december de drukst bezochte maanden zijn. 30% van de bezoekers is tussen de 65 en 85 jaar oud. De

rest van de bezoekers is niet jonger dan 25 jaar. De voornaamste interesse gaat uit naar wandelen, fietsen en de lokale producten en gadgets. 54% van de bezoekers zijn de eigen inwoners. De 2^{de} grootste groep zijn bezoekers uit niet-buurgemeenten van Brasschaat en dan volgen de Nederlanders.

De website onthaalt in 2023 aanzienlijk meer mensen dan het infopunt. 95% van de bezoekers zijn Belgen, 1% Nederlanders en 4% bezoekers uit andere landen dan België en Nederland. Waarbij Frankrijk, Duitsland en Spanje in de top 3 staan. We zien in een trage groei in bezoekers via zoekmachines sinds de lancering van de nieuwe website. De bezoekers die met een doorverwijzing via sociale media op de website komen is opvallend in de maanden dat we adverteren op Facebook en Instagram. De voornaamste interesse van de website bezoeker gaat naar wandelen, met kinderen, shoppen, fietsen en het Sprookjespad.

Het toeristisch onthaal zet in op inspireren, informeren, verkopen, verwelkomen en ontzorgen. Dat gebeurt via verschillende kanalen (website, Facebook, Instagram, email, telefoon, infopunt, infostanden op events, magazine toerisme, ...).

Brasschaat heeft een Rap op Stap kantoor ter ondersteuning van mensen met een verlaagd inkomen.

Overige toeristisch-recreatief aanbod

Marketing

Zowel de gemeentelijke dienst, als vzw toerisme Brasschaat en de verschillende actoren uit de sectoren voeren marketing voor het toerisme in Brasschaat. De marketing rond het toeristisch-recreatief aanbod vanuit de dienst en de vzw vertrekt vanuit het imago.

	gemeente	vzw toerisme
Lokale krant Brasschaatse Film	x	x
Instagram	x	x
Facebook	x	x
Whatsapp		x
Magazine	x	
Folders (wandelen/fietsen)		x
Folders (zakelijk ontmoeten)		
B2C nieuwsbrief		x
Kempengids	x	
Kempen campagnes	x	

Er is een beeldbank toerisme beschikbaar met foto's en video's. De actoren toerisme kunnen deze beelden opvragen en gebruiken in eigen marketing. Vanuit de gemeente wordt er voornamelijk ingezet op marketing van Brasschaat als bestemming en vanuit de vzw op marketing van de eigen producten zoals mini-museum Den Toren, Sprookjespad, arrangementen.... In 2023 spendeerde de gemeente en de vzw toerisme samen 20 680 euro aan marketing.

Er is geen wisselwerking tussen de gemeentelijke diensten en de ondernemers in de sector m.b.t. hun marketing en die van Brasschaat als bestemming.

Restaurants & cafés

Volgens Locatus telt Brasschaat in 2023 98 horecazaken met verschillende branches waarvan er 4 leegstaande panden zijn. 40 van deze horecazaken liggen buiten een handelskern. Ze liggen in een wijk of in/nabij een groendomein. 5 van deze horecazaken beschikken over een speeltuin voor kinderen. Het kernwinkelgebied telt 34 horecazaken. Er is geen horecavereniging in de gemeente Brasschaat en er is geen horecabeleidsplan. De gemeente zit 2 keer per jaar samen met de sector om informatie te delen en voeling met de sector te houden.

Lunchroom	16
-----------	----

Café-restaurant	19
Hotel-restaurant	4
Café	13
Restaurant	13
Ijssalon	2
Afhalen/bezorgen	8
Grill/Shoarma	3
Fastfood	14
Feestzaal	5
Discotheek	1

Winkels

Volgens Locatus telt Brasschaat in 2023 289 ingevulde winkelpanden met 80 verschillende branches. Het kernwinkelgebied telt 144 winkels. Er zijn verschillende handelsverenigingen in de gemeente Brasschaat.

Dagelijkse goederen	89 winkels
Mode & luxe	66 winkels
Vrije tijd	11 winkels
In/om huis	58 winkels
Overig	29 winkels
Transport en brandstoffen	20 winkels
Cultuur en ontspanning	17 winkels

Groendomeinen

Brasschaat heeft 7 parken en bossen die toegankelijk zijn voor het publiek. Eén van deze gebieden is een militair gebied en natura2000. Doorheen alle parken en bossen lopen wandel-en fietsknooppunten. Verder is er een natuuumloop in het Peerdsbos en het park en een multimovepad in de Brusselse Bossen. Er zijn geen bewegwijzerde wandelroutes in de natuurgebieden. De GR12, natuuumlopen en pelgrimroute Martinus lopen door een aantal natuurgebieden in Brasschaat. In de groengebieden of in de nabijheid van de groengebieden liggen verschillende horecazaken. Deze gebieden hebben het karakter bos, heide en erfgoedlandschap.

De natuur op het grondgebied van Brasschaat bestaat uit 12,6% natuurgebied , 5,5% bos en 4,3% recreatie.

Bereikbaarheid

Brasschaat is gelegen tussen Antwerpen, Breda, Bergen Op Zoom en Turnhout. De gemeente is bereikbaar via de snelweg (2 op en afritten), via het openbaarvervoer (meerdere buslijnen) en met de fiets via de fietsknooppunten. De dichtbijzijnde treinstations zijn Ekeren, Ekeren-Mariaburg en Kapellen.

Infrastructuur

evenementenweide
parkings auto/fiets handelskernen
parkings auto/fiets groengebieden
fietspaden
openbare toiletten
rustpunten
infoborden
drinkfonteinen
speeltuinen

Imago

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.

Beoordelingen – kwaliteit van het aanbod

De inwoners van Brasschaat zijn tevreden over het aanbod in 2023. Dit valt af te leiden uit onderstaande cijfers;

- 73% is tevreden over het culturele aanbod
- 89% is tevreden over het aanbod sport en recreatie
- 78% is tevreden over het aanbod winkels
- 86% is tevreden over het aanbod horeca

Via google reviews geven we hieronder woorden weer die de beleving en kwaliteit van het aanbod weergeven volgens de gebruikers. In de bijlage kan je de volledige reviews lezen voor de horeca, logies en attracties. De gemiddelde review score op 5 wordt vermeldt.

Attracties	4,3	teambuilding, uniek, groene landschap, ontspannen, wandelen, ijsje, speeltuin, dieren, kinderen, gratis, tanks, binnen, privé tour, wandelen, vriendelijk, artillerie, luchthaventoren, geschiedenis, fietsen, wandelen, jong en oud, buitenactiviteit, minigolf, vriendelijk, verzorgd, familiezwembad, wellness, waterglijbanen
Logies	4,6	comfortabel, rustig, natuur, bossen, groen, mensen met een beperking, verzorgd, onverzorgd, vriendelijk, onvriendelijk, vriendelijk, schoon, lekker eten, onvriendelijk, irritant, goed voor groepen, schilderachtig, parel, proper, ruim, gerieflijk
Groendomeinen	4,5	Dreven, wandelen, fietsen, bewegen, park, rozentuin, parkeren, proper, druk, toegankelijk, rust, hondenweide, horeca, vliegveld, vijver, aangenaam, multimovepad, mooi natuur, reeën
Horeca	4,2	gezellig, bruisend op zonnige dagen, speeltuin, gezinnen met kinderen, druk, trage service, iets drinken, vriendelijk, wafel, druk, goede prijs/kwaliteit

		eten, lekker eten, vriendelijk, terras, parking, bosrijke omgeving, minigolf, wandeling, speeltuin, lange wachttijden, fijne service, lekker gegeten, sportvliegtuigen, vriendelijk, terras, parking, goede keuken, goede service, afewerkte gerechten, sfeer, bijpassend wijn, gezond, vegan, vegetarisch, wafels, trendy, vriendelijk
Winkels	4.4	vriendelijk, behulpzaam, alle prijsklasse, topmerken, gezellig, vriendelijk, mooie kleren en juwelen, boho aanbod, veel keuze, ruime keuze, behulpzaam, vriendelijk, mooie collectie, betaalbaar, kennis, behulpzaam, vriendelijk, grote keuze, vriendelijk, professioneel, behulpzaam, veel keuze, vriendelijk, online service, ordelijk, vriendelijk, grote keuze, goede prijs/kwaliteit, speciaal aanbod, online bestellen mogelijk, vriendelijk, behulpzaam, groot aanbod, mannen en vrouwen aanbod, parking nabij mooie kleding, veel speelgoed, speelhoek, speciaal aanbod, educatief duurzaam speelgoed
Events		Weinig reviews in google geen samenvatting mogelijk

Trends zoekwoorden

De afgelopen 12 maanden kenden onderstaande zoekopdrachten relevant naar toerisme in Brasschaat een groei. Via meer specifieke zoekwoorden kan google trends geen relevante zoekopdrachten weergeven.

- Latour brasschaat
- Murni brasschaat
- Het weer in brasschaat
- Winterdorp brasschaat
- Hugo's brasschaat
- Le cirque brasschaat
- Tarte francoise brasschaat
- Bar perron brasschaat
- Bar do brasschaat
- Oud antwerpen brasschaat
- Buienalarm brasschaat
- Klokkenhof brasschaat

Relevante markttrends voor Brasschaat

Trends kan je omschrijven als veranderende uitingen van menselijke behoeftes.

- **Bescherming – transparantie:** Transparantie is heel belangrijk als je het vertrouwen van mensen wil winnen. Mensen willen weten waar producten vandaan komen, hoe ze gemaakt zijn en door wie. Toeristen willen zich veilig voelen en vragen daarom meer transparantie over alle aspecten van hun reis. Bij ingrijpende gebeurtenissen zoals terreuraanslagen, COVID-19 of de oorlog in Oekraïne is duidelijkheid essentieel. De sector moet laten zien hoe ze met zulke situaties omgaat. Ook in restaurants en uitgaansgelegenheden willen mensen weten wat ze consumeren. Van welk runderras komt de biefstuk? Hoe leefde het dier? Is het lokaal geproduceerd? In hotels of B&B's waarderen gasten informatie over milieuvriendelijke zeepjes en shampoos. Blockchaintechnologie kan helpen door bevoorradingsketens traceerbaar te maken.
- **Bescherming – privacy:** Als je online diensten gebruikt, geef je persoonlijke gegevens vrij. Hoe meer privacy je opgeeft, hoe beter de service en het gebruiksgemak doorgaans worden. Iedereen moet zelf een balans vinden tussen privacy en gemak. Bewustzijn van de keuzes en hun gevolgen is daarbij essentieel. Ook de toeristische sector verzamelt persoonlijke gegevens voor optimale dienstverlening, zoals bij boekingen. Die informatie kan gevoelig zijn en moet zorgvuldig behandeld worden. Klanten zoeken hun eigen balans tussen privacy en service. Ze moeten duidelijke informatie krijgen om een bewuste keuze te maken.
- **Bescherming – veiligheid:** Voor een zorgeloze vakantie moet je je veilig voelen. (Gepercipieerde) veiligheid en politieke stabiliteit van de bestemming spelen een grote rol bij het boeken van een reis. Gezondheid is ook belangrijk, vooral sinds de pandemie. Bovendien was het zo dat reizen een belangrijke rol had gespeeld in de verspreiding van het virus, wat de gezondheidsrisico's verbonden aan toerisme benadrukte. Daarnaast blijkt uit onderzoek dat de toeristische sector gevoelig is voor cyberaanvallen door online betalingen en persoonsgegevens.
- **Connectiviteit - sociale netwerken en bewust offline:** Reizigers tonen via sociale media graag welke mooie plaatsen ze bezoeken. De toeristische sector maakt gebruik van influencers om reisbestemmingen te promoten. Bekende toeristische influencers hebben miljoenen volgers. Aan de andere kant zijn er ook mensen die hun vakantie gebruiken om los te komen van sociale media. Afgelegen bestemmingen zonder gsm-masten of internetverbindingen bieden die mogelijkheid en promoten dat als een troef.
- **Vloeiende identiteit – diversiteit en inclusie:** Er is een groeiend aanbod van toeristische activiteiten gericht op specifieke groepen, zoals rootsreizen of reizen voor de LGBTQIA+-gemeenschap. Binnen die groepen bestaat echter ook veel diversiteit. Sommigen verkiezen geen specifiek aanbod, maar willen simpelweg welkom zijn en gerespecteerd worden op hun bestemming.
- **Individualisering – selfness:** Vakanties worden een kans om in jezelf te investeren. Een reis met activiteiten die je mentale en emotionele welzijn verbetert, spreekt veel mensen aan. Dat kan variëren van solo-wandelingen tot mental coaching.
- **Individualisering – hyperindividualisering:** Op dit moment worden jouw voorkeuren al opgeslagen via je surfgedrag en online aankopen. Naarmate meer mensen en objecten met elkaar verbonden raken (500 miljard verbindingen tegen 2030, volgens schattingen), worden die voorkeursprofielen nauwkeuriger. Uitbaters van accommodaties kunnen die data gebruiken om je de best mogelijke gepersonaliseerde service en accommodatie te bieden.
- **Gezondheid – lifedesign:** Toeristen willen dat er ook op reis rekening wordt gehouden met hun persoonlijke gezondheidsvoorkeuren. De vraag naar glutenvrije, lactosevrije, vegetarische, veganistische en biologische maaltijden neemt toe.
- **Gezondheid – introspectrum:** Sommige toeristen willen tijdens hun vakantie weg van de drukte. Ze verlangen naar rustige plekken in de natuur waar ze kunnen ontspannen. Bestemmingen buiten steden worden daarom populairder, maar ook citytrippers genieten van rustige plekken.

- **Kennis – edutainment:** In de toeristische sector is edutainment een groeiende trend. Reizigers willen niet alleen een bestemming bezoeken, maar ook leren over de cultuur en lokale vaardigheden ervaren. Ze verlangen naar authentieke ervaringen op een informele en ontspannende manier.
- **Kennis – gamification:** Toeristische bestemmingen maken al gebruik van gamification om bezoekers een leukere ervaring te bieden en om hen minder bekende locaties te laten ontdekken. Ze organiseren bijvoorbeeld schattenjachten of wandelingen met opdrachten.
- **Mobiliteit – deeleconomie:** Veel toeristen reizen zonder eigen vervoersmiddel en zijn aangewezen op openbaar vervoer en taxi's. Deelvervoersmiddelen zoals fietsen of steps vormen dan een waardevolle aanvulling. Toeristische bestemmingen kunnen die voorzieningen uitspelen als een belangrijke troef.
- **Urbanisatie – progressieve provincie:** De progressieve provincie is aantrekkelijk voor reizigers vanwege de aandacht voor welzijn, natuurbeleving, veerkracht, gezonde lokale producten en gastronomie. Dat zijn allemaal aspecten die bezoekers zoeken tijdens hun vakantie.
- **Duurzaamheid – latte waarden:** Ook in de toeristische sector zijn de LATTE-waarden van toenemend belang. Reizigers zoeken steeds vaker naar ervaringen die passen binnen deze criteria: lokaal geproduceerde producten, authentieke en ethische praktijken, en een trouwhartige verbintenis met duurzaamheid. Toeristische bedrijven die deze waarden omarmen, kunnen zich onderscheiden en aantrekkelijker worden voor bewuste consumenten.
- **Duurzaamheid – lage impact economie:** De evolutie naar een lage-impact-economie heeft ook grote gevolgen voor het toerisme. Verspilling voorkomen, cultureel erfgoed bewaren, biodiversiteit stimuleren, de voordelen van het toerisme eerlijker verdelen: allemaal thema's waarmee de sector aan de slag moet. Reizigers zijn steeds meer bezorgd om hun ecologische voetafdruk en zoeken naar manieren om hun impact te verminderen. Dit gaat verder dan alleen ecotoerisme en omvat ook de negatieve gevolgen van transport en consumptie tijdens de reis zelf.
- **Workshift – sociale economie:** Steeds meer reizigers hechten belang aan ethische overwegingen bij het kiezen van hun bestemming. Ze streven naar een minimale ecologische voetafdruk en willen een positieve impact hebben op de bestemming en de lokale gemeenschappen. Ook toeristische ondernemingen spelen hierop in door zich te richten op maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- **Workshift – platformeconomie:** In de toeristische sector worden werknemers al erg flexibel ingezet, wat nodig is voor persoonlijke service. Cafés, restaurants en hotels maken vaak gebruik van interimpersoneel, deeltijdse werknemers of flexi-jobs. Deze flexibiliteit zal naar verwachting uitbreiden naar andere toeristische sectoren. Gig-platforms kunnen daarbij een rol spelen. De opkomst van de platformeconomie heeft ook op andere manieren grote gevolgen gehad voor het toerisme. Platforms zoals Airbnb en Uber worden veel gebruikt door reizigers, wat traditionele aanbieders zoals hotels, B&B's en taxichauffeurs heeft uitgedaagd. Dit heeft ook invloed gehad op de leefbaarheid in sommige toeristische steden. Verhuurders merken bijvoorbeeld dat ze meer geld kunnen verdienen als ze hun panden via Airbnb aanbieden. Dat zorgt voor krapte op de reguliere woonmarkt en hogere prijzen, waardoor het voor lokale mensen niet meer betaalbaar is om in het stadscentrum te wonen.

Tewerkstelling in de sector

Toerisme aandeel in totaal loontrekkend is voor Brasschaat in 2022 5,9%. Een aandeel groter dan 9% wijst op een relatief grotere afhankelijkheid van toerisme. In 2022 waren 538 toeristische ondernemingen in Brasschaat met 649 loontrekkenden en 426 zelfstandigen. In 2023 verschenen er 25 vacatures horeca en toerisme waarvan er 4 niet ingevuld geraakten. Voor sport, cultuur en ontspanning waren er 91 vacatures waarvan er 4 niet ingevuld werden. Deze ondernemingen zorgen elk voor zich voor een emissie van CO².

Dienstverlening

Brasschaat voorziet een online en offline onthaalwerking voor recreatie en toerisme. Deze wordt uitgevoerd door vrijwilligers (40-45 mensen). Hiermee zet de gemeente in op inspireren, informeren, verkopen, verwelkomen en ontzorgen naar bezoekers toe. Vanuit vzw toerisme Brasschaat worden er producten ontwikkelt om het aanbod uit te breiden of te vernieuwen. Dit aanbod omvatte in 2023;

- Sprookjespad
- Verhalenwandeling: hoe dromen erfgoed werden
- Arrangement Den Toren
- Arrangement Spoorfietsen
- Bosbingo Klein Schietveld
- Mini-museum Den Toren
- Fiets-en wandelroutes

Sectorondersteuning

Ter ondersteuning van de sector kunnen ondernemers bij de gemeente terecht met adviesvragen. De gemeente zet in op marketing van Brasschaat als bestemming en organiseert 2 keer per jaar een netwerkmoment om de sector bij elkaar te brengen. Via een nieuwsbrief worden er elk kwartaal nieuwigheden m.b.t. toerisme gedeeld met de sector. Er is een jaarlijks budget ter beschikking voor acties ter ondersteuning van de sector (30 000 euro).

Bronnen

<https://toerismevlaanderen.be/nl/cijfers/cijfers/overnachting-aankomstcijfers>

<https://www.wandelverhaal.be/martinusroute-pelgrimspad-vlaanderen/>

[Bestemmingsbarometer | Toerisme Vlaanderen](#)

<https://provincies.incijfers.be/dashboard/dashboard/>

<https://toegankelijkheidsaanbod.visitflanders.com/products>

<https://www.provincieantwerpen.be/aanbod/dvt/toerisme-provincie-antwerpen/drempelvrij-toerisme/hospitality-plus-in-je-logies.html>

<https://guidea.incijfers.be/dashboard/dashboard1/gemeenterapport-horeca>

[Trends in toerisme | Toerisme Vlaanderen](#)

Locatus

google reviews