

Analyse en constructie van een toeristische monitor voor de stad Hasselt

Geert Van Campenhout

promotor :
Prof. dr. Patrick DE GROOTE

co-promotor :
Prof. dr. Ludo PEETERS

Analyse en constructie van een toeristische monitor voor de stad Hasselt.

Geert Van Campenhout

promotor:
Prof. dr. Patrick DE GROOTE

co-promotor:
Prof. dr. Ludo PEETERS

Eindverhandeling voorgedragen tot het bekomen van de graad
master in de toegepaste economische wetenschappen
innovatie en ondernemerschap

Voorwoord

Deze masterproef vormt het sluitstuk tot het behalen van de graad van Master in de Toegepaste Economische Wetenschappen, afstudeerrichting Innovatie & Ondernemen aan de Universiteit Hasselt.

Het onderwerp van deze masterproef is de analyse van een toeristische monitor voor de stad Hasselt. Als geboren en getogen Hasselaar was het voor mij een plezier om via dit onderzoek iets terug te doen voor “mijn” stad.

Dankzij de steun en inbreng van buitenaf heb ik deze masterproef tot een goed einde kunnen brengen. Daarom wil ik van deze gelegenheid gebruik maken om een dankwoordje te richten aan alle mensen die mij hebben geholpen.

Op de eerste plaats zou ik mijn promotor Prof. dr. Patrick De Grootte en co-promotor Prof. Dr. Ludo Peeters willen bedanken. Hun opbouwende feedback en deskundige begeleiding hebben mij geholpen bij de voltooiing van dit werk.

Vervolgens wil ik enerzijds mevrouw Julie Verlinden (Steunpunt Toerisme en Recreatie) en de heer Maurice Oude Wansink (OWP Research) bedanken, waarvan ik een interview heb mogen afnemen, anderzijds de personen die aan de interactieve workshop hebben deelgenomen.

Daarenboven wil ik alle mensen danken die tijd hebben vrijgemaakt om mij van de nodige gegevens te voorzien. De gegevensverzameling vormt de basis voor de toeristische monitor, maar bleek niet altijd even eenvoudig. Zonder hun medewerking was het dus niet gelukt.

Als laatste wil ik graag mijn ouders danken voor hun onvoorwaardelijke steun en interesse bij mijn studie en de kans die ze mij gegeven hebben om deze universitaire studies te volgen.

Hasselt, 20 april 2010
Geert Van Campenhout

Samenvatting

In deze masterproef richten we ons op de toeristische sector, meer bepaald trachten we een toeristisch meetinstrument op te stellen voor de stad Hasselt. Enerzijds is de toeristische sector een zeer belangrijke werkgever en tevens een middel om investeringen in Hasselt te stimuleren. Anderzijds worden de eisen en verwachtingen van toeristen in het algemeen steeds hoger en is het zaak om een zo attractief mogelijk product af te leveren. Om te verbeteren moeten we de zaken kunnen evalueren en dus terugvallen op resultaten. Welke impact hebben bepaalde beleidsacties gehad en hoeveel bezoekers trekt Hasselt aan?

In ons onderzoek trachten we een antwoord te geven op de vraag: in welke mate kan een beleidsondersteunende toeristische monitor een ondersteuning bieden voor Hasselt?

Na de beschrijving van het praktijkprobleem, centrale onderzoeksvraag en deelvragen, starten we met een schets van Hasselts geografische, demografische en toeristisch - economische context. De bedoeling is om in het kort ons onderzoeksdomein voor te stellen.

Tegenwoordig is er meer en meer nood aan gegevens op lokaal niveau. Gegevens worden momenteel op provinciaal, gewestelijk en federaal niveau verzameld, terwijl deze op lokaal niveau vaak versnipperd, onvolledig of niet up-to-date zijn. In het buitenland doet men dit door middel van toeristische monitoren. Om een goed toeristisch beleid te kunnen voeren is zulke gebundelde informatie essentieel. Daarom gaan we op onderzoek: "Wat is een toeristische monitor?"

Door middel van een veldonderzoek onderzoeken we welke variabelen en indicatoren gemeten worden door andere toeristische monitoren. We bespreken negen verschillende instanties uit binnen- en buitenland die hun eigen monitoren of indexen hebben gecreëerd. Hierbij valt op dat zo goed als alle monitoren cijfers verzamelen over de plaatselijke attracties en hotels. Op basis van deze analyse en de beschikbare gegevens stellen we ons eigen meetinstrument de "Toeristische Monitor Hasselt" op, waarin we zowel de vraag als het aanbod van het toerisme in Hasselt bespreken. Daarnaast gaan we dieper in op de evolutie van het aantal aankomsten en overnachtingen. Zo vergelijken we Hasselt met Limburg, Vlaanderen en België, en maken we een onderscheid naar land van herkomst en doel van verblijf. Ook het zakelijk segment, het dagtoerisme en enkele ondersteunende faciliteiten komen aan bod.

Vervolgens merken we op dat wanneer men er in slaagt om eenzelfde onderzoeksmethode te integreren in verschillende steden of regio's, de resultaten, afhankelijk van het onderzoeksdomein, intersectoraal of interprovinciaal vergeleken kunnen worden. In Zuid- en Noord-Holland heeft het Amsterdam Toerisme & Congres Bureau (ATCB) bijvoorbeeld een gelijkaardige barometer als die in de stad Amsterdam geïmplementeerd. Het Steunpunt Toerisme en Recreatie (STeR) meet bijvoorbeeld cijfergegevens van hotels (hotelbarometer) en attracties (attractiebarometer) over heel Vlaanderen.

We organiseerden, om ervaringen uit te wisselen en een luisterend oor te bieden aan de verschillende belanghebbenden van het toerisme, een workshop waarin we een vertegenwoordiger van iedere deelsector (hotels, B&B, musea, cultuur, dienst van toerisme) uitnodigden. Een andere bron van informatie waren de interviews met de bevoorrechte getuigen. Hieruit trachten we te zoeken hoe onze monitor toepasbaar is in de stad en welke voor- en nadelen, kansen en bedreigingen het biedt. Op basis van deze informatie stellen we een SWOT-analyse van de monitor op.

Vervolgens analyseren en bespreken we de tijdreeksen van het Nationaal Jenevermuseum, het Modemuseum en de aankomsten volgens doel van verblijf met behulp van het statistisch programma STATA. Er wordt geïllustreerd welke vergelijkingen en verbanden er gelegd kunnen worden op basis van het cijfermateriaal.

Ten slotte wijzen we op de beperkingen van ons onderzoek en maken we tevens enkele conclusies en beleidsaanbevelingen voor in de toekomst. Deze masterproef is het startschot voor een geprofessionaliseerd meetinstrument voor het toerisme in Hasselt.

Inhoudsopgave

Voorwoord

Samenvatting

Inhoudsopgave

Lijst van tabellen

Lijst van figuren

1. Inleiding en probleemstelling	1
1.1. Praktijkprobleem: situering en omschrijving	1
1.2. Centrale onderzoeksvraag en deelvragen	3
1.3. Verantwoording van de keuze van het onderwerp	3
1.4. Onderzoekstrategie	4
1.5. Beperkingen, grenzen en vooronderstellingen	5
1.6. Definiëring van begrippen en afkortingen.....	5
1.7. Inleiding.....	7
2. Kerncijfers voor de stad Hasselt.....	8
2.1. Geografische context.....	8
2.2. Demografische context	8
2.3. Toeristisch-economische context.....	10
3. Toeristische Monitor	12
3.1. Wat is een toeristische monitor?.....	12
3.2. Waarom een toeristische monitor?	13
3.3. Analyse van reeds bestaande monitoren	14
3.3.1. België	14
3.3.2 Nederland	17
3.3.3. Duitsland	21
3.3.4. Bespreking	22
4. Constructie Toeristische Monitor Hasselt (TMH).....	26
4.1. Variabelen en indicatoren	26
4.1.1 Verblijfstoerisme	27
4.1.2. Dagtoerisme.....	48
4.1.3. Ondersteunende faciliteiten	63
4.2. Toeristische Monitor Hasselt.....	67
4.2.1 SWOT-analyse.....	67
4.2.2 Model	67

5. Resultaten van enkele tijdreeksen	69
5.1. Overzicht beschikbare statistische gegevens.....	72
5.2. Aankomsten volgens doel van verblijf.....	72
5.2.1. Evolutie (“ruwe” evolutie)	72
5.2.2. Seizoensbewegingen.....	73
5.2.3. Vaste vs. variabele trendbewegingen.....	73
5.3. Nationaal Jenevermuseum, Modemuseum.....	77
5.3.1. Evolutie (“ruwe” evolutie)	77
5.3.2. Seizoensbewegingen?.....	78
5.3.3. Vaste vs. variabele trendbewegingen?.....	78
5.4. Samenhang	80
6. Beperkingen, aanbevelingen en conclusies	83
Literatuurlijst.....	92

Lijst van tabellen

2.1: Inwoners per deelgemeente (31/12/2009)	9
2.2: Evolutie van de directe omzet in de toeristische sector Hasselt in euro (2001-2008).	10
2.3: Evolutie van de directe investeringen in de toeristische sector Hasselt in euro (2001-2008).....	10
2.4: Evolutie van de tewerkstelling in de toeristische sector Hasselt (2001-2007).....	10
3.1: Overzicht analyse andere monitoren	23
4.1: Kamercapaciteit van de hotels in Hasselt (1996 en 2009)	28
4.2: Het vergunde hotel-en kamerbestand in Hasselt i.f.v. sterrencategorie, 2009.....	29
4.3: Grootteklasse van de vergunde Hasseltse hotels, 2009.	29
4.4: Opname van de Hasseltse logiesaccomodaties met aantal kamers en personen op de websites van Toerisme Limburg, Vlaanderen Vakantieland en in de Infobrochure van Hasselt 2010.	31
4.5: Evolutie van het aantal aankomsten en overnachtingen (1998-2009).....	32
4.6: Evolutie van het aantal aankomsten (x1.000) in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België (1998-2008, index 1998)	33
4.7: Evolutie van het aantal overnachtingen (x1.000) in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België (1987-2008, index 1998).....	35
4.8: Aankomsten in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België volgens land van herkomst (2008).....	37
4.9: Overnachtingen in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België volgens land van herkomst (2008).....	37
4.10: Aankomsten, overnachtingen en gemiddelde verblijfsduur volgens land van herkomst (2008).....	38
4.11: Overnachtingen volgens land van herkomst en doel van verblijf (2008).....	38
4.12: Evolutie van het aantal overnachtingen in Hasselt volgens doel van verblijf, procentuele verdeling (2001-2008).	41
4.13: Aanbod congresfaciliteiten in Hasselt	44
4.14: Evolutie van het aantal overnachtingen recreatief toerisme – zakentoeerisme (2001-2008).....	45
4.15: Evolutie van de gemiddelde verblijfsduur naar doel, uitgedrukt in het aantal dagen (2004-2008).....	45
4.16: Evolutie van de zakelijke overnachtingen volgens land van herkomst (2008).	46
4.17: SWOT-analyse van het zakentoeerisme in Hasselt.	47

4.18: Evolutie van het bezoekersaantal van het Nationaal Jenevermuseum op maandbasis (1988-2009).....	52
4.19: Evolutie van het bezoekersaantal van het Modemuseum op maandbasis (1990-2009).	53
4.20: Evolutie van het bezoekersaantal van het Stadsmus op maandbasis (1989-2009).....	54
4.21. Evolutie van het bezoekersaantal van de drie belangrijkste musea (1995-2009).	55
4.22: Evolutie van het bezoekersaantal van de Japanse Tuin op maandbasis (2003-2008).	57
4.23: Bezoekersaantallen van de Abdij van Herkenrode 2009.....	59
4.24: Bezoekersaantal van evenementen in Hasselt op jaarbasis (2002-2009).....	60
4.25: Evolutie van het aantal passanten in Belgische hoofdwinkelstraten (2000-2008).....	62
4.26: Parkeeraanbod in Hasselt (medio 1997).....	63
4.27: Parkeeraanbod in Hasselt (2008).	64
4.28: Evolutie van het Gratis Openbaar Vervoer (1996-2008).	65
4.29: SWOT-analyse Toeristische Monitor Hasselt.....	67
5.1: Overzicht beschikbare statistische gegevens.	71
5.2: Resultaten voor aankomsten.	75
5.3: Resultaten voor musea.....	79
5.4: Regressieresultaten voor seizoen gecorrigeerde maandelijkse bezoekersaantallen en aankomsten (A1 en A3) ^{al}	81
5.5: Regressieresultaten voor “ruwe” (niet-seizoen gecorrigeerde) maandelijkse bezoekersaantallen en aankomsten	81
6.1 Overzicht inventarisering gegevens TMH	84

Lijst van figuren

2.1: Bevolkingsevolutie van Hasselt (1993-2009)	9
4.1: Evolutie van het aantal aankomsten in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België (1998-2008, index 1998).....	33
4.2: Evolutie van het aantal overnachtingen in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België (1987-2008, index 1998)	36
4.3: Verdeling van de aankomsten volgens het belangrijkste land van herkomst (2008).....	39
4.4: Verdeling van de overnachtingen volgens het belangrijkste land van herkomst (2008).....	39
4.5: Evolutie van het aantal aankomsten volgens doel van verblijf (2004-2008).	40
4.6: Evolutie van het aantal overnachtingen volgens doel van verblijf (2001-2008).	41
4.7: Organisatie van de MICE-markt.....	43
4.8: Evolutie van de gemiddelde bezettingsgraad van de vijf samenwerkende hotels vergeleken met Antwerpen, Brugge, Brussel, Luik en België op maandbasis (2009).....	46
4.9. Bezoekersprofiel musea (2008).....	55
4.10: Bezoekersaantallen Abdij van Herkenrode (2000-2009).....	59
4.11: Evolutie van het aantal bezoekers Dienst van Toerisme Hasselt (2006-2009).....	66
4.12: Evolutie van het aantal telefoons Dienst van Toerisme Hasselt (2006-2009).....	66
4.13: Model Toeristische Monitor Hasselt.....	68
5.1: Aankomsten van de verschillende marktsegmenten op maandbasis (2004-2008).....	76
5.2: Bezoekcijfers musea op maandbasis.....	80

1. Inleiding en probleemstelling

In dit inleidende hoofdstuk wordt eerst een omschrijving van het behandelde onderwerp en het daarmee gepaardgaande probleem gegeven. Nadat we de onderzoeksdoelen hebben omschreven, zetten we deze om in een centrale onderzoeksvraag en deelvragen. Tenslotte definiëren we enkele kernbegrippen die frequent gebruikt worden in deze masterproef.

1.1. Praktijkprobleem: situering en omschrijving

Hasselt, bekend als hoofdstad van de provincie Limburg, maar ook als jeneverstad, telt 73.040 inwoners (*Bevolkingsdienst Hasselt, Jaarverslag 2009*) en is het hart van de provincie op het vlak van onderwijs, economie, diensten, handel en cultuur (*Cultuurbeleidsplan 2003-2007, p.13*).

In 2004 werd Hasselt verkozen tot de gezelligste stad van België. De gezellige straten en pleintjes, kleurrijke terrassen en stijlvolle winkelgalerijen maken van Hasselt een ideale plaats om stijlvol te genieten, ontspannen en te onthaasten. Sinds 2002 profileert Hasselt zich als "Hoofdstad van de Smaak". De opzet hierachter is het imago van Hasselt, als stad met vele troeven, te versterken. In België neemt Hasselt de vierde plaats in als shoppingstad en volgt daarmee grotere steden als Brussel, Antwerpen en Luik op de voet. Verder vormt het samen met Maastricht, Aken, Heerlen en Luik de Euregionale 5Plus-steden die als doel een toeristisch samenwerkingsverband hebben. De Euregio beschikt over een onontgonnen potentieel van toeristen die met plezier de grensgebieden in Vlaanderen willen komen ontdekken (*Limburg beschikt over ijzersterke toeristische troeven, HBVL 21/05/07*).

De tertiaire sector heeft in België de laatste jaren een positieve groei ten nadele van de primaire en secundaire sector gekend. In de westerse wereld is de dienstensector zelfs dé groeisector nummer één. Enkele cijfers bevestigen deze vaststelling. In 2006 was deze sector goed voor 67% van het Belgisch Binnenlands Product (BBP) tegen marktprijzen. (*Statbel, 2006*). Wat Hasselt betreft noteren we in 2006 dat 40% van de beroepsbevolking tewerkgesteld is in de tertiaire sector. Indien we de totale dienstensector bekijken (tertiaire & quataire) was dit maar liefst 81% (*Steunpunt, 2006*). Volgens het Cultuurbeleidsplan Hasselt is dit een gevolg van de plaats die Hasselt inneemt als belangrijke handelsstad en haar administratieve centrumfunctie.

Toerisme is met andere woorden een uitstekend middel om de werkloosheid in een stad aan te pakken of om investeringen te stimuleren. Het is belangrijk voor ondernemingen om hun prestaties onderling te kunnen vergelijken. Zo kunnen ze steeds efficiënter te werk gaan en

een kwaliteitsvolle en klantvriendelijke dienstverlening aan de toerist (= de vrager) aanbieden.

Omdat het onderzoek (*Project Toerisme Hasselt, 2000*) omtrent toerisme in Hasselt verouderd is, vertrekken we in deze masterproef steeds vanuit een vraag-aanbod analyse. Verder zullen we ons afvragen of een Toeristische Monitor Hasselt (TMH) een meerwaarde zou kunnen betekenen ter ondersteuning van de stad Hasselt en haar ondernemingen. Mede door benchmarking kunnen we onderzoeken welke indicatoren wel of niet moeten worden opgenomen. Zo trachten we een indicatie en de groei van het toeristisch niveau in Hasselt te kunnen weergeven. Zulk beleidsinstrument kan van kapitaal belang zijn voor de stad Hasselt, dat zowel verantwoordelijk is voor het aantrekken van startende als bestaande ondernemers. Met behulp van de TMH beschikken ondernemingen over de meest actuele informatie omtrent bezoekersstromen. Zo kunnen ze beslissingen ondersteunen en weten ondernemingen wanneer ze moeten inspelen op veranderingen in het lokale economische klimaat. Het zou een opportuiniteitskost zijn voor bedrijven in de toeristische sector indien ze deze waardevolle informatie niet kunnen raadplegen.

Volgens Richard de Bruin (*Vrijetijdseconomie regionaal meten, 2008, p.16*) leven we tegenwoordig in een vrijetijdseconomie, een sector met veel groeipotentieel. Funshoppen, het bezoeken van evenementen, een gezellig terrasje doen, enzovoort behoren allemaal tot de favoriete dagbesteding van het publiek. Aangezien Hasselt een hoog vrijetijdsgelalte heeft, vormt dit een grote troef ten opzichte van andere steden.

In het onderzoek dat in 2008 door het WES werd uitgevoerd kwam naar voor dat het professioneel uitbouwen van het toeristisch beleid en de toeristische organisatie met specifieke aandacht voor een beleidsondersteunend monitoringsysteem één van de aspecten was dat in Hasselt verder uitgewerkt moest worden (*Bijlagenrapport, Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt, 2008, p.3*).

Het is de bedoeling om via de monitor een eerste en ruwe schatting te geven van wat er in Hasselt gebeurt. Mits samenwerking van meer en meer bedrijven en instellingen kunnen we een steeds betrouwbaarder beeld van de toeristische situatie in de stad weergeven.

1.2. Centrale onderzoeksvraag en deelvragen

Het bovenvermelde praktijkprobleem trachten we op te lossen door op zoek te gaan naar een antwoord op de volgende centrale onderzoeksvraag:

In welke mate kan een beleidsondersteunende toeristische monitor een ondersteuning bieden voor Hasselt?

Deze centrale onderzoeksvraag wordt nog verder uitgesplitst over verschillende deelvragen:

- Wat is een toeristische monitor?
- Welke variabelen en indicatoren bepalen toeristische monitoren en hoe worden deze monitoren gebruikt?
- Welke variabelen en indicatoren moeten in de toeristische monitor opgenomen worden zodat de stad Hasselt er baat bij heeft?
- Hoe is een toeristische monitor toepasbaar op toeristische instellingen en ondernemingen?
- Hoe kan de toeristische dienst van Hasselt gebruik maken van een toeristische monitor om hun beleid te professionaliseren?

1.3. Verantwoording van de keuze van het onderwerp

Hoewel toerisme eerder een beleidsgericht onderwerp is, ligt de analyse van een innovatief meetinstrument in de lijn van mijn afstudeerrichting Ondernemerschap & Innovatie. Toerisme brengt overigens tewerkstelling en investeringen met zich mee. Ondernemingen in de vorm van horecazaken, musea of evenementenorganisaties vormen de basis van het toerisme, wat het economische facet van het verhaal vormt. Vooral het onderzoeken van een nieuw beleidsinstrument voor de stad Hasselt sprak me aan.

Ik koos het onderwerp onder andere op basis van volgende redenen:

- Toerisme vormt een belangrijke hefboom voor de economische activiteit in de stad Hasselt en kan de bekendheid en uitstraling van Hasselt versterken. Daarom moet men om aantrekkelijk te blijven constant innoveren en investeren. Mijn afstudeerrichting "Ondernemerschap & Innovatie" sluit hierbij aan.
- Hasselt is "mijn eigen stad", via deze masterproef zijn we de stad van dienst en is het mogelijk om deze op een andere manier te leren kennen.

- Tenslotte willen we met de stad Hasselt naast Brussel een voortrekkersrol spelen door een toeristische monitor te introduceren.

1.4. Onderzoekstrategie

Zoals in de probleemstelling werd aangegeven, is de doelstelling van deze masterproef om een startschot te geven van een toeristische monitor voor de stad Hasselt.

We beginnen met een exploratief literatuuronderzoek. De bedoeling hiervan is een inventaris op te maken over de vraag- en aanbodzijde wat betreft toeristische mogelijkheden in Hasselt. Het voordeel hierbij is dat het gaat om bestaande literatuur en inzichten. We zullen daarom steeds een vraag-aanbod analyse uitschrijven. Aangezien een toeristische monitor een vrij recent begrip is, is er echter nog niet veel informatie over beschikbaar. Daarom zullen we in een volgend onderdeel door middel van een veldonderzoek verschillende toeristische monitoren met elkaar vergelijken. Zo kunnen we een beter inzicht krijgen hoe het precies in zijn werk gaat en kunnen we aantonen welke voordelen het biedt.

In het tweede deel zullen we een aantal interviews afnemen. Aangezien de verkennende fase door de literatuurstudie grotendeels achter de rug is, kiezen we ervoor om gebruik te maken van semi-gestructureerde interviews, ook wel bevraging van bevoorrechte getuigen, genoemd. Elk interview wordt afgenomen aan de hand van een lijst met vooraf bepaalde topics. Eén van de voordelen is dat men hiervan kan afwijken zodat de communicatie in twee richtingen loopt.

Door middel van een interactieve workshop zullen we luisteren naar vragen en opmerkingen vanuit de toeristische sector. Het is de bedoeling om de verschillende belanghebbenden samen te brengen. Op die manier kunnen we diverse ideeën en opmerkingen genereren en een gezamenlijke beoordeling over het nieuwe beleidsinstrument geven.

In een SWOT-analyse bespreken we de sterktes, zwaktes, opportuniteiten en bedreigingen van de Toeristische Monitor. Met het oog op een geoptimaliseerd toeristisch beleid vormt dit de basis voor elke strategische planning.

In het voorlaatste hoofdstuk analyseren we met behulp van het statistische computerprogramma STATA enkele tijdreeksen ter illustratie. Zo wordt duidelijk welke vaststellingen gedaan kunnen worden met behulp van de monitor.

1.5. Beperkingen, grenzen en vooronderstellingen

Voordat we van start gaan met het eigenlijke onderzoek, is het belangrijk dat we ons bewust zijn van de grenzen en beperkingen die we zullen tegenkomen. Zo zullen we ons geografisch beperken tot de stad Hasselt met haar vijf deelgemeenten. Voorts vermelden we dat enkel de toeristische sector tot ons toepassingsgebied behoort. Er moet dus een verschil gemaakt worden tussen een economische en een toeristische monitor.

Wat de werkgelegenheid en de omzetcijfers betreft merken we op dat vrijwilligers- of zwartwerk nu eenmaal onoverkomelijk is. Hierdoor zullen de absolute cijfergegevens nooit volledig correct zijn, maar het is uiteindelijk de evolutie van het toerisme dat we willen vaststellen. De nauwkeurigheid van onze toeristische monitor zal afhankelijk van de medewerking van de diverse toeristische instellingen zijn.

Tenslotte maken we een kleine kanttekening: het weer is van invloed op het toeristisch bezoek van steden. Hoe groot dit effect precies is, is moeilijk aan te tonen. Het is slechts een van de factoren die de omvang van het toeristisch bezoek bepalen.

1.6. Definiëring van begrippen en afkortingen

Om verwarring te voorkomen doorheen het onderzoek is het noodzakelijk om eerst enkele begrippen, die veelvuldig aan bod zullen komen, nader te verklaren. Daarbij geven we ook de betekenis van de verschillende afkortingen.

Afkortingen

MICE	Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions
FOD Economie	Federale Overheidsdienst Economie, algemene directe statistiek
CBS	Centraal Bureau voor de Statistiek (Nederland)
WES	West-Vlaams Economisch Studiebureau
VVV	Vereniging voor Vreemdelingenverkeer

Begrippen

Toerisme

“Toerisme is het geheel van interrelaties en verschijnselen die verband houden met de verplaatsing naar en het tijdelijk verblijf van mensen in een andere dan de alledaagse leefomgeving, hetzij bij wijze van vrijetijdsbesteding, hetzij in de context van de persoonlijke ontwikkeling (congrestoerisme, gezondheidsontwikkeling), hetzij in het kader van de beroepsuitoefening.” (AIEST-definitie, uit P. De Groot, 1999: p.21)

Omdat er voor toerisme geen éénduidige definitie bestaat, drong een keuze tussen de verschillende mogelijkheden zich op. We hebben gekozen voor deze definitie van de AIEST (Association Internationale d’Experts Scientifiques du Toerisme) omdat hier uitdrukkelijk rekening wordt gehouden met het zaken- en congrestoerisme.

Zakelijk toerisme

Onder zakelijk toerisme verstaan we de pure zakenreizen of reizen voor (andere) beroepsredenen zonder commercieel doel. Het kan zowel gaan om eendaagse als om meerdaagse activiteiten. *(Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt, WES, 2008, p.18)*

MICE-toerisme

Het MICE-toerisme is een verzamelnaam voor MICE-activiteiten of commerciële zakelijke activiteiten, met name Meetings (vergaderingen), Incentives (motivatiereizen), Congresses (congressen) en Exhibitions (tentoonstellingen, beurzen). Het kan zowel gaan om eendaagse als om meerdaagse activiteiten. *(Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt, WES, 2008, p.18)*

Toeristen

Mensen die reizen en in plaatsen buiten hun gebruikelijk milieu niet meer dan één opeenvolgend jaar voor vrije tijd, zaken en andere doeleinden blijven, en niet met betrekking op het uitoefenen van een activiteit die beloond worden vanuit de bezochte plaats. *(World Tourism Organisation)*

1.7. Inleiding

Dat de toeristische sector een groot belang geniet, hebben we duidelijk gemaakt. De uitdaging is om het huidige aanbod nóg completer te maken met als doel tegemoet komen aan de veeleisende en steeds kritischer wordende toerist. Dit kan door de dingen die er al zijn beter op elkaar aan te laten sluiten en dit alles vervolgens op een goed doordachte wijze naar buiten te brengen. Zo kunnen we concurreren met het binnen- en buitenlandse aanbod voor korte vakanties en toeristische trips.

De stad neemt al tal van initiatieven om Hasselt als toeristische trekpleister op de kaart te zetten. Zo werd Hasselt letterlijk voor heel Vlaanderen in beeld gebracht in de serie “De Smaak van De Keyser” en de talkshow “Villa Vanthilt”, die anno 2010 voor de tweede maal op rij naar Hasselt komt. De Gentse bus en de Antwerpse tram promoten Hasselt met de slogan: “Hasselt, uw ideale citytrip”. Deze reclame wordt vooral door de plaatselijke ondernemers gesmaakt, gezien het tal van nieuwe toeristen lokt. Toeristische instellingen moeten op deze bezoekers inspelen en hen een ideaal product voorschotelen.

2. Kerncijfers voor de stad Hasselt

2.1. Geografische context

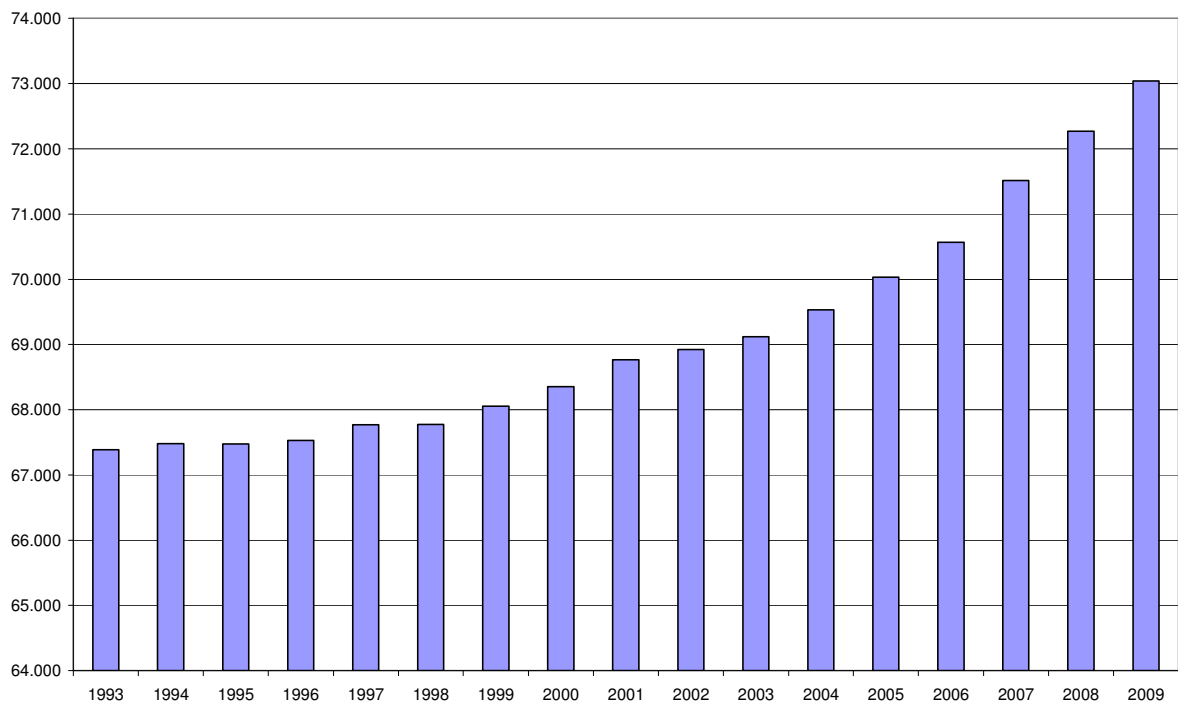
Hasselt is als hoofdstad van de provincie Limburg, centraal gelegen op de grens van de Kempen en Vochtig-Haspengouw. Ze maakt deel uit van de Euregio Maas-Rijn, een internationaal samenwerkingsverband van een aantal provincies en andere bestuurseenheden die verspreid liggen over drie verschillende landen, namelijk België, Duitsland en Nederland. De Euregio Maas-Rijn telt ongeveer 3,9 miljoen inwoners en is een belangrijke toeristische bron voor Hasselt.

De afstand tot grote steden zoals Brussel, Antwerpen, Luik bedraagt respectievelijk 77, 81 en 39 km. Binnen een straal van 200 kilometer liggen maar liefst 13 grote steden met elk meer dan een half miljoen inwoners. We kunnen dus concluderen dat de stad Hasselt geografisch goed gelegen is.

2.2. Demografische context

Sinds de fusie in 1977 met haar vijf deelgemeenten Kuringen, Kermt, Sint-Lambrechts-Herk, Stevoort en Wimmertingen heeft de stad een gezamenlijke oppervlakte van 10.333 ha. Hierdoor steeg haar populatie met 57,4% (*Stadsmonografie Hasselt, 2002, p.15*). Wanneer we in de masterproef over Hasselt spreken, doelen we dus op Hasselt en haar deelgemeenten. Uit recente bevolkingscijfers blijkt dat Hasselt nog steeds blijft groeien. In figuur 2.1 staat de bevolkingsevolutie sinds 1993. Met uitzondering van 1995 en 2003 steeg het inwonersaantal jaarlijks. De huidige Hasseltse bevolking telt 73.040 inwoners en is in vergelijking met 1993 8,4% toegenomen. Anno 2009 werden er 789 Hasselaren geboren. Met een sterftcijfer van 662 overlijdens kent Hasselt voor het vijfde opeenvolgende jaar een natuurlijke groei van haar bevolking.

Figuur 2.1: Bevolkingsevolutie van Hasselt (1993-2009)



Bron: Bevolkingsdienst Hasselt, Jaarverslag 2009

Na Genk is Hasselt, met een bevolkingsdichtheid van 706 inwoners per km² de op één na dichtst bevolkte gemeente van Limburg (*Socio-Economische analyse van Limburg en haar 5 streken, 2008*).

Tabel 2.1: Inwoners per deelgemeente (31/12/2009)

Deelgemeente	M	V	Totaal
Hasselt	22.277	23.587	45.864
Kuringen	6.114	6.290	12.404
Kermt	3.100	3.114	6.214
Sint-Lambrechts-Herk	2.216	2.266	4.482
Stevoort	1.883	1.884	3.767
Wimmertingen	162	147	309
Totaal	35.752	37.288	73.040

Bron: Bevolkingsdienst Hasselt, Jaarverslag 2009

2.3. Toeristisch-economische context

Tabel 2.2: Evolutie van de directe omzet in de toeristische sector Hasselt in euro (2001-2008).

Jaar	Hotels & restaurants	Recreatie, cultuur & sport	Totaal
2001	60.953.834	32.449.771	93.403.605
2002	67.348.359	33.724.796	101.073.155
2003	69.062.602	34.325.546	103.388.148
2004	76.006.610	38.835.740	114.842.350
2005	81.335.133	39.316.501	120.651.634
2006	84.298.592	44.642.453	128.941.045
2007	88.502.190	46.589.439	135.091.629
2008	93.817.033	50.062.051	143.879.084

Bron : FOD Economie (BTW-statistiek volgens NACE-BEL), verwerking Toerisme Limburg

Tabel 2.3: Evolutie van de directe investeringen in de toeristische sector Hasselt in euro (2001-2008).

Jaar	Hotels & restaurants	Recreatie, cultuur & sport	Totaal
2001	8.002.123	2.389.617	10.391.740
2002	7.039.117	2.070.770	9.109.887
2003	6.428.179	1.949.313	8.377.492
2004	6.582.619	2.637.390	9.220.009
2005	6.181.966	2.747.952	8.929.918
2006	7.898.811	7.245.586	15.144.397
2007	10.437.415	16.601.094	27.038.509
2008	11.813.076	3.672.841	15.485.917

Bron : FOD Economie (BTW-statistiek volgens NACE-BEL), verwerking Toerisme Limburg

Tabel 2.4: Evolutie van de tewerkstelling in de toeristische sector Hasselt (2001-2007).

Hasselt	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
RSZ (bezoldigde werkgelegenheid)							
Horeca	1.173	1.206	1.338	1.278	1.247	1.146	1.277
Restaurants en cafés	880	948	1.069	993	997	535	975
Verblijfstoerisme	293	258	269	285	250	611	302
Toeristische en recreatieve dienstverlening	280	220	316	280	250	314	280
Totaal bezoldigde werkgelegenheid	1.453	1.426	1.654	1.558	1.497	1.460	1.557
RSVZ (zelfstandigen)							
Horeca	254	234	265	265	274	265	268
Ondernemingen voor gemakkelijkheden	75	70	73	75	72	71	72
Totaal zelfstandigen	329	304	338	340	346	336	340
Algemeen totaal	1.782	1.730	1.992	1.898	1.843	1.796	1.897

Bron: RSZ & RSVZ, verwerking Toerisme Limburg vzw

De data van de toeristisch-economische context , die we via Toerisme Limburg verkregen, konden noch door Toerisme Limburg, noch door de Dienst van Toerisme Hasselt of het FOD Economie toegelicht worden of van achtergrondinformatie voorzien worden. We bespreken ze daarom slechts in het kort.

Directe omzet

De directe omzet in de toeristische sector kent in de ganse periode een positieve evolutie voor zowel hotels & restaurants als recreatie, cultuur & sport. De positieve evolutie strookt met de stijging van het verblijfstoerisme in Hasselt en het toerisme in het algemeen. De sterkste stijging wordt bij de hotels & restaurants van 2003 naar 2004 genoteerd (10,1%).

Directe investeringen

De directe investeringen hebben een grilliger patroon. Voor de hotels en restaurants ligt het gemiddelde in de periode 2001-2006 rond de 7 miljoen. In 2007 kent men een sterke stijging van 32,1%). De investeringen in recreatie, cultuur & sport kennen in 2007 een enorm sterke stijging (129,1%) en beschouwen we als uitzonderlijk jaar. Anno 2008 neigen deze investeringen terug naar hun “normaal” niveau.

Tewerkstelling

Betreffende de werkgelegenheid in de toeristische sector; in vergelijking met 2001 is enerzijds de bezoldigde werkgelegenheid in 2007 gestegen met 7,2%, anderzijds is het aantal zelfstandigen toegenomen met 6,0%. Dit bevestigt het feit dat toerisme de werkgelegenheid in een stad kan stimuleren.

3. Toeristische Monitor

3.1. Wat is een toeristische monitor?

Een toeristische monitor is een permanent meetsysteem dat het toeristisch niveau, met andere woorden de toeristische vraag, in een bepaalde regio, stad of gemeente meet. Voor deze meting wordt de monitor opgebouwd uit verschillende variabelen en indicatoren. Onder andere het aantal overnachtingen in diverse logiesaccomodaties, evenals het aantal bezoeken aan attracties en musea worden geregistreerd. De monitor is beschikbaar voor alle betrokkenen en geïnteresseerden.

De gegevensverzameling vindt zijn oorsprong bij de toeristische instellingen die hun medewerking verlenen aan onze monitor. Via samenwerking met het Spoor Toerisme en Recreatie (STeR) en het FOD Economie kunnen we gegevens omtrent hotels en attracties gemakkelijker verzamelen.

De continue monitoring wordt gebaseerd op de bevraging van de toeristische instellingen. Via het internet kan men de meest actuele informatie rond bezoekersstromen, etc. gemakkelijk uitwisselen, anderzijds worden nog steeds gedrukte versies van jaarverslagen gebruikt. Dankzij zulke continue monitoring worden negatieve ontwikkelingen snel opgespoord en heeft men de tijd om de noodzakelijke acties te ondernemen.

Door de weergave van deze maandelijkse gegevens worden met de monitor trends over verschillende jaren zichtbaar.

Hoe?

Periodes, regio's en sectoren kunnen, variërend van maanden tot jaren, met elkaar vergeleken worden. Toeristische actoren kunnen deze waardevolle informatie analyseren, in een bredere context plaatsen en zo uitspraken doen over negatieve of positieve ontwikkelingen in de stad. Met behulp van grafieken kan men de evolutie van het toeristisch niveau te Hasselt ook visueel voorstellen.

Opmerking: om de kwaliteit van de monitor te garanderen is de nodige steun en medewerking van de verschillende instellingen essentieel. Dit met betrekking tot het verschaffen van de nodige accurate gegevens. Indien er te weinig en/of onjuiste gegevens voorzien worden door de instellingen zal de monitor een onvolledig en dus minder betrouwbaar beeld over het toeristisch niveau weergeven. Het is dus zaak om de betrokkenen te motiveren opdat ze garant staan voor volledige en kwaliteitsvolle gegevens.

Aanbeveling: het is overigens aan te raden om de monitor in diverse steden of gemeenten op exact dezelfde wijze op te stellen. Niet alleen kan men op die manier de ontwikkelingen in gemeenten onderling vergelijken, het is ook mogelijk om cijfers en vergelijkingen van bepaalde toeristische regio's samen te stellen. (*Zom J.A.M., 2008, p.4*)

3.2. Waarom een toeristische monitor?

“Meten is weten”

Er is vaak kritiek vanuit professioneel standpunt over de toeristische statistieken. De focus zou nog te vaak op accommodaties liggen, terwijl toerisme veel meer is dan dat. Overigens is de technologie van gegevensverzameling vaak verouderd waardoor men lang moet wachten vooraleer de gegevens gepubliceerd worden. (*H. Mueller & F. Schmid, 2003*)

In de studie “Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt”, uitgevoerd door het WES in 2008, werden belangrijke doelstellingen gemaakt voor de verdere ontwikkeling van het toerisme in Hasselt. Om deze doelstellingen te evalueren is het nodig dat men kan terugvallen op een duidelijk en periodiek cijfermatig beeld dat de ontwikkeling van het toerisme schetst. Het zelf opzetten van een toeristische databank biedt hier dus een oplossing. Cijfers zijn reeds aanwezig, het ontbreekt echter aan een structureel geheel. Een toeristische monitor maakt dit mogelijk voor de stad Hasselt.

De resultaten, die in de Toeristische Monitor Hasselt (TMH) zullen worden gepubliceerd, dienen als benchmark voor ondernemers in de stad. Het is de bedoeling om een monitor op te stellen die ondernemers in staat stelt om anoniem te ontdekken hoe hun bedrijf presteert ten opzichte van de hele branche of bedrijfssector. Volgens het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme (*ZHBT, 2008*) blijkt uit de praktijk dat veel toeristisch-recreatieve bedrijven en instellingen behoefte hebben aan specifieke, up-to-date cijfers over de prestaties van hun sector. Positieve of negatieve resultaten kunnen dan vlugger in hun context geplaatst worden, zodat maatregelen effectiever en efficiënter uitgevoerd kunnen worden.

Instellingen die meewerken aan de toeristische monitor:

- Krijgen inzicht in trends en ontwikkelingen binnen de sector;
- Herkennen zichtbare seizoensinvloeden;
- Kunnen intersectorale vergelijkingen maken;
- Gewenste actuele informatie is snel en gemakkelijk beschikbaar;
- Kunnen sneller inspelen op veranderingen in de markt.

3.3. Analyse van reeds bestaande monitoren

Toeristische monitoren zijn opgebouwd uit verschillende variabelen die een indicatie geven over het toeristisch niveau. Organisaties in België, Nederland, Duitsland en andere landen verzamelen reeds gegevens en structureren deze in toeristische monitoren. De volgende aandachtspunten van deze monitoren worden hieronder en in tabel 3.1 toegelicht:

- Opstartjaar, eventuele stopzetting;
- Variabelen;
- Frequentie van publicatie;
- Dataverzameling;
- Individuele feedback.

3.3.1. België

a) Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en recreatie, Spoor Toerisme en Recreatie (STeR) - Vlaanderen

Hotelbarometer

In het voorjaar van 2005 startte het Steunpunt, in samenwerking met de provinciale toeristische organisaties, de Hotelbarometer. Deze heeft tot doel snel individuele en gegroepeerde informatie te genereren over bezettingsgraden in combinatie met een aantal andere belangrijke parameters zoals netto kamerprijs en een opdeling volgens marktsegment. De cijfers, afkomstig van de Vlaamse hotels, worden samengevoegd en maandelijks in deze barometer gepubliceerd. Resultaten zijn publiek raadpleegbaar op de website van het STeR.

Volgende variabelen worden bevroagd:

- Gemiddeld behaalde bezettingsgraad;
- Gemiddeld behaalde netto kamerprijs;
- Opsplitsing gasten naar land van woonst en marktsegment.

Volgens de minister en de initiatiefnemers zal de hotelbarometer een niet te onderschatten bijdrage leveren aan de prestaties van de Vlaamse hotelsector en zal het concurrentievermogen hierdoor versterkt worden. (STeR, 2009)

Attractiebarometer

Naast de Hotelbarometer, heeft het STeR ook een Attractiebarometer ontwikkeld. Attracties te Vlaanderen, die voldoen aan STeR's gehanteerde definitie (zie later) worden opgenomen. De barometer is sinds 2004 operationeel en meet in essentie het aantal bezoekers op maandbasis. Ook hier krijgt het STeR medewerking van de provinciale toeristische organisaties. Maandelijks verkrijgt ze gegevens over de volgende variabelen:

- Aantal dagen geopend;
- Totaal aantal bezoekers;
 - Betalend/niet-betalend
 - Individueel/in groep
 - Schatting/exacte meting
- Aantal groepen;
- Positieve of negatieve factoren die de bezoekersaantallen hebben beïnvloed.

Deelnemende attracties kunnen hun individuele gegevens via een webapplicatie raadplegen alsook vergelijken met andere attracties in Vlaanderen. (STeR)

b) Observatorium voor Toerisme te Brussel (OTB) - Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Hotelbarometer

Het Observatorium voor Toerisme te Brussel (OTB) is verantwoordelijk voor de ontwikkeling van de Hotelbarometer, die werd opgestart in het jaar 2002, voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

Volgende indicatoren worden maandelijks gemeten:

- Aankomsten en overnachtingen naar land van herkomst;
- Gemiddeld behaalde bezettingsgraad;
- Gemiddeld behaalde bruto kamerprijs;
- Gemiddeld behaalde netto kamerprijs;
- De bezettingsgraad in het weekend.

Metingen gebeuren zowel voor hotels als voor jeugdlogies.

Barometer van musea en attracties

Gelijkaardig aan het STeR heeft het OTB ook een barometer van musea en attracties opgesteld. Musea en attracties delen hun aantal bezoekers per maand mee. De deelnemende instellingen ontvangen halfjaarlijks een algemeen barometerrapport.

c) West-Vlaams Economisch Studiebureau (WES) - Vlaanderen

Toeristische Index WES

In 1962 stelde het West-Vlaams Economisch Studiebureau voor het eerst een toeristische index voor de Kust en het Achterland op. Het voordeel aan het werken met een index is dat confidentiële informatie en resultaten nooit moeten worden prijsgegeven, aangezien deze verwerkt zijn tot indexcijfers. Veranderingen worden gemeten ten op zichte van dezelfde maand of periode van het vorige jaar. Door met een basisjaar (index) te werken, kan men de evolutie ook op lange termijn bekijken.

De index was opgebouwd uit vier klassen, waarvan in elke klasse nog diverse deelposten zijn ondergebracht. Deze klassen hebben betrekking op:

- Overnachtingen;
- Verkeersdrukte;
- Openbare nutsvoorzieningen;
- Ontspanning en recreatie.

In verhouding tot hun belang voor het plaatselijk toerisme, heeft men aan deze diverse klassen en deelposten representatieve gewichten toegekend. Hierdoor is het niet alleen mogelijk om het verloop van de index per deelgebied en klasse te analyseren, men kan ook een globaal indexcijfer, dat de verschillende klassen omvat, berekenen. In het jaar 2002 heeft men besloten om de index stop te zetten omwille van de arbeidsintensieve gegevensverzameling. Westtoer, het provinciebedrijf voor toerisme en recreatie in West-Vlaanderen, heeft de index voor een stuk overgenomen. De evoluties worden via persberichten gecommuniceerd.

3.3.2 Nederland

a) Amsterdam Toerisme & Congres Bureau (ATCB)

Toeristische Barometer Amsterdam, Noord-Holland en Zuid-Holland

De toeristische barometer is, zoals de naam al doet vermoeden, een samenwerking tussen Amsterdam (A), Noord-Holland (NH) en Zuid-Holland (ZH) en zijn respectievelijk in 2006, 2008 en 2007 opgestart. Cijfers worden onderling tot op een bepaald niveau vergeleken op basis van de volgende indicatoren:

- Hotels (A, NH, ZH);
- Musea (A, NH, ZH);
- Attracties (A);
- Amsterdam Airport Schiphol (A);
- Campings (NH, ZH).

Voor de hotels worden het aantal overnachtingen en gasten, evenals hun herkomst opgenomen. Deze gegevens zijn afkomstig van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). De bezoekcijfers van de musea en attracties zijn dan weer gebaseerd op bezoekersaantallen die de musea en attracties zelf aanleveren. Resultaten worden maandelijks gepubliceerd op de website. Betrokken toeristische instellingen hebben via een

login en paswoord de mogelijkheid om de verschillende cijfergegevens onderling te vergelijken. De nodige achtergrondinformatie wordt door Amsterdam Toerisme & Congres Bureau (ATCB) ter beschikking gesteld om de resultaten betekenis te geven. In de toekomst bestaat de kans dat nog meerdere provincies zich aansluiten aan deze toeristische barometer.

b) Ecorys

Monitor Toerisme & Recreatie Utrecht

In het najaar van 2005 is startte Ecorys, een Nederlands onderzoeksbureau, in opdracht van de provincie Utrecht met de opzet van een kennisbank voor het toerisme. Zowel vraag- als aanbodgegevens van de sector recreatie en toerisme in de provincie worden in de monitor gebundeld. Deze moet voor het provinciale beleid een gegevensbasis vormen, opdat men kan zien in hoeverre de uitvoering van geformuleerde doelstellingen ook daadwerkelijk worden gerealiseerd.

Het volgende wordt onderzocht en besproken:

- Dagtoerisme
- Overnachtingen
- Toeristisch-recreatieve bestedingen

Voor het dagtoerisme doet men beroep op het onderzoek "Dagrecreatie 2006/2007", dat door het CBS werd uitgevoerd. Het bezoekmotief van deze dagtoeristen wordt in een taartdiagram voorgesteld. Funshoppen, attractiebezoek, evenementenbezoek, cultuur en andere motieven werden hierbij onder andere onderzocht. De overnachtingen worden onderverdeeld volgens land van herkomst (binnen- of buitenland) en het doel van verblijf. De ontwikkelingen in de toeristisch-recreatieve bestedingen zijn gebaseerd op data van het CBS en het Continu Vakantie Onderzoek (CVO). Resultaten van de provincie worden afgezet tegen het totaal aantal in Nederland.

c) ZKA Consultants & Planners

Toeristisch-recreatieve monitor Regio Arnhem-Nijmegen

Zoals de naam doet vermoeden beperkt de monitor zich niet tot één stad of gemeente, maar meet het de toeristische situatie in een regio, namelijk Arnhem-Nijmegen. Voor het

onderzoek worden bedrijfsenquêtes onder toeristische aanbieders, consumentenonderzoek en deskresearch als methodiek voor de dataverzameling van de volgende variabelen gehanteerd:

- Verblijfstoerisme
- Dagtoerisme
- Zakelijk markt
- Profiel verblijfs-, dagtoerist en niet-bezoekers
- Economische betekenis

Zowel de aanbod- als de vraagzijde worden bij het verblijfstoerisme, het dagtoerisme en de zakelijke markt sedert het opstartjaar 1998 onder de loep genomen. Het rapport van de monitor wordt jaarlijks opgemaakt en kan men online raadplegen.

d) ZKA Consultants & Planners

Monitor Toerisme en Recreatie Flevoland

Ook hier hebben we te maken met een monitor voor een regio, namelijk voor de provincie Flevoland. Interessant is dat het onderzoek, zoals bij de Toeristisch-recreatieve monitor Arnhem-Nijmegen, uitgevoerd wordt door ZKA Consultants & Planners. Hierdoor zijn de rapporten gelijkaardig gestructureerd, waardoor men gemakkelijker vergelijkingen tussen de twee regio's kan maken. Toch merken we op dat de aandachtspunten verschillen. Dit heeft waarschijnlijk met de specifieke informatiebehoeften van de regio's te maken.

- Verblijfstoerisme
- Dagtoerisme
- Bezoekersprofiel
- Economische betekenis

e) OWP Research

Toerisme Index Maastricht

De Toerisme Index Maastricht (TIM) is een onderzoeksproduct dat in 2005-2006 werd ontwikkeld door OWP Research, een onafhankelijk economisch onderzoeksbureau in Maastricht. De TIM is een verzameling van indices die het bezoek aan Maastricht en de Maastrichtse binnenstad beschrijven.

Gegevens zijn afkomstig van diverse instellingen en bedrijven.

- Vervoer: taxi's, parkeergarages, trein;
- Aantal PIN transacties in de stad;
- Bezoek aan culturele attracties: musea, kerken;
- Bezoek aan horeca: cafés, hotels;
- Bezoek aan conferenties en congressen;
- Bezoek aan stadsevenementen.

Ter bescherming van de gegevens wordt er met een index gewerkt. De index heeft een aparte manier om de bezoekersstromen te beschrijven. Deze zijn namelijk onderverdeeld in 4 categorieën:

- Normaal bezoek

Bezoek van personen uit Maastricht en omstreken aan de Maastrichtse binnenstad om te winkelen, te recreëren, uit te gaan enzovoort.

- Toeristisch bezoek

Bezoek van personen van buiten Maastricht en omstreken aan de Maastrichtse binnenstad om te winkelen, te recreëren, uit te gaan enzovoort.

- Zakelijk-toeristisch bezoek

Bezoek van personen aan zakelijke bijeenkomsten in Maastricht zoals congressen, conferenties en beurzen.

- Evenementen bezoek

Bezoek van personen zowel uit Maastricht als daarbuiten aan evenementen in de Maastrichtse binnenstad.

De gegevensbronnen worden via een softwareprogramma automatisch toegewezen aan één van de vier soorten bezoek. Bij het zakelijk-toeristisch bezoek is er in maart bijvoorbeeld een zeer duidelijke piek waar te nemen, deze piek komt ook voor bij de taxi-maatschappij, omdat zij op dat moment zeer veel zakentoeeristen vervoert. Via deze methode trachten ze verborgen patronen te achterhalen.

Maastricht Business Monitor (MBM)

Om de benchmarking voor bedrijven te ondersteunen, ontwikkelde OWP Research de Maastricht Business Monitor (MBM), dat online raadpleegbaar is. Deze monitor is gebaseerd op de TIM en maakt het enerzijds mogelijk voor Maastrichtse ondernemers om de prestaties van hun bedrijf te vergelijken met de gemiddelde prestaties van bedrijven in hun sector. Anderzijds kan men de relatie tussen prestaties met de vier soorten bezoek in Maastricht onderzoeken. Op die manier tracht de MBM interessante en waardevolle inzichten te geven.

3.3.3. Duitsland

a) Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr (DWIF)

Tourismusbarometer

De Tourismusbarometer werd in 1998 opgestart door het DWIF uit München. Het heeft als bedoeling het constant waarnemen van de toeristische ontwikkeling in alle Duitse deelstaten. Volgende aanbod- en vraagdata worden op continue basis verzameld en geanalyseerd:

- Overnachtingen;
- Aantal kamers en bedden;
- Bedbezttingspercentages;
- Bezoekcijfers aan dagattracties, musea, vrijetijdscentra, bezienswaardigheden, festivals, stadroutes, kastelen, landschapsparken, ...

Het grote voordeel aan deze barometer is dat het gebruikt wordt door alle Duitse deelstaten. Data en vergelijkingen kunnen zowel regionaal als sectoraal samengesteld worden. (*Zom J.A.M., 2008, p.4*)

3.3.4. Bespreking

Wanneer we de variabelen en de indicatoren van de hierboven beschreven toeristische meetinstrumenten onder de loep nemen, stellen we vast dat ze zowel de plaatselijke verblijfsaccomodaties (overnachtingen) als de attracties (bezoekers) bespreken. In België maken het STeR en het OTB voor deze twee variabelen zelfs een onderscheid tussen een hotel- en een attractiebarometer.

De monitor voor de regio Arnhem-Nijmegen en de monitor van Flevoland werden beiden door het Nederlandse onderzoeks- en adviesbureau ZKA Consultants en Planners opgesteld. Hierdoor zijn ze vrijwel op eenzelfde manier gestructureerd wat een vergelijking tussen de regio's vergemakkelijkt.

Naargelang de monitor worden indicatoren zoals bezettingsgraden, netto kamerprijs en de herkomst van verblijfsgasten opgenomen. Ook gegevens omtrent informatievoorzieningen in verband met het toerisme worden door sommige monitoren gebruikt. Het overgrote deel van de indicatoren wordt op maandbasis bijgehouden, wat ook noodzakelijk wordt geacht om evoluties en seizoensinvloeden te herkennen. De dataverzameling van de monitoren gebeurt óf via de individuele attracties en musea zelf, of via provincied medewerkers en de bevoegde overheidsdienst.

Van de besproken monitoren is vooral de Tourismusbarometer van het DWIF het meest toepasbaar op de stad Hasselt. De variabelen hebben betrekking op het verblijfstoerisme en het dagtoerisme, waarvan wij gelijkaardige gegevens hebben. Daarnaast zullen we van de andere monitoren elementen, zoals het bezoekersprofiel van musea toevoegen.

We merken overigens op dat de meetinstrumenten vaak barometer genoemd worden. Een barometer doet ons denken aan voorspellingen voor de toekomst. Ons instrument zal echter geen voorspellende waarde hebben, maar louter een indicatief karakter. Daarom hebben we voor de benaming "Toeristische Monitor Hasselt" gekozen.

Tabel 3.1: Overzicht analyse andere monitoren

Overzicht analyse andere monitoren					
Barometer	Opstartjaar	Variabelen	Publicatie	Dataverzameling	Individuele feedback
STeR	2004	Gemiddeld behaalde bezettingsgraad Gemiddeld behaalde netto kamerprijs Opsplitsing gasten naar land van woonst en marktsegment	Maandelijks	Via provinciedewerkers, online, ...	Interactieve feedback over bezettingsgraad, kamerprijs, REVPAR, verdeling van de markt aan participerende hotels
		Aantal dagen geopend Totaal aantal bezoekers Aantal groepen Positief of negatief beïnvloedende factoren bezoekersaantallen	Maandelijks	Via provinciedewerkers, online, ...	Participerende attracties kunnen via webapplicatie eigen gegevens bekijken en vergelijken
OTB	2002	Aankomsten en overnachtingen naar land van herkomst Gemiddeld behaalde bezettingsgraad Gemiddeld behaalde bruto & netto kamerprijs De bezettingsgraad in het week-end	Maandelijks	Ingevulde vragenlijsten worden verwerkt door het OTB. Men ontvangt eveneens gegevens van het FOD Economie	Participerende hotels ontvangen een maandelijks algemeen barometerrapport
		Aantal bezoekers per maand	Halfjaarlijks sinds 2008	Ingevulde vragenlijsten worden verwerkt door het OTB	Participerende instellingen ontvangen een maandelijks algemeen barometerrapport
WFS	1962-2002	Overnachtingen Verkeersdrukte Openbare nutsvoorzieningen Ontspanning en recreatie	Maandelijks of per kwartaal, afhankelijk van de aard van de informatie		

Van de lege velden werd geen informatie gevonden

Bron: Benchmarking Studie Toeristische Statistieken STeR, Toeristische Index WFS (eigen verwerking)

Overzicht analyse andere monitoren						
Barometer	Opstartjaar	Variabelen	Publicatie	Dataverzameling	Individuele feedback	
ATCB	Toeristische Barometer Amsterdam	2006	Hotels (aantal & herkomst gasten, aantal overnachtingen) Musea (aantal bezoekers) Attracties (aantal bezoekers) Amsterdam Airport Schiphol (aantal inkomende buitenlandse passagiers)	Maandelijks	Musea en attracties vullen gegevens zelf in (online), gegevens op Schiphol's website, gegevens hotels verzameld door het CBS*	Participerende bedrijven kunnen via de website hun resultaten bekijken
	Toeristische Barometer Noord-Holland	2008	Hotels (aantal & herkomst gasten, aantal overnachtingen) Musea (aantal bezoekers) Campings (aantal & herkomst gasten)	Maandelijks	Musea en attracties vullen gegevens zelf in (online), gegevens hotels verzameld door het CBS	
	Toeristische Barometer Zuid-Holland	2007	Hotels (aantal & herkomst gasten, aantal overnachtingen) Musea (aantal bezoekers) Campings (aantal & herkomst gasten)	Maandelijks	Musea en attracties vullen gegevens zelf in (online), gegevens hotels verzameld door het CBS	Participerende bedrijven krijgen feedback op eigen niveau of van de sector
ZKA Consultants & Planners	Monitor Toerisme & Recreatie Utrecht	2005	Dagtoerisme, overnachtingen, toeristisch-recreatieve bestedingen	Jaarlijks	Continu Vakantie Onderzoek (CVO), aangevuld met gegevens van het CBS en telefonische enquêtes	Monitor online raadpleegbaar
	Toeristisch-recreatieve monitor Regio Arnhem-Nijmegen	1998	Verblijfstoerisme, dagtoerisme en zakelijke markt, bekendheid en imago van de regio, bezoekersprofiel & economische betekenis van het toerisme	Jaarlijks	Bedrijfsenquête onder toeristische aanbieders, consumentenonderzoek & deskresearch (o.a. CBS)	Monitor online raadpleegbaar

Bron: Toeristische Barometer A-NH-ZH, Monitor Toerisme & Recreatie Utrecht, Toeristisch-recreatieve monitor Regio Arnhem-Nijmegen (eigen verwerking)

Overzicht analyse andere monitoren					
Barometer	Opstartjaar	Variabelen	Publicatie	Dataverzameling	Individuele feedback
ZKA Consultants & Planners	2001 -2002	Verlijsttoerisme, dagtoerisme, bezoekersprofiel & economische betekenis van het toerisme	Jaarlijks	Deskresearch & telefonische interviews toeristische-recreatieve bedrijven	Monitor online raadpleegbaar
OVP Research	2005-2006	Vervoer: taxi's, parkeergarage's, trein Aantal PIN transacties in de stad Bezoek aan culturele attracties: musea, kerken Bezoek aan horeca: café's, hotels Bezoek aan conferenties en congressen Bezoek aan stadsevenementen	Jaarlijks	Gegevens hotels verzameld door CBS, toeristisch bezoek door toeristische en culturele instellingen, zakelijk toerisme door MECC en het Congresbureau Maastricht, evenementen onderzoek van Eurecom (Universiteit Maastricht) en OVP Research	De Maastricht Business Monitor (MBM): mogelijkheid bedrijven hun resultaten te vergelijken met de sector en verschillende bezoektromen
DWMF	1998	Overnachtingen Aantal kamers en bedden Bedbezittingspercentages Bezoekcijfers aan dagattracties, musea, vrijetijdscentra, bezienswaardigheden, festivals, stadsroutes, kastelen, landschapsparken, ...			

Van de lege velden werd geen informatie gevonden
Bron: Monitor Toerisme en Recreatie Flevoland, Toerisme Index Maastricht, Tourismusbarometer (eigen verwerking)

4. Constructie Toeristische Monitor Hasselt (TMH)

Uit de analyse van reeds bestaande monitoren hebben we geleerd hoe deze zijn opgebouwd en welke elementen de basis vormen. Met deze informatie in het achterhoofd zullen we onze eigen monitor opstellen.

4.1. Variabelen en indicatoren

Voor iedere variabele bekijken we steeds welke gegevens beschikbaar zijn via een vraag-aanbod analyse. Reeds besproken monitoren meten niet alleen het verblijfstoerisme in hun stad of regio, maar ook de verkeersdrukte, stadsevenementen, musea en andere toeristische attracties. Weinig monitoren besteden echter specifiek aandacht aan de zakelijke sector. Hieronder bespreken we de verschillende variabelen en indicatoren die we in de Toeristische Monitor Hasselt zullen opnemen.

We maken eerst een onderscheid tussen de volgende sectoren:

- Het verblijfstoerisme: toerisme gaat gepaard met verblijf, we analyseren het aanbod en de vraag naar verblijfsaccomodaties in Hasselt. Ook bespreken we het zakelijke marktsegment.
- Het dagtoerisme: toeristen worden aangetrokken door attracties in verschillende vormen.
- Ondersteunende faciliteiten: voorzieningen als parkeerplaatsen, de gratis busdienst evenals de werking van de toeristische dienst worden onder de loep genomen. De perceptie van de toerist bepaalt of hij of zij gewillig is om een herhaald bezoek te maken en de bestemming aan potentiële bezoekers aan te raden.

Alles begint natuurlijk met het verzamelen en inventariseren van gegevens. Zonder cijfergegevens is het onmogelijk een tijdreeks op te stellen, een trendanalyse te maken of de impact van bepaalde acties te meten. Door een uitgebreide dataset aan te leggen van bezoekersaantallen tot aankomsten en overnachtingen, volgens doel van verblijf en land van herkomst, maken we het mogelijk om tal van vergelijkingen op te stellen die ons een beter inzicht in de toeristische sector van Hasselt geven.

4.1.1 Verblijfstoerisme

Waarom deze indicator/variabele?

Verblijfstoerisme is zeer belangrijk voor een bestemming. Des te langer toeristen verblijven, des te meer ze spenderen. Door het meten van verblijfstoerisme krijgen we een indicatie van het aantal toeristen die de stad bezoeken. Het is dus vanzelfsprekend dat de ontwikkelingen van deze variabele een belangrijk deel van de toeristische monitor zullen uitmaken.

Wat zegt deze indicator/variabele?

We hebben gekozen voor de aankomsten en overnachtingen als indicatoren voor deze variabele. Zij meten namelijk het volume van het verblijfstoerisme in logiesvormen. De overnachtingen geven een indicatie van het economisch belang van het verblijfstoerisme. Toeristen kunnen meerdere dagen ter plaatse verblijven waardoor hun impact op de lokale economie ook toeneemt. Het aantal personen dat ter plaatse toekomt noemt men aankomsten.

De gegevens over aankomsten of overnachtingen kunnen we op maandbasis raadplegen bij het FOD Economie. Deze overheidsinstelling verzamelt de gegevens die vergunde logiesvormen verplicht moeten invullen. Seizoensinvloeden kunnen daar gemakkelijk uit afgeleid worden.

Aanbod-analyse

We bespreken het aanbod op basis van de capaciteit van de uitbatingen. Per hotel en per bed and breakfast gelegen in Hasselt hebben we het aantal kamers en de logiescapaciteit weergegeven. Onder logiescapaciteit verstaan we het maximum aantal personen dat per nacht kan logeren.

Onder het logiesaanbod in Hasselt vallen hotels, Bed & Breakfasts en logies voor doelgroepen. Deze laatste groep bestaat uit vakantieparken, campings, jeugdherbergen enz... Hasselt beschikt over slechts een zeer beperkt aanbod, waardoor ze niet ter sprake zullen komen. Wel heeft Hasselt enkele vakantiewoningen, budgetverblijven en zal het tegen 2014 een jeugdherberg bouwen aan de achterkant van het station. Hiermee kan het onderdak bieden aan jongeren die rondtrekken met de rugzak en cultuurtoeristen, maar ook studenten in uitwisselingsprojecten.

We vergelijken het huidige hotelaanbod met dat van 1996, dat besproken werd in “Project Toerisme Hasselt 2000”. Enerzijds zijn er sinds 1996 drie nieuwe hotels bijgekomen (Radisson Blu Hasselt, Express By Holiday Inn Hasselt en De Groene Hendrickx), anderzijds zijn het Scholteshof en De Nieuwe Schoofs verdwenen. Dit resulteert dat er anno 2009 11 hotels zijn in vergelijking met 10 hotels in 1996. Het aantal kamers (67,8%) is net zoals de totale capaciteit (49,9%) sterk toegenomen op 13 jaar tijd. Het Radisson Blu Hasselt en de Holiday Inn hebben samen 44,6% van het kameraanbod en vertegenwoordigen meer dan de helft van de totale logiescapaciteit (51,5%).

Tabel 4.1: Kamercapaciteit van de hotels in Hasselt (1996 en 2009)

Hotel	1996				2009			
	# kamers	%	capaciteit	%	# kamers	%	capaciteit	%
Radisson Blu Hasselt	-	-	-	-	126	24,1	252	21,4
Holiday Inn	107	34,4	360	45,9	107	20,5	354	30,1
Express By Holiday Inn Hasselt	-	-	-	-	89	17,0	178	15,1
Ibis	59	19,0	124	15,8	59	11,3	113	9,6
Hassotel	30	9,6	61	7,8	40	7,7	75	6,4
Parkhotel	29	9,3	58	7,4	27	5,2	58	4,9
De Groene Hendrickx	-	-	-	-	22	4,2	44	3,7
Scholteshof	18	5,8	39	5,0	-	-	-	-
Century	17	5,5	32	4,1	14	2,7	33	2,8
Chalet (1996)/Top Class (2009)	15	4,8	25	3,2	15	2,9	28	2,4
Portmans	14	4,5	28	3,6	14	2,7	29	2,5
De Nieuwe Schoofs	13	4,2	40	5,1	-	-	-	-
Pax	9	2,9	18	2,3	9	1,7	13	1,1
Totaal	311	100,0	785	100,0	522	100,0	1177	100,0

Bron: Eigen verwerking cijfers van Verblijfsmogelijkheden in Hasselt & Omgeving, Toerisme Limburg en Project Toerisme Hasselt 2000

Om het aanbod verder te bekijken zijn er verschillende bronnen waarop we ons kunnen baseren. Eerst doen we beroep op “de lijst van vergunde hotels” die door Toerisme Vlaanderen wordt opgesteld. Daarna zullen we zelf een lijst opstellen op basis van drie beschikbare bronnen.

Volgens de lijst van Toerisme Vlaanderen 2009 (tabel 4.2) telt Hasselt 23 vergunde hotels, waarbij er zich 11 (47,8%) in de O-categorie situeren. Deze overnachtingsaccomodaties zijn “Bed & Breakfasts” die als gelijkgestelde hotels beschouwd worden. De overige 12 hebben betrekking op de 11 hotels uit tabel 4.1 en het driesterrenhotel Présence. Slechts 4,3% van het vergunde hotelbestand heeft één ster, terwijl de tweesterren- 17,4% en de driesterrenhotels 21,7% van de hotels voor hun rekening nemen. Twee Hasseltse hotels behalen een viersterrencategorie en maken daarmee 8,7% van het Hasselts vergunde

hotelbestand uit. Opmerkelijk is dat deze twee hotels 39,4% van het aantal kamers in Hasselt bezitten.

Tabel 4.2: Het vergunde hotel-en kamerbestand in Hasselt i.f.v. sterrencategorie, 2009.

Sterrencategorie	Aantal hotels	% hotels	Aantal kamers	% kamers
O-Categorie	11	47,8	58	9,8
1 ster	1	4,3	9	1,5
2 sterren	4	17,4	102	17,3
3 sterren	5	21,7	189	32
4 sterren	2	8,7	233	39,4
5 sterren	0	0	0	0
Totaal	23	100	571	100

Bron: Eigen verwerking cijfers hoteldatabank van Toerisme Vlaanderen (2009).

De 23 vergunde hotels zijn in 2009 naar grootteklasse i.f.v. kameromvang ingedeeld als volgt (tabel 4.3).

Tabel 4.3: Grootteklasse van de vergunde Hasseltse hotels, 2009.

Grootteklasse i.f.v. kameromvang	Aantal hotels	% hotels
0-24	17	73,91%
25-49	2	8,70%
50-74	1	4,35%
75-99	1	4,35%
100-124	1	4,35%
125-149	1	4,35%
Totaal	23	100%

Bron: Eigen verwerking cijfers hoteldatabank van Toerisme Vlaanderen (2009).

Van het vergunde hotelbestand in Hasselt wordt 82,6% uitgebaat door kleine hotels (minder dan 50 kamers). Relatief gezien baten deze slechts 35,5% van het aantal vergunde kamers uit. In tegenstelling tot deze kleine hotels hebben de grootste vergunde hotels (meer dan 100 kamers), die slechts 8,7% van het vergunde hotelbestand uitmaken, maar liefst 39,4% van het aantal vergunde kamers in Hasselt.

Om een volledig beeld van de uitbatingen in Hasselt te krijgen, hebben we ons, naast de databank van Toerisme Vlaanderen, gebaseerd op de infobrochure Hasselt 2010, de website van Toerisme Limburg en de website van Vlaanderen Vakantieland. De bekendste logiesaccomodaties komen zowel op beide websites als in de infobrochure voor.

Volgens deze drie lijsten zijn er in Hasselt 44 logiesinrichtingen, samen goed voor 621 kamers met een totale logiescapaciteit van 1.423 personen. Op basis van deze gegevens

berekenen we dat er in Hasselt gemiddeld 2,29 personen per logiesaccomodatie kunnen verblijven, er gemiddeld 14,1 kamers per logiesinrichting zijn en de gemiddelde capaciteit per logiesaccomodatie 32,3 personen bedraagt. In tabel 4.4 kan u de verschillende logiesaccomodaties terugvinden.

In vergelijking met de lijst van vergunde hotels (Toerisme Vlaanderen) bevat de door ons opgestelde lijst nog 22 (hotel Présence komt hier niet in voor) andere logiesaccomodaties. Deze 22 accomodaties zijn goed voor 50 kamers, slechts 8% van het kameraanbod.

Tabel 4.4: Opname van de Hasseltse logiesaccomodaties met aantal kamers en personen op de websites van Toerisme Limburg, Vlaanderen Vakantieland en in de Infobrochure van Hasselt 2010. (hotels = *, vakantiewoningen = **, budgetverblijven = * & B&B = "geen aanduiding")**

Logiesaccomodaties	Toerisme Limburg	Infobrochure Hasselt 2010	Vlaanderen vakantieland	# kamers	# personen
Radisson Blu Hasselt *	x	x	x	126	252
Holiday Inn Hasselt *	x	x	x	107	354
Express By Holiday Inn Hasselt *	x	x	x	89	178
Ibis Hasselt Centrum *	x	x	x	59	113
Best Western Hassotel *	x	x	x	40	75
Parkhotel *		x	x	27	58
De Groene Hendrickx *	x	x	x	22	44
Top Class *	x	x	x	15	28
Portmans *	x		x	14	29
The Century *	x	x	x	14	33
Pax *	x	x	x	9	13
Abeljano	x	x	x	2	4
Barbara's B&B	x	x	x	3	8
B&B Basotti	x	x		1	2
De Bokkerijer	x			1	2
Bij Lieve en Jos		x	x	4	10
Bloonwinning	x	x		6	12
Chambres b'Hotes	x	x	x	4	8
Chambres d'Hotes École de Vie	x	x	x	3	6
Edcher		x		3	5
Gabb	x	x	x	2	4
Guesthouse Dusart ***	x	x	x	5	20
t Hemelhuys	x	x	x	5	12
Het Koetshuis	x	x	x	5	10
In Vorm Art & Breakfast	x	x	x	1	2
Jessenhofke			x	2	6
Kookpuntloft	x	x	x	1	2
Landhuis Albatros	x	x	x	2	6
Le Petit Vélo	x	x	x	2	6
Le Refuge	x	x		4	9
Lombaardhof	x	x	x	1	1
Maris Logies	x	x	x	3	6
Op Den Hoef	x		x	9	18
Paalsteen	x	x		1	2
Sage **	x	x		1	9
Spaans Huis **	x	x		1	6
Stadshuisje 36 **	x	x	x	3	6
t Stadhuis		x		4	10
Studho ***		x		??	??
Villa des Roses	x	x		2	4
Vous lé Vous	x	x	x	5	10
De Wellnesshoeve		x		1	3
De Wimmer		x		4	8
Het Zummerheem ***	x	x	x	8	29
Aantal	36	40	31	621	1.423

Bron: Eigen verwerking Infobrochure Hasselt '10, <http://www.toerismelimburg.be/exec/110104/2917> & <http://www.vlaanderen-vakantieland.be/nl/tools/filter/&filter=regio:hasselt&mode=fulltext>

Vraag-analyse

1) Aankomsten

Een aankomst is de eerste dag waarop een toerist aankomt bij een uitbating. Een aankomst wordt op basis van het aantal personen die toekomen bijgehouden. (*definitie Toerisme Limburg*)

In 2008 telde Hasselt volgens het FOD Economie 98.550 aankomsten, een stijging van maar liefst 28,3% in vergelijking met 2007. Uit de -nog niet volledige- gegevens van 2009 wordt de positieve lijn voor de aankomsten doorgetrokken met een stijging van 7,7%. Deze gegevens moeten echter met de nodige voorzichtigheid geïnterpreteerd worden aangezien er nog correcties kunnen worden aangebracht. Belangrijk is wel dat het ons al een eerste indicatie geeft over het afgelopen jaar (tabel 4.5).

In tabel 4.6 zien we dat net zoals in Limburg, Vlaanderen en België de aankomsten in Hasselt zo goed als elk jaar stegen. Over de periode van 1998 tot 2008 kent Hasselt overigens een veel sterkere stijging (83,3%) dan Limburg (19,2%), Vlaanderen (20,2%) en België (20,8%). Deze stijging is ook duidelijk te merken in de door ons opgestelde index.

Tabel 4.5: Evolutie van het aantal aankomsten en overnachtingen (1998-2009)

Jaartal	Aankomsten	Groei (%)	Overnachtingen	Groei (%)
1998	53.911	-	100.537	-
1999	54.365	0,8	105.285	4,7
2000	55.835	2,7	112.374	6,7
2001	66.346	18,8	131.150	16,7
2002	65.695	-1,0	123.517	-5,8
2003	66.290	0,9	119.405	-3,3
2004	66.470	0,3	119.276	-0,1
2005	63.845	-3,9	126.392	6,0
2006	69.989	9,6	131.580	4,1
2007	76.784	9,7	142.885	8,6
2008	98.550	28,3	171.478	20,0
2009	106.166	7,7	169.246	-1,3

Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie 1998-2009

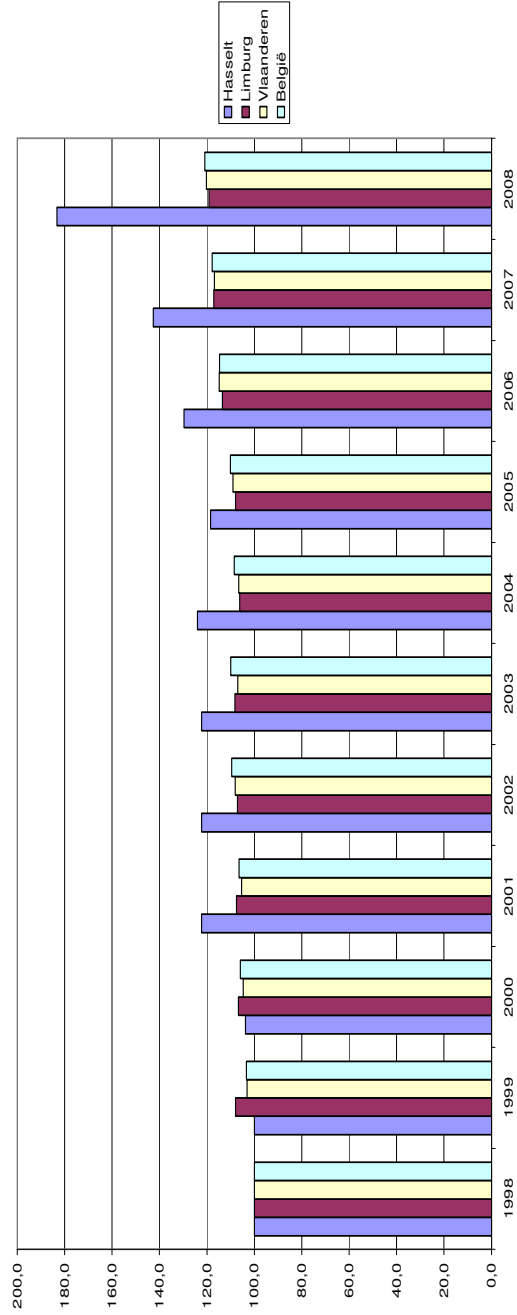
Omerking: Correcties op de voorlopige cijfers van 2009 moeten nog worden aangebracht

Tabel 4.6: Evolutie van het aantal aankomsten (x1.000) in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België (1998-2008, index 1998)

Jaar	Hasselt			Limburg			Vlaanderen			België		
	Absoluut	Groei (%)	Index	Absoluut	Groei (%)	Index	Absoluut	Groei (%)	Index	Absoluut	Groei (%)	Index
1998	54	-	100,0	916	-	100,0	5.800	-	100,0	10.287	-	100,0
1999	54	0,8	100,0	989	8,0	108,0	5.982	3,1	103,1	10.630	3,3	103,3
2000	56	2,7	103,7	978	-1,1	106,8	6.072	1,5	104,7	10.889	2,4	105,9
2001	66	18,8	122,2	985	0,7	107,5	6.108	0,6	105,3	10.946	0,5	106,4
2002	66	-1,0	122,2	981	-0,4	107,1	6.268	2,6	108,1	11.268	2,9	109,5
2003	66	0,9	122,2	991	1,0	108,2	6.205	-1,0	107,0	11.309	0,4	109,9
2004	67	0,3	124,1	973	-1,8	106,2	6.179	-0,4	106,5	11.158	-1,3	108,5
2005	64	-3,9	118,5	989	1,6	108,0	6.324	2,3	109,0	11.319	1,4	110,0
2006	70	9,6	129,6	1.039	5,1	113,4	6.657	5,3	114,8	11.801	4,3	114,7
2007	77	9,7	142,6	1.073	3,3	117,1	6.779	1,8	116,9	12.112	2,6	117,7
2008	99	28,3	183,3	1.092	1,8	119,2	6.972	2,8	120,2	12.430	2,6	120,8

Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie 1998-2008

Figuur 4.1: Evolutie van het aantal aankomsten in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België (1998-2008, index 1998)



Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie 1998-2008

2) Overnachtingen

Overnachtingen worden op basis van het aantal personen geregistreerd die één of meerdere nachten in een uitbating slapen. (*definitie Toerisme Limburg*)

Aangezien in “Project Toerisme Hasselt 2000” ook een evolutie werd opgesteld van de overnachtingen voor de periode 1987 tot en met 1997, kunnen we een tijdreeks van 22 jaar opstellen. In tabel 4.7 worden de overnachtingen in Hasselt vergeleken met deze in Limburg, Vlaanderen en België. Uit de resultaten kunnen we afleiden dat de Hasseltse verblijfssector de voorbije 22 jaar enorm gegroeid is. In vergelijking met 1987 zijn het aantal overnachtingen in Hasselt met maar liefst 418% toegenomen. Dit terwijl de overnachtingen in Limburg maar 26,6% stegen en ze in Vlaanderen en België zelfs met respectievelijk -19,6% en -2,6% zijn afgenomen. Over een iets kortere periode (1998-2008) stellen we, met behulp van de index, vast dat Hasselt het nog steeds veel beter doet dan Limburg, Vlaanderen en België. In 2008 kende Hasselt haar sterkste stijging (20,0%) sinds 1992. Volgens toerismeschepen Rob Beenders heeft het feit dat Hasselt het zo goed doet te maken met haar duidelijke profilering als city-trip stad. (*Jacobs D. 2009, woensdag 8 juli 30.000 overnachtingen extra in één jaar tijd in Hasselt. Het Belang Van Limburg, p.55.*)

Uit de -nog niet volledige- gegevens van 2009 stellen we vast dat de overnachtingen een eerste terugval (-1,3%) kennen sinds 2004. Vooral de maanden maart, juni en augustus deden het aanzienlijk slechter dan in 2008. Een mogelijke reden is de huidige economische crisis, maar zoals daarnet reeds werd aangehaald dienen deze gegevens met de nodige voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden aangezien er nog correcties kunnen worden aangebracht.

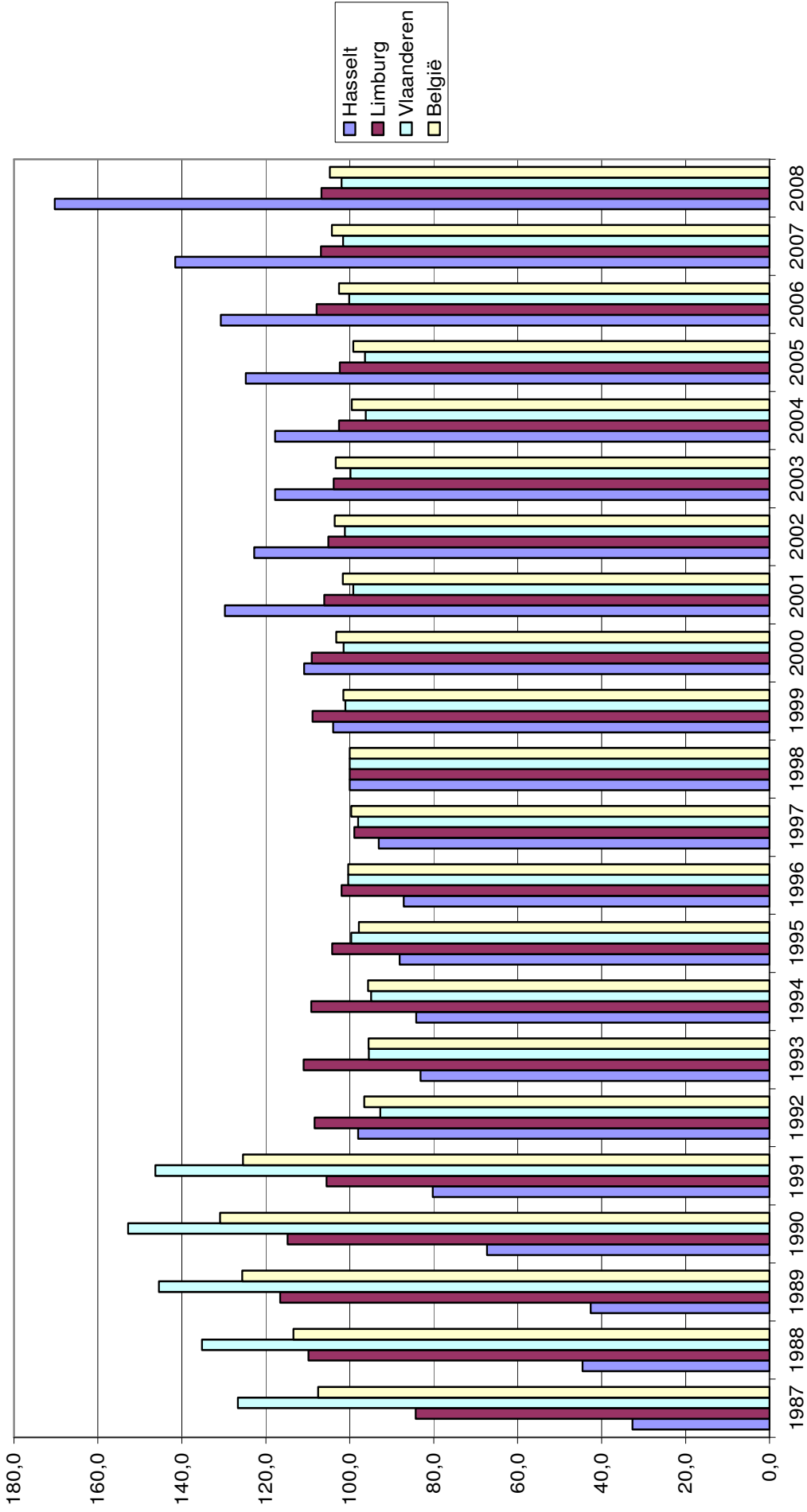
De overnachtingen worden, net zoals de aankomsten, nog op maandbasis besproken bij “de resultaten”.

Tabel 4.7: Evolutie van het aantal overnachtingen (x1.000) in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België (1987-2008, index 1998)

Jaar	Hasselt			Limburg			Vlaanderen			België		
	Absoluut	Groei (%)	Index	Absoluut	Groei (%)	Index	Absoluut	Groei (%)	Index	Absoluut	Groei (%)	Index
1987	33	-	32,7	3.035	-	84,3	22.404	-	126,7	30.784	-	107,5
1988	45	35,6	44,6	3.955	30,3	109,9	23.906	6,7	135,2	32.475	5,5	113,4
1989	43	-5,4	42,6	4.197	6,1	116,6	25.724	7,6	145,5	35.967	10,8	125,6
1990	68	59,2	67,3	4.133	-1,5	114,8	27.020	5,0	152,8	37.479	4,2	130,9
1991	81	19,8	80,2	3.800	-8,1	105,6	25.872	-4,2	146,3	35.901	-4,2	125,4
1992	99	21,6	98,0	3.902	2,7	108,4	16.394	-36,6	92,7	27.625	-23,1	96,5
1993	84	-15,3	83,2	3.995	2,4	111,0	16.873	2,9	95,4	27.352	-1,0	95,6
1994	85	2,2	84,2	3.930	-1,6	109,2	16.782	-0,5	94,9	27.376	0,1	95,6
1995	89	4,7	88,1	3.752	-4,5	104,2	17.618	5,0	99,6	28.010	2,3	97,9
1996	88	-1,5	87,1	3.670	-2,2	101,9	17.742	0,7	100,3	28.729	2,6	100,4
1997	94	7,2	93,1	3.562	-2,9	98,9	17.332	-2,3	98,0	28.523	-0,7	99,6
1998	101	6,5	100,0	3.600	1,1	100,0	17.685	2,0	100,0	28.625	0,4	100,0
1999	105	4,7	104,0	3.919	8,9	108,9	17.870	1,0	101,0	29.069	1,6	101,6
2000	112	6,7	110,9	3.927	0,2	109,1	17.951	0,5	101,5	29.551	1,7	103,2
2001	131	16,7	129,7	3.818	-2,8	106,1	17.536	-2,3	99,2	29.094	-1,5	101,6
2002	124	-5,8	122,8	3.784	-0,9	105,1	17.890	2,0	101,2	29.649	1,9	103,6
2003	119	-3,3	117,8	3.739	-1,2	103,9	17.649	-1,3	99,8	29.588	-0,2	103,4
2004	119	-0,1	117,8	3.694	-1,2	102,6	17.016	-3,6	96,2	28.494	-3,7	99,5
2005	126	6,0	124,8	3.685	-0,2	102,4	17.037	0,1	96,3	28.381	-0,4	99,1
2006	132	4,1	130,7	3.884	5,4	107,9	17.705	3,9	100,1	29.372	3,5	102,6
2007	143	8,6	141,6	3.846	-1,0	106,8	17.966	1,5	101,6	29.849	1,6	104,3
2008	172	20,0	170,3	3.843	-0,1	106,8	18.022	0,3	101,9	29.972	0,4	104,7

Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie 1998-2008
Project Toerisme Hasselt 2000

Figuur 4.2: Evolutie van het aantal overnachtingen in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België (1987-2008, index 1998)



Land van herkomst

Zowel uit tabel 4.8, 4.9, 4.10, 4.11 als uit figuur 4.3 en 4.4 kunnen we afleiden dat de binnenlandse markt voor Hasselt, met 61,9% van de aankomsten en 56,8% van de overnachtingen nog steeds het meeste aandacht verdient. In vergelijking met 2007 groeit de Belgische markt met 42,5% aankomsten en 36,3% overnachtingen. In Limburg, Vlaanderen en België zien we veel geringere stijgingen. Wat betreft de gemiddelde verblijfsduur (tabel 4.10) staan de Verenigde Staten met 2,98 overnachtingen, gevolgd door het Verenigd Koninkrijk met 2,41 overnachtingen, aan kop.

De belangrijkste buitenlandse markten voor overnachtingen zijn Nederland, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk en de Verenigde Staten. Nederland kent net zoals de Belgische markt een sterke stijging. De Duitsers, daarentegen, overnachten minder in Hasselt, maar deze trend lijkt zich in heel Limburg en zelfs Nederland door te zetten. Duitsers kiezen over het algemeen vaker voor vakanties in het oosten van Europa. (Netwerkmoment 2010, Toerisme Limburg). Of we deze vaststelling van Toerisme Limburg kunnen bevestigen voor de stad Hasselt, onderzoeken we in tabel 4.11.

Tabel 4.8: Aankomsten in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België volgens land van herkomst (2008).

2008	Aankomsten					
	Totaal		Belgen		Vreemdelingen	
	<i>absoluut</i>	<i>07-08 (%)</i>	<i>absoluut</i>	<i>07-08 (%)</i>	<i>absoluut</i>	<i>07-08 (%)</i>
België	12.429.534	2,6	5.264.769	3,9	7.164.765	1,7
Vlaanderen	6.971.586	2,8	3.390.823	5,0	3.580.763	0,8
Limburg	1.092.414	1,8	629.966	5,9	462.448	-3,3
Hasselt	98.550	28,3	61.032	42,5	37.518	10,5

Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie, 2008

Tabel 4.9: Overnachtingen in Hasselt, Limburg, Vlaanderen en België volgens land van herkomst (2008).

2008	Overnachtingen					
	Totaal		Belgen		Vreemdelingen	
	<i>absoluut</i>	<i>07-08 (%)</i>	<i>absoluut</i>	<i>07-08 (%)</i>	<i>absoluut</i>	<i>07-08 (%)</i>
België	29.971.839	0,4	13.611.137	0,2	16.360.702	0,5
Vlaanderen	18.022.459	0,3	9.259.154	1,2	8.763.305	-0,6
Limburg	3.843.038	-0,1	2.003.482	1,8	1.839.556	-2,1
Hasselt	171.478	20,0	97.455	36,3	74.023	3,7

Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie, 2008

Tabel 4.10: Aankomsten, overnachtingen en gemiddelde verblijfsduur volgens land van herkomst (2008).

Land van herkomst	Aankomsten	Overnachtingen	Verblijfsduur	Aankomsten (%)	Overnachtingen (%)
	Absoluut aantal			Recentste evolutie ('07-'08)	
Totaal	98.550	171.478	1,74	28,3	20,0
België	61.032	97.455	1,60	42,5	36,3
Nederland	12.733	19.825	1,56	22,4	21,8
Duitsland	6.305	11.814	1,87	-0,9	-7,7
Verenigd Koninkrijk	5.321	12.838	2,41	1,5	7,7
Frankrijk	2.963	5.185	1,75	-4,9	-6,7
Verenigde Staten	1.000	2.975	2,98	-8,1	-10,4
Overige	9.196	21.386	2,33	19,0	-0,6

Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie, 2008

Tabel 4.11: Overnachtingen volgens land van herkomst en doel van verblijf (2008).

Overnachtingen 2008 Land van herkomst	1		2		3		Totaal	
	Abs.	07-'08 (%)	Abs.	07-'08 (%)	Abs.	07-'08 (%)	Abs.	07-'08 (%)
Algemeen Totaal	88.611	63,0	40.374	11,7	42.493	-18,9	171.478	20,0
België	61.624	68,2	17.311	31,1	18.520	-14,5	97.455	36,3
Nederland	12.325	32,4	3.065	28,5	4.435	-3,3	19.825	21,8
Duitsland	2.617	48,8	4.157	2,8	5.040	-28,0	11.814	-7,7
Verenigd Koninkrijk	4.102	114,3	4.384	-23,6	4.352	2,0	12.838	7,7
Frankrijk	1.344	4,2	1.605	43,3	2.236	-28,9	5.185	-6,7
Verenigde Staten	694	53,9	1.552	-27,4	729	-0,1	2.975	-10,4
Overige	5.905	97,3	8.300	10,6	7.181	-34,8	21.386	-0,6

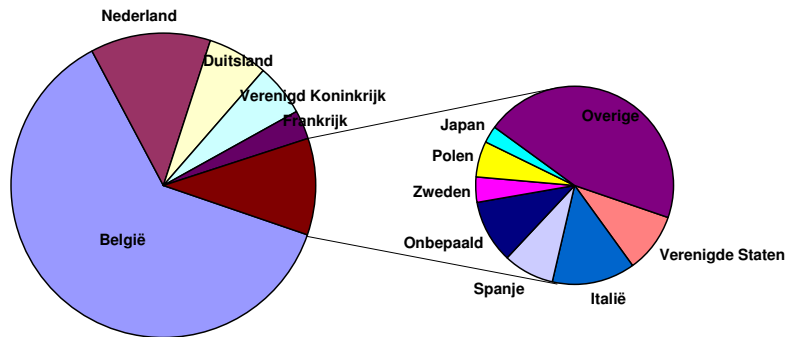
Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie, 2008

Legende: 1 = Vakantie & ontspanning ; 2 = MICE ; 3 = Andere beroepsdoeleinden

Uit tabel 4.11 kunnen we afleiden dat het recreatieve marktsegment “vakantie & ontspanning” een stijging kent voor iedere nationaliteit. De binnenlandse markt heeft hier een overgroot aandeel (69,5%). Betreffende de buitenlandse markt kennen vooral de recreatieve overnachtingen van het Verenigd Koninkrijk een zeer sterke stijging van maar liefst 114,3%. De vaststelling dat er minder Duitse vakantiegangers naar Limburg komen gaat voor de stad Hasselt niet op. Men kent zelfs een groei van 48,8% overnachtingen in vergelijking met 2007.

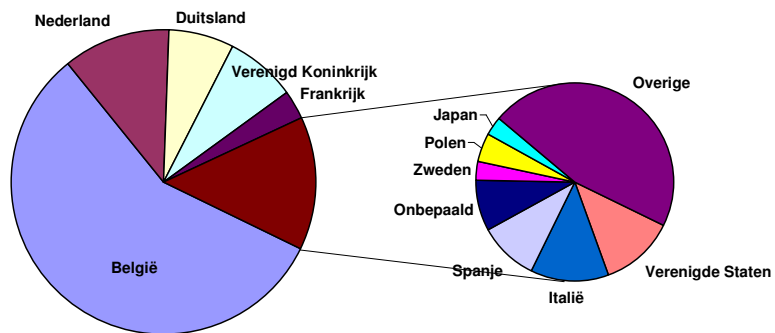
Zoals later bij de resultaten ook duidelijk zal worden, is vooral het marktsegment “andere beroepsdoeleinden” sterk afgenomen. Enkel de overnachtingen van het Verenigd Koninkrijk kennen hier geen negatieve groei. Na Frankrijk (-28,9%) daalt Duitsland het sterkst met -28,0%. De afname van het aantal Duitse toeristen is dus volledig toe te schrijven aan “andere beroepsdoeleinden”. Dit marktsegment hangt echter sterk samen met de economische toestand, waardoor het moeilijk controleerbaar is. In het kader van de huidige economische crisis was dit dus een te verwachten resultaat.

Figuur 4.3: Verdeling van de aankomsten volgens het belangrijkste land van herkomst (2008).



Op de grafiek vertegenwoordigen de belangrijkste landen 90% van de aankomsten
Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie 2008

Figuur 4.4: Verdeling van de overnachtingen volgens het belangrijkste land van herkomst (2008).



Op de grafiek vertegenwoordigen de belangrijkste landen 86% van de overnachtingen
Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie 2008

Doel van verblijf

a) Ontspanning & vakantie

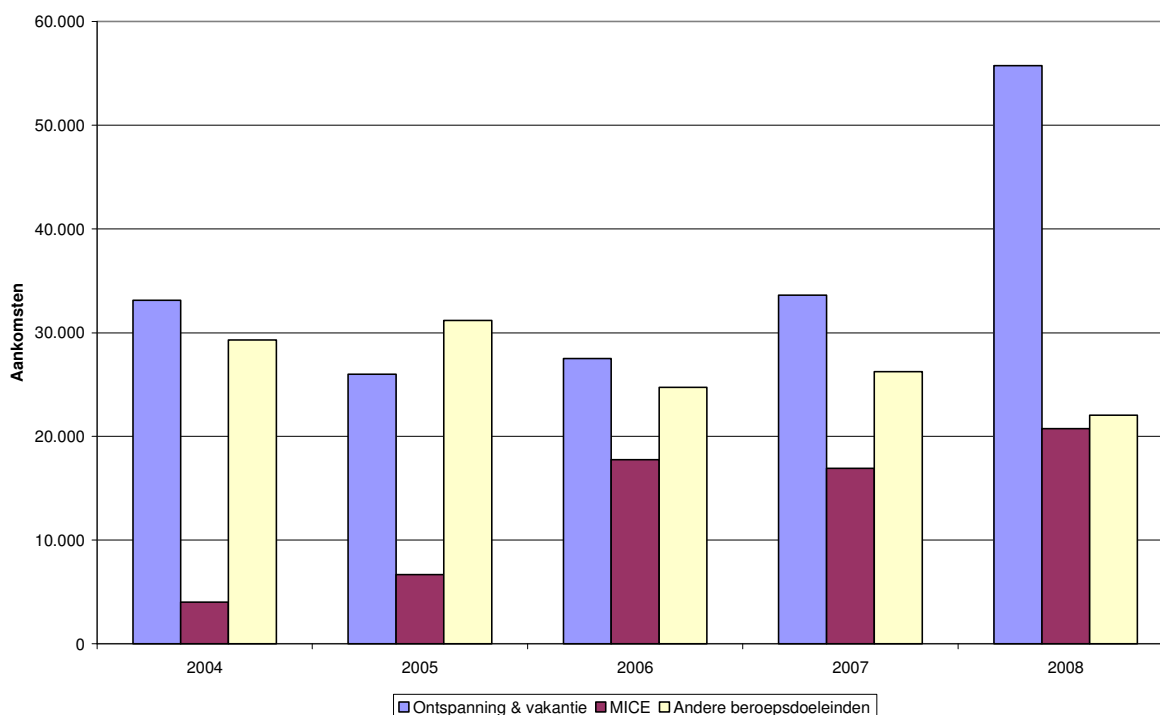
De overnachtingen volgens doel van verblijf hebben we kunnen inventariseren van 2001 tot en met 2008, de aankomsten vanaf 2004.

Het aantal aankomsten voor ontspanning & vakantie dalen in 2005 maar vanaf dan gaat het crescendo met de sterkste stijging in 2008 (65,8%).

Vakantiegangers namen in 2008 meer dan de helft van de overnachtingen voor hun rekening (51,7%). Wanneer we de evolutie bekijken van deze acht jaar (figuur 4.6), merken we een stijgend verloop tussen 2001 en 2003, een daling in 2004 en 2005, gevolgd door een positief verloop in de laatste drie jaar. In vergelijking met 2001 is het aantal recreatieve overnachtingen met maar liefst 121% gestegen.

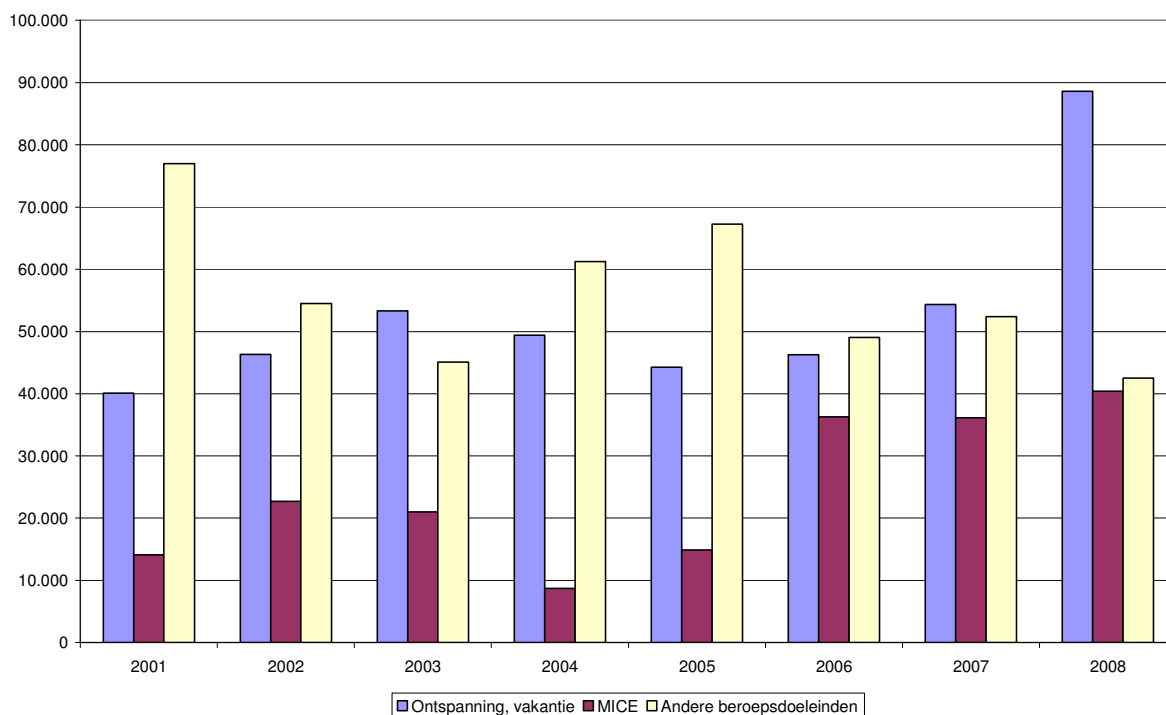
Aankomsten en overnachtingen naar doel van verblijf worden in het laatste hoofdstuk op maandbasis besproken. De MICE-sector evenals de andere beroepsdoeleinden komen wat verder bij het zakentoeerisme ter sprake.

Figuur 4.5: Evolutie van het aantal aankomsten volgens doel van verblijf (2004-2008).



Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie 2004-2008

Figuur 4.6: Evolutie van het aantal overnachtingen volgens doel van verblijf (2001-2008).



Bron: WES, Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt 2001-2003

Eigen verwerking gegevens FOD Economie 2004-2008

Tabel 4.12: Evolutie van het aantal overnachtingen in Hasselt volgens doel van verblijf, procentuele verdeling (2001-2008).

Jaar	Vakantie & ontspanning	MICE	Andere beroepsdoeleinden	Totaal
2001	30,6	10,8	58,7	100,0
2002	37,5	18,4	44,1	100,0
2003	44,7	17,6	37,7	100,0
2004	41,4	7,3	51,3	100,0
2005	35,0	11,8	53,2	100,0
2006	35,2	27,6	37,3	100,0
2007	38,0	25,3	36,7	100,0
2008	51,7	23,5	24,8	100,0

Bron: WES, Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt 2001-2003

Eigen verwerking gegevens FOD Economie 2004-2008

Bed & Breakfast

Voorlopig worden de gegevens van “Bed & Breakfast” tesamen onder de rubriek “hotels” bijgehouden door het FOD Economie. Sinds 2008 moeten “B&B” echter dezelfde formulieren invullen als de hotels met betrekking tot het aantal overnachtingen, bezettingsgraad, doelgroep, motief en land van herkomst. Mogelijk worden er dus in de loop van 2010 aparte

cijfergegevens gepubliceerd van B&B. Hierdoor hebben we momenteel nog niet de mogelijkheid om het gastenverblijf in Hasselt apart te bespreken.

Zakentoeerisme

Waarom deze indicator/variabele?

Toerisme wordt vaak geassocieerd met vakantie, vrije tijd en ontspanning. Deze opvatting miskent echter een belangrijk deel van de reizigers die ter plaatse verblijven, namelijk het zakentoeerisme. De bestedingen van zakentoeeristen leveren Vlaanderen jaarlijks zo een 1,4 miljard euro op (*MICE-onderzoek: reizen met kennis van zaken, 2006, p.7*). Het zakentoeerisme, dat een apart marktsegment voor haar rekening neemt, is het toeristisch bezoek dat zich situeert in het kader van de beroepsuitoefening (*onderzoeksverslag: Zakentoeerisme in de Antwerpse Kempen, 2003, p.3*). In het verleden hebben toeristische diensten, net zoals huidige monitoren, weinig aandacht besteed aan deze markt. Wij willen dit wel doen. Hasselt is nog geen congresstad, maar daar liggen dan ook meteen haar groeimogelijkheden. Door het zakelijk toerisme mede in kaart te brengen kunnen we zien of het congresstoerisme in Hasselt in de lift zit. We merken wel op dat in huidige onderzoeksrapporten Hasselt niet vervat zit, dit bemoeilijkt het verzamelen van gegevens en de vergelijking hiervan.

Het zakentoeerisme kunnen we onderverdelen in twee groepen, al dan niet residentieel, namelijk het individueel zakentoeerisme en het groepsgebonden zakentoeerisme. Deze laatste groep kent men beter onder de MICEmarkt. MICE is een afkorting voor Meetings, Incentives, Conferences/Conventions & Exhibitions/Events. De hotelsector richt zich vooral op deze groep.

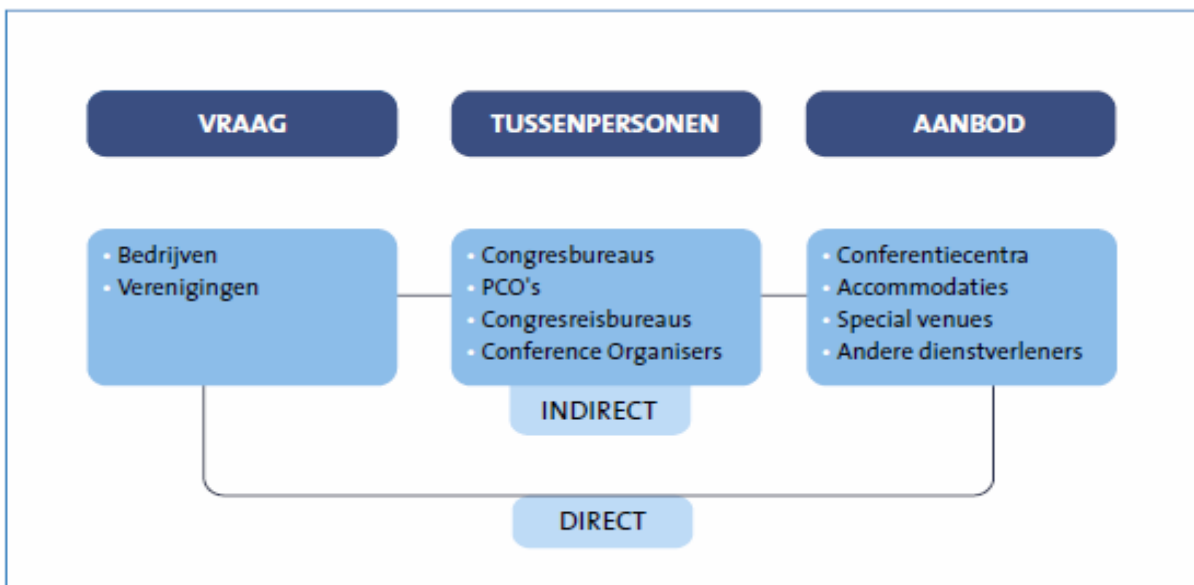
Uit macro-economisch standpunt is het belang van zakelijke meetings met overnachtingen niet te onderschatten. Congrestoeristen besteden meer dan de gewone toerist; in de optiek dat zakentoeeristen hun reis- en verblijfskosten niet zelf moeten betalen, kunnen zij meer geld besteden aan betere en duurder hotels en restaurants. Deze hoge bestedingen hebben duidelijk positieve economische effecten op de aanbieders van vergaderfaciliteiten en de lokale economie. Zowel de geïnde taksen en belastingen als de directe en indirecte werkgelegenheid zullen hierdoor stijgen.

We maken hier wel de kanttekening dat, met de huidige economische crisis, bedrijven voorzichtiger met hun geld omspringen. Zo verkiezen ze bijvoorbeeld te besparen door minder vergaderingen op verplaatsing te doen.

De MICE-markt

Over het algemeen verschilt de structuur van de MICE-markt met die van andere toeristische markten. Traditioneel heeft men de vraag- en aanbodzijde, maar de rol die intermediairen hiertussen spelen is uniek. Naast de vraagmarkt en de aanbieders bestaat er dus nog een derde betrokkene. Intermediairen zoals congresbureau's, Professional Congress Organisers (PCO) en Destination Management Corporation (DMC) vervullen een promotionele, bemiddelende en coördinerende rol. Deze intermediairen bestaan uit twee groepen. Enerzijds zijn er congresbureaus die hun bestemming bij congresorganisatoren aanbevelen, anderzijds zijn er bedrijven die van congresorganisatie hun beroep hebben gemaakt.

Figuur 4.7: Organisatie van de MICE-markt.



Bron: MICE-onderzoek: reizen met kennis van zaken (2006, p. 15)

Aanbod-analyse

In Hasselt is er vooral een aanbod voor het organiseren van kleine en middelgrote MICE-activiteiten. Voor grote congressen moet Hasselt het nog steeds afleggen tegen Antwerpen, Brugge, Gent, Mechelen en Maastricht. Volgens gesprekspartners is het aanbod aan drie- en viersterrenhotels te klein om grote congressen aan te trekken (Rapport van het WES: Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt, 2008, 43p.). Interessant is dat er voor het zakentoeerisme een nieuwe vzw "Meeting Hasselt" komt. Het Huis Corswarem zal als exclusieve thuisbasis geïnstalleerd worden. De hotels, goed gevuld in de weekends, moeten zo op weekdays extra klanten krijgen. (HBVL, Hasselt mikt op zakentoeeristen, 29/03/2010, p.78)

Tabel 4.13: Aanbod congresfaciliteiten in Hasselt

Organisatie	Aantal zalen	Max. capaciteit in # personen	Tentoonstellingsruimte (m ²)	Parking in # auto's
Borrelhuis NV	6	375	0	0
Cultuurcentrum	13	2.646	1.500	350
De Groene Hendrickx	1	40	40	0
Express By Holiday Inn	1	45	50	450
Golf Meeting Point	5	382	0	100
Grenslandhallen - Ethias	9	56.117	35.000	3.250
Hassotel	2	350	0	0
Holiday Inn Hasselt	7	740	220	450
Kinapolis Hasselt	16	4.720	530	/
Officenter	6	175	0	100
Radisson Blu Hotel	15	569 *	468	450
Syntra Limburg Campus	5	495	0	300
Triam Training	3	95	0	0

Bron: Eigen verwerking http://www.meetingpoint.be/php/list_nl.php?st=n

Opmerking: De maximumcapaciteit per congresfaciliteit is de aggregatie van de zalen in hun grootst mogelijke opstelling (zie bijlage 2).

* Wanneer zalen van het Radisson Blu Hotel worden gecombineerd is er een grotere capaciteit mogelijk.

Vraag-analyse

De vraag kunnen we analyseren door de aankomsten en overnachtingen naar doel verder onder de loep te nemen (figuur 4.5, 4.6 en tabel 4.12). In 2008 telde Hasselt respectievelijk 98.550 en 171.478 aankomsten en overnachtingen. Dit aantal kan worden verdeeld over recreatief verblijf en verblijf voor MICE of voor andere beroepsdoeleinden. Het zakentoeerisme heeft betrekking op deze laatste twee. In figuur 4.5 zijn de aankomsten volgens doel van verblijf opgenomen, in figuur 4.6 de overnachtingen. De sterkste stijging merken we op in de MICE-sector dat met maar liefst 186% overnachtingen is gestegen in vergelijking met 2001 en goed is voor 23,5% van de overnachtingen in 2008. De categorie andere beroepsdoeleinden maakt een omgekeerde evolutie mee. Daar waar dit segment in 2001 nog 58,7% van het totale aantal overnachtingen voor haar rekening nam, heeft het in 2008 slechts een aandeel van 24,8%. Dit brengt het totaal zakelijke overnachtingen in 2008 op 48,3%, terwijl het in 2001 nog een aandeel van 69,4% had.

Tabel 4.14: Evolutie van het aantal overnachtingen recreatief toerisme – zakentoeerisme (2001-2008).

Jaar	Recreatief toerisme	%	Zakentoeerisme	%	Totaal	%
2001	40.099	30,6	91.051	69,4	131.150	100,0
2002	46.337	37,5	77.170	62,5	123.507	100,0
2003	53.320	44,7	66.085	55,3	119.405	100,0
2004	49.369	41,4	69.907	58,6	119.276	100,0
2005	44.255	35,0	82.137	65,0	126.392	100,0
2006	46.272	35,2	85.308	64,8	131.580	100,0
2007	54.356	38,0	88.529	62,0	142.885	100,0
2008	88.611	51,7	82.867	48,3	171.478	100,0

Bron: WES, Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt 2001-2003

Eigen verwerking gegevens FOD Economie 2004-2008

Uit tabel 4.15 leiden we af dat de verblijfsduur van zowel de MICE-sector als andere beroepsdoeleinden steeds boven het gemiddelde ligt. Dit wijst erop dat de recreatieve toerist korte vakanties (1,59 dagen) verkiest, terwijl de zakentoeerist iets langer blijft. Volgens het WES moet het toeristisch beleid van Hasselt overigens in het teken staan van het korteverblijftoeerisme en dagtoerisme.

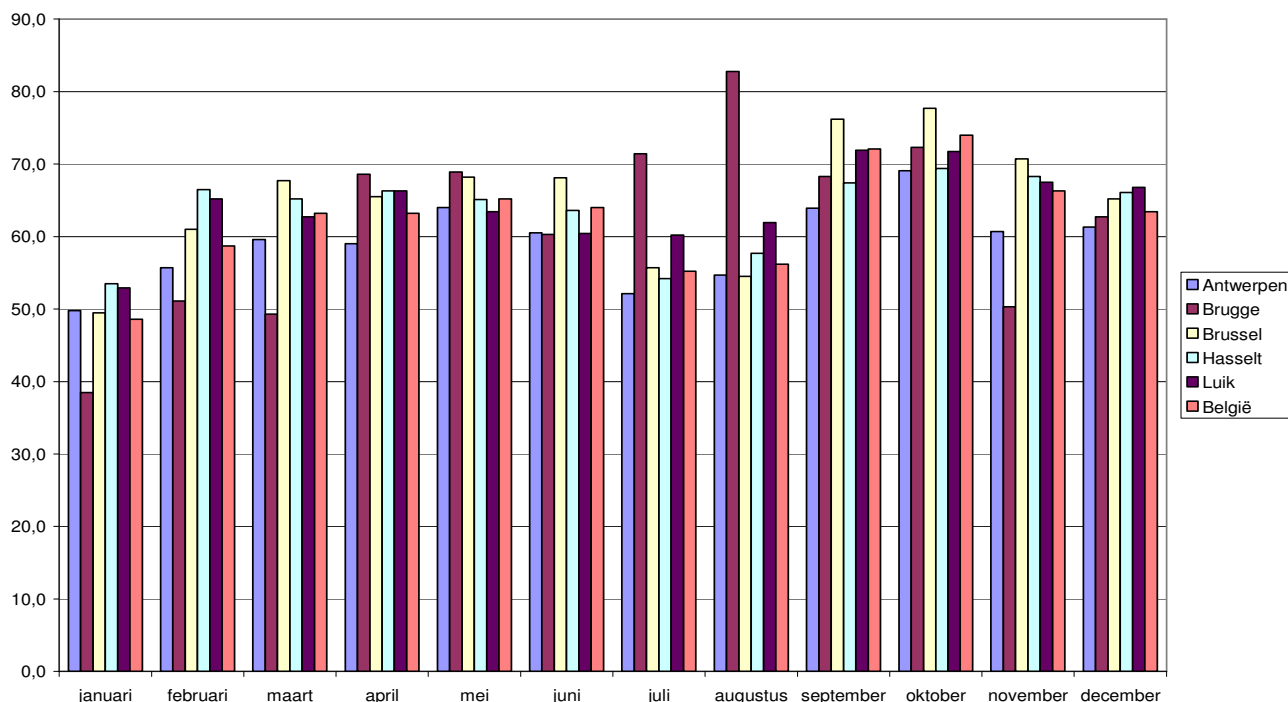
Tabel 4.15: Evolutie van de gemiddelde verblijfsduur naar doel, uitgedrukt in het aantal dagen (2004-2008).

Verblijf	Ontspanning, vakantie	Conferentie, congres, seminarie	Andere beroepsdoeleinden	Totaal
2004	1,49	2,16	2,09	1,79
2005	1,70	2,23	2,16	1,98
2006	1,68	2,04	1,98	1,88
2007	1,62	2,13	2,00	1,86
2008	1,59	1,95	1,93	1,74

Bron: Eigen verwerking gegeven FOD Economie 2004-2008

De vijf belangrijkste hotels (Holiday Inn Hasselt, Ibis Hasselt Centrum, Holiday Inn Express Hasselt, Radisson Blu Hotel Hasselt, Best Western Hassotel) die tevens vergaderfaciliteiten aanbieden, toonden reeds initiatief door een samenwerking op te starten. De vijf hotels verzamelen wekelijks hun gegevens met betrekking tot de bezettingsgraad en de opbrengst per beschikbare kamer (RevPAR). In figuur 4.8 wordt de gemiddelde Hasseltse bezettingsgraad van de eerdergenoemde vijf hotels vergeleken met Antwerpen, Brugge, Brussel, Luik en België. We stellen vast dat de bezettingsgraad van de vijf Hasseltse hotels zich met een jaargemiddelde van 63,6% in de middenmoot bevindt. De hotels doen het in 2009 gemiddeld beter dan Antwerpen (59,2%), Brugge (62,0%) en het Belgisch gemiddelde (62,5) maar minder goed dan Brussel en Luik (respectievelijk 65,0% en 64,2%). Terwijl Brugge (wegens het kust- en achterlandtoerisme) het in de vakantieperiode juli-augustus bijzonder goed doet, behalen de Hasseltse hotels, vergelijkbaar met België een lager gemiddelde.

Figuur 4.8: Evolutie van de gemiddelde bezettingsgraad van de vijf samenwerkende hotels vergeleken met Antwerpen, Brugge, Brussel, Luik en België op maandbasis (2009).



Bron: Gegevens Benchmarking via Toeristische Dienst Hasselt

Hoewel er in de vakantiemaanden juli-augustus veel overnachtingen plaatsvinden, is de gemiddelde bezettingsgraad in deze maanden voor Hasselt bijzonder laag. Dit valt gedeeltelijk te verklaren doordat er in de deze periode veel minder activiteit op de zakenmarkt is. De bezettingsgraden hebben we vanaf eind 2008 kunnen inventariseren op dagbasis.

Wat betreft de zakelijke sector is de binnenlandse markt de grootste, met 43,2% van alle zakelijke overnachtingen in 2008. 56,8% van de zakelijke overnachtingen zijn van buitenlandse origine waarbij Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Nederland met respectievelijk 11,1%;10,5% en 9,1% de meeste zakentoeeristen vertegenwoordigen (tabel 4.16).

Tabel 4.16: Evolutie van de zakelijke overnachtingen volgens land van herkomst (2008).

Land van herkomst	Conferentie, congres, seminarie	Andere beroepsdoeleinden	Totaal	%
Algemeen Totaal	40.374	42.493	82.867	100,0
België	17.311	18.520	35.831	43,2
Nederland	3.065	4.435	7.500	9,1
Duitsland	4.157	5.040	9.197	11,1
Verenigd Koninkrijk	4.384	4.352	8.736	10,5
Frankrijk	1.605	2.236	3.841	4,6
Verenigde Staten	1.552	729	2.281	2,8
Overige	8.300	7.181	15.481	18,7

Bron: Eigen verwerking gegevens FOD Economie, 2008

In tabel 4.17 hebben we onze SWOT-analyse voor het zakentoerisme in Hasselt opgenomen.

Tabel 4.17: SWOT-analyse van het zakentoerisme in Hasselt.

<p style="text-align: center;"><u>Sterkten</u></p> <ul style="list-style-type: none">• interessante bezienswaardigheden en toeristische attracties• rustige en groene omgeving• goed gastronomisch aanbod• shoppingstad• goede bereikbaarheid via de weg• centrale ligging in Limburg en de Euregio	<p style="text-align: center;"><u>Zwakten</u></p> <ul style="list-style-type: none">• excentrische ligging in België• geen congresimago• geen (inter)nationale bedrijven in Hasselt• te klein aanbod drie- en viersterrenhotels voor grote congressen
<p style="text-align: center;"><u>Kansen</u></p> <ul style="list-style-type: none">• relatieve onbekendheid kan kans vormen gezien men vaak op zoek gaat naar nieuwe locaties• Hasselt, hoofdstad van de Smaak	<p style="text-align: center;"><u>Bedreigingen</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Maastricht en Luik zijn te duchten concurrenten op vlak van congresstoerisme

Bron: Eigen waarnemingen en Project Toerisme Hasselt 2000

Wat zegt deze indicator/variabele?

Door het meten van het zakentoerisme weten we meteen het aandeel zakenreizigers t.o.v. de bezoekers aan de stad Hasselt. Zoals reeds duidelijk gemaakt kan het zakentoerisme potentieel een belangrijke markt zijn. Jaarlijks dient er een nieuwe inventaris van de beschikbare vergaderfaciliteiten gemaakt worden, zodat ook hier een evolutie kan opgemaakt worden. De gegevens van de vijf belangrijkste hotels worden wekelijks bijgehouden. Het aantal aankomsten en overnachtingen volgens doel van verblijf verkrijgen we met een vertraging van drie maanden via het FOD Economie.

4.1.2. Dagtoerisme

Attracties

Waarom deze indicator/variabele?

Attracties zijn van cruciaal belang in de ontwikkeling van een toeristische bestemming. Zij zijn de publiekstrekkers voor een stad. Wanneer toeristen voor een bepaalde attractie een stad bezoeken, leren ze ook andere troeven van de stad kennen waarvan ze nog niet op de hoogte waren. Dit verhoogt de kans dat ze een nieuw of langer bezoek aan de stad zullen brengen.

Om van een attractie te kunnen spreken is het belangrijk dat we deze kort verduidelijken. Hiervoor gebruiken we de door het STeR gehanteerde definitie:

“Alle sites die mensen aanzetten om zich te verplaatsen om zo de site te bezoeken, worden als attractie gedefinieerd.” (Toerisme Research Papers 2, 2003, p.7)

De volgende criteria moeten voldaan zijn om van een toeristische attractie te kunnen spreken:

- Herkenbare fysieke locatie;
- Permanentie (op jaarbasis minsten twee maanden geopend);
- Openbare toegankelijkheid;
- Afzonderlijk herkenbare organisatiestructuur;
- Aangeboden kernproduct is geheel of gedeeltelijk toeristisch/recreatief van aard;
- Minimaal 5.000 bezoekers per jaar (op betrouwbare wijze gemeten).

a. Musea

Musea maken deel uit van de belangrijkste toeristische attracties in een stad. Om een correct beeld van het toeristisch bezoek aan de stad Hasselt te kunnen weergeven zijn deze, net als andere toeristische attracties onmisbaar.

Van de verschillende musea in Hasselt hebben we medewerking gekregen van Het Stadsmus, Het Nationale Jenevermuseum en het Modemuseum. Deze musea zijn overigens degene die het meeste toeristen op bezoek krijgen. Ze maken dus het grootste aandeel van het bezoek aan musea in Hasselt uit.

Aanbod-analyse

Het Nationaal Jenevermuseum

Het Modemuseum

Het Stadsmus

Het Literair museum

Het Heilig Paterke

Indien we de inventaris uit het onderzoeksrapport “Project Toerisme Hasselt 2000” vergelijken met het huidige aanbod stellen we vast dat het Hollywood Movie Museum en het museum De Waag respectievelijk sinds 2008 en 2003 gesloten zijn.

Vraag-analyse

Het Nationaal Jenevermuseum

In tabel 4.18 wordt een overzicht gegeven van de bezoekerscijfers per maand van Het Nationaal Jenevermuseum van 1988 tot en met 2009. Jaarlijks komen er gemiddeld ongeveer 51.800 bezoekers naar het Jenevermuseum. Oktober is zoals gebruikelijk de absolute topmaand, niet verwonderlijk gezien het dan de Jeneverfeesten zijn. De minst drukke maanden zijn januari, vanwege de eigenlijke sluiting, februari en december, en daarom ook minder interessant. In 2009 behaalde het museum haar beste bezoekersresultaat sinds de oprichting. De maanden januari tot en met oktober deden het beduidend beter dan in 2008. Een sterk resultaat, maar we beschouwen 2009 als een uitzonderlijk jaar omwille van de televisieserie “De Smaak van De Keyser”.

Het Modemuseum

De bezoekerscijfers van het Modemuseum over de periode 1990 tot en met 2009 worden in tabel 4.19 weergegeven. Het museum was in 1993 tot medio 1995 gesloten omwille van verbouwwerken. Over de periode 1996-2009 kwamen er jaarlijks gemiddeld ongeveer 26.900 bezoekers naar het Modemuseum. Er zijn niet echt vaste topmaanden omdat voorstellingen vaak over verschillende maanden lopen. Toch komen gemiddeld genomen het minste bezoekers in juni en december, januari buiten beschouwing gelaten aangezien dit normaliter de sluitingsmaand is. Februari, mei en september scoren gemiddeld genomen het best. 2008 was voor het Modemuseum het slechtste jaar sinds 1995. Het bezoekersaantal daalde spectaculair met 36,0%. Een minder aantrekkelijk programma in combinatie met de huidige economische crisis is daar een reden voor. Echter, zo slecht dat 2008 was, zo goed

was 2009 met een stijging van 71,4%. Sinds 1990 kwamen er nooit zoveel bezoekers naar het Modemuseum.

Het Modemuseum wordt net zoals het Nationaal Jenevermuseum nog op maandbasis besproken bij “de resultaten”.

Het Stadsmus

Het museum Stellingwerff-Waerdenhof heet vanaf het jaar 2005 het Stadsmus en zowel het Beiaardmuseum als het Oud-Kerkhof zijn hier sinds 2001 onder toegevoegd. Voor het Stadsmus beschikken we over de bezoekersaantallen per maand over de periode 1989-2009 (zie tabel 4.20).

In 2006 telde het Stadsmus het hoogst aantal bezoekers in haar geschiedenis met een totaal van 22.863. Over de hele periode ontvangt het museum jaarlijks ongeveer 16.000 bezoekers. Januari en december zijn gemiddeld genomen de minst populaire maanden, augustus, september en oktober de populairste. Dit valt te verklaren door de Zevenjaarlijkse Virga Jessefeesten (augustus 1989, 1996 en 2003), de Open Monumentendag (september) en de Jeneverfeesten (oktober). Vooral de Virga Jessefeesten hebben een positieve invloed op het bezoek aan het Stadsmus. In augustus 2003 behaalde het museum een absoluut maandrecord van 6.559 bezoekers.

In tegenstelling tot de grote successen voor de twee andere musea, daalt het aantal bezoekers aan het Stadsmus sterk in 2009. Met 14.037 bezoekers kent het een daling van 37,3% in vergelijking met 2008. Volgens het museum is dit gedeeltelijk toe te schrijven aan het feit dat ze niet konden participeren aan de succesvolle projecten “De Smaak van De Keyser” en “Superstories”. Anderzijds lijken de tentoonstellingen (Stadsmus, Helikon) minder interessant dan meer algemene thema's.

Het Literair Museum

Van het Literair Museum werden geen gegevens vrijgegeven. Het museum maakt echter een klein deel uit van het totaal museumbezoek in Hasselt en wordt daarom ook niet verder toegelicht.

Het Heilig Paterke

Het museum Heilig Paterke heeft nooit enige statistieken bijgehouden, daar de toegang gratis is. Overigens wordt het niet echt als een museum beschouwd maar eerder als een bedevaartsoord.

De drie belangrijkste musea

Voor het museumbezoek hebben we het totaal aantal bezoekers van de drie belangrijkste musea (het Nationaal Jenevermuseum, het Stadsmus en het Modemuseum) berekend over hun gemeenschappelijke tijdreeks. In tabel 4.21 staan de bezoekcijfers van 1995 tot en met 2008. De drie belangrijkste musea bereikten in 2009 het maximum van 116.335 bezoekers. Mede door de extra belangstelling dat Hasselt genoot dankzij de serie “De Smaak van De Keyser” en het zomerprogramma “Villa Vanthilt” behaalden zowel het Nationaal Jenevermuseum als het Modemuseum een individueel recordbezoek. Enkel het Stadmus deed het aanzienlijk slechter. Het aandeel van het Nationaal Jenevermuseum ligt steeds boven de 50%. Opvallend is dat de drie belangrijkste musea in het Virga Jesse-jaar 2003 een daling kennen ten op zichte van 2002. Enkel het Stadmus profiteert van deze feesten. Een gezamenlijk actie zoals een combikaart voor de drie musea is daarom een eventuele aanbeveling voor de Virga Jessefeesten in 2010.

Het is de bedoeling om uitbaters feedback te geven over bezoekersaantallen. Dit kan dienen als referentiekader om aan benchmarking te doen binnen hun sector, hun regio of type attractie.

Tabel 4.18: Evolutie van het bezoekersaantal van het Nationaal Jenevermuseum op maandbasis (1988-2009).

Maand / Jaar	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Januari	460	234	188	73	70	737	373	1.142	1.239	204	-	1.579	913	1.400	1.752	191
Februari	1.457	1.644	1.910	1.500	2.428	1.993	1.668	2.034	3.379	2.360	1.415	1.935	2.328	2.196	1.648	2.646
Maart	1.439	2.114	1.664	2.780	2.638	2.970	2.503	2.444	3.353	2.090	4.436	2.589	1.875	2.549	1.728	2.500
April	2.729	3.478	3.007	3.406	3.142	3.635	4.066	3.357	3.724	3.386	4.431	4.062	3.401	3.485	3.388	4.039
Mei	4.644	4.045	3.974	6.801	5.725	6.311	7.012	5.824	6.161	6.771	6.708	6.956	7.265	5.609	4.177	7.637
Juni	3.693	4.443	5.911	5.750	4.954	6.120	5.590	5.580	5.766	6.409	6.120	5.402	4.271	5.748	4.361	4.080
Juli	2.750	2.498	3.452	3.766	4.238	5.520	4.582	4.438	4.254	6.318	5.016	3.872	4.262	4.182	4.288	3.879
Augustus	2.837	6.236	3.122	4.626	3.886	4.724	5.744	11.077	7.473	4.352	5.935	5.778	4.652	4.632	4.243	3.966
September	3.517	3.685	4.780	4.852	6.828	5.915	8.269	6.405	6.442	5.401	6.651	6.196	5.149	6.227	6.894	4.668
Oktober	3.357	3.789	6.567	9.414	10.604	10.341	17.609	16.095	14.046	13.008	14.071	16.726	14.703	13.958	13.918	11.540
November	1.722	1.564	2.850	2.127	2.588	2.147	2.949	2.114	2.480	2.539	2.201	3.179	2.364	2.441	2.840	2.404
December	1.990	877	1.248	1.141	992	891	2.160	1.528	1.485	1.297	1.863	1.677	2.233	2.705	1.856	1.761
Totaal	30.595	34.607	38.673	46.236	48.093	51.304	62.525	62.038	59.802	54.135	58.847	59.951	53.416	55.132	51.093	49.311
Groei %	-	13,1	11,7	19,6	4,0	6,7	21,9	-0,8	-3,6	-9,5	8,7	1,9	-10,9	3,2	-7,3	-3,5

Maand / Jaar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Januari	228	277	79	366	367	2.400
Februari	2.783	2.696	2.754	2.537	2.976	5.873
Maart	1.823	2.046	2.579	2.547	2.288	4.414
April	3.859	3.962	4.239	3.525	3.416	6.366
Mei	5.748	4.749	4.829	4.273	4.442	7.526
Juni	3.685	4.053	3.865	4.233	3.462	5.740
Juli	7.459	3.403	3.044	3.572	3.342	4.667
Augustus	4.165	4.020	4.902	4.278	4.024	5.250
September	4.875	5.989	4.628	5.068	4.400	5.337
Oktober	13.419	15.920	13.831	14.575	14.725	15.459
November	2.202	3.500	3.546	3.222	3.729	3.414
December	1.652	1.784	2.208	2.326	3.007	2.548
Totaal	51.898	52.399	50.504	50.522	50.178	68.994
Groei %	5,2	1,0	-3,6	0,0	-0,7	37,5

BRON: Jaarverslag VZW Nationaal Jenevermuseum 1999-2009 &

Project Toerisme Hasselt 2000 (1988-1998)

Opmerking: Virga Jesse-Feesten 1989, 1996 & 2003

Tabel 4.19: Evolutie van het bezoekersaantal van het Modemuseum op maandbasis (1990-2009).

Maand / Jaar	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Januari	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	1.376	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	1.922	-
Februari	888	641	1.564	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	1.546	2.570	3.077	3.578	2.314	3.362	1.566	2.885
Maart	1.052	1.175	1.150	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	2.236	2.164	2.435	1.921	1.547	2.628	1.971	2.357
April	1.192	1.241	1.169	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	2.048	2.152	2.373	3.109	1.333	2.487	2.097	2.815
Mei	1.603	689	1.948	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	3.370	3.764	2.713	3.617	4.085	4.116	2.536	3.551
Juni	1.518	1.854	1.376	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	2.276	2.438	3.420	2.681	1.415	1.521	1.321	1.712
Juli	812	1.222	1.490	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	1.876	2.990	2.908	1.018	1.645	2.129	2.278	1.674
Augustus	1.064	1.338	1.463	(gesloten)	(gesloten)	(gesloten)	2.712	1.365	2.835	2.124	1.859	2.672	2.200	1.763
September	2.448	1.696	2.090	(gesloten)	(gesloten)	6.413	4.764	3.486	4.341	2.958	3.146	3.736	2.259	2.301
Oktober	2.238	1.910	2.556	(gesloten)	(gesloten)	6.627	3.364	2.634	2.708	2.456	2.766	2.664	2.664	1.876
November	1.031	615	1.458	(gesloten)	(gesloten)	3.494	1.875	2.317	2.885	2.951	1.842	2.323	1.799	1.828
December	383	344	906	(gesloten)	(gesloten)	2.148	699	1.946	2.503	2.957	1.323	1.589	980	1.398
Totaal	14.229	12.725	17.170	0	0	18.682	28.142	27.826	32.198	29.370	23.275	29.227	23.593	24.160
Groei %	-	-10,6	34,9	-	-	-	50,6	-1,1	15,7	-8,8	-20,8	25,6	-19,3	2,4

Maand / Jaar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Januari	-	-	-	243	325	330
Februari	3.427	2.956	3.126	4.596	2.345	2.134
Maart	1.621	2.279	2.775	3.211	1.979	1.671
April	2.686	2.375	3.139	3.371	2.186	2.054
Mei	2.358	3.079	1.790	4.292	1.925	5.698
Juni	1.786	1.301	1.376	3.068	1.248	2.474
Juli	6.010	1.412	1.150	1.935	1.052	2.438
Augustus	1.905	1.695	2.611	2.283	1.407	3.125
September	1.854	2.895	1.419	2.151	1.381	4.281
Oktober	2.277	3.238	1.474	1.750	2.006	5.533
November	4.554	2.460	2.262	1.970	1.628	1.823
December	1.056	1.037	1.173	1.503	1.952	1.743
Totaal	29.534	24.727	22.295	30.373	19.434	33.304
Groei %	22,2	-16,3	-9,8	36,2	-36,0	71,4

BRON: Jaarverslag Modemuseum 1999-2009 &

Project Toerisme Hasselt 2000 (1990-1998)

Opmerking: Virga Jesse-Feesten 1989, 1996 & 2003

Tabel 4.20: Evolutie van het bezoekersaantal van het Stadsmus op maandbasis (1989-2009).

Maand / Jaar	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Januari	26	-	-	322	467	896	550	1.178	-	-	1.194	614	749	1.160	56
Februari	507	-	1.448	1.521	901	1.166	798	510	814	525	1.117	375	361	1.390	2.021
Maart	1.057	4.242	1.699	886	739	871	879	443	435	1.704	338	521	1.307	836	761
April	1.553	1.735	630	1.104	707	957	840	711	651	672	1.132	569	865	1.323	886
Mei	1.557	1.272	1.623	1.780	1.485	1.756	1.815	1.244	1.610	1.318	1.473	2.920	1.503	1.234	1.672
Juni	1.567	1.102	1.078	1.001	967	1.638	1.203	713	973	903	1.052	1.205	1.074	900	1.023
Juli	430	543	834	1.304	1.454	1.104	1.079	994	2.516	1.233	961	857	879	1.520	603
Augustus	2.558	664	1.157	1.243	930	2.309	2.999	5.279	1.053	1.707	2.100	1.102	2.310	3.665	6.559
September	820	3.560	2.326	1.527	2.308	3.663	1.918	3.197	1.953	2.055	1.632	1.571	1.724	3.014	1.092
Oktober	1.489	1.413	1.687	1.626	1.493	1.881	2.077	3.336	1.704	2.449	786	2.189	794	3.215	1.308
November	-	747	575	819	963	773	1.353	956	2.054	1.318	664	734	1.207	1.381	740
December	-	325	850	549	574	327	601	138	747	1.024	494	1.031	747	372	454
Totaal	11.564	15.603	13.907	13.682	12.988	17.314	16.112	18.699	14.510	14.908	12.943	13.688	13.520	20.010	17.175
Groei %		34,9	-10,9	-1,6	-5,1	33,3	-6,9	16,1	-22,4	2,7	-13,2	5,8	-1,2	48,0	-14,2

Maand / Jaar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Januari	37	379	68	309	462	85
Februari	1.598	1.216	1.702	1.562	1.664	931
Maart	609	812	1.499	1.108	1.467	698
April	1.608	1.910	1.484	1.539	1.939	1.275
Mei	1.380	502	1.930	1.624	1.946	1.522
Juni	830	237	1.661	1.205	2.172	1.214
Juli	2.862	428	1.498	1.531	1.863	1.084
Augustus	928	659	2.399	1.459	2.118	1.174
September	1.848	320	1.911	1.983	1.979	1.233
Oktober	2.855	4.235	5.119	3.005	4.002	2.322
November	1.018	1.272	2.701	2.148	2.346	1.562
December	884	901	891	1.883	422	937
Totaal	16.457	12.871	22.863	19.356	22.380	14.037
Groei %	-4,2	-21,8	77,6	-15,3	15,6	-37,3

BRON: Jaarverslag Stadsmus 1999-2009 &

Project Toerisme Hasselt 2000 (1989-1998)

Opmerking: Virga Jesse-Feesten 1989, 1996 & 2003

Vanaf 2001 worden het Oud-Kerkhof en het
Beiaardmuseum bij het Stadsmus gerekend.

Tabel 4.21. Evolutie van het bezoekersaantal van de drie belangrijkste musea (1995-2009).

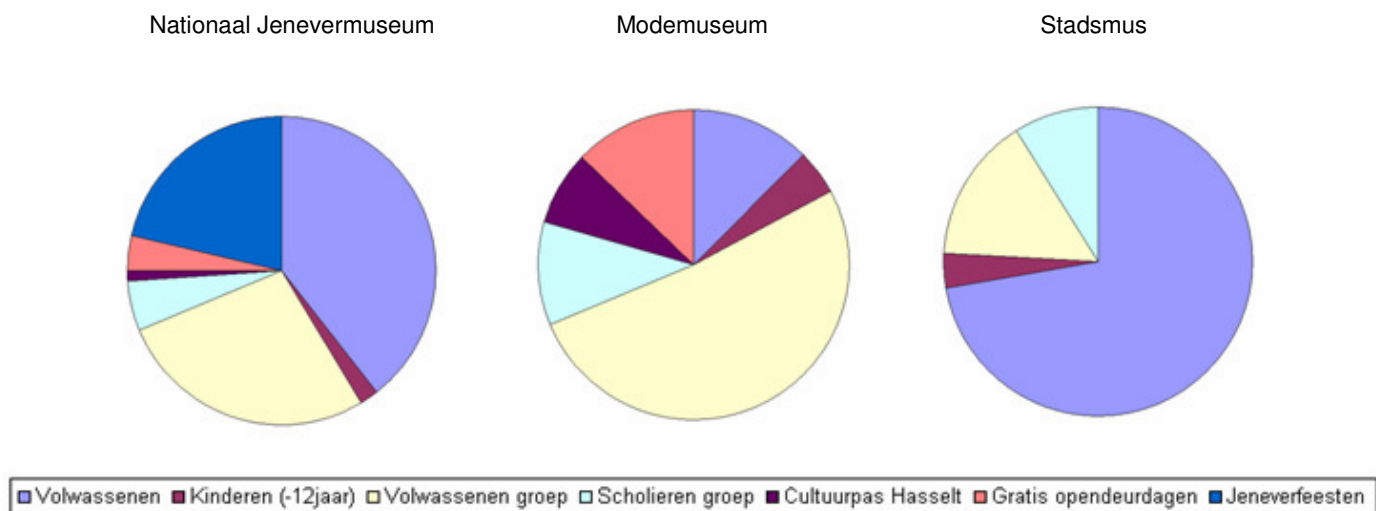
Jaar	Stadsmus	Modemuseum	Jenevermuseum	Drie Stedelijke Musea
1995	21.868	18.682	62.038	102.588
1996	22.824	28.142	59.802	110.768
1997	17.576	27.826	54.135	99.537
1998	17.442	32.198	58.587	108.227
1999	14.876	28.961	59.951	103.788
2000	15.386	23.275	53.416	92.077
2001	13.520	29.227	55.132	97.879
2002	20.010	23.593	51.093	94.696
2003	17.175	24.160	49.311	90.646
2004	16.457	29.534	51.898	97.889
2005	12.871	29.534	52.399	94.804
2006	22.863	22.295	50.504	95.662
2007	19.356	30.373	50.522	100.251
2008	22.380	19.434	50.178	91.992
2009	14.037	33.304	68.994	116.335

Bron: Eigen verwerking Jaarverslagen Stadsmus, Modemuseum en Nationaal Jenevermuseum (1999-2009) & Project Toerisme Hasselt 2000

Bezoekersprofiel

In onderstaande figuur wordt het bezoekersprofiel van de drie musea weergegeven, anno 2008. Voor het Nationaal Jenevermuseum zijn volwassenen, al dan niet in groep, en de bezoekers tijdens de Jeneverfeesten tesamen goed voor 88% van het bezoek. Ook voor het Modemuseum (in groep) en het Stadsmus (individueel) zijn volwassenen de belangrijkste bezoekerscategorie.

Figuur 4.9. Bezoekersprofiel musea (2008).



Bron: Eigen verwerking Jaarverslagen Stadsmus, Modemuseum en Nationaal Jenevermuseum (2008).

b. Parken & tuinen

Japanse Tuin

Kruidentuin van Herkenrode

Tuin van Dina Deferme

Park Natuur en Cultuur Hasselt

De Japanse Tuin

De Japanse Tuin is de grootste authentieke Japanse Tuin van Europa en is sedert 1985 al een belangrijke publiekstrekker voor Hasselt. Jaarcijfers hebben we vanaf 2000 verkregen, vanaf 2003 hebben we deze ook op maandbasis (tabel 4.22). April is de voorbije zes jaar gemiddeld genomen de drukst bezochte maand. In 2007 bezochten 12.185 toeristen de Tuin, een record voor deze zesjarige periode. September is gemiddeld genomen de minst drukke maand. Opmerkelijk is dat de Japanse Tuin, dat elk jaar vijf maanden gesloten is, een hoger gemiddeld bezoekersaantal (53.428) dan het Nationale Jenevermuseum (50.802) aantrekt over dezelfde periode (2003-2008). Dit bevestigt het feit dat de Japanse Tuin een zeer belangrijke publiekstrekker is voor de stad Hasselt.

We constateren echter een negatieve noot : sinds 2005, met uitzondering van 2007, behaalt de Japanse Tuin een negatieve groei. Het bezoekersaantal in 2008 is met -24,4% gedaald in vergelijking met 2003.

De Kruidentuin van Herkenrode

Sinds juni 2006 is de Kruidentuin van Herkenrode open voor het grote publiek. Twaalf tuinkamers en perken leiden de bezoeker langs meer dan 400 verschillende plantensoorten. Het bezoek aan de kruidentuin wordt wat verder, samen met het bezoek aan de Abdij van Herkenrode, toegelicht.

Van de andere parken en tuinen werd geen informatie gevonden of vrijgegeven.

Tabel 4.22: Evolutie van het bezoekersaantal van de Japanse Tuin op maandbasis (2003-2008).

Maand / Jaar	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Januari	0	0	0	0	0	0
Februari	0	0	0	0	0	0
Maart	0	0	0	0	0	0
April	8.392	10.482	9.985	7.624	12.185	6.300
Mei	11.084	10.262	8.465	7.450	8.898	7.767
Juni	9.963	5.689	5.802	7.743	7.291	6.282
Juli	10.756	11.154	7.848	7.231	7.026	6.782
Augustus	8.560	9.326	9.372	7.719	5.561	8.192
September	6.371	5.505	5.508	6.556	5.059	4.209
Oktober	4.361	7.669	7.437	6.321	4.914	5.466
November	0	0	0	0	0	0
December	0	0	0	0	0	0
Totaal	59.487	60.087	54.417	50.644	50.934	44.998
Groei %		1,0	-9,4	-6,9	0,6	-11,7

Bron: Eigen verwerking gegevens Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie – Spoor Toerisme en Recreatie

c. Kunst, theater & muziek

Cultuurcentrum

Muziekodroom

Kunstencentrum België

Kunstencentrum Z33

Cultuurcentrum

Hasselt heeft een ruim cultureel aanbod. Het Cultuurcentrum Hasselt is één van de grootste en best werkende cultuurcentra in Vlaanderen. Zoals reeds eerder vermeld kan het ook als beurslocatie dienen. Daarnaast heeft het ook een culturele functie zoals plaatselijke shows, theaters, enzovoort. We zijn verschillende jaarverslagen ingedoken om te kijken hoeveel bezoekers het cultuurcentrum jaarlijks over de vloer krijgt. We hebben in de mate van het mogelijke getracht enkel met het toeristisch bezoek rekening te houden. Daarom kiezen we ervoor om het bezoek van lagere en secundaire scholen niet op te nemen (cijfergegevens in bijlage).

Muziekodroom

Muzikanten kunnen zich wenden tot het muziekcentrum Muziekodroom in Hasselt. Het centrum beschikt over drie concertzalen, waarvan de grootste zaal een capaciteit van 850 toeschouwers heeft. Van het Muziekodroom werden geen gegevens verkregen.

Het Kunstencentrum België

Het Kunstencentrum België, wat net buiten de kleine ring is gelegen, biedt liefhebbers een zo breed mogelijk artistiek palet. De bezoekersaantallen van de verschillende producties konden ons enkel van de 2007 en 2008 medegedeeld worden en kan u vinden in bijlage.

Kunstencentrum Z33

Gedurende het hele jaar wordt kunst dan weer tentoongesteld in het Z33, ook wel bekend als het Provinciaal Museum voor Beeldende Kunsten. In bijlage kan u de bezoekersaantallen van de verschillende tentoonstellingen bekijken. De jaren 2001 en 2002 zijn constant, waarna er in 2003 (tevens het Virga-Jesse-jaar) een sterke stijging van 87% plaatsvindt. In 2008 (32.539) verbrak het museum haar bezoekersrecord van 2006.

d. Erfgoed

Het Oud Kerkhof

De Abdijsite Herkenrode

Het Oud Kerkhof

Het Oud Kerkhof is zoals eerder reeds vermeld sinds 2001 onder het Stadsmus opgenomen. De bezoekcijfers zijn daar dus reeds in opgenomen.

De Abdijsite Herkenrode

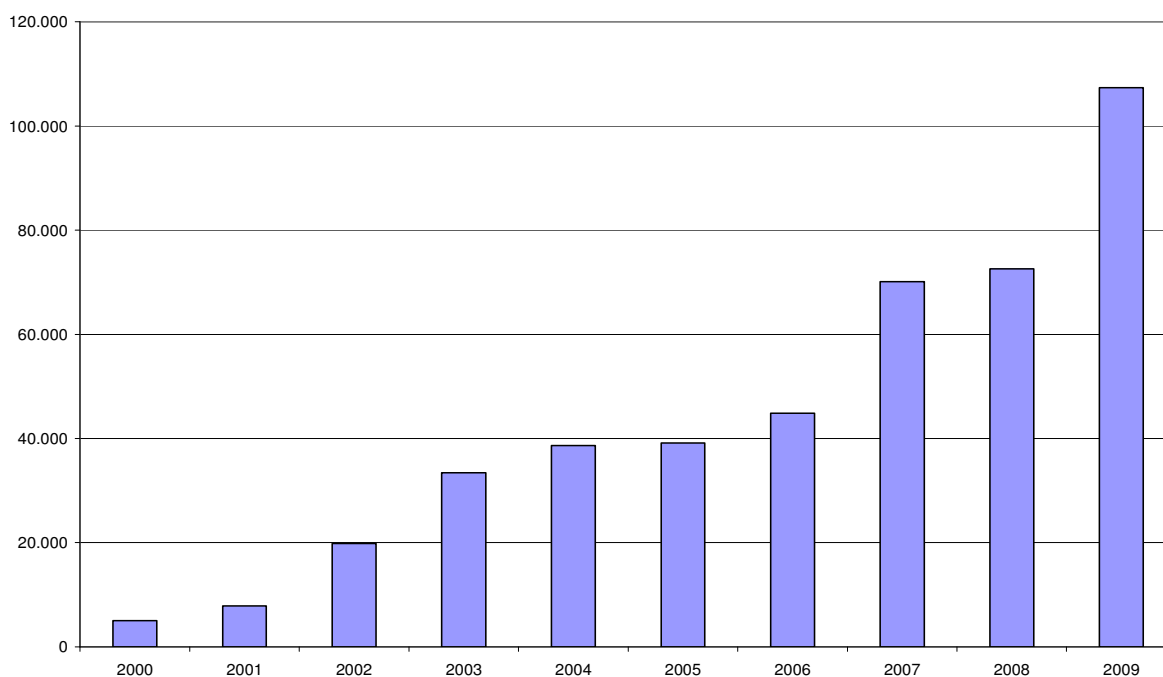
De Abdij van Herkenrode is gelegen in Kuringen en is sinds 1998 in het beheer van Erfgoed Vlaanderen. Het beschikt ook over een kruidentuin van 2 hectare met meer dan 400 kruiden en planten. Wat betreft de bezoekcijfers hebben we de jaarcijfers vanaf 2000. Vanaf 2007 beschikken we over het bezoek op maandbasis. In tabel 4.23 hebben we de maandelijkse cijfers voor 2009 opgenomen. Sinds 2002 is onder andere de tiendschuur uit 1656 gerestaureerd. Grote tentoonstellingen, concerten en allerlei evenementen vinden er plaats. Dit is duidelijk zichtbaar in figuur 4.10, waar de bezoekersevolutie van 2000 tot en met 2009 wordt weergegeven. Van 2001 naar 2002 stijgt het bezoekersaantal met 152,8%. Ook in 2003 (68,4%), 2007 (56,4%) en 2009 (47,9%) stijgt het bezoekersaantal erg sterk. De Abdij kent over de hele periode een ononderbroken stijgend verloop en heeft haar plafond nog niet bereikt.

Tabel 4.23: Bezoekersaantallen van de Abdij van Herkenrode 2009.

2009	Wandelaars en fietsers	Evenem. Herkenrode vzw	Geleide bezoeken (site + tuin)	Individuele tuinbezoeken	Verhuringen	Tentoonstellingen	Causeurien/lezingen WVl	Maandto taal	Evolutie '08-'09 (%)
Januari	845	0	40	-	2.350	0	0	3.235	38,2
Februari	855	100	0	-	1.900	0	0	2.855	24,2
Maart	1.285	0	0	-	2.445	0	40	3.770	38,3
April	2.435	1.000	135	286	5.165	0	25	9.046	74,9
Mei	4.055	652	797	437	7.295	0	0	13.236	12,5
Juni	2.870	571	445	543	3.594	420	0	8.443	24,4
Juli	4.070	2.307	71	597	1.470	0	0	8.515	90,9
Augustus	4.145	110	83	408	29.320	0	0	34.066	49,7
September	3.720	461	157	437	1.200	900	40	6.915	42,1
Oktober	2.315	40	136	207	2.110	310	0	5.118	84,7
November	1.130	1.070	15	-	2.850	0	0	5.065	161,8
December	750	4.200	0	-	2.105	0	0	7.055	49,9
Jaartotaal	28.475	10.511	1.879	2.915	61.804	1.630	105	107.319	47,9
Evolutie (%)	7,4	50,2	-13,5	11,5	80,9	-	-0,9	47,9	-

Bron: Jaarverslag vzw Herkenrode 2009

Figuur 4.10: Bezoekersaantallen Abdij van Herkenrode (2000-2009).



Bron: Jaarverslag vzw Herkenrode 2009

e. Evenementen

Waarom deze variabele/indicator?

Iedere stad trekt duizenden bezoekers aan door haar evenementen die er worden gehouden. Evenementen nemen namelijk een sleutelpositie in het toeristisch gebeuren in. Ze laten mensen kennismaken met de stad en haar bezienswaardigheden, wat vaak leidt tot een nieuw of langer bezoek. Samen met het hoogstaande horeca-aanbod doen de evenementen Hasselt de naam "Hoofdstad van de Smaak" alle eer aan.

Wat zegt deze variabele/indicator?

De indicator voor deze variabele zal het aantal bezoekers, die de belangrijkste evenementen in Hasselt met zich meebrengen, weergeven. Net zoals andere steden heeft ook Hasselt een ruim evenementenaanbod. Evenementen met een bovenlokaal potentieel zijn: de jeneverfeesten, theater op de markt, Virga-Jessefeesten, Pukkelpop, Rimpelrock en Live in Hasselt. Voor onze gegevensverzameling deden we beroep op de Politie HaZoDi die het aantal bezoekers op de verschillende Hasseltse evenementen schat.

De evenementen in Hasselt waarvan we informatie kregen staan hieronder in tabel 4.24

Tabel 4.24: Bezoekersaantal van evenementen in Hasselt op jaarbasis (2002-2009).

Evenement	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Carnaval	31.000	35.000	30.000	35.000	41.000	32.000	39.000	35.000
Paardenjaarmarkt	10.000	12.000	13.500	15.000	15.000	17.000	19.000	21.000
Live in Hasselt	20.000	22.000	30.000	32.000	35.000	35.000	30.000	31.000
Hasselt Ziiingt				7.000	7.500	9.000	9.500	7.500
R-Rock		35.000	40.000	45.000	46.000	48.000	50.000	55.000
Theater Op de Markt (om het jaar)			80.000		85.000		100.000	-
Internationaal Folklorefestival				500	600	700	850	800
Pukkelpop	120.000	120.000	120.000	130.000	130.000	152.000	152.000	179.000
Feest van de Overschot			500	750	800	950	1.000	950
Hasselt kermis		280.000	250.000	250.000	290.000	270.000	300.000	350.000
Dwars door Hasselt		32.000	35.000	30.000	35.000	38.000	40.000	42.000
De Hasseltse Jeneverfeesten	90.000	95.000	90.000	100.000	100.000	110.000	110.000	110.000
Winterland Hasselt							300.000	350.000
Totaal	271.000	631.000	689.000	645.250	785.900	712.650	1.151.350	1.182.250

Bron: Politie HaZoDi

f. Funshoppen

Waarom deze variabele/indicator?

Hasselt profileert zich als shoppingstad en dat valt in de smaak bij haar bezoekers. Met haar uitgebreid en exclusief mode- en winkelaanbod telt Hasselt, als 4^e winkelstad van België, meer dan 900 winkels. Deze zijn vooral gelegen in hoofdstraten zoals de Hoogstraat, Demerstraat, de Koning Albertstraat en de Kapelstraat.

Anno 2009 heeft Hasselt meer dan 10% van het Limburgse winkelaanbod. Daarenboven plant het over maximaal tien jaar nog 30.000 vierkante meter winkelruimte bij, waardoor het totaal op meer dan 100.000 vierkante meter zal komen. Projecten in de Herkenrodekazerne, de oude rijkswachtkazerne en de Blauwe Boulevard moeten voor deze verkoopsoppervlakte zorgen (*30.000 vierkante meter winkels erbij in Hasselt, HBVL, 07/08/2009*). Naast winkels, zal deze investering uiteraard ook meer werkgelegenheid creeëren. Met de realisatie van zulke projecten zet Hasselt haar imago van shoppingstad alleen maar kracht bij.

Uit de interactieve workshop en een bevraging van de Verenigde Handelaars Centrum Hasselt (VHCH) blijkt dat men de omvang van deze shoptoeristen maar al te graag in kaart wil brengen.

Wat zegt deze variabele/indicator?

Het funshoppen op zich is echter moeilijk te meten. Mogelijke indicatoren zijn het aantal voorbijgangers in winkelwandelstraten. Een andere indicator zou het aantal PIN-transacties van winkels in de binnenstad kunnen zijn (*interview Maurice Oude Wansink, directeur OWP Research, verantwoordelijk voor Toeristische Index Maastricht*). Dergelijke informatie is echter nog niet beschikbaar maar kan wel als idee voor de toekomst dienen.

We zijn dus op zoek gegaan naar gegevens die wél beschikbaar zijn. Het Belgische onderzoeksbureau Fastigon houdt tweejaarlijks passantentellingen in de kernwinkelgebieden van 23 Belgische steden. Ook in Hasselt worden deze tellingen uitgevoerd. Deze steekproefmethode wordt telkens in de maand oktober gehouden. Passanten zijn voetgangers die in de winkelstraten tal van winkels, horecazaken en publieksgerichte diensten voorbij lopen. Aangezien de omvang van deze passantenstroom in belangrijke mate het omzetpotentieel meet, lijkt het ons interessant om dit als indicator van het funshoppen te gebruiken.

Uit de persmededelingen van Fastigon blijkt dat Hasselt, samen met Gent een gedeelte 4^e plaats bezet met gemiddeld 160.000 passanten per week. Hasselt dat samen met Gent en Namen in de periode 2000-2008 gemiddeld rond de 155.000 passanten per week

schommelt, moet steeds Antwerpen, Brussel en Luik voor laten gaan. Het onderzoek geeft overigens aan dat Antwerpen en Brussel telkens meer dan 200.000 passanten per week aantrekken, met topjaren 2004 voor Brussel (280.000 passanten per week) en 2002 voor Antwerpen (240.000 passanten per week). De cijfers van Hasselt die in tabel 4.25 worden weergegeven hebben betrekking op de Hoogstraat.

Tabel 4.25: Evolutie van het aantal passanten in Belgische hoofdwinkelstraten (2000-2008).

Stad / Jaar	2000	2002	2004	2006	2008
Brussel	220.000	220.000	280.000	260.000	200.000
Antwerpen	230.000	240.000	230.000	220.000	200.000
Luik	210.000	190.000	230.000	170.000	200.000
Gent	150.000	150.000	170.000	170.000	160.000
Hasselt	160.000	140.000	170.000	150.000	160.000
Namen	150.000	150.000	160.000	150.000	140.000
Brugge	140.000	170.000	110.000	100.000	140.000
Oostende	110.000	140.000	110.000	120.000	100.000
Leuven	120.000	110.000	100.000	100.000	100.000

Bron: Fastigon, Persmededeling 2006 en 2008

Het WES onderzocht activiteiten die volwassen Belgen de laatste vijf jaar in Hasselt hebben ondernomen. Winkelen is veruit de populairste toeristische activiteit in Hasselt. (*Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt, WES, 2008, p.101*)

Winkelen	60,3%
Bezoek aan café, tearoom, terras	38,8%
Bezoek aan restaurant, andere eetgelegenheden	22,7%
Gewoon wat wandelen, rondkuieren in de stad	17,9%
Wandelroute, individueel	7,5%
Bezoek aan het Jenevermuseum	6,2%
Bezoek aan familie, vrienden, kennissen	5,1%
Bezoek aan het Modemuseum	4,6%
Bezoek aan de wekelijkse markt	4,6%

4.1.3. Ondersteunende faciliteiten

Waarom deze variabele/indicator?

Om duurzaam toerisme te garanderen moet er eerst en vooral sprake zijn van een kwalitatief aanbod. Door het werk van dienstverlenende instellingen te verbeteren en te professionaliseren kan men nog beter inspelen op de noden en behoeften van toeristen met de bedoeling hun tevredenheid te bevorderen.

Wat zegt deze variabele/indicator?

Verblijfstoerisme en voornamelijk dagtoerisme brengen heel wat verplaatsingen met zich mee. Eerst en vooral moet er daarom een voldoende groot parkeeraanbod zijn, zodat toeristen de binnenstad gemakkelijk kunnen bereiken. Het aantal parkeerplaatsen is dus een goede indicator. Het openbaar vervoer zorgt er tevens voor dat toeristen zich gemakkelijker kunnen verplaatsen. Hiervoor gebruiken we de gratis openbare busdienst als indicator. De beperking en moeilijkheid aan deze indicator is echter het onderscheid tussen de routinematige en de toeristische verplaatsingen. Als laatste brengen we de prestaties van de toeristische dienst in kaart.

a. Parkeeraanbod

Toeristen die naar de stad komen moeten beschikken over een uitgebreid parkeeraanbod, zonder hierbij parkeerplaatsen van lokale inwoners in te nemen. Medio 1997 waren er in het centrum van Hasselt een totaal van 9.053 parkeerplaatsen (tabel 4.26).

Tabel 4.26: Parkeeraanbod in Hasselt (medio 1997).

	Betalend	Parkeergebouw	1-15/16-31	Privé	Vrij	Erf	Capaciteit
Stadskern	414	940	0		9		1.363
Boulevard	641	470			644		1.755
Stationsbuurt	53		77	13	629		772
Alverberg			94		690	3	787
Kanaalkom			17	257	1.117		1.391
Katarina	20	524	207	32	1.364	11	2.158
Totaal	1.128	1.934	502	302	5.173	14	9.053

Bron: Prettig parkeren in Hasselt: Nu en in de toekomst (2008).

Het huidige parkeeraanbod is samengesteld uit parkeerplaatsen langsheen de openbare weg, parkeerterreinen en parkeergarages. In tabel 4.27 zijn het aantal plaatsen van deze drie categoriën weergegeven. In totaal is er in 2008 een capaciteit van 19.125 parkeerplaatsen, een toename van 111,3% in vergelijking met 1997. In de nabije toekomst zullen ontwikkelingen in de stationsomgeving, de Blauwe Boulevard, het Virga Jesseziekenhuis en de aanleg van een lightrail in de Boudewijnlaan verschuivingen in het huidige parkeeraanbod teweeg brengen. (*Prettig parkeren in Hasselt: Nu en in de toekomst, 2008*)

Tabel 4.27: Parkeeraanbod in Hasselt (2008).

Zones	Vrij	Blauwe Zone	Betalend	Gehandicapten	Capaciteit
Openbare Weg	6.689	6.170	461	109	13.429
Openbare Parkeerterreinen	3.513	0	0	23	3.536
Parkeergarages	0	0	2.139	21	2.160
Totaal	10.202	6.170	2.600	153	19.125

Bron: Eigen verwerking *Prettig parkeren in Hasselt: Nu en in de toekomst* (2008).

b. Gratis Openbaar Vervoer

Hasselt is gekend om haar gratis bussen en speelt hiermee een voortrekkersrol op het vlak van mobiliteit en bereikbaarheid. In elke Limburgse gemeente en het Nederlandse Maastricht leiden bussen reizigers naar Hasselt. Eens in Hasselt reist iedereen gratis met de bus op alle stadslijnen. Op 1 juli 1997 werd het project gratis bussen in Hasselt gelanceerd. Het openbaar vervoer kende hierdoor een spectaculaire groei in het aantal reizigers. Hetzelfde jaar sloot men af met een toename van 328% aantal busreizigers in vergelijking met 1996. (tabel 4.28)

Momenteel wordt nog gewerkt aan het Spartacusplan. Dit plan voorziet een uitgebreid vervoersnetwerk waarbij zowel trein, als lightrail, als snelbussen goed op elkaar worden aangesloten en zo mensen effectief kunnen overtuigen om de overstap te doen van auto naar openbaar vervoer. Het eerste lightrail-project dat zal worden uitgevoerd is de verbinding tussen Hasselt en Maastricht via de campus Diepenbeek (*Prettig parkeren in Hasselt, Arcadis, 2008*).

Tabel 4.28: Evolutie van het Gratis Openbaar Vervoer (1996-2008).

Jaar	GOV	Groei %
1996	350.000	
1997	1.498.088	328,0
1998	2.837.975	89,4
1999	2.840.924	0,1
2000	3.178.548	11,9
2001	3.706.638	16,6
2002	3.640.270	-1,8
2003	3.894.488	7,0
2004	4.259.008	9,4
2005	4.257.408	0,0
2006	4.614.844	8,4
2007	4.563.192	-1,1
2008	4.516.611	-1,0

Bron: Mobiliteit en Verkeer stad Hasselt

c. Dienst van Toerisme Hasselt

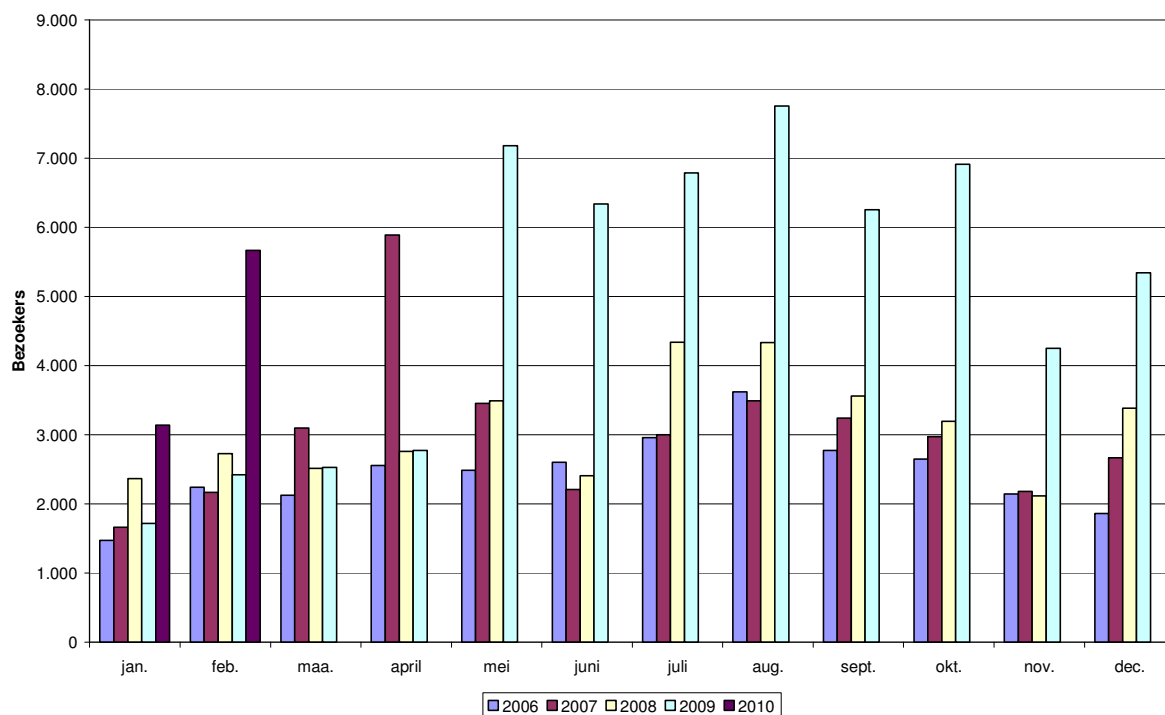
De Dienst van Toerisme Hasselt is verantwoordelijk voor het goed functioneren van het toerisme in Hasselt. Hier vind je toeristische documentatie over alles wat er in Hasselt te beleven valt. De dienst houdt ook cijfergegevens over haar eigen werking bij. Zo telt ze sinds anno 2006 op maandbasis het aantal bezoekers die, via hun, de stad Hasselt en haar bezienswaardigheden bezoeken. Ook het aantal telefoongesprekken dat men te verwerken krijgt wordt bijgehouden. In Figuur 4.11 en 4.12 staat deze informatie in grafiekvorm weergegeven.

We kunnen op basis van figuur 4.11 vaststellen dat de Dienst van Toerisme op de goede weg is. Het aantal verblijfgasten in Hasselt is de laatste jaren alleen maar toegenomen, deze cijfers vertalen zich blijkbaar ook in het bezoek aan de toeristische dienst. Het feit dat de dienst steeds meer bezoekers over de vloer krijgt, betekent dat ze steeds meer mensen, op zoek naar toeristische informatie, weet te bereiken. In 2009 kwamen 60.275 bezoekers langs de Dienst van Toerisme. Dit is een stijging van 62% in vergelijking met 2008. Zoals blijkt uit de cijfers van januari en februari zal deze sterke stijging ook in 2010 verder gezet worden.

Door het professionaliseren van de website en de Uit-Databank kan men nuttige informatie omtrent toerisme in Hasselt via het internet verkrijgen. Het aantal bezoekers aan deze websites kan ook een mogelijke indicator voor in de toekomst zijn.

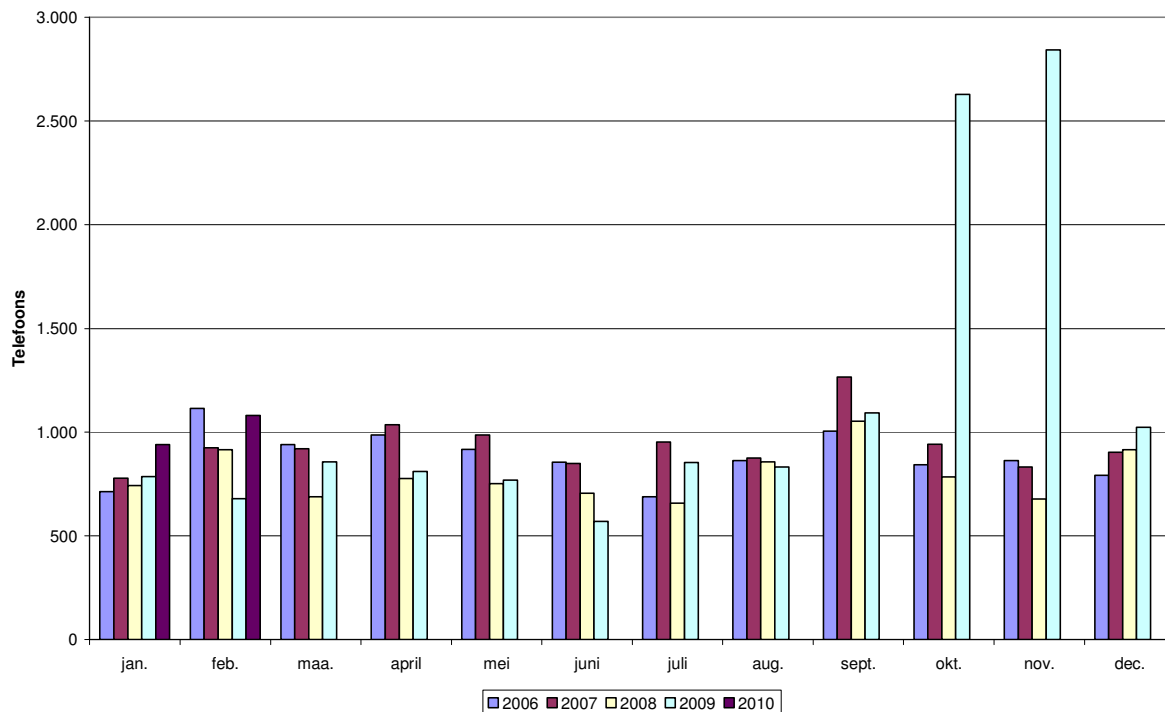
In figuur 4.12 staat de evolutie van het aantal telefoons weergegeven. De figuur vertoont een grillig patroon. Opvallend zijn de maanden oktober en november in 2009.

Figuur 4.11: Evolutie van het aantal bezoekers Dienst van Toerisme Hasselt (2006-2009).



Bron: Statistieken Dienst van Toerisme Hasselt (2006-2009)

Figuur 4.12: Evolutie van het aantal telefoons Dienst van Toerisme Hasselt (2006-2009).



Bron: Statistieken Dienst van Toerisme Hasselt (2006-2009)

4.2. Toeristische Monitor Hasselt

4.2.1 SWOT-analyse

Op basis van onze literatuurstudie, de afgenomen gestructureerde interviews (zie bijlage 7 en 8) en de interactieve workshop hebben we een SWOT-analyse gemaakt. In tabel 4.29 zijn de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van onze Toeristische Monitor Hasselt opgenomen.

Tabel 4.29: SWOT-analyse Toeristische Monitor Hasselt.

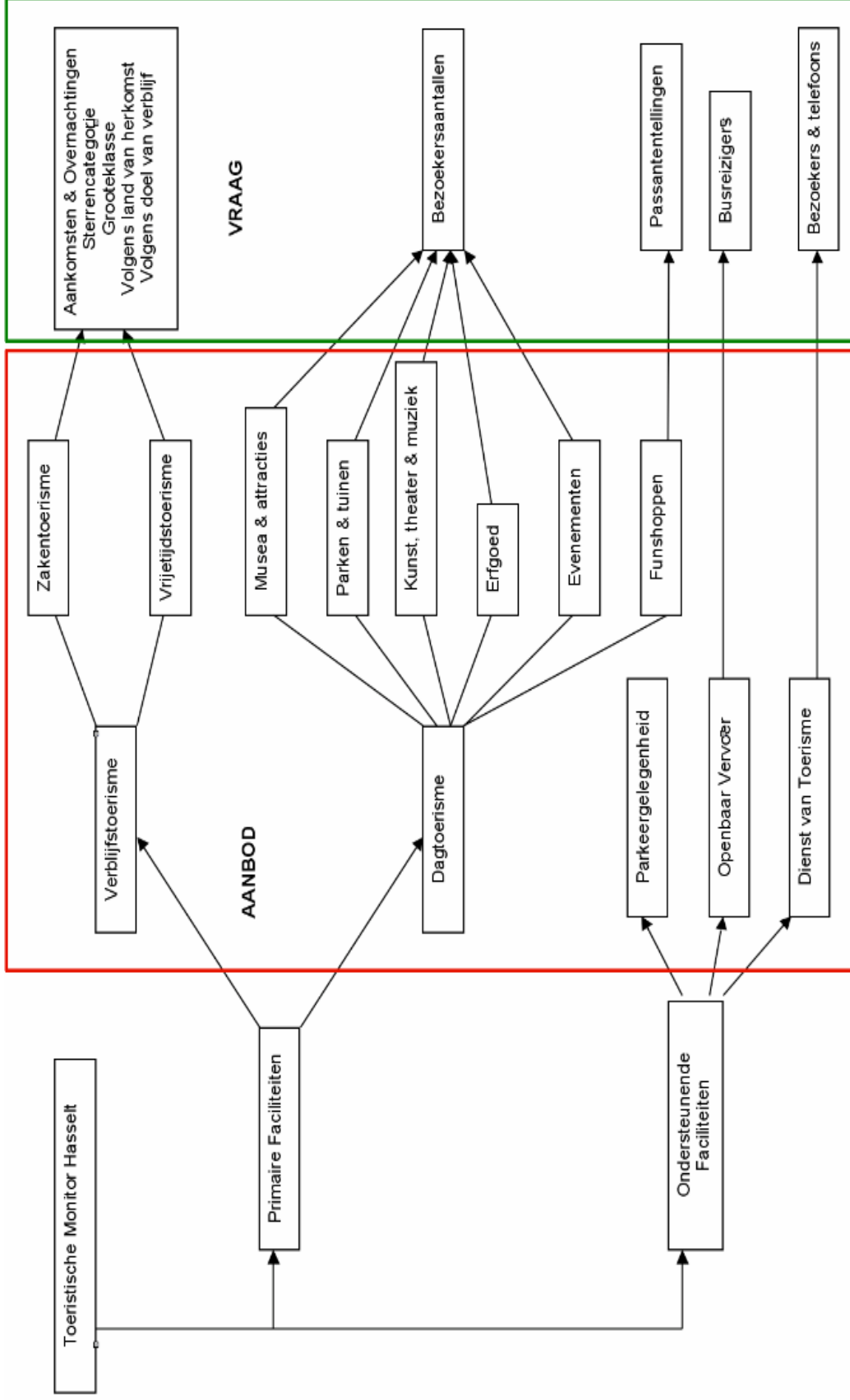
<p style="text-align: center;"><u>Sterktes</u></p> <ul style="list-style-type: none">• vraagontwikkeling van nabij volgen• details over Hasselt• herkennen seizoensinvloeden• sectorale/provinciale vergelijkingen• snel inspelen op marktveranderingen• interessante analyses	<p style="text-align: center;"><u>Zwaktes</u></p> <ul style="list-style-type: none">• juistheid cijfers (niet in de hand)• resultaten = medewerkende inst.• afhankelijk van beschikbare gegevens
<p style="text-align: center;"><u>Kansen</u></p> <ul style="list-style-type: none">• snelle indicator• vergelijking met verschillende steden/gemeenten• vereenvoudiging gegevensverz.• specifieke infor (over acties en deze) zorgt voor betere analyses• kennislabo Toerisme Limburg / STeR	<p style="text-align: center;"><u>Bedreigingen</u></p> <ul style="list-style-type: none">• samenwerkende hotels (niet geneigd om aan een monitor mee te werken)

Niet alle gegevens zijn beschikbaar op maandbasis. Deze van de Japanse Tuin, evenals deze van culturele instellingen worden op jaarbasis verwerkt. De accommodatiestatistieken aankomsten en overnachtingen worden ons met een vertraging van drie maanden doorgegeven. Dit zorgt ervoor dat men beter op kwartaalbasis of eventueel op jaarbasis publiceert. Mits de statistieken vroeger verkregen kunnen worden, kan de Monitor ook als snelle indicator (op maandbasis) fungeren.

4.2.2 Model

Nu we de variabelen en indicatoren voor het toerisme in Hasselt besproken en bepaald hebben, kunnen we het model voor onze Toeristische Monitor Hasselt opstellen. (figuur 4.13)

Figuur 4.13: Model Toeristische Monitor Hasselt.



5. Resultaten van enkele tijdreeksen

Bij de bespreking van de resultaten zullen we gebruik maken van tijdreeksen gebaseerd op statistische data. Welke tijdreeksen komen in aanmerking? Hasselt doet ons spontaan denken aan het bezoeken van de Japanse Tuin, het Nationaal Jenevermuseum, het Modemuseum, Plopsa Indoor, enz. Echter, een grondige statistische analyse van Hasselt als toeristische bestemming stelt een aantal eisen aan de data—d.w.z., de data dienen betrekking te hebben op:

- 1) bezoekers van buiten Hasselt;
- 2) attracties met een “permanent” karakter;
- 3) tijdreeksen met een lengte van minstens vijf jaren (60 maanden), t.b.v. een voldoende betrouwbaarheid van de statistische resultaten.

De beschikbare data met betrekking tot het Modemuseum en het Nationaal Jenevermuseum beantwoorden aan deze drie criteria. Het Stadsmus is tevens een belangrijk museum, maar trekt vooral lokale bezoekersgroepen en scholieren aan. Hierdoor voldoet het niet aan de eerste voorwaarde. De materie voor de Japanse Tuin ligt anders. Deze is jaarlijks van november tot en met maart gesloten, zodat bezwaarlijk van een “permanent” karakter kan gesproken worden. Overigens is de Japanse Tuin slechts 7 maanden per jaar geopend, hierdoor hebben we een tijdreeks van minimum 9 jaar nodig om over voldoende observaties te beschikken. Wat Plopsa Indoor betreft, kunnen we kort zijn. Deze attractie deelt enkel jaarlijkse bezoekerscijfers mee, wat een eventuele vergelijking met het verblijfstoerisme onmogelijk maakt. We hebben daarom gekozen voor het Nationaal Jenevermuseum en het Modemuseum: (1) beide zijn belangrijke publiekstrekkingen voor de stad; en (2) voor beide attracties beschikken we over voldoende cijfergegevens.

We willen de samenhang van de voorgaande attracties op het dagtoerisme en het verblijfstoerisme onderzoeken. Wegens het ontbreken van statistische gegevens omtrent het dagtoerisme, richten we ons noodgedwongen uitsluitend op het verblijfstoerisme. Deze vorm van toerisme is in beperkte mate wél te meten op basis van de beschikbare statistische gegevens. Het aantal overnachtingen heeft betrekking op de lengte van het verblijf van toeristen. Mits we veronderstellen dat toeristen tijdens hun verblijf de musea maximaal één keer bezoeken, zullen de aankomsten een betere indicator zijn. Dit laat ons toe om een link te leggen tussen het verblijfstoerisme en de bezoekersaantallen van het Nationaal Jenevermuseum en het Modemuseum.

Ons model zal enkel rekening houden met het verblijfstoerisme. In realiteit zal het Mode- en Nationaal Jenevermuseum ook een groot aantal ééndagtoeristen aantrekken. Maurice Oude Wansink, directeur van het OWP Research, heeft in Maastricht een manier gevonden om dagtoeristen te meten: op verschillende drukke plaatsen in het centrum zijn er scansystemen geïnstalleerd die het aantal gsm's, weliswaar met Vodafone, meten. Gsm's worden via bluetooth geregistreerd en dienen dus als indicator voor het aantal bezoekers in de binnenstad. Via enkele berekeningen kunnen de lokale bewoners hieruit weggefilterd worden, zodat men de dagtoeristen overhoudt. Doordat deze meting op verschillende plaatsen in de stad gebeurt, krijgt men tevens een interessant patroon in de bezoekersstromen (*Interview Maurice Oude Wansink*).

Specifieke onderzoeksvragen

1. Hoe is het aantal aankomsten van drie belangrijke bezoekerscategorieën (ontspanning & vakantie, MICE, andere beroepsdoeleinden) geëvolueerd over de periode? Is er sprake van belangrijke seizoenbewegingen? Is er sprake van een vaste trendbeweging? Is er sprake van een variabele (dus, moeilijk voorspelbare) trend?
2. Hoe is het aantal bezoekers van het Nationaal Jenevermuseum en het Modemuseum in Hasselt geëvolueerd over de periode? Is er sprake van belangrijke seizoenbewegingen? Is er sprake van een vaste trendbeweging? Is er sprake van een variabele (dus, moeilijk voorspelbare) trend?
3. Is er een statistisch significante samenhang vast te stellen tussen het aantal aankomsten ("verblijfstoeristen"), voor drie categorieën in Hasselt en het aantal bezoekers in twee belangrijke attracties? Met andere woorden, geeft een stijging van het aantal aankomsten in een bepaalde maand aanleiding tot een significante stijging van het bezoekersaantal van het Nationaal Jenevermuseum of het Modemuseum in diezelfde maand? Of niet?

5.1. Overzicht beschikbare statistische gegevens

Tabel 5.1: Overzicht beschikbare statistische gegevens.

Statistische Gegevens	Opmerking	Periode	Frequentie	Bron
Het Nationaal Jenevermuseum		1988-2009	per maand	Jaarverslagen NJM en Project Toerisme Hasselt 2000
Het Modemuseum	1993 tot medio 1995 gesloten	1990-2009	per maand	Jaarverslagen MM en Project Toerisme Hasselt 2000
Het Stadsmus	fusie tot Stadsmus in 2005	1989-2009	per maand	Jaarverslagen SM en Project Toerisme Hasselt 2000
De Japanse Tuin	vanaf 2003 op maandbasis	2000-2008	per jaar	Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie
Z33		1990-2009	per jaar	Verwerkte gegevens Z33
Cultureel Centrum		04-'05 en '07-'08	per maand	Verwerkte gegevens Cultureel Centrum
Kunstencentrum België		2007-2008	per jaar	Verwerkte gegevens Kunstencentrum België
Aankomsten (doel en land van herkomst)	vanaf 2004 op maandbasis	1998-2008	per maand	Federale Overheidsdienst Economie (FOD), 1998-2008
Overnachtingen (doel en land van herkomst)	vanaf 2004 op maandbasis	1987-2008	per maand	Federale Overheidsdienst Economie (FOD), 1998-2008
Evenementen		2002-2009	per jaar	Politie HaZoDi

De statistische gegevens hebben betrekking op de bezoekersaantallen. De aankomsten zijn het aantal personen die bij een bepaalde uitbating toekomen. De overnachtingen slaan op het aantal nachten dat een gast verblijft. Indien men het totaal aantal overnachtingen deelt door het totaal aantal aankomsten bekomt men de gemiddelde verblijfsduur van de gasten. Het aantal aankomsten komt grosso modo overeen met het aantal verblijfstoeeristen, met dat verschil dat elke toerist als een 'aankomst' wordt geteld telkenmale hij of zij een nieuwe logiesaccommodatie benut. In die zin komt het aantal aankomsten niet exact overeen met het aantal vakanties of zakenreizen in ons land.

5.2. Aankomsten volgens doel van verblijf

Aankomsten en overnachtingen worden gemeten volgens doel van verblijf. Drie groepen worden onderscheiden:

- 1) Ontspanning en vakantie
- 2) Meetings, Incentives, Congres en Events (MICE)
- 3) Andere beroepsdoeleinden

1. Hoe is het aantal aankomsten van drie belangrijke bezoekerscategorieën geëvolueerd over de periode? Is er sprake van belangrijke seizoenbewegingen? Is er sprake van een vaste trendbeweging? Is er sprake van een variabele (dus, moeilijk voorspelbare) trend?

5.2.1. Evolutie (“ruwe” evolutie)

Met betrekking tot de aankomsten beschikken we voorlopig enkel over de maandelijkse gegevens van 2004 tot en met 2008. De gegevens van 2009 bestreken op de datum van onze analyses (januari 2010) slechts de eerste 9 maanden en kunnen daarom nog niet worden opgenomen in onze analyse.

1) Ontspanning en vakantie

Januari is jaarlijks de minst populaire maand, in tegenstelling tot de vakantiemaanden juli, augustus en december die het logischerwijs goed doen. In 2005 daalde het aantal aankomsten van de vakantiegangers met 21,6%. De volgende jaren gingen crescendo. Met vooral 2008 als topjaar, zo goed als iedere maand deed het beter dan het jaar voordien. Het jaartotaal steeg in vergelijking met 2007 met 65,8% tot een totaal van 55.754 aankomsten. In december zien we het aantal vakantiegangers pieken met 7.028. Dit is tevens de maand waarin de succesvolle reeks “De Smaak van De Keyser” startte.

2) MICE

Op vlak van het MICE gebeuren is Hasselt nog lang geen congresstad. Echter tonen de cijfers van de aankomsten wel aan dat het zakensegment toeneemt. Over de periode 2004-2008 stijgen de aankomsten jaarlijks. Enkel in 2007 is er een kleine terugval te noteren (-4,6%), maar deze is in vergelijking met de enorme stijging van 6.685 aankomsten in 2005 naar 17.748 in 2006 (165,5%) verwaarloosbaar klein. Deze enorme stijging in de MICE-sector kan gedeeltelijk verklaard worden door het Radisson Blue Hotel, dat in het najaar van

2005 haar deuren opende. Het hotel biedt naast haar 126 kamers met een totaal capaciteit van 252 personen ook een ruim aanbod in vergaderfaciliteiten aan. Samen met de Holiday Inn Hasselt, Ibis Hasselt Centrum , Holiday Inn Express Hasselt en het Best Western Hassotel is er hierdoor in Hasselt een breder keuzepalet voor zakentoeeristen.

3) Andere beroepsdoeleinden

De aankomsten voor andere beroepsdoeleinden zijn wat wisselvalliger. Het ene jaar stijgt het aantal aankomsten, het andere jaar daalt het weer. Over de vijfjarige periode ligt het gemiddelde rond de 26.700 aankomsten. Het hoogste aantal werd bereikt in 2005 met 31.178 aankomsten, waarbij mei de topmaand was. Over het algemeen ligt januari samen met de vakantiemaanden juli, augustus en december gemiddeld genomen een stuk lager dan de andere maanden. Dit valt gemakkelijk te verklaren doordat veel zakentoeeristen in deze periodes op vakantie gaan. Maanden met veel aankomsten voor andere beroepsdoeleinden variëren in het tussenseizoen.

5.2.2. Seizoensbewegingen

Voor iedere tijdreeks zijn we nagegaan of er sprake is van een statistisch significante seizoensinvloed. In figuur 5.1 is te zien dat er enkel voor de MICE sector geen seizoensinvloed bestaat. Dit is logisch gezien MICE op willekeurige momenten plaatsvinden en Hasselt weinig grote beurzen of conferenties op haar jaarlijkse kalender heeft staan. Aangezien vakanties jaarlijks in dezelfde maanden vallen, vertonen de aankomsten voor ontspanning een seizoensinvloed. Voor de andere beroepsdoeleinden is het net andersom, hier zijn de vakantiemaanden een reden voor minder aankomsten. We hebben beide reeksen voor deze seizoensinvloed gecorrigeerd.

5.2.3. Vaste vs. variabele trendbewegingen

We onderzoeken of de tijdreeksen van de aankomsten “stationair” of “niet-stationair” zijn. Een stationaire tijdreeks schommelt rond – en keert snel terug naar – een gemiddelde waarde of een vaste trend (“trend-stationair”). Een niet-stationaire tijdreeks kan voor een lange periode afwijken (wegdrijven) van een gemiddelde waarde (“pure random walk”) of een vaste trend (“random walk met drift”). Het “gedrag” van de reeksen zal statistisch getest worden aan de hand van de zogenaamde Augmented Dickey-Fuller test.

Augmented Dickey-Fuller Test

Er bestaan verschillende technieken om een reeks op stationariteit te testen. Van deze technieken zijn de Dickey-Fuller test (DF) en de Augmented Dickey-Fuller test (ADF) de meest gekende. De stochastische modellen kunnen een trend, een constante term of een combinatie van deze twee bevatten die de tijdreeks bepaalt. (*Gujarati, D.G. (2003) Basic Econometrics (4th edition), p.817.*)

Wij zullen gebruik maken van de Augmented Dickey-Fuller Test. Diverse simulatiestudies wijzen immers uit dat de DF-test in sommige gevallen onvoldoende krachtig is om een toestand van stationariteit duidelijk te onderscheiden van niet-stationariteit. We schatten het volgende model:

$$\Delta Y_t = \alpha + \beta t + \delta Y_{t-1} + \dots + u_t$$

Waarbij volgende nulhypotheses getest zullen worden:

H₀: $\delta = 0, \alpha = 0, \beta = 0$ (pure random walk)

H₀: $\delta = 0, \beta = 0$ (random walk with drift)

H₀: $\delta = 0$ (random walk with drift and deterministic trend)

Indien de nulhypothese niet verworpen wordt wil dit zeggen dat de tijdreeks een unit root bevat en dus niet stationair is. In dat geval zullen we verder werken met de verschillen van de tijdreeks: ΔY_t . Indien de nulhypothese verworpen wordt mogen we concluderen dat de tijdreeks stationair is.

Aangezien niet-stationaire reeksen de normaalverdeling niet volgen, is het niet toegelaten om bij de ADF test de testresultaten te vergelijken met de standaard t-tabellen.

Om dit probleem op te lossen berekenden Dickey en Fuller nieuwe kritische waarden, ook wel de tau-statistiek genoemd. Wanneer de testresultaten in absolute waarde groter zijn dan de kritische ADF-waarden, of wanneer de p-waarde kleiner is dan 0,05 dienen wij de nulhypothese van niet-stationariteit te verwerpen en is de tijdreeks dus stationair.

De resultaten van de door ons uitgevoerde testen staan in tabel 5.2

Tabel 5.2: Resultaten voor aankomsten.

	A1	A2	A3
Seizoeninvloed	JA	NEEN	JA
Vaste trend	NEEN	NEEN	NEEN
Drift	JA	JA	JA
Stationair	NEEN	NEEN	NEEN

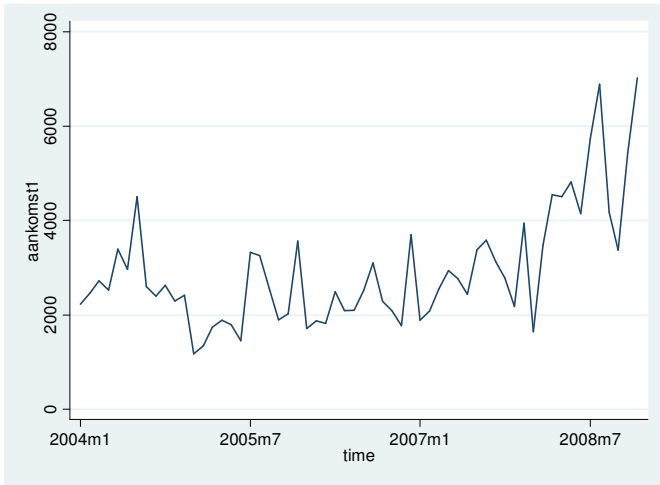
Legende: A1 = Aankomst1 (ontspanning & vakantie); A2= Aankomst2 (MICE)
A3 = Aankomst3 (andere beroepsdoeleinden)

Geen enkele tijdreeks van de aankomsten is stationair. De grafieken in figuur 5.1 deden dit reeds vermoeden daar ze niet echt een wederkerend patroon vertonen. De vermelding “sa” bij de grafieken wil zeggen dat die aankomsten seizoensgecorrigeerd zijn (seasonally adjusted), met andere woorden dat de seizoensinvloed eruit gefilterd is. Voor elke doelgroep van de aankomsten vonden we een variabele trend – d.i., een random walk met drift. Dit impliceert dat er sprake is van een overwegend opwaartse of neerwaartse trendbeweging die echter niet volgens een vast patroon verloopt.

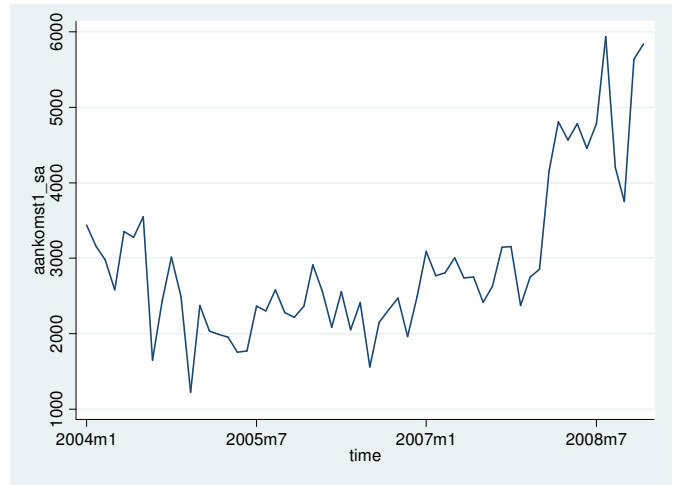
De aankomsten van vakantiegangers (aankomst1) zijn toegenomen in de laatste vijf jaren, vooral in de meest recente periode, sinds begin 2008. Wegens het ontbreken van een vaste trend is niet op voorhand uit te maken of deze versterkte stijging zich in de (nabije) toekomst verder zal zetten. De aankomsten in de MICE-sector (aankomst2) hebben een sterke stijging gekend in 2005, maar lijken zich sinds 2006 enigszins te stabiliseren of althans een significant zwakkere stijging te vertonen. Beide evoluties lijken te wijzen op een potentieel van Hasselt om zich op de vakantie- en zakelijke markt verder te positioneren. De aankomsten voor andere beroepsdoeleinden (aankomst3) vertonen, in tegenstelling tot de twee andere doelgroepen, een overwegend (variabel) dalend patroon.

Belangrijk is te onderstrepen dat door het niet-stationair karakter van de tijdreeksen van de aankomsten niet op voorhand is uit te maken of de vastgestelde opwaartse of neerwaartse trendbewegingen zich in meer of mindere mate in de (nabije) toekomst verder zullen zetten. Wél kunnen deze resultaten teruggekoppeld worden om beleidsacties te evalueren en als ondersteuning voor feedback dienen. Met andere woorden, er kan worden nagegaan óf en in welke mate de vastgestelde variabele trends samenhangen met veranderingen in beleidsacties in het verleden. Tevens kan worden nagegaan óf en welke beleidsacties kunnen worden ondernomen om opwaartse bewegingen verder te ondersteunen en neerwaartse bewegingen om te buigen.

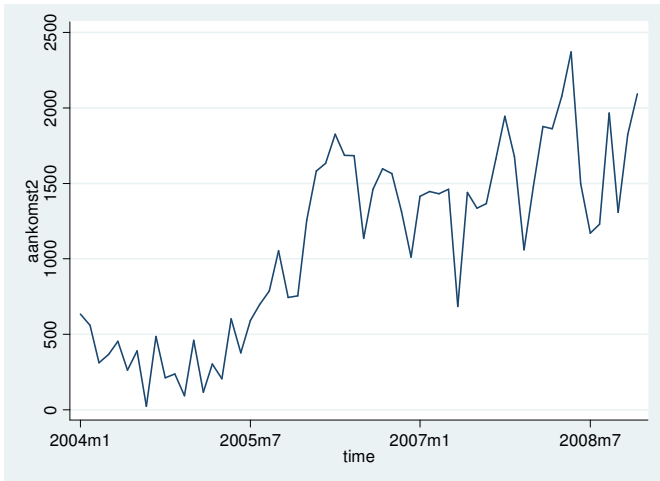
Figuur 5.1: Aankomsten van de verschillende marktsegmenten op maandbasis (2004-2008).



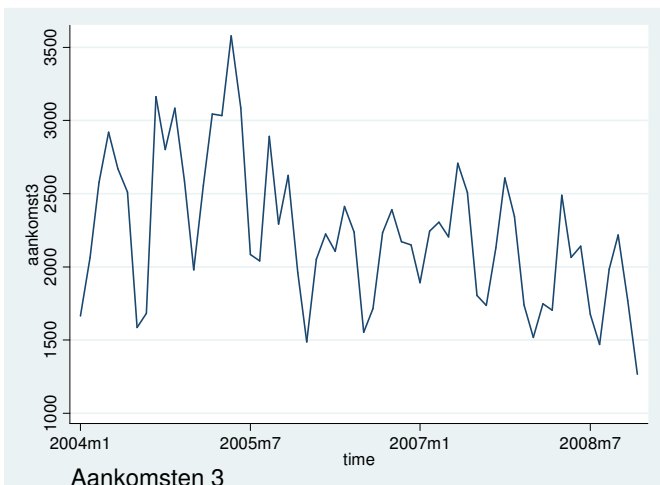
Aankomsten 1



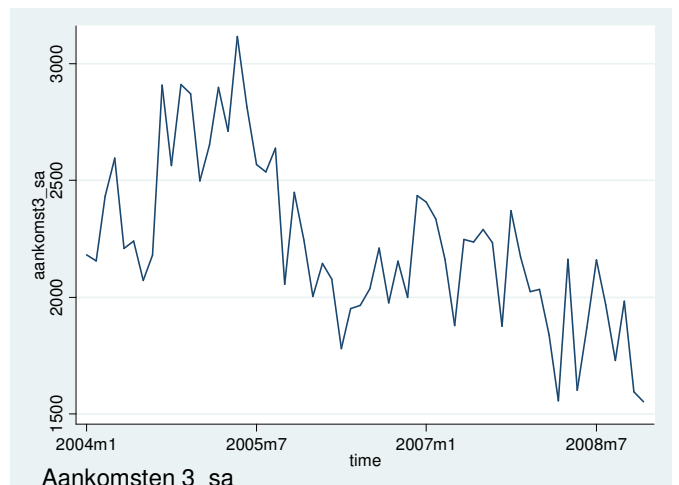
Aankomsten 1_sa¹



Aankomsten 2



Aankomsten 3



Aankomsten 3_sa

¹ sa = seasonally adjusted

5.3. Nationaal Jenevermuseum, Modemuseum

2. *Hoe is het aantal bezoekers van twee belangrijke attracties in Hasselt geëvolueerd over de periode? Is er sprake van belangrijke seizoenbewegingen? Is er sprake van een vaste trendbeweging? Is er sprake van een variabele (dus, moeilijk voorspelbare) trend?*

5.3.1. Evolutie (“ruwe” evolutie)

Het Nationaal Jenevermuseum (NJM)

Voor het Nationaal Jenevermuseum beschikken we over de bezoekersaantallen van 1988 tot en met 2009. Op het moment van de uitgevoerde testen beschikten we echter nog niet over de resultaten van 2009, zodat de periode slechts tot 2008 loopt.

De eerste periode van 1988 tot en met 1994 was veelbelovend. Het aantal bezoekers steeg continu, waarbij het museum in 1994 met 62.525 bezoekers het jaarrecord neerzette. De sterke stijging over deze zeven jaar valt gedeeltelijk te verklaren door de Jeneverfeesten, die sinds 1990 jaarlijks in oktober worden gehouden, maar ook andere maanden scoren goed. 1995 werd nog positief afgesloten, echter dienen we op te merken dat er in augustus een uitzonderlijk initiatief plaatsvond. In samenwerking met Knack werd “de Knack Zomerwandeling” gelanceerd. Deze actie was goed voor 5.937 bezoekers (*Jaarverslag NJM, 1995*). De tweede periode, vanaf 1995 tot 2008, is minder positief. De aantallen fluctueren jaarlijks wel wat, maar zoals we duidelijk op figuur 5.2 kunnen zien, gaat het bezoek aan het museum gestaag omlaag. We hebben daarom besloten om de periode van positieve groei (1988-1994) en de periode van negatieve groei (1995-2008) statistisch apart te testen.

Het Modemuseum (MM)

Voor het Modemuseum beschikken we over de bezoekersaantallen van 1990 tot en met 2008.

Van 1993 tot medio 1995 was het museum gesloten wegens verbouwwerken, waardoor het geen bezoekers telde. Om de continuïteit van onze tijdreeks te garanderen start onze analyse daarom vanaf de heropening in september 1995. Het jaargemiddelde in de periode 1995-2008 ligt rond 25.900 bezoekers. Het Modemuseum behaalde in 1998 een recordaantal van 32.198 bezoekers. Voorts wisselen goede jaren zich af met minder goede. Gemiddeld genomen is mei de drukst bezochte maand. Februari, september en oktober scoren ook hoog. Echter kunnen we hier weinig belang aan hechten aangezien het museum

steeds nieuwe evenementen, voorstellingen en activiteiten organiseert. Het kan dus zijn dat het museum gedurende een bepaalde maand in het ene jaar al wat meer bezoekers aantrekt dan in een ander jaar. Dat is ook meteen de verklaring voor het grillige patroon dat onze tijdreeks in figuur 5.2 vertoont. Daar waar het museum het in 2007 nog zéér goed deed (30.373 bezoekers), was 2008 zéér slecht (19.434 bezoekers). Dit is het laagste bezoekersaantal sinds 1995. De Virga-Jesse Feesten (augustus 1996 en 2003) zorgden voor het Modemuseum overigens niet voor extra bezoekers.

In 2002, 2007 en 2008 was het museum wel geopend in januari. Omdat het museum in die maand normaliter gesloten is, hebben we in onze tijdreeks een dummie-correctie toegevoegd. Hierdoor wordt deze invloed tenietgedaan.

5.3.2. Seizoensbewegingen?

Zowel voor het Nationaal Jenevermuseum als voor het Modemuseum hebben we een statistisch significante seizoensinvloed vastgesteld. Voor het Nationaal Jenevermuseum is het duidelijk dat de jeneverfeesten de bezoekers in de maand oktober van elk jaar een geweldige stimulans geven. Daarnaast zijn mei, juni, augustus en september jaarlijks belangrijke maanden, terwijl december, januari en februari dit niet zijn. De evenementen, voorstellingen en activiteiten die door het Modemuseum georganiseerd worden lopen over de verschillende maanden heen. Hierdoor is het zo goed als onmogelijk om de seizoenspatronen terug te vinden. Het belangrijkste is echter dat we het hebben aangetoond zodat we beide tijdreeksen kunnen corrigeren voor deze seizoensinvloed. In figuur 5.2 staan naast de oorspronkelijke tijdreeksen de aangepaste versies (sa).

5.3.3. Vaste vs. variabele trendbewegingen?

Om de tijdreeksen te testen voor stationariteit, doen we ook hier beroep op de – reeds beschreven – Augmented Dickey-Fuller test.

We hebben de test eerst uitgevoerd voor de hele periode (1988-2008). Hierbij kwamen we tot de conclusie dat de tijdreeks niet-stationair is. Met andere woorden, de tijdreeks heeft een variabele trend voor de gehele periode. Echter vonden we dat de twee deelperiodes wél stationair zijn met een v́aste trend. Tijdens de laatste 14 jaar is het maandelijkse bezoekersaantal van het NJM stelselmatig met 5,2 bezoekers per maand gedaald. Deze stelselmatige daling van het bezoekersaantal noodzaakt tot enige diepgaande bezinning over mogelijke structurele oorzaken. Getuigt de dalende vaste trend van veranderende voorkeuren? Met andere woorden, beantwoordt het (in wezen ongewijzigde) “aanbod” van het NJM nog wel aan de veranderende voorkeuren en verwachtingen van de potentiële, bijvoorbeeld jongere,

bezoekers? Moet er niet worden gewerkt aan een dynamischer imago? Zit het concept van het NJM niet te veel vast aan het “historische”? Roept de vastgestelde evolutie niet op tot “innovatie” (bijvoorbeeld een verruiming of een actualisering) op het vlak van het aanbod van het NJM? Allemaal vragen die grote aandacht verdienen van het museumbeleid in Hasselt. Een interessant voorbeeld is wat er in Antwerpen gebeurt. Daar gebruikt men de Elixir, ook een historische likeur, voor moderne cocktails, of wordt de Elixir met de lokale gastronomie gecombineerd. In Hasselt zijn er wellicht tal van mogelijkheden te bedenken in het licht van “Hasselt – Hoofdstad van de Smaak”.

Ook voor de tijdreeks van het Modemuseum vonden we na seizoenscorrectie stationariteit. Er is echter geen sprake van een vaste of variabele trend. Het gemiddelde aantal bezoekers voor het museum ligt rond de 2.200 per maand.

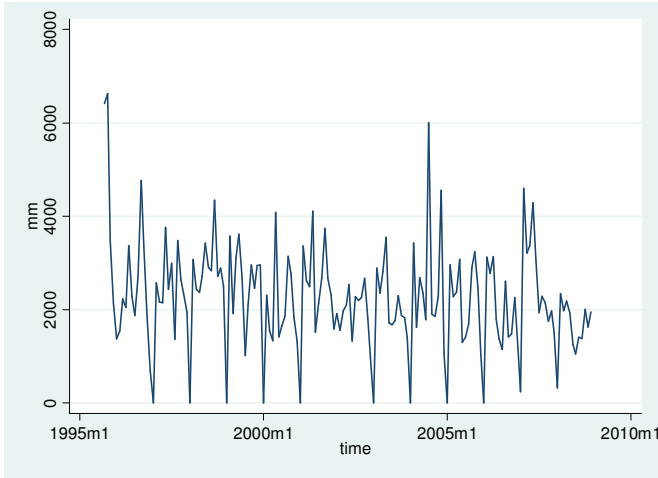
Tabel 5.3: Resultaten voor musea.

	NJM	MM
Seizoeninvloed	JA	JA
Vaste trend	JA, voor deelperiodes	NEEN
Variabele trend	NEEN	NEEN
Stationair	JA	JA

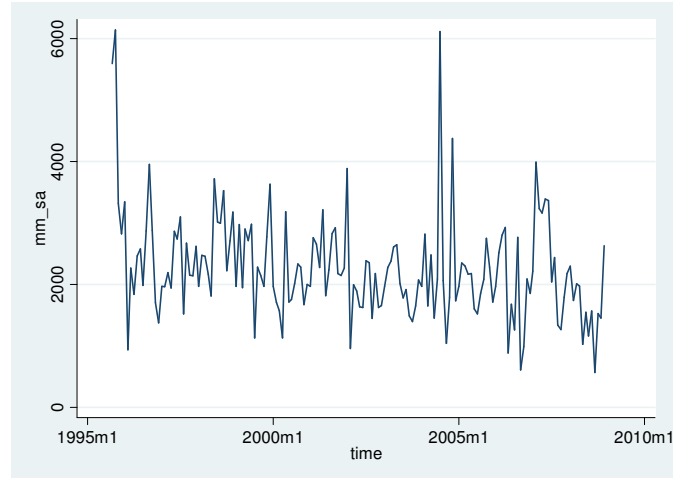
Noot: deelperiodes NJM: 1988-1993 en 1994-2008

Legende: NJM = Nationaal Jenevermuseum, MM = Modemuseum

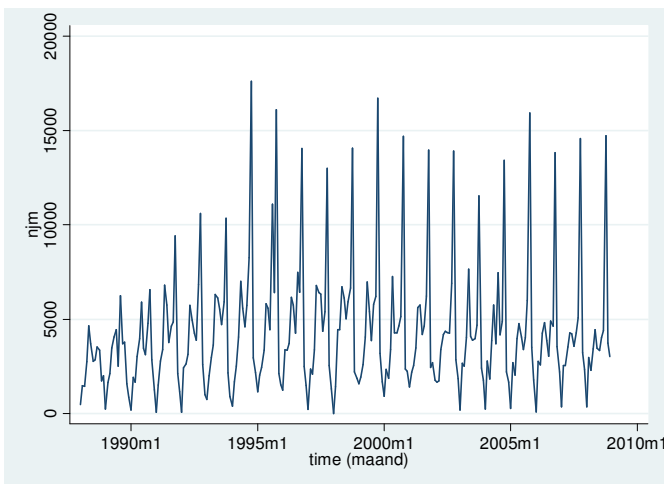
Figuur 5.2: Bezoekcijfers musea op maandbasis.



Modemuseum

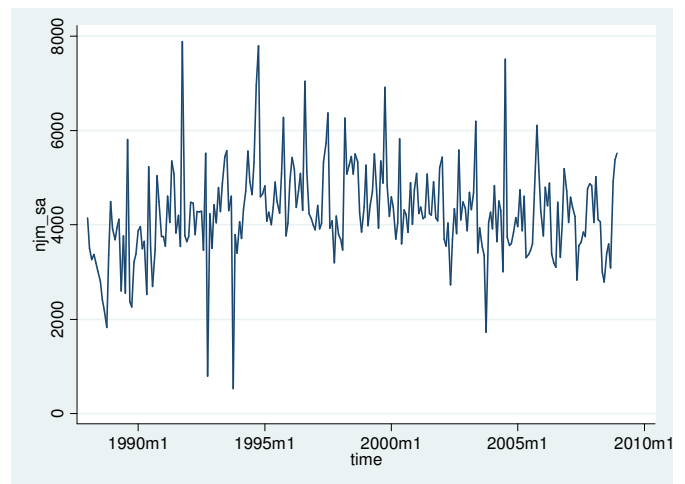


Modemuseum_sa



Nationaal Jenevermuseum

Legende: sa = seasonally adjusted (= seizoensgecorrigeerd)



Nationaal Jenevermuseum_sa

5.4. Samenhang

3. *Is er een statistisch significante samenhang vast te stellen tussen het aantal aankomsten (“verblijfstoeristen”), voor drie categorieën in Hasselt en het aantal bezoekers in twee belangrijke attracties? Met andere woorden, geeft een stijging van het aantal aankomsten in een bepaalde maand aanleiding tot een significante stijging van het bezoekersaantal van het Nationaal Jenevermuseum of het Modemuseum in diezelfde maand? Of niet?*

Nadat we de tijdreeksen elk afzonderlijk hebben besproken, zijn we op zoek gegaan of er een samenhang, ook wel correlatie, bestaat tussen de verschillende reeksen. Daar de gegevens van de aankomsten per maand een kortere periode beslaan dan deze van de musea, wordt onze vergelijking beperkt tot de kortst gemeenschappelijke periode, namelijk: januari 2004 tot december 2008. In onderstaande tabel 5.4 en tabel 5.5 staan de resultaten van ons onderzoek.

Tabel 5.4: Regressieresultaten voor seizoengecorrigeerde maandelijkse bezoekersaantallen en aankomsten (A1 en A3) ^{1a/}

	Δ NJM_sa		Δ MM_sa	
Constante	12,63 (144,6)	23,10 (143,2)	- 6,352 (155,6)	11,48 (154,9)
Δ A1_sa	0,355 (0,277)	—	0,431 (0,325)	—
Δ A3_sa	—	-0,373 (0,418)	—	0,029 (0,425)
R ²	0,045	0,009	0,050	0,000
# observaties	59	59	59	59

Noot: De standaardfouten staan vermeld tussen haakjes onder de geschatte coëfficiënten.

^{1a/} A2 vertoont geen seizoenpatroon (cfr. supra).

Tabel 5.5: Regressieresultaten voor “ruwe” (niet-seizoengecorrigeerde) maandelijkse bezoekersaantallen en aankomsten.

	Δ NJM			Δ MM		
Constante	53,18 (605,5)	17,93 (145,0)	54,48 (593,4)	5,752 (196,6)	24,25 (204,6)	37,66 (198,4)
Δ A1	- 0,075 (0,494)	—	—	0,336* (0,185)	—	—
Δ A2	—	0,370 (0,399)	—	—	0,358 (0,475)	—
Δ A3	—	—	1,090 (0,979)	—	—	0,676 (0,473)
R ²	0,0003	0,014	0,013	0,050	0,006	0,045
# observaties	59	59	59	59	59	59

Noot: De standaardfouten staan vermeld tussen haakjes onder de geschatte coëfficiënten.

Hieruit blijkt dat er enkel een significante samenhang bestaat tussen de niet-seizoengecorrigeerde tijdreeksen aankomsten¹ en Modemuseum. De interpretatie voor deze correlatie luidt dat van elke extra 100 verblijfgasten in Hasselt er 33,6 het Modemuseum zullen bezoeken. Voor de andere verbanden konden we dit niet aantonen. Toch hebben we een aantal interessante bevindingen gedaan:

- De tijdreeks van het MM is stationair en heeft een statisch significante samenhang met de vakantiegangers.
- De tijdreeks van het aantal bezoekers van het NJM heeft in haar twee deelperiodes een stationair karakter. Anderzijds kan in de eerste periode (1988-1993) een vaste

opwaartse trend vastgesteld worden, terwijl er in de tweede deelperiode (1994-2008) sprake is van een vaste neerwaartse trend.

- Geen enkele tijdreeks van de aankomsten vertoont een stationair karakter. Hierdoor is het moeilijk om voorspellingen te doen in verband met het verblijfstoerisme.
- Wél heeft de MICE-sector (A2) de laatste jaren een sterke groei gekend, wat het groeipotentieel van de stad in de zakelijke sector bevestigt.
- Het overwegend ontbreken van een significante statistische samenhang tussen het aantal aankomsten (verblijfsgasten) in Hasselt en de bezoekersaantallen van NJM en MM wijst erop dat beide musea kennelijk vooral “dagtoeristen” aantrekken. Met andere woorden, beide musea lijken geen specifieke aantrekkingskracht uit te oefenen op de “verblijfstoeristen” in Hasselt. Of, nog anders uitgedrukt: beide musea lijken niet specifiek deel uit te maken van het gewenste “toeristische pakket” (voorkeuren) van de verblijfsgasten die aankomen in Hasselt.

Tot slot kan gesteld worden dat een meer diepgaande analyse van het toerisme in Hasselt de beschikbaarheid van heel wat meer, gedetailleerd statistisch cijfermateriaal vereist (bijvoorbeeld, inzake dagtoerisme). Niettemin wijst de bovenstaande statistische oefening de richting aan waarin een dergelijke diepgaande analyse, met het oog op de ontwikkeling van een meer omvattende en solide Toeristische Monitor voor Hasselt, uit kan gaan.

6. Beperkingen, aanbevelingen en conclusies

Beperkingen en aanbevelingen

De geconstrueerde Toeristische Monitor is een aanzet voor verdere lange-termijn monitoring. Dataverzameling op lange termijn is cruciaal om de invloed van bezoekers vast te stellen en toe te kunnen wijzen aan de middelen, de voorzieningen, de planning, de budgettering en de economische bijdrage van het toerisme (*Counting on Recreation Use Data: A Call for Long-Term Monitoring, p.93-96*). Lange-termijn monitoring is overigens, zoals reeds aangehaald, de basis voor het maken van vergelijkingen en analyses. Voor een tijdreeksanalyse moet men minimaal beschikken over 60 observaties. Wanneer een indicator op maandbasis wordt gemeten, vereist de tijdreeks dus minimaal een periode van 5 jaar. Voor de Japanse Tuin, die jaarlijks 5 maanden gesloten is, wordt dus een langere periode vereist. Via de resultaten van verschillende correlatie-analyses, krijgen we belangrijke inzichten in enerzijds de evoluties en anderzijds de onderlinge samenhang in de vele facetten van het toerisme. Het beleid kunnen we hier dan op afstemmen zodat Hasselt haar bezoekers nog beter kan bedienen en ontvangen.

Periodiek worden rapporten, jaarverslagen of andere data samengesteld. Hierbij is het essentieel dat dit ook volgens een standaard procedure gebeurt. Eerst en vooral inhoudelijk, zoals de gemeten variabelen maar ook betreffende gebruiksvriendelijkheid. Indien jaarlijks de indeling of de methode van rapportering verandert, verhindert dit een (snelle) verwerking van data op lange termijn, en daar wringt het vaak. Dit is ook de reden waarom we voor een aantal instellingen geen tijdreeks konden opstellen of analyseren. Als voorbeeld geven we het aantal gidsbeurten en bezoekers aan de Dienst van Toerisme. In de periode 2000-2003 werden deze gegevens op maandbasis bijgehouden, de volgende jaren verdween deze procedure en vinden we deze gegevens enkel op jaarbasis terug. Wél positief is het feit dat de Dienst sinds 2006 het aantal bezoekers en telefoons op maandbasis registreert. Deze reeks voldoet nog niet aan de noodzakelijke 5-jarige periode om te kunnen analyseren. De voortzetting en aanvulling van de Toeristische Monitor kan hierbij helpen, zodat dit vanaf eind 2010 wel mogelijk zal zijn. Met andere woorden, het is absoluut noodzakelijk om data op een systematische en gedetailleerde wijze te verzamelen met het oog op lange-termijn monitoring en een meer omvattende Toeristische Monitor.

In tabel 6.1 hebben we een overzicht gemaakt van de geïnventariseerde gegevens evenals de daarmee gepaardgaande contactpersonen voor de Toeristische Monitor Hasselt.

Tabel 6.1 Overzicht inventarisering gegevens TMH

Categorie	Variabele	Indicator	Frequentie	Bron	Periode	Contact
Verblijfstoerisme	Recreatief (R)	Aankomsten en overmachtingen volgens doel en land van herkomst	Maandbasis	Federale Overheidsdienst Economie, algemene directe statistiek	variërend naargelang indicator in kwestie	Didier Mercier Didier.Mercier@economie.fgov.be
	Zaken (Z)					
Dagtoerisme	R & Z	Gemiddelde bezettingsgraden	Maandbasis	Vijf samenwerkende hotels in Hasselt	2008-2010	Veerle Bijmens veerle.bijmens@hasselt.be
				Nationaal Jenevermuseum	1988-2009	Henry Reyman henry.reyman@hasselt.be
	Musea	Bezoekersaantallen	Maandbasis	Modemuseum	1990-2009	Guido Fourrier guido.fourrier@hasselt.be
				Stadsmus	1989-2009	Ellen Venken ellen.venken@hasselt.be
				Japane Tuin	2003-2009	Louise Derre Louise.Derre@ees.kuleuven.be
	Parken & Tuinen	Bezoekersaantallen	Maandbasis	Kruidentuin van Herkenrode	2008	Ginny Haesevoets ginny@herkenrode.be
				Cultuurcentrum Hasselt	2004-2005 2007-2008	Laurent Pitsi laurent.pitsi@ccha.be
	Kunst, theater & muziek	Bezoekersaantallen	Jaarbasis	Kunstencentrum België	2007-2008	Jo Lijnen belgie@skynet.be
				Kunstencentrum Z33	1990-2009	Madeleine Houben mhouben@limburg.be
	Erfgoed		Bezoekersaantallen	Abdijsite van Herkenrode	2008	Ginny Haesevoets ginny@herkenrode.be
Evenementen		Bezoekersaantallen	Politie HaZoDi	2002-2009	Francis Balaes francis.balaes@hazodi.be	

	Funshoppen	Aantal passanten	Om de 2 jaar	Passantentelling marktonderzoeksbureau Fastigon	2000-2008	Katja Duyck kduyck@fastigon.com
Ondersteunende faciliteiten	Parkeeraanbod	Parkeerplaatsen		Dienst Verkeer & Openbaar Vervoer Hasselt	1997/2008	Daniël Lambrechts
	Gratis Openbaar Vervoer	Gratis Busreizigers	Maandbasis		1996-2009	daniel.lambrechts@hasselt.be
	Dienst van Toerisme	Bezoekers & telefoons	Maandbasis	Dienst van Toerisme Hasselt	2006-2010	Veerle Bijmens veerle.bijmens@hasselt.be

Behoudens de variabelen en indicatoren die we besproken hebben in de Toeristische Monitor beschikt Hasselt nog over andere troeven die, omwille van de onbeschikbaarheid en het vertrouwelijk karakter van de betreffende gegevens niet aan bod zijn gekomen. Het hoeft geen betoog dat Plopsa Indoor een zeer belangrijke toeristische attractie voor de stad vormt. Hiervan konden we slechts een geschat aantal bezoekers voor de jaren 2008 en 2009 verkrijgen (iets meer dan 300.000 bezoekers anno 2008 & 2009). Idealiter zou deze attractie op maandbasis toegevoegd moeten worden aan de monitor evenals de verschillende activiteiten en evenementen in de Grenslandhallen en de Ethias-arena. Ook het Literair Museum als het Park Cultuur en Natuur weigerden mee te werken aan de monitor. Voor de cijfergegevens die momenteel gepubliceerd worden, werd alvorens toestemming gevraagd. In de toekomst kunnen cijfergegevens op alternatieve wijze ook via een index gepubliceerd worden, wat het probleem betreffende de vertrouwelijkheid oplost. Het idee hiervan is dat men een basisjaar gelijksteld aan 100. Andere maanden of jaren worden steeds met dit basisjaar vergeleken. Op die manier worden absolute cijfergegevens niet gepubliceerd en kan men toch de essentie, namelijk de lange-termijn evolutie, analyseren.

Andere bezienswaardigheden zoals “op stap met de stadstram”, “boottocht op het albertkanaal”, “ballonvaarten” en arrangementen zoals de Haspas kunnen in de toekomst ook opgenomen worden. We merken overigens op dat het bezoek niet alleen uit toeristen bestaat. De Hasseltse bevolking zit eveneens in deze statistieken vervat. Meer gedetailleerde cijfers zoals de herkomst van de bezoekers kunnen daarbij helpen.

Hasselt profileert zich als “de ideale citytrip” en tracht zo het kort verblijfstoerisme net zoals het dagtoerisme te stimuleren. Statistieken van het verblijfstoerisme zijn via de Federale Overheidsdienst Economie beschikbaar. De tweede doelgroep, namelijk de ééndagtoeristen, zijn veel moeilijker in kaart te brengen.

Het DAL (Dagtoerisme Limburg VZW), een initiatief van het Vlaams en Nederlands Limburg, heeft als doel grensoverschrijdende dagattracties in beide Limburgen te promoten en te ontwikkelen. Hierin trachten ze het verblijfstoerisme te ondersteunen en zoveel mogelijk te betrekken. Dagattracties zijn de aantrekkingskracht van een stad en hangen daarom nauw samen met het verblijfstoerisme. Dergelijke initiatieven waarbij de krachten gebundeld worden zijn zeer belangrijk.

Bezoekcijfers aan dagattracties hebben we grotendeels geïnventariseerd. Het zou echter te eenvoudig zijn om te veronderstellen dat deze bezoekers enkel dagtoeristen zijn. Men moet dus trachten een methode te vinden om dagtoeristen in beeld te brengen. Ook het funshoppen, Hasselts belangrijkste troef, zou met een nieuwe methode en op frequentere basis gemeten moeten worden.

Hoe?

1) Continue bevraging

Door middel van continue bevraging bij representatieve steekproeven en tellingen is het mogelijk om op een snelle manier cijfers te produceren over het lopende jaar.

Enkele voorbeelden zijn het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) in Nederland en de Kust-Indicatoren-Toeristisch-Statistisch (*KITS, Westtoer, 2008*), waarbij men op een dergelijke manier het dagtoerisme in beeld tracht te brengen. Deze methodiek is waarschijnlijk gemakkelijker toepasbaar aan de kust dan in Hasselt. Dagtoeristen aan de kust wandelen voornamelijk op de dijk, waardoor je op één locatie een zeer representatieve groep kan bereiken. Voor Hasselt geldt dit niet en is een omslachtigere manier van enquêtering noodzakelijk.

2) Passive Mobile Positioning

Een andere mogelijke oplossing is een innovatieve toepassing in het toeristisch meetgebeuren. Recente ontwikkelingen in ICT (Information and Communication Technologies) en geografische meetsystemen hebben namelijk een nieuwe methode van meten met zich mee gebracht, “passive mobile positioning”. Een soortgelijke toepassing wordt overigens reeds uitgevoerd in Maastricht (*Interview Maurice Oude Wansink*).

De huidige samenleving, waarin quasi iedereen over een mobiele telefoon beschikt, maakt het mogelijk om potentieel belangrijke informatie over toeristen te verkrijgen. Het systeem werkt als volgt: iedere gsm krijgt een willekeurig individueel ID toegewezen. Bij elke mobiele activiteit (elke sms of oproep dat wordt verzonden of ontvangen) worden het exacte tijdstip, de informatie over het land van herkomst en de precieze locatie geregistreerd. Mobile positioning maakt het op die manier mogelijk om het gedrag van toeristen in ruimte en tijd te analyseren, wat tot nog toe onbekend terrein is. (*Evaluating passive mobile positioning data for tourism surveys: An Estonian case study, p.469-486*).

Deze methode staat echter nog niet volledig op punt. We omschrijven enkele opmerkingen:

1) Men kan aannemen dat iemand uit het buitenland een recreatief of zakelijk bezoeker is. Echter zijn bezoekers uit het binnenland moeilijker te onderzoeken. Om deze te herkennen dient men bij een gsm-activiteit een onderscheid te kunnen maken tussen een toerist en iemand van de binnenstad. Mits men via veldonderzoek een representatieve verdeelsleutel van het aantal binnenlandse toeristen kan bekomen, bieden relatieve percentages een mogelijke oplossing.

2) Het is aannemelijk dat de oudste groep van de bevolking, namelijk gepensioneerden, minder vaak of zelfs geen gsm gebruiken. Dit in tegenstelling tot zakentoeeristen, waarvan een hoge activiteit verwacht kan worden.

3) Operatoren willen dergelijke informatie vaak niet ter beschikking stellen omwille van de privacy-wetgeving en de harde concurrentie die op de operator-markt heerst. Mits goede afspraken kan Hasselt, net zoals bij I-City, ook hier weer een voortrekkersrol spelen.

Vervolgens formuleren we enkele andere aanbevelingen:

- Een gezamenlijke actie zoals een combikaart voor de drie musea kan het bezoek aan de musea tijdens de volgende Virga Jessefeesten in 2010 aanmoedigen.
- Zodra een gelijkaardige monitor in andere steden of gemeenten wordt opgesteld, kan men de ontwikkelingen onderling vergelijken en integreren. Met de beoogde functie van de Toeristische Monitor Hasselt als benchmarking-instrument is dit van cruciaal belang.
- Een vereenvoudiging en centralisering van de gegevensverzameling is noodzakelijk.
- Voor de publicatie van de resultaten en cijfergegevens van de TMH is het aanbevolen een website in te richten, zoals bij andere toeristische monitoren. Cijfergegevens kunnen hier dan periodiek gepubliceerd worden.
- Indien omzetgegevens van de horeca op maandbasis geïventariseerd kunnen worden, zijn interessante analyses en relaties in verband met de economische impact van het verblijfstoerisme mogelijk.

- Uit de accommodatiegegevens die we vanaf 2004 op maandbasis geïnventariseerd hebben kunnen nog allerhande interessante vergelijkingen opgemaakt worden. In de masterproef hebben we er voor gekozen om de algemene evoluties te bespreken, maar men kan ook dieper ingaan op het bezoekerprofiel per land van herkomst of doel van verblijf.
- Gegevens over de Revenue Per Available Room (RevPAR) zijn ook beschikbaar op weekbasis vanaf eind 2008. Eind 2010 kan men de cijfers vergelijken met deze van 2009.
- Mits de statistieken op frequentere basis ter beschikking kunnen worden gesteld, is het mogelijk om de Toeristische Monitor Hasselt als snelle indicator te laten fungeren.

Volgende deelvragen werden niet rechtstreeks beantwoord maar zijn in de loop van de masterproef wel duidelijk geworden. We lichten ze hier nog even toe:

Hoe is een toeristische monitor toepasbaar op toeristische instellingen en ondernemingen?

We stelden onszelf de vraag hoe een toeristische barometer toepasbaar kan zijn op de toeristische sector. Het idee van de monitor is dat medewerkende toeristische instellingen vooreerst cijfergegevens voor de monitor doorgeven. De instellingen zijn ondergebracht onder de opgestelde variabelen en op basis van hun cijfergegevens worden er vergelijkingen en evoluties gemaakt. Individuele analyses per instelling en per sector verduidelijken de prestaties over de jaren heen. Met de Toeristische Monitor Hasselt trachten we dus de vinger aan de pols te houden van de ontwikkelingen in de stad. Mits er informatie beschikbaar is omtrent ondernomen acties, kunnen we positieve of negatieve evoluties nuanceren.

Hoe kan de toeristische dienst van Hasselt gebruik maken van een toeristische monitor om hun beleid te professionaliseren?

De Dienst van Toerisme Hasselt kan in de Toeristische Monitor enerzijds de evolutie van haar eigen prestaties op de voet volgen. Zelfreflectie is een belangrijke stap wanneer men wil verbeteren en zich professionaliseren. Anderzijds krijgt de dienst een samenvattend beeld van wat er zich in Hasselt op toeristisch niveau afspeelt. De Monitor kan daardoor als feedback-instrument gebruikt worden en beslissingen voor het strategisch beleid helpen ontwikkelen. Resultaten van het toerisme in Hasselt waren tot nu toe nogal versnipperd, wat het maken van vergelijkingen of het overkijken van het bredere plaatje bemoeilijkte. Via de Monitor kan het voor de Dienst duidelijk worden waar de knelpunten liggen en of waar de kansen zich voordoen. Met andere woorden levert “het monitoren” inzicht in de huidige stand

van zaken en de ontwikkeling gedurende de tijd. Op die wijze kan de Hasseltse toeristische situatie beter begrepen worden en kunnen marktgegevens op de juiste wijze worden geïnterpreteerd.

Conclusies

- In het onderzoek dat in 2008 door het WES werd uitgevoerd kwam naar voor dat het professioneel uitbouwen van het toeristisch beleid en de toeristische organisatie met specifieke aandacht voor een beleidsondersteunend monitoringsysteem één van de aspecten was dat in Hasselt verder uitgewerkt moest worden. Met de Toeristische Monitor Hasselt beantwoorden we op die vraag.
- Ons onderzoek bevestigt dat een monitoringsysteem zoals de Toeristische Monitor Hasselt (TMH) als beleidsinstrument van kapitaal belang kan zijn voor de stad Hasselt, dat zowel verantwoordelijk is voor het aantrekken van startende als bestaande ondernemers.
- Met behulp van de TMH beschikken toeristische actoren over de meest actuele informatie omtrent bezoekersstromen. Zo kunnen ze beslissingen ondersteunen en weten ondernemingen wanneer ze moeten inspelen op veranderingen in het lokale economische klimaat of wanneer ze een bepaalde doelgroep kunnen bereiken.
- De medewerking van de toeristische instellingen in Hasselt is cruciaal. Des te meer partners overtuigd kunnen worden om mee te werken, des te beter de kwaliteit van de monitor zal zijn.
- Hasselt kende de laatste jaren een duidelijke stijging in haar aantal aankomsten en overnachtingen. In 2008 stegen deze respectievelijk nog 28,3% en 20,0%. In het afgelopen jaar 2009 werd de positieve lijn voor het aantal aankomsten doorgetrokken met 7,7%, terwijl de overnachtingen voor het eerst sinds 2004 een terugval kennen (-1,3%). Gezien de huidige economische crisis, was dit een te verwachten resultaat. Bovendien betreffen het voorlopige cijfers van 2009 en dienen we deze met de nodige voorzichtigheid te interpreteren.
- De aankomsten zijn in de periode 2006-2008 sterker toegenomen dan de overnachtingen. Dit kan betekenen dat toeristen Hasselt vaker bezoeken maar korter verblijven. Volgens het WES is deze markt, namelijk het recreatief dag- en kort verblijfstoerisme, prioriteit nummer één voor de stad.
- Uit de accommodatiestatistieken stellen we overigens vast dat het aantal aankomsten en overnachtingen de afgelopen tien jaar in Hasselt veel sterker gestegen zijn dan in

Limburg, Vlaanderen en België. Het Hasselts toeristisch beleid slaagt dus duidelijk in haar opzet om meer verblijfstoeristen naar de stad te lokken.

- Wat betreft het land van herkomst is de binnenlandse markt met 61,9% van de aankomsten en 56,8% van de overnachtingen in 2008 nog steeds het grootst. Buurlanden Nederland, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk zijn traditioneel de belangrijkste buitenlandse markten.
- Bij het doel van verblijf zien we dat vooral de overnachtingen in het recreatieve marktsegment “vakantie en ontspanning” het erg goed doen met een stijging van 63,0% in 2008, terwijl het segment “andere beroepsdoeleinden” met 18,9% daalt. In vergelijking met 2001 zijn het aantal overnachtingen voor vakantie en ontspanning en MICE in 2008 respectievelijk toegenomen met 121,0% en 186,1%. De “andere beroepsdoeleinden” maken een omgekeerde evolutie mee (-44,8%). Dit zakelijk segment hangt sterk samen met de economische toestand, waardoor het moeilijk controleerbaar is.
- De MICE-sector heeft de laatste jaren een sterke groei gekend, wat het groeipotentieel van de stad in de branche bevestigt.
- Het museumbezoek aan het Nationaal Jenevermuseum kent sinds 1994 een alarmerend dalende trend. Daar het museum een belangrijke attractie voor het bezoek aan Hasselt betekent, dient men hetvolgende in vraag te stellen en te onderzoeken: Getuigt de dalende vaste trend van veranderende voorkeuren? Moet er niet worden gewerkt aan een dynamischer imago? Of roept deze vastgestelde evolutie niet op tot innovatie?
- Daarentegen kende het museum in 2009 een uiterst sterke stijging in haar bezoekersaantal. Dit verzekert ons niet dat het vanaf nu aan beter zal gaan. Eind 2008 tot en met februari 2009 liep namelijk de televisieserie “De Smaak van De Keyser”, waardoor we 2009 als een uitzonderlijk jaar beschouwen.
- De Zevenjaarlijkse Virga-Jesse Feesten hebben geen invloed op het bezoekersaantal van het Modemuseum en het Nationaal Jenevermuseum. Dit in tegenstelling tot het Stadsmus, dat hier wel duidelijk van profiteert. (aanbeveling combi-kaart)
- De drie belangrijkste musea (het Stadmus, het Modemuseum en het Nationaal Jenevermuseum) bereikten in 2009 gezamenlijk het maximum van 116.335 bezoekers. Mede door de extra belangstelling dat Hasselt genoot dankzij de serie “De Smaak van De Keyser” en het zomerprogramma “Villa Vanthilt” behaalden zowel het Nationaal Jenevermuseum als het Modemuseum een individueel recordbezoek. Het aandeel van het Nationaal Jenevermuseum ligt steeds boven de 50%.

- De Japanse Tuin, dat elk jaar vijf maanden gesloten is, trekt over dezelfde periode (2003-2008) een hoger gemiddeld bezoekersaantal (53.428) dan het Nationale Jenevermuseum (50.802) aan. Dit bevestigt het feit dat de Japanse Tuin een zeer belangrijke publiekstrekker is voor de stad Hasselt.
- We stelden vast dat de Dienst van Toerisme op de goede weg is. Het aantal verblijfsgasten in Hasselt is de laatste jaren alleen maar toegenomen, deze cijfers vertalen zich blijkbaar ook in het bezoek aan de toeristische dienst. Het feit dat de dienst steeds meer bezoekers over de vloer krijgt, betekent dat ze steeds meer mensen, op zoek naar toeristische informatie, weet te bereiken. In 2009 kwamen 60.275 bezoekers langs de Dienst van Toerisme. Dit is een stijging van 62% in vergelijking met 2008.
- Tot slot willen we er nogmaals op duiden dat een diepgaandere analyse van het toerisme in Hasselt de beschikbaarheid van heel wat meer, gedetailleerd statistisch cijfermateriaal vereist.

7. Literatuurlijst

Boeken

- Ashworth, G.J. & Voogd, H. (1990). *Selling The City*. London: Belhaven Press, 157p.
- Ashworth, G.J. & Tunbridge, J.E. (1990). *The tourist-historic city*. London: Belhaven Press, 265p.
- Boerjan, P. & Lowyck, E. (1995). *Basisbegrippen recreatie en toerisme*. Brussel: TOBOS.
- Broeckmans, J. (2001). *Methoden van onderzoek en rapportering 1, syllabus*. Diepenbeek: Universiteit Hasselt, 212p.
- De Brabander, G. (1992). *Toerisme en economie*. Leuven-Apeldoorn: Uitgeverij Garant, 252p.
- De Groote, P. (1987). *De Belgische Hotelsector: een economisch-geografische analyse*. Universitaire Pers Leuven, 398 p.
- De Groote, P. (1999). *Panorama op Toerisme*. Leuven-Apeldoorn: Uitgeverij Garant, 341p.
- De Groote, P. (1999). *Toerisme Hasselt 2000*, 5 delen. Diepenbeek: Universiteit Hasselt.
- De Groote, P. & Ooms K. (1998). *Stilte... in vergadering!* Leuven-Apeldoorn: Uitgeverij Garant, 285p.
- Gujarati, D.G. (2003). *Basic Econometrics (4th edition)*. McGraw-Hill International Edition, p.817.
- Holthof, C. (2007). *Bedrijfseconomie voor de Hotelsector*. Leuven-Apeldoorn: Uitgeverij Garant, 194p.
- Holthof, C. & Lanckriet, C. (2009). *Hotelrapport Antwerpen-Brugge-Gent 2008*. Antwerpse hoteliers, Hotels Regio Brugge, Gent Hotels: Antwerpen, Brugge, Gent, 110 p.
- Jansen-Verbeken, M. (1988). *Leisure, recreation and tourism in inner cities, explorative case studies*. Katholieke Universiteit Nijmegen, 309p.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business. A Skill Building Approach. 4th ed.* New York: Wiley and Sons, 413p.
- Smith, S. (1989). *Tourism Analysis: A Handbook*. Burnt Mill-Harlow: Longman-Scientific&Technical, 312p.

Eindverhandelingen

- Dreesen, C. (2005). *Regionaal-economische analyse van Hasselt als creatieve stad*. Diepenbeek: Universiteit Hasselt, 135p.
- Goffin, C. (1996). *Economische-geografische analyse van de Hasseltse hotelsector*. Diepenbeek: Universiteit Hasselt, 160p.
- Ketelbuters, D. (1996). *Toeristisch aanbod en imago van de stad Hasselt*. Diepenbeek: Universiteit Hasselt, 151 P.
- Sels, D. (1999). *Mobiliteit in de Vlaamse stadskern met Hasselt als gevalstudie*. Diepenbeek: Universiteit Hasselt, 80p.
- Timmermans, Y. (1999). *Economische impact van evenementen in Hasselt*. Diepenbeek: Universiteit Hasselt, 87p.
- Van den Bergh, F. (2006). *Studie van Europese conjunctuurbarometers en constructie van een eigen barometer*. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven, 84p.
- Spitz, M. (2008). *De economische waarde van de aansluiting van het Vijvergebied Midden-Limburg aan de Abdijsite van Herckenrode*. Diepenbeek: Universiteit Hasselt, 84p.

Artikels en papers

- Ahas, R., Aasa, A., Roose, A., Mark, Ü. & Silm, S. (2008). Evaluating passive mobile positioning data for tourism surveys: An Estonian case study. *Tourism Management* 29, p.469-486.
- De Bruin, R. (2008). Vrijetijdseconomie regionaal meten. *Recreatie & Toerisme, april*, p.16-18.
- De Groot, P. (1999). Hasselt Congresstad. Hasselt...Buisende Stad ! *Business Travel Benelux Magazine, nr. 51*, p 54-55.
- *Economische Barometer Brabant: 'Toerisme belangrijke economische drager'* (z.d.). Opgevraagd op 5 juli, 2008, via <http://www.economie-in-brabant.nl/index.cfm/23,641,106,html>
- *Economische Barometer Breda*. (z.d.). Opgevraagd op 5 juli, 2008, via <http://www.nicis.nl/kenniscentrum/binaries/kcgs/bulk/praktijk/2002/5/242450.pdf>
- Flikweert, A.J. & Gorter, L.P.M. (2000). Gemeenten moeten evenementenbeleid stapsgewijs opzetten, *Recreatie & Toerisme, februari*, p.14-15.
- Goossen, C.M. (1995). Toeristisch-Recreatieve Index aangescherpt. *Recreatie & Toerisme, april*, p.16-18.

- Gribling, M.P.J. (1999). Toerisme, Recreatie, Evenementen en Cultuur (TREC) is in trek. *Toerisme en Recreatie, oktober*, p.6-10.
- *Hotelonderzoek 2008: De ontwikkelingen op de Nijmeegse hotelmarkt.* (z.d.). Opgevraagd op 21 september, 2008, via www.nijmegen.nl/mmbase/attachments/640781/Hotelonderzoek_2008_definitieve_eindversie_april_2008.pdf
- Jacobs, D. (2009, woensdag 8 juli). 30.000 vierkante meter winkels erbij in Hasselt. *Het Belang Van Limburg*, p.55.
- Jacobs, D. (2010, vrijdag 12 februari). Sinds Kopenhagen is gratis bus weer hot. *Het Belang Van Limburg*, p.49.
- Jacobs, D. (2010, maandag 29 maart). Hasselt mikt ook op zakentoeeristen. *Het Belang Van Limburg*, p.78.
- Jókövi, E.M. (1997). Economische effecten van vrijetijd voor stedelijke ontwikkeling. *Recreatie & Toerisme, januari*, p.6-9.
- Loomis, J.B. (2000). Counting on Recreation Use Data: A Call for Long-Term Monitoring. *Journal of Leisure Research, Vol. 32, No. 1*, p.93-96.
- *Monitor Toerisme en Recreatie Flevoland 2008.* (z.d.). Opgevraagd op 12 januari, 2009, via <http://www.flevoland.nl/producten-en-diensten/monitor-toerisme-en-recre/Eindrapport-Monitor-Toerisme-Recreatie-Flevoland-2008.pdf>
- *Monitor Toerisme en Recreatie Utrecht 2008.* (z.d.). Opgevraagd op 12 januari, 2009, via [http://www2.provincie-utrecht.nl/prvutr/internet/j20_10.nsf/files/ii18109_Eindrapport_Monitor_Toerisme_en_Recreatie_2008.pdf/\\$FILE/ii18109_Eindrapport_Monitor_Toerisme_en_Recreatie_2008.pdf](http://www2.provincie-utrecht.nl/prvutr/internet/j20_10.nsf/files/ii18109_Eindrapport_Monitor_Toerisme_en_Recreatie_2008.pdf/$FILE/ii18109_Eindrapport_Monitor_Toerisme_en_Recreatie_2008.pdf)
- Oude Wansink, M. (2008). TIM brent toerisme Maastricht in kaart. *Recreatie & Toerisme, januari*, p.19-21.
- Roovers, W.M.J.M. (1999). Stad kan toerisme goed gebruiken. *Recreatie & Toerisme, april*, p.6-9.
- Stevens, T. (2000). The future of visitor attractions. *Travel and Tourism Analyst, Vol 1*, p.61-85.
- *Toeristische Barometer Delft.* (z.d.). Opgevraagd op 5 juli, 2008, via http://raad.delft.nl/commissies/cultuur_kennis/2002/Bijlage-nota/c_2002_066_bn.pdf
- *Toeristische barometer helpt hoteliers.* (z.d.). Opgevraagd op 5 juli, 2008, via <http://www.missethoreca.nl/1029235/hotel/hotel-nieuwsbericht/ToeristischeBarometerHelptHoteliers.htm>

- *Toeristisch Index Maastricht* (z.d.). Opgevraagd op 5 juli, 2008, via <http://www.owp.nl/TIM%202005.pdf>
- *Toeristisch-recreatieve monitor Regio Arnhem-Nijmegen* (z.d.). Opgevraagd op 12 januari, 2009, via <http://vvarnhemnijmegen.nl/media/536298/Toeristisch-recreatieve%20monitor%20Regio%20Arnhem-Nijmegen.pdf>
- *Towards quality urban tourism – Integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations*. (z.d.). Opgevraagd op 30 september, 2008, via http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/towards_quality_tourism_ural_urban_coastal/iqm_urban_en.pdf
- Weyers, W.J.A. (1998). Belevingswaarde historische binnensteden verdient oppepper. *Recreatie en Toerisme, april*, p.6-9.
- Wöber, K. W. (2000). Standardizing city tourism statistics. *Annals of tourism research*, 1, p. 51-68.
- Zom, A.M.J. (2008). Duitsland: de toeristische barometer. *Nrit Magazine*, 2, p.4

Jaarverslagen en rapporten

- Bourgeois, G. (2007). Toerisme Beleidsprioriteiten 2007-2008, 29 oktober 2007, online geraadpleegd op 8 oktober, 2008, via <http://jsp.vlaamsparlement.be/docs/stukken/2007-2008/g1397-2.pdf>
- *Eindrapport Arcadis: Prettig parkeren in Hasselt, Nu en in de toekomst* (2008)
- *Infomagazine Hasselt & Zonhoven* (2010)
- *Jaarverslagen VZW Nationaal Jenevermuseum Hasselt* (1995-2009)
- *Jaarverslagen Modemuseum* (1999-2009)
- *Jaarverslagen Stadsmus* (1999-2009)
- *Jaarverslagen Cultuurcentrum Hasselt* (2004-2005, 2007-2008)
- *Persmededeling Fastigon: Fastigon actualiseert passantentellingen in 23 binnensteden*. (2006 & 2008)
- *Rapport van het WES Strategisch toeristisch plan voor de stad Hasselt* (2008, 41p.)
- *Steunpunt Toerisme en Recreatie, Toerisme Research Paper nr.3. Onderzoeksverslag: Zakentoeurisme in de Antwerpse Kempen* (2003, 26p.)
- *Steunpunt Toerisme en Recreatie, Toerisme Research Paper nr.9. Betekenis van Attracties in Vlaanderen*.
- *Toerismecahiers Toerisme Vlaanderen: Reizen met kennis van zaken: MICE-onderzoek in Vlaanderen en Brussel* (2006, 92p.)
- *Toerisme Limburg: Verblijfsmogelijkheden in Hasselt & omgeving* (2009, 12p.).

- X. (1999) *Naar een geïntegreerd data-informatiesysteem voor toerisme en recreatie op Vlaams niveau*, Vlaamse Raad voor het Toerisme, 36p.
- X. (2002) *Stadsmonografie Hasselt*, SEIN en Administratie Planning en Statistiek, 160p.

Websites

www.dagtoerismelimborg.com

www.economie-in-brabant.nl

www.ersvlimburg.be

www.euregio-mr.org

www.hasselt.be

www.inenuithasselt.be

www.kunstbus.nl/plaatsen/hasselt.html

www.obs.irisnet.be

www.statbel.fgov.be

www.steunpuntwse.be

www.s-tourismusbarometer.de

www.thuisindestad.be

www.toerismevlaanderen.be

www.toerismewerkt.be

www.toeristischebarometer.nl

www.uitinhasselt.be

www.vlaanderenvakantieland.be

www.wes.be

www.owp.nl

Analyse en constructie van een toeristische monitor voor de stad Hasselt.

Bijlagen

Geert Van Campenhout

promotor:
Prof. dr. Patrick DE GROOTE

co-promotor:
Prof. dr. Ludo PEETERS

Bijlagen

Bijlage 1: Aankomsten & overnachtingen volgens land van herkomst en doel van verblijf 2004-2008.	1
Bijlage 2: Overzicht van de congresinfrastructuur in Hasselt.	21
Bijlage 3: Bezoekcijfers Z33 (Provinciaal Museum voor Beeldende Kunsten) 1990-2009.	25
Bijlage 3: Bezoekcijfers Cultuurcentrum Hasselt 2004-2005, 2007-2008.	30
Bijlage 4: Bezoekcijfers Kunstencentrum België 2007-2008.	34
Bijlage 5: Bezoekcijfers Herkenrode 2007-2009.	35
Bijlage 6: Passantentelling Fastigon 2006 & 2008.	37
Bijlage 7: Dienst van Toerisme Hasselt: bezoekers & telefoons 2006-2009.	46
Bijlage 8: Semi-gestructureerd interview: Julie Verlinden (10/12/2009)	47
Bijlage 9: Semi-gestructureerd interview: Maurice Oude Wansinck (15/12/2009)	50
Bijlage 10: Verslag workshop (14/12/2009).	52

Overnachtingen 2004	
Land van herkomst	Eindtotaal
Algemeen Totaal	119.276
België	51.697
Nederland	14.657
Duitsland	11.708
Verenigd Koninkrijk	16.425
Frankrijk	5.102
Verenigde Staten	3.853
Overige	15.834

Aankomsten 2004		jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst														
Algemeen Totaal	4.526	5.086	5.609	5.806	6.514	5.739	6.480	4.309	6.048	5.643	5.615	5.095	66.470	
België	2.410	2.474	2.301	2.671	2.888	3.162	3.310	2.166	3.016	2.787	2.405	2.679	32.269	
Nederland	491	877	971	868	1.316	899	919	600	712	736	670	383	9.442	
Duitsland	400	350	544	503	624	397	493	389	519	481	527	389	5.616	
Verenigd Koninkrijk	485	522	613	676	692	528	732	503	849	888	920	933	8.341	
Frankrijk	182	238	332	274	298	257	321	145	249	207	231	174	2.908	
Verenigde Staten	108	91	110	117	104	70	134	89	127	89	99	58	1.196	
Overige	450	534	738	697	592	426	571	417	576	455	763	479	6.698	

Overnachtingen 2004		jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst														
Algemeen Totaal	7.657	8.271	9.865	11.012	9.577	9.671	12.936	10.774	10.937	10.060	9.768	8.748	119.276	
België	3.149	3.241	3.749	4.334	3.972	4.724	6.616	5.266	4.633	4.343	3.767	3.903	51.697	
Nederland	782	1.468	1.555	1.333	1.841	1.126	1.584	1.214	1.108	1.233	930	483	14.657	
Duitsland	863	795	947	850	921	1.428	1.044	921	1.207	1.083	973	676	11.708	
Verenigd Koninkrijk	982	1.011	1.058	1.436	1.112	845	1.283	1.553	1.489	1.644	1.985	2.027	16.425	
Frankrijk	382	368	515	579	368	356	748	252	388	338	367	441	5.102	
Verenigde Staten	371	313	355	330	187	183	386	342	565	283	284	254	3.853	
Overige	1.128	1.075	1.686	2.150	1.176	1.009	1.275	1.226	1.547	1.136	1.462	964	15.834	

Aankomsten 2005	oktober			november			december					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Land van herkomst	1.897	1.055	2.291	5.243	2.018	742	2.623	5.383	3.556	753	1.960
Algemeen Totaal	1.211	502	958	2.671	1.331	289	1.278	2.898	2.676	423	780	3.879
België	192	42	191	425	300	59	193	552	240	28	236	504
Nederland	56	128	365	549	97	115	376	588	99	125	267	491
Verenigd Koninkrijk	271	120	296	687	138	99	271	508	367	83	384	834
Frankrijk	56	60	100	216	42	22	120	184	81	15	91	187
Verenigde Staten	15	21	64	100	12	14	26	52	7	15	18	40
Overige	96	182	317	595	98	144	359	601	86	64	184	334

Aankomsten 2005	Eindtotaal
Land van herkomst	63.845
Algemeen Totaal	31.217
België	6.563
Nederland	6.801
Duitsland	8.184
Verenigd Koninkrijk	2.486
Frankrijk	1.126
Verenigde Staten	7.468

Overnachtingen 2005	januari			februari			maart					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Land van herkomst	1.671	843	4.070	6.584	1.869	338	4.945	7.152	2.783	1.024	5.803
Algemeen Totaal	1.062	539	1.081	2.682	1.291	162	1.465	2.918	1.413	189	1.791	3.393
België	208	22	223	453	253	14	288	555	321	816	419	1.556
Nederland	82	80	758	920	47	2	831	880	159	1	959	1.119
Duitsland	132	39	1.033	1.204	162	6	828	996	291	1	846	1.138
Verenigd Koninkrijk	50	66	116	232	11	0	271	282	96	1	295	392
Frankrijk	19	8	141	168	13	2	315	330	57	0	128	185
Verenigde Staten	118	89	718	925	92	152	947	1.191	446	16	1.365	1.827

Overnachtingen 2005 Land van herkomst	april			mei			juni					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Algemeen Totaal	3.253	476	6.381	10.110	3.111	1.152	6.083	10.346	2.202	1.477	6.482
België	1.705	97	1.671	3.473	1.780	263	2.053	4.096	1.007	546	2.170	3.723
Nederland	388	185	542	1.115	327	457	832	1.616	323	357	403	1.083
Duitsland	148	2	782	932	184	62	761	1.007	177	84	804	1.065
Verenigd Koninkrijk	213	0	825	1.038	521	80	817	1.418	301	91	933	1.325
Frankrijk	187	175	556	918	26	56	243	325	49	141	190	380
Verenigde Staten	41	0	294	335	71	12	130	213	42	29	237	308
Overige	571	17	1.711	2.299	202	222	1.247	1.671	303	229	1.745	2.277

Overnachtingen 2005 Land van herkomst	juli			augustus			september					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Algemeen Totaal	8.328	1.643	6.886	16.857	6.565	1.607	5.706	13.878	3.710	1.401	6.028
België	6.096	578	1.451	8.125	4.673	849	1.765	7.287	2.118	656	1.929	4.703
Nederland	457	32	272	761	452	85	355	892	265	85	255	605
Duitsland	667	58	1.262	1.987	294	135	990	1.419	269	156	1.159	1.584
Verenigd Koninkrijk	688	42	1.272	2.002	801	357	906	2.064	730	89	1.031	1.850
Frankrijk	67	64	97	228	81	52	89	222	134	29	142	305
Verenigde Staten	40	334	261	635	26	37	114	177	31	33	137	201
Overige	313	535	2.271	3.119	238	92	1.487	1.817	163	353	1.375	1.891

Overnachtingen 2005 Land van herkomst	oktober			november			december					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Algemeen Totaal	2.650	1.824	5.142	9.616	2.945	1.749	5.913	10.607	5.168	1.349	3.815
België	1.676	745	2.255	4.676	1.859	579	2.723	5.161	3.474	698	1.279	5.451
Nederland	262	58	293	613	383	111	290	784	332	53	433	818
Duitsland	81	199	768	1.048	142	228	997	1.367	174	247	547	968
Verenigd Koninkrijk	416	249	649	1.314	323	224	758	1.305	939	161	971	2.071
Frankrijk	58	119	196	373	60	29	261	350	96	26	125	247
Verenigde Staten	22	78	177	277	22	36	77	135	11	45	72	128
Overige	135	376	804	1.315	156	542	807	1.505	142	119	388	649

Overnachtingen 2005	Eindtotaal
Land van herkomst	
Algemeen Totaal	126.392
België	55.688
Nederland	10.851
Duitsland	14.296
Verenigd Koninkrijk	17.725
Frankrijk	4.254
Verenigde Staten	3.092
Overige	20.486

Aankomsten 2005	jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst													
Algemeen Totaal	3.609	4.020	5.080	5.128	5.972	4.918	5.997	5.993	6.233	5.243	5.383	6.269	63.845
België	1.602	1.946	2.039	2.084	2.747	2.121	2.936	3.181	3.113	2.671	2.898	3.879	31.217
Nederland	331	375	748	688	926	539	481	540	454	425	552	504	6.563
Duitsland	464	409	593	494	555	526	726	627	779	549	588	491	6.801
Verenigd Koninkrijk	442	458	578	461	754	679	906	999	878	687	508	834	8.184
Frankrijk	172	197	272	397	175	189	134	142	221	216	184	187	2.486
Verenigde Staten	73	101	71	121	81	124	186	92	85	100	52	40	1.126
Overige	525	534	779	883	734	740	628	412	703	595	601	334	7.468

Overnachtingen 2005	jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst													
Algemeen Totaal	6.584	7.152	9.610	10.110	10.346	10.161	16.857	13.878	11.139	9.616	10.607	10.332	126.392
België	2.682	2.918	3.393	3.473	4.096	3.723	8.125	7.287	4.703	4.676	5.161	5.451	55.688
Nederland	453	555	1.556	1.115	1.616	1.083	761	892	605	613	784	818	10.851
Duitsland	920	880	1.119	932	1.007	1.065	1.987	1.419	1.584	1.048	1.367	968	14.296
Verenigd Koninkrijk	1.204	996	1.138	1.038	1.418	1.325	2.002	2.064	1.850	1.314	1.305	2.071	17.725
Frankrijk	232	282	392	918	325	380	228	222	305	373	350	247	4.254
Verenigde Staten	168	330	185	335	213	308	635	177	201	277	135	128	3.092
Overige	925	1.191	1.827	2.299	1.671	2.277	3.119	1.817	1.891	1.315	1.505	649	20.486

Overnachtingen 2006 Land van herkomst	april			mei			juni					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Algemeen Totaal	4.208	3.796	4.562	12.566	3.368	3.338	5.013	11.719	3.316	3.509	4.938
België	2.188	1.172	1.405	4.765	1.966	1.285	1.681	4.932	1.936	1.242	2.102	5.280
Nederland	923	429	365	1.717	762	118	277	1.157	626	421	284	1.331
Duitsland	124	558	1.008	1.690	187	497	1.266	1.950	197	346	1.192	1.735
Verenigd Koninkrijk	219	564	430	1.213	128	559	563	1.250	59	561	456	1.076
Frankrijk	143	194	172	509	51	121	272	444	224	56	216	496
Verenigde Staten	21	136	32	189	25	134	121	280	28	148	110	286
Overige	590	743	1.150	2.483	249	624	833	1.706	246	735	578	1.559

Overnachtingen 2006 Land van herkomst	juli			augustus			september					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Algemeen Totaal	7.056	2.746	3.186	12.988	5.305	3.144	3.441	11.890	3.329	2.994	4.079
België	4.941	710	1.031	6.682	3.313	1.333	1.178	5.824	1.819	660	1.521	4.000
Nederland	762	118	325	1.205	964	142	459	1.565	565	254	357	1.176
Duitsland	234	323	1.043	1.600	314	412	841	1.567	367	655	725	1.747
Verenigd Koninkrijk	163	883	221	1.267	239	494	247	980	240	565	335	1.140
Frankrijk	219	56	96	371	106	68	118	292	71	87	331	489
Verenigde Staten	67	146	62	275	36	192	42	270	29	163	35	227
Overige	670	510	408	1.588	333	503	556	1.392	238	610	775	1.623

Overnachtingen 2006 Land van herkomst	oktober			november			december					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Algemeen Totaal	3.226	3.054	4.727	11.007	2.544	2.533	4.316	9.393	5.656	1.933	3.525
België	2.085	780	1.915	4.780	1.685	491	1.729	3.905	3.510	515	1.634	5.659
Nederland	786	190	425	1.401	579	195	375	1.149	1.349	106	382	1.837
Duitsland	75	519	1.033	1.627	30	603	949	1.582	66	377	625	1.068
Verenigd Koninkrijk	41	562	288	891	131	591	365	1.087	437	333	242	1.012
Frankrijk	41	81	269	391	25	58	180	263	70	51	306	427
Verenigde Staten	8	165	31	204	5	142	19	166	23	207	34	264
Overige	190	757	766	1.713	89	453	699	1.241	201	344	302	847

Overnachtingen 2006	Eindtotaal
Algemeen Totaal	131.580
België	59.416
Nederland	15.410
Duitsland	18.923
Verenigd Koninkrijk	13.341
Frankrijk	4.611
Verenigde Staten	2.632
Overige	17.247

Aankomsten 2006	jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst	4.448	5.499	5.677	6.420	6.186	6.021	5.202	6.274	6.113	6.045	5.251	6.853	69.989
Algemeen Totaal	4.448	5.499	5.677	6.420	6.186	6.021	5.202	6.274	6.113	6.045	5.251	6.853	69.989
België	2.445	3.061	2.610	2.918	2.962	3.073	2.642	3.433	2.755	2.978	2.417	4.079	35.373
Nederland	413	545	700	995	702	758	729	798	803	891	797	1.096	9.227
Duitsland	524	685	871	699	809	681	630	700	846	702	732	493	8.372
Verenigd Koninkrijk	421	450	590	546	592	466	448	497	565	437	484	437	5.933
Frankrijk	162	208	218	242	265	243	164	173	310	269	186	250	2.690
Verenigde Staten	45	54	61	54	93	83	84	93	75	67	55	69	833
Overige	438	496	627	966	763	717	505	580	759	701	580	429	7.561
Totaal	4.448	5.499	5.677	6.420	6.186	6.021	5.202	6.274	6.113	6.045	5.251	6.853	69.989

Overnachtingen 2006	jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst	7.935	10.367	10.436	12.566	11.719	11.763	12.988	11.890	10.402	11.007	9.393	11.114	131.580
Algemeen Totaal	7.935	10.367	10.436	12.566	11.719	11.763	12.988	11.890	10.402	11.007	9.393	11.114	131.580
België	3.743	5.283	4.563	4.765	4.932	5.280	6.682	5.824	4.000	4.780	3.905	5.659	59.416
Nederland	675	967	1.230	1.717	1.157	1.331	1.205	1.565	1.176	1.401	1.149	1.837	15.410
Duitsland	1.086	1.396	1.875	1.690	1.950	1.735	1.600	1.567	1.747	1.627	1.582	1.068	18.923
Verenigd Koninkrijk	1.033	1.142	1.250	1.213	1.250	1.076	1.267	980	1.140	891	1.087	1.012	13.341
Frankrijk	323	321	285	509	444	496	371	292	489	391	263	427	4.611
Verenigde Staten	149	145	177	189	280	286	275	270	227	204	166	264	2.632
Overige	926	1.113	1.056	2.483	1.706	1.559	1.588	1.392	1.623	1.713	1.241	847	17.247
Totaal	7.935	10.367	10.436	12.566	11.719	11.763	12.988	11.890	10.402	11.007	9.393	11.114	131.580

2007

Aankomsten 2007	januari			februari			maart					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Land van herkomst	1.882	1.416	1.892	5.190	2.079	1.448	2.242	5.769	2.546	1.430	2.307
Algemeen Totaal	1.303	339	821	2.463	1.379	344	1.129	2.852	1.573	383	1.195	3.151
België	399	98	282	779	463	92	256	811	557	106	262	925
Nederland	27	322	306	655	32	321	262	615	111	328	342	781
Verenigd Koninkrijk	77	271	115	463	94	259	148	501	76	273	103	452
Frankrijk	24	45	97	166	17	46	169	232	66	47	123	236
Verenigde Staten	3	60	20	83	8	56	16	80	11	53	25	89
Overige	49	281	251	581	86	330	262	678	152	240	257	649

Aankomsten 2007	april			mei			juni					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Land van herkomst	2.943	1.460	2.204	6.607	2.772	685	2.708	6.165	2.440	1.440	2.509
Algemeen Totaal	1.933	402	1.078	3.413	1.599	233	1.298	3.130	1.693	574	1.145	3.412
België	526	202	217	945	622	61	394	1.077	508	103	327	938
Nederland	59	221	260	540	152	89	375	616	83	124	284	491
Verenigd Koninkrijk	53	232	161	446	185	117	164	466	37	218	191	446
Frankrijk	124	59	154	337	61	29	123	213	34	63	174	271
Verenigde Staten	6	61	27	94	29	37	21	87	8	72	27	107
Overige	242	283	307	832	124	119	333	576	77	286	361	724

Aankomsten 2007	juli			augustus			september					
	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal	1	2	3	Totaal
	Land van herkomst	3.377	1.336	1.805	6.518	3.586	1.365	1.736	6.687	3.115	1.663	2.131
Algemeen Totaal	2.655	640	856	4.151	2.502	611	844	3.957	2.124	717	1.014	3.855
België	449	97	271	817	637	126	235	998	374	121	238	733
Nederland	64	91	207	362	127	130	190	447	162	138	209	509
Verenigd Koninkrijk	33	174	156	363	83	123	150	356	90	224	190	504
Frankrijk	71	61	136	268	75	49	130	254	67	43	192	302
Verenigde Staten	15	60	26	101	19	51	14	84	29	53	41	123
Overige	90	213	153	456	143	275	173	591	269	367	247	883

Overnachtingen 2007	Eindtotaal
Algemeen Totaal	142.885
België	71.499
Nederland	16.281
Duitsland	12.802
Verenigd Koninkrijk	11.915
Frankrijk	5.555
Verenigde Staten	3.319
Overige	21.514

Aankomsten 2007	jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst													
Algemeen Totaal	5.190	5.769	6.283	6.607	6.165	6.389	6.518	6.687	6.909	7.326	6.201	6.740	76.784
België	2.463	2.852	3.151	3.413	3.130	3.412	4.151	3.957	3.855	4.206	3.783	4.467	42.840
Nederland	779	811	925	945	1.077	938	817	998	733	843	705	835	10.406
Duitsland	655	615	781	540	616	491	362	447	509	591	406	352	6.365
Verenigd Koninkrijk	463	501	452	446	466	446	363	356	504	438	381	427	5.243
Frankrijk	166	232	236	337	213	271	268	254	302	273	320	244	3.116
Verenigde Staten	83	80	89	94	87	107	101	84	123	129	65	46	1.088
Overige	581	678	649	832	576	724	456	591	883	846	541	369	7.726

Overnachtingen 2007	jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst													
Algemeen Totaal	9.202	10.147	10.820	12.219	10.565	12.131	17.433	14.801	12.265	12.051	10.715	10.536	142.885
België	3.500	4.418	4.647	5.288	4.828	5.322	11.534	7.590	5.718	6.092	6.082	6.480	71.499
Nederland	1.241	1.180	1.376	1.672	1.626	1.400	1.326	1.984	1.207	1.138	980	1.151	16.281
Duitsland	1.329	1.332	1.686	1.205	1.402	896	734	814	904	1.075	720	705	12.802
Verenigd Koninkrijk	1.038	1.115	1.041	1.039	1.012	1.136	990	1.070	1.085	928	776	685	11.915
Frankrijk	278	461	416	703	302	444	429	560	517	434	610	401	5.555
Verenigde Staten	277	277	273	297	262	285	338	263	269	388	172	218	3.319
Overige	1.539	1.364	1.381	2.015	1.133	2.648	2.082	2.520	2.565	1.996	1.375	896	21.514

Overnachtingen 2008	Eindtotaal
Algemeen Totaal	171.478
België	97.455
Nederland	19.825
Duitsland	11.814
Verenigd Koninkrijk	12.838
Frankrijk	5.185
Verenigde Staten	2.975
Overige	21.386

Aankomsten 2008	jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst													
Algemeen Totaal	4.639	7.088	8.108	9.071	9.253	7.781	8.582	9.592	8.120	6.899	9.030	10.387	98.550
België	2.650	4.441	4.701	5.536	5.250	4.249	5.516	6.399	4.980	4.245	5.417	7.648	61.032
Nederland	525	992	1.235	1.144	1.186	919	1.185	1.222	835	1.001	1.239	1.250	12.733
Duitsland	353	464	413	512	780	668	560	448	493	453	814	347	6.305
Verenigd Koninkrijk	289	340	392	596	526	579	373	549	519	311	421	426	5.321
Frankrijk	145	168	270	309	312	330	179	289	277	217	236	231	2.963
Verenigde Staten	55	64	80	72	114	109	65	87	143	63	84	64	1.000
Overige	622	619	1.017	902	1.085	927	704	598	873	609	819	421	9.196

Overnachtingen 2008	jan.	feb.	maa.	apr.	mei	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	Totaal
Land van herkomst													
Algemeen Totaal	8.999	11.809	13.539	14.035	15.831	12.556	17.372	20.801	15.243	11.672	13.985	15.636	171.478
België	4.526	6.352	7.198	7.909	8.045	6.207	10.992	13.917	7.863	6.348	7.569	10.529	97.455
Nederland	854	1.455	1.943	1.631	1.800	1.321	2.453	2.062	1.118	1.508	1.851	1.829	19.825
Duitsland	776	970	707	942	1.565	1.162	995	972	850	885	1.395	595	11.814
Verenigd Koninkrijk	765	802	744	1.121	1.094	1.128	734	1.528	1.994	909	1.013	1.006	12.838
Frankrijk	355	307	421	435	541	518	267	677	591	320	346	407	5.185
Verenigde Staten	157	164	211	235	310	274	159	220	614	168	243	220	2.975
Overige	1.566	1.759	2.315	1.762	2.476	1.946	1.772	1.425	2.213	1.534	1.568	1.050	21.386

Bijlage 2: Overzicht van de congresinfrastructuur in Hasselt.

Organisatie	Zaal	m ²	Aud.	Sem.	Receptie	Theater	Banquet	Daylight	Internet	Parking
Borrelhuis NV	Zaal 1	30	0	25	30	30	25	Nee	Nee	0
	Zaal 2	30	0	25	30	30	25	Nee	Nee	
	Zaal 3	150	0	120	150	150	120	Nee	Nee	
	Zaal 4	85	0	50	60	80	50	Nee	Nee	
	Zaal 5	110	0	50	60	60	50	Nee	Nee	
	Zaal 6	50	0	20	25	25	25	Nee	Nee	
Cultuurcentrum Hasselt	Detmoldzaal	150	0	50	0	120	0	Ja	Ja	350
	Salon	115	0	50	0	120	0	Ja	Ja	
	Grote schouwburg	429	896	896	0	896	0	Ja	Ja	
	Kleine schouwburg	107	354	354	0	354	0	Ja	Ja	
	Grote feestzaal	572	0	0	800	600	600	Nee	Nee	
	Kleine feestzaal	239	0	0	200	200	200	Nee	Nee	
	Vergaderzaal 1	39	0	20	0	0	0	Ja	Ja	
	Vergaderzaal 2	66	0	30	0	40	0	Ja	Ja	
	Vergaderzaal 3	29	0	18	0	0	0	Ja	Ja	
	Vergaderzaal 4	29	0	18	0	0	0	Ja	Ja	
Vergaderzaal 6	29	0	18	0	0	0	Ja	Nee		
Vergaderzaal 7	29	0	18	0	0	0	Ja	Nee		
Vergaderzaal 8	46	0	24	0	0	0	0	Ja	Nee	
De Groene Hendrickx	Kleine Zaal	/	20	20	40	0	20	Ja	Ja	0
Express By Holiday Inn	Hendrik Van Veldeke	50	0	25	0	45	0	Nee	Nee	450
Golf Meeting Point	Auditorium	130	110	0	0	0	0	Ja	Ja	100
	Zaal 1	130	0	75	0	120	0	Ja	Ja	
	Zaal 2	45	0	17	0	30	0	Ja	Ja	
	Zaal 3	45	0	12	0	0	0	Ja	Ja	
	Zaal 4	130	110	0	0	0	0	Ja	Ja	

Organisatie	Zaal	m ²	Aud.	Sem.	Receptie	Theater	Banquet	Daylight	Internet	Parking
Kinepolis	Foyer	/	0	0	0	1.000	0	Ja	Ja	/
	Movie Lounge	530	0	0	400	0	400	Ja	Ja	
	Zaal 1	/	120	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 2	/	192	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 3	/	330	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 4	/	436	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 5	/	330	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 6	/	437	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 7	/	192	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 8	/	120	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 9	/	120	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 10	/	192	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 11	/	331	0	0	0	0	Nee	Ja	
	Zaal 12	/	0	208	0	0	0	Nee	Ja	
Zaal 13	/	192	0	0	0	0	Nee	Ja		
Zaal 14	/	120	0	0	0	0	Nee	Ja		
Officenter	Zaal 1	35	0	20	35	0	0	Nee	Nee	100
	Zaal2	35	0	20	35	0	0	Nee	Nee	
	Zaal3	23	0	8	20	0	0	Nee	Nee	
	Zaal4	35	0	20	35	0	0	Nee	Nee	
	Zaal5	50	0	30	50	0	0	Nee	Nee	
	Zaal 1+2	70	0	40	70	55	40	Nee	Nee	

Organisatie	Zaal	m ²	Aud.	Sem.	Receptie	Theater	Banquet	Daylight	Internet	Parking
Radisson Blu Hotel	Rubens (Ru)	65	0	0	80	65	50	Ja	Ja	450
	Magritte (M)	33	0	0	20	32	25	Ja	Ja	
	Raveel (Ra)	41	0	0	30	45	30	Ja	Ja	
	Ru + M	89	0	0	100	110	70	Ja	Ja	
	M + Ra	75	0	0	50	85	60	Ja	Ja	
	Ru + M + Ra	139	0	0	250	190	120	Ja	Ja	
	Van Eyck	111	0	0	150	120	70	Ja	Ja	
	Skymeeeting 1	28	0	0	36	35	14	Ja	Ja	
	Skymeeeting 2	34	0	0	48	42	18	Ja	Ja	
	Skymeeeting 3	26	0	0	0	0	18	Ja	Ja	
	Skymeeeting 4	34	0	0	40	32	18	Ja	Ja	
	Skymeeeting 5	34	0	0	40	32	18	Ja	Ja	
	Skymeeeting 6	60	0	0	80	64	48	Ja	Ja	
	Skymeeeting 4+5	68	0	0	80	84	40	Ja	Ja	
	Skymeeeting 4+5+6	128	0	0	160	0	96	Ja	Ja	
Syntra Limburg	145	135	50	50	50	50	30	Nee	Nee	300
	Aula	150	120	120	0	120	0	Nee	Nee	
	48	135	100	100	100	100	60	Nee	Nee	
	148	162	200	200	200	200	80	Nee	Nee	
	Diverse leslokalen	52	25	25	0	25	25	Nee	Nee	
Triam Training	Lilo	30	0	12	30	24	12	Ja	Ja	0
	Palami	40	0	20	40	40	20	Ja	Ja	
	Salum	25	0	10	25	20	10	Ja	Ja	

Bijlage 3: Bezoekcijfers Z33 (Provinciaal Museum voor Beeldende Kunsten) 1990-2009.

Jaar	Tentoonstelling	Bezoekers
1990	Espace Nord - Het Latijnse Noorden in 4 scènes	1.474
	Made in Florida	566
	De collectie alsnoch, reeksnr. 0	483
	Richard Serre - Grafisch werk Luc Deleu & T.O.P. - office	1.681
	Status of Sculpture	1.546
	Totaal	5.750
1991	Tussen Klank en Beeld	3.422
	De collectie alsnoch, reeksnr. 1	934
	Gedachten Gangen	1.003
	Totaal	5.359
1992	Negen	731
	Alinari & Anderson	809
	Hugo Duchateau, Vincent van den Meersch & Fons Haagmans	851
	Cruz & Gomez Philip Huyghe	1.831
	Euregionale 6	1.073
	Totaal	5.295
1993	Jan van Munster, Leo Copers & Andre Bertels	1.267
	De collectie Droste & Rombouts Archi - Arche	1.147
	Philippe van Snick Bob Verschueren	532
	Totaal	2.946
1994	Fred Eerdeken, Tom Van Summeren	1.490
	Herman Maes, Paul Sochaki	1.201
	Lydia Schouten	1.791
	Dialogues	1.124
	Totaal	5.606
1995	Paul Joostens	/
	Wout Vercammen	/
	The Joseph Boys	/
	Ria Pacquee	/
	Marinus Boezem	/
	Gran Pavese	/
	Confrontaties	1.877
Totaal	/	

Jaar	Tentoonstelling	Bezoekers	
1996	Toegepast	590	
	De Haan, Van Aesclepius	754	
	Cel Crabeels, V. Vandendorpe, Paul De Veylder	274	
	Meerdimensionaliteit	273	
	Het Beeld van de Architectuur	239	
	Uitdiepen	357	
	De Adam van Adam	894	
	The Times They Are Changing	835	
	It has nothing To Do With Jeanine	695	
	Patrick Van Caeckenbergh, Het Leven Zelf	1.487	
	Artificial Flowers	2.024	
	Hebben Wij Het Geweten	1.612	
	Totaal	13.733	
	1997	Toegepast	964
Anna Komt Zo		612	
Open Galerij		3.000	
Kijk Mama Zonder Handen		422	
5th International Seminar on Photography		922	
Reflectie Rewind and Fast Forward		705*	
Te Veel Innerlijke Stem en Echte Beelden		911	
Grafiek op de Grens		652	
Maakt Kunst Staat		2.181	
Openstelling		1.616	
Jan Van Imschoot - Reservations		2.338	
Totaal		16.823	
		* + 2500 naar Begijnhofkerk	
1998		Toegepast	784
	Harold Barreiro, Hans Op De Beeck, Gert Robijns	408	
	Anke Schäfer, Desiree Palmen	543	
	Zinnen - Beelden	811	
	Schone Handen	446	
	Transient Drapery	811	
	Soap Business	368	
	Jef Geys - Fabrice Hybert	516	
	Suspensie	435	
	Observatorium	868	
	Totaal	5.990	
	1999	Myron	609
		Toegepast 4	609
Museum Onder Water		879	
Fernande Kuypers & Peter Hulsmans		700	
Denise Peeters & Jan Verhaeghe		336	
In de Ban van de Ring		3.500	
Beeld voor Beeld		1.719	
Totaal		8.352	

Jaar	Tentoonstelling	Bezoekers
2000	As van Stof	199
	Els Vanden Meersch & Keiko Sato	384
	Toegepast 5	672
	De Navel van de Wereld	950
	Ruth Van Haren Noman, Liliane Vertessen, Mr. Delmotte	905
	Noch vor der Sprache. Nog voor de Taal	714
	No Shooting	2.398
	Smokkelproject, presentatie	21
	Kort Geknipt	3.000
	U Hoort Nog van Ons...	967
	Harde Klontjes. Morceaux Durs	888
	Mondophrenetic	420
	Au Fur et à Mesure	459
	Totaal	11.977
	2001	Integratie - Patrick Merchant
Toegepast 6		1.025
Koen van den Broek		1.066
Seminarie Photography		1.066
Private Language		900
Duchateau/De Beukelaar		1.177
Midivisi		1.096
Het versluierd Beeld		1.371
Notorious		2.010
Totaal		13.682
2002	Malou Swinnen - De Pose	3.207
	Observatorium	2.544
	Toegepast 7	2.386
	Freespace Limburg	1.196
	Laboratorium	868
	Lezingen architecten	369
	Freespace Limburg	427
	EAP	1.033
	Mobile Phonics	924
	Freespace Limburg	688
	Totaal	13.642
	2003	Christophe Coppens
Filip Van Dingenen		1.757
Raf Simons - Vleugel '58		4.884
Raf Simons - Galerij Huisje 11		3.800
Freespace Limburg		2.399
Bestuifbegeerte - Cera Found.		2.023
Peter De Cupere		5.354
Toegepast 8		646
Totaal	25.535	

Jaar	Tentoonstelling	Bezoekers
2004	Peter De Cupere	3.356
	Toegepast 8	1.131
	Feel the Old - Feel the New	6.141
	FreeSpace - Bruna Esposito	716
	Feel the Young	3.723
	FreeSpace - Hermann Maier	434
	FreeSpace - Eppo Dehaes	2.226
	Koen Vanmechelen	6.857
	FreeSpace - Werner Feiersinger	650
	Toegepast 9	1.219
	Living in Motion	2.226
	FreeSpace - Paul Casaer	387
	Totaal	29.066
	2005	Toegepast 9
Living in Motion		4.351
FreeSpace - O.K.EN O - 1		848
FreeSpace - O.K.EN O - 2		657
John Körmeling		2.565
Gert Robijns - 1		1.405
Gert Robijns - 2		4.359
Over de mensen en de dingen		8.559
Scents - Locks - Kisses		4.195
Toegepast 10		1.159
Totaal		29.455
2006		Scents - Locks - Kisses
	Over de mensen en de dingen	240
	Toegepast 10	841
	Nr. 12 Exces	4.157
	FreeSpace Powerplays Fase 1	2.634
	FreeSpace Powerplays Fase 2	876
	Nr. 13 After Cage	5.518
	De uitkijktoren	7.266
	FreeSpace Powerplays Fase 3 & 4	1.189
	Toegepast 11	2.026
	Nr. 14 Light Play	5.818
	Totaal	30.724
	2007	Nr.14 Light Play
The Suspended Moment		4.539
Ruimte te gebruiken - 'Shots'		2.010
Nr. 15 Designing Critical Design		5.122
Hugo Duchateau 'Laten we kijken'		710
Nr. 16 Studio Job		4.697
Toegepast 12		2.470
Nr. 17 Slow - Marina Yee		1.923
Totaal	24.099	

Jaar	Tentoonstelling	Bezoekers
2008	Nr. 17 Slow - Marina Yee	3.330
	Designed by Artists	3.282
	Nr. 18 Place@Space	3.625
	Bridge - Michael Cross	5.618
	Nr. 19 1% Water	7.468
	Toegepast 13	4.298
	Ronny Delrue	2.011
	T.G.E. - Ives Maes	2.907
	Totaal	32.539
2009	TGE - Part 1: Ives Maes	129
	Ronny Delrue	257
	Superstories	8.021
	Pro Motion - Gabriel Lester	7.445
	Werk Nu	3.567
	Toegepast 14 en Thomas Lommée	1.317
	(un) balanced - Frederic Geurts	/
	/	/
	Totaal	34.652

Bijlage 3: Bezoekcijfers Cultuurcentrum Hasselt 2004-2005, 2007-2008

2004	januari		februari		maart		april		mei		juni		juli	
	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.
Dans	1	336	2	347	0	0	1	276	1	701	0	0	0	0
Theater en woord	4	717	2	500	2	598	0	0	3	937	0	0	0	0
Literatuur	1	127	1	426	1	179	0	0	0	0	0	0	0	0
Klassieke muziek	4	1.253	3	274	3	202	5	939	2	477	0	0	0	0
Jazz&wereld	0	0	2	807	2	850	2	242	0	0	0	0	0	0
Familievoorstellingen	1	220	29	2.523	1	299	2	326	3	1.624	0	0	0	0
Ballet	1	238	0	0	2	1.156	0	0	0	0	0	0	0	0
Cabaret & humor	0	0	1	414	1	166	0	0	3	1.951	0	0	0	0
Opera	0	0	0	0	2	1.284	1	514	0	0	0	0	0	0
Musical	1	783	1	317	1	360	0	0	0	0	0	0	0	0
In concert	2	1.042	1	67	2	1.019	3	923	1	720	0	0	0	0
Show	1	112	0	0	2	984	1	420	0	0	0	0	0	0
Exploratie	0	0	1	257	0	0	1	467	0	0	0	0	0	0
Totaal	16	4.828	43	5.932	19	7.097	16	4.107	13	6.410	0	0	0	0
2004	augustus		september		oktober		november		december		Totaal			
	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.		
Dans	0	0	2	132	1	227	1	595	0	0	9	2.614		
Theater en woord	0	0	10	564	27	1.243	2	208	4	1.338	54	6.105		
Literatuur	0	0	0	0	8	223	0	0	0	0	11	955		
Klassieke muziek	0	0	2	151	7	1.624	5	999	7	1.448	38	7.367		
Jazz&wereld	0	0	0	0	0	0	2	631	1	220	9	2.750		
Familievoorstellingen	0	0	3	1.129	3	312	13	1.657	7	826	62	8.916		
Ballet	0	0	0	0	1	399	0	0	1	773	5	2.566		
Cabaret & humor	0	0	0	0	0	0	2	417	2	1.630	9	4.578		
Opera	0	0	0	0	1	503	0	0	0	0	4	2.301		
Musical	0	0	4	1.090	2	808	0	0	0	0	9	3.358		
In concert	0	0	9	936	2	926	3	1.794	1	380	24	7.807		
Show	0	0	4	1.090	2	808	0	0	0	0	10	3.414		
Exploratie	0	0	0	0	1	258	1	269	0	0	4	1.251		
Totaal	0	0	34	5.092	55	7.331	29	6.570	23	6.615	248	53.982		

2005	januari		februari		maart		april		mei		juni		juli	
	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.
Dans	1	219	2	432	0	0	0	0	0	0	1	606	0	0
Theater en woord	2	467	3	672	5	740	5	483	2	245	0	0	0	0
Klassieke muziek	3	1.316	4	539	3	388	3	362	1	139	1	776	0	0
Jazz&wereld	0	0	0	0	1	286	1	215	1	101	1	991	0	0
Familievoorstellingen	1	121	3	638	3	461	2	331	1	187	0	0	0	0
Ballet	0	0	0	0	2	1.140	1	781	0	0	0	0	0	0
Cabaret & humor	0	0	2	1.322	0	0	2	920	1	342	0	0	0	0
Opera	2	1.048	0	0	2	962	1	598	0	0	0	0	0	0
Show & musical	0	0	3	762	1	404	3	2.275	1	792	0	0	0	0
In concert	1	287	2	899	2	787	1	96	3	1.741	0	0	0	0
Exploratie	1	209	1	194	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totaal	11	3.667	20	5.458	19	5.168	19	6.061	10	3.547	3	2.373	0	0

2005	augustus		september		oktober		november		december		Totaal	
	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.
Dans	0	0	3	121	1	75	1	113	0	0	9	1.566
Theater en woord	0	0	5	384	3	619	4	609	2	754	31	4.973
Klassieke muziek	0	0	3	261	6	1.652	2	252	7	1.935	33	7.620
Jazz&wereld	0	0	4	382	4	453	0	0	1	446	13	2.874
Familievoorstellingen	0	0	0	0	9	1.132	2	175	2	521	23	3.566
Ballet	0	0	0	0	2	973	0	0	1	784	6	3.678
Cabaret & humor	0	0	4	181	1	706	2	885	1	374	13	4.730
Opera	0	0	0	0	0	0	1	574	1	443	7	3.625
Show & musical	0	0	0	0	3	2.326	3	1.753	0	0	14	8.312
In concert	0	0	8	406	3	495	2	363	4	1.299	26	6.373
Exploratie	0	0	1	133	0	0	0	0	1	266	4	802
Totaal	0	0	28	1.868	32	8.431	17	4.724	20	6.822	179	48.119

2007	januari		februari		maart		april		mei		juni		juli	
	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.
Dans & ballet	3	1.655	3	565	1	133	2	1.309	0	0	0	0	0	0
Literatuur	5	861	7	1.137	6	1.047	4	620	3	862	0	0	0	0
Klassieke muziek	3	625	7	1.740	6	822	3	359	2	206	14	1.200	0	0
Cabaret & humor	0	0	0	0	4	3.376	1	760	2	1.056	0	0	0	0
Opera & operette	0	0	0	0	1	760	1	474	0	0	0	0	0	0
Show & musical	2	1.218	4	1.018	1	633	1	426	0	0	0	0	0	0
In concert	3	998	6	1.125	6	1.411	4	1.616	1	187	0	0	0	0
Exploratie	1	170	0	0	0	0	1	201	0	0	0	0	0	0
Totaal	17	5.527	27	5.585	25	8.182	17	5.765	8	2.311	14	1.200	0	0

2007	augustus		september		oktober		november		december		Totaal	
	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.
Dans & ballet	0	0	5	606	3	1.135	1	80	2	1.306	20	6.789
Literatuur	0	0	5	299	4	797	1	55	4	609	39	6.287
Klassieke muziek	0	0	1	8	7	1.388	5	1.493	6	1.552	54	9.393
Cabaret & humor	0	0	2	384	1	841	0	0	2	1.097	12	7.514
Opera & operette	0	0	1	562	0	0	1	631	0	0	4	2.427
Show & musical	0	0	0	0	1	274	2	1.033	2	1.119	13	5.721
In concert	0	0	11	1.341	9	2.613	7	3.159	4	1.611	51	14.061
Exploratie	0	0	1	218	0	0	0	0	1	238	4	827
Totaal	0	0	26	3.418	25	7.048	17	6.451	21	7.532	197	53.019

2008	januari		februari		maart		april		mei		juni		juli	
	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.
Dans & ballet	1	589	4	853	1	120	1	539	0	0	0	0	0	0
Theater en woord	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Literatuur	5	1.110	4	679	4	628	4	1.831	5	728	0	0	0	0
Klassieke muziek	7	1.965	11	635	3	700	5	894	4	1.163	0	0	0	0
Cabaret, show & musical	3	1.700	1	454	3	2.144	1	88	0	0	6	3.182	0	0
Opera & operette	0	0	1	775	1	530	2	930	0	0	0	0	0	0
In concert	7	2.914	4	1.354	4	1.485	3	1.252	4	1.072	0	0	0	0
Exploratie	1	20	0	0	0	0	1	172	0	0	0	0	0	0
Totaal	24	8.298	25	4.750	16	5.607	17	5.706	13	2.963	6	3.182	0	0

2008	augustus		september		oktober		november		december		Totaal	
	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.	# voorst.	bez.
Dans & ballet	0	0	0	0	0	0	1	494	2	1.196	10	3.791
Theater en woord	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	7.173
Literatuur	0	0	2	150	4	776	5	736	5	535	38	7.173
Klassieke muziek	0	0	1	176	3	959	4	1.447	7	2.095	45	10.034
Cabaret, show & musical	0	0	1	754	1	339	1	739	2	1.227	19	10.627
Opera & operette	0	0	0	0	1	797	0	0	0	0	5	3.032
In concert	0	0	2	1.574	5	2.301	13	2.335	5	2.816	47	17.103
Exploratie	0	0	0	0	1	123	0	0	1	151	4	466
Totaal	0	0	6	2.654	15	5.295	24	5.751	22	8.020	204	59.399

Bijlage 4: Bezoekcijfers Kunstencentrum België 2007-2008.

2007	Eigen producties				Coproducties				Gastproducties				Publiekstotaal		
	# producties	# voorstellingen	# toeschouwers	# producties	# voorstellingen	# toeschouwers	# producties	# voorstellingen	# producties	# voorstellingen	# toeschouwers	# producties		# voorstellingen	# toeschouwers
Voorstellingen															
Muziek	28	31	1.356	65	69	3.228	14	14	1.591	6.175					
Film	18	20	486	114	129	466	16	16	1.226	2.178					
Podium	6	9	474	7	8	485	3	4	488	1.447					
Beeldende kunst	4	33	1.817	8	27	1.827	-	-	-	3.644					
Multidisciplinair	57	62	3.670	-	-	-	-	-	-	3.670					
Andere	191	228	2.982	-	-	-	-	-	-	2.982					
Totaal	304	383	10.785	194	233	6.006	33	34	3.305	20.096					
2008	Eigen producties				Coproducties				Gastproducties				Publiekstotaal		
	# producties	# voorstellingen	# toeschouwers	# producties	# voorstellingen	# toeschouwers	# producties	# voorstellingen	# producties	# voorstellingen	# toeschouwers	# producties		# voorstellingen	# toeschouwers
Voorstellingen															
Muziek	17	19	1.290	29	29	2.032	18	18	894	4.216					
Film	3	3	91	78	144	764	14	14	1.300	2.155					
Podium	12	14	1.079	11	29	2.421	7	8	636	4.136					
Beeldende kunst	6	23	3.650	21	83	5.275	-	-	-	8.925					
Multidisciplinair	60	83	775	-	-	-	-	-	-	775					
Andere	133	215	4.029	-	-	-	-	-	-	4.029					
Totaal	231	357	10.914	139	285	10.492	39	40	2.830	24.236					

Bijlage 5: Bezoekcijfers Herkenrode 2007-2009.

2007	Wandelaars en fietsers	Evenem. Herkenrode vzw	Geleide bezoeken (site + tuin)	Individuele tuinbezoeken	Verhuur tiendschuur	Tentoonstellingen	Maandtotaal
Januari	900	10	30	-	1.750	0	2.690
Februari	1.280	490	50	-	770	0	2.590
Maart	1.040	50	145	-	400	0	1.635
April	2.765	80	142	171	5.000	0	8.158
Mei	2.255	4.800	601	397	540	0	8.593
Juni	2.690	722	236	344	1.500	503	5.995
Juli	3.005	301	124	364	0	912	4.706
Augustus	2.980	195	275	385	2.268	0	6.103
September	3.360	1.500	220	234	8.950	1.375	15.639
Oktober	2.070	0	302	159	1.230	0	3.761
November	1.365	2.500	40	-	2.375	0	6.280
December	835	0	35	-	3.089	0	3.959
Jaartotaal	24.545	10.648	2.200	2.054	27.872	2.790	70.109

2008	Wandelaars en fietsers	Evenem. Herkenrode vzw	Geleide bezoeken (site + tuin)	Individuele tuinbezoeken	Verhuringen	Tentoonstellingen	Causerieën/lezingen WVL	Maandtotaal
Januari	960	65	45	-	1.270	0	0	2.340
Februari	1.730	0	0	-	565	0	4	2.299
Maart	1.085	350	115	-	1.175	0	0	2.725
April	3.135	25	380	110	1.502	0	20	5.172
Mei	3.245	1.641	129	321	6.382	0	47	11.765
Juni	3.716	702	498	530	1.304	0	35	6.785
Juli	2.880	377	195	508	500	0	0	4.460
Augustus	2.890	180	232	452	19.000	0	0	22.754
September	3.060	0	419	516	870	0	0	4.865
Oktober	2.035	0	108	178	450	0	0	2.771
November	875	160	50	-	850	0	0	1.935
December	905	3.500	0	-	300	0	0	4.705
Jaartotaal	26.516	7.000	2.171	2.615	34.168	0	106	72.576

2009	Wandelaars en fietsers	Evenem. Herkenrode vzw	Geleide bezoeken (site + tuin)	Individuele tuinbezoeken	Verhuringen	Tentoonstellingen	Causerieën/lezingen WVL	Maandtotaal
Januari	845	0	40	-	2.350	0	0	3.235
Februari	855	100	0	-	1.900	0	0	2.855
Maart	1.285	0	0	-	2.445	0	40	3.770
April	2.435	1.000	135	286	5.165	0	25	9.046
Mei	4.055	652	797	437	7.295	0	0	13.236
Juni	2.870	571	445	543	3.594	420	0	8.443
Juli	4.070	2.307	71	597	1.470	0	0	8.515
Augustus	4.145	110	83	408	29.320	0	0	34.066
September	3.720	461	157	437	1.200	900	40	6.915
Oktober	2.315	40	136	207	2.110	310	0	5.118
November	1.130	1.070	15	-	2.850	0	0	5.065
December	750	4.200	0	-	2.105	0	0	7.055
Jaartotaal	28.475	10.511	1.879	2.915	61.804	1.630	105	107.319

Bijlage 6: Passantentelling Fastigon 2006 & 2008

Persmededeling Fastigon december 2006

Persmededeling december 2006: Fastigon actualiseert passantentellingen in 23 binnensteden

BRUSSELSE NIEUWSTRAAT BLIJFT POPULAIRSTE WINKELSTRAAT

Het onderzoeksbureau voor winkelvastgoed Fastigon telt om de twee jaar nauwgezet het aantal bezoekers in alle Belgische hoofdwinkelstraten. In oktober 2006 werden voor de vierde maal op 7 jaar tijd op dezelfde wijze (d.w.z. per steekproefmethode, tegelijkertijd in alle steden en telkens in de maand oktober) passantentellingen gehouden.

Een passantentelling omvat het meten van het aantal voetgangers dat het uitstalraam en de ingang van winkels, horecazaken en publiekgerichte diensten voorbij lopen. De omvang van de passantenstroom in een winkelstraat beïnvloedt in belangrijke mate het omzetspotentieel, de bedrijfsopbrengsten, de huur en de vastgoedwaarde.

Volgens de jongste tellingen wordt de bestaande hiërarchie van drukste winkelassen slechts gedeeltelijk bevestigd. De winkeldrukke in de Brusselse Nieuwstraat (260.000 passanten/week) en de Antwerpse Meir (220.000 passanten/week) blijft hoog, terwijl de Luikse Vinâve d'Ile een zware terugval ondergaat t.o.v. de telling in 2004 (van 230.000 passanten/week tot 170.000 passanten/week). Hierdoor is het in de Luikse Vinâve d'Ile even druk als in de Gentse Veldstraat (170.0000 passanten/week) die haar druktepeil handhaafde t.o.v. 2004. Uit de cijfers blijkt ook dat het aantal passanten in de winkelomgeving van de Place Saint-Lambert wel licht stijgend is. Ook binnen winkelgebieden kunnen door gewijzigde concurrentieverhoudingen verschuivingen optreden in winkeldrukke.

In de volgende groep - met een passage van meer dan 100.000 tot 150.000 bezoekers per week - is de trend stabiel tot licht negatief t.o.v. de telling in 2004. In deze categorie vinden we de volgende winkelstraten: Rue de Fer (Namen), Hoogstraat (Hasselt), Wapenplein (Oostende).

De resultaten in de Gasthuisstraat in Turnhout, de Mechelse Bruul en de Brugse Steenstraat vallen dit jaar mager uit en bereiken het niveau van slechts 100.000 passanten per week. Hierdoor komen ze op het niveau van Grand'Rue (Bergen), Diestsestraat (Leuven) en Nieuwstraat (Aalst) die al meerdere jaren rond dit niveau schommelen.

T.o.v. vorige tellingen blijken bepaalde winkelgebieden stabiel, andere zijn dan weer onderhevig aan externe of interne wijzigingen die vrij snel vertaald worden in een gewijzigde winkeldrukke. Doordat binnensteden permanent evolueren en zich herpositioneren wordt na verloop van tijd het effect van dergelijke wijzigingen vaak afgevlakt.

In bijgevoegde tabellen wordt een overzicht gegeven van de wekelijkse winkeldrukke van drie gekende winkelstraten binnen het winkelkerngebied van elke van de 23 steden. Hierdoor wordt enig inzicht verschaft in de onderlinge verhoudingen binnen een winkelgebied t.o.v. de meest drukke winkelstraat die telkens wordt weergegeven (index=100). Door de winkelsteden te groeperen per provincie kan ook hier de hiërarchie naar winkeldrukke worden geëvalueerd.

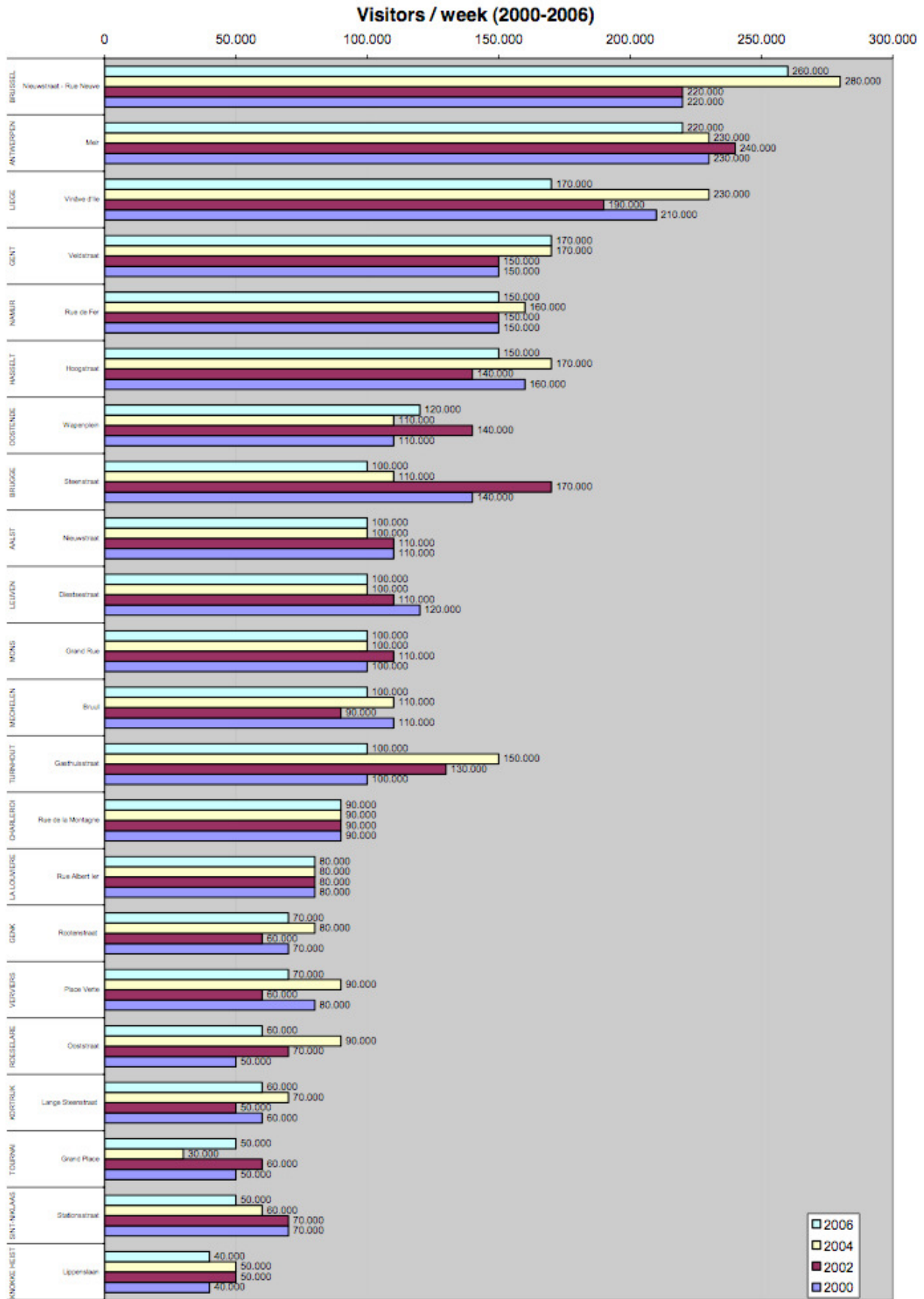
In de laatste grafiek werd nagegaan in welke mate de hiërarchie naar winkeldrukke (gemiddelde resultaten van vier passantentellingen over de periode 2000-2008) overeenstemt met de rangschikking van de Belgische gemeenten naar hiërarchisch niveau (gebaseerd op 8 functies zoals medische, maatschappelijke en sociale zorg, sport, recreatie en horeca, onderwijs, overheidsfuncties, diensten, cultuur, verkeersfunctie, detailhandelsfunctie¹). Hieruit blijkt duidelijk dat sommige steden een druktepeil hebben dat flink beneden (of boven) hun stedelijk hiërarchisch niveau ligt!

Voor meer informatie omtrent Fastigon, winkelonderzoek en passantentellingen:

Tel. : 02/478.77.07
Fax : 02/478.79.62
E-mail : fastigon@telenet.be

Contactpersonen : Dhr. Roland BUYLE - Dhr. Jean-Luc De Keyzer - Mevr. Katja Duyck

¹ Actualisering van de stedelijke hiërarchie in België, Prof. E. Van Hecke, Het tijdschrift van het Gemeentekrediet 1998/3



VLAANDEREN - passantentellingen oktober - 2006 - dénombrement des passants - FASTIGON

Provincie	Stad	Adres	Weekdrukte	
			Abs. 2006	Index
Antwerpen	ANTWERPEN	Meir	220000	100
		De Keyserlei	180000	82
		Huidevettersstraat	120000	55
	MECHELEN	Bruul	100000	45
		IJzeren Leen	90000	41
		Botermarkt	80000	36
	TURNHOUT	Gasthuisstraat	100000	45
		Grote Markt	50000	23
		Korte Gasthuisstraat	40000	18
Vlaams-Brabant	LEUVEN	Diestsestraat	100000	100
		Bondgenotenlaan	90000	90
		Maarschalk Fochplein	80000	80
Oost-Vlaanderen	GENT	Veldstraat	170000	100
		Langemunt	150000	88
		Volderstraat	50000	29
	SINT-NIKLAAS	Stationsstraat	50000	29
		Grote Markt	20000	12
		Ankerstraat	20000	12
	AALST	Nieuwstraat	100000	59
		Lange Zoutstraat	80000	47
		Kattestraat	60000	35
West-Vlaanderen	OOSTENDE	Wapenplein	120000	100
		Kappellestraat	100000	83
		Adolf Buylstraat	80000	67
	BRUGGE	Steenstraat	100000	83
		Breidelstraat	80000	67
		Zuidzandstraat	70000	58
	KNOKKE-HEIST	Lippenslaan	40000	33
		Kustlaan	40000	33
		Zeedijk	30000	25
	KORTRIJK	Lange Steenstraat	60000	50
		Steenpoort	50000	42
		Doorniksestraat	40000	33
	ROESELARE	Ooststraat	60000	60
		Noordstraat	30000	30
		Manestraat	20000	20
Limburg	HASSELT	Hoogstraat	150000	100
		Demerstraat	130000	87
		Koning Albertstraat	120000	80
	GENK	Rootenstraat	70000	47
		Sint-Martinusplein	50000	33
		Stationstraat	40000	27

Provincie	Stad	Adres	Weekdrukte	
			2006 Abs.	Index
BRUSSEL/BRUXELLES - passantentellingen oktober - 2006 - dénombrement des passants - FASTIGON				
Brussel/Bruxelles	BRUSSEL / BRUXELLES	Nieuwstraat-Rue Neuve	260000	100
		Kleerkopersstraat-Rue des Fripiers	130000	50
		Anspachlaan-Bld. Anspach	100000	38
	ELSENE	Elsenesteeweg-Chee d'Ixelles	140000	54
		Louizalaan-Av. Louise	120000	46
		Guldenvlieslaan-Av de la Toison d'Or	50000	19
WALLONIE - passantentellingen oktober - 2006 - dénombrement des passants - FASTIGON				
Liège	LIEGE	Vinàve d'Ile	170000	100
		Pont d'Ile	150000	88
		Rue Joffre	150000	88
	VERVIERS	Place Verte	70000	41
		Rue du Brou	60000	35
		Crapaurue	50000	29
Namur	NAMUR	Rue de Fer	150000	100
		Rue de l'Ange	150000	100
		Rue des Carmes	50000	33
Hainaut	MONS	Grand Rue	100000	100
		Rue de la Chaussée	80000	80
		Grand Place	40000	40
	CHARLEROI	Rue de la Montagne	90000	90
		Rue du Pont de Sambre	70000	70
		Rue de Dampremy	50000	50
	LA LOUVIERE	Rue Albert Ier	80000	80
		Rue Sylvain Guyaux	30000	30
		Rue de la Loi	20000	20
	TOURNAI	Grande Place	50000	50
		Rue Gallait	20000	20
		Rue des Chapeliers	20000	20

Persmededeling Fastigon december 2008

Persmededeling december 2008: Fastigon actualiseert passantentellingen in 23 binnensteden

BESTE WINKELSTRATEN VAN BRUSSEL, ANTWERPEN EN LUIK SPELEN GELIJK SPEL MET 200.000 BEZOEKERS PER WEEK

Het onderzoeksbureau voor winkelvastgoed Fastigon telt om de twee jaar nauwgezet het aantal bezoekers in de belangrijkste Belgische winkelgebieden. In oktober 2008 werden voor de vijfde maal op 8 jaar tijd op dezelfde wijze passantentellingen gehouden. Met deze geactualiseerde tellingen wordt de hiërarchie van de grootste Belgische winkelstraten in beeld gebracht.

De tellingen geschieden per steekproefmethode op relevante en vooraf bepaalde telpunten (tussen 25 à 50 naargelang de omvang van het winkelgebied), zowel in de hoofdwinkelstraten als in de aanloopstraten van 23 winkelgebieden. Belangrijke meerwaarde is dat alle 23 steden tegelijkertijd worden geteld en dit tweejaarlijks, telkens in de maand oktober. Tussen steden, maar ook binnen eenzelfde winkelgebied of straat(kant) treden uiteraard enorme verschillen in winkeldrukke op.

Passanten zijn voor detailhandelaars, horeca en publieksgerichte dienstverleners in binnensteden, wat kijkcijfers zijn voor adverteerders. Passanten zijn de meest nabije en zichtbare aanzet tot kleinhandelsomzet. Om die reden heeft de omvang van de passantenstroom in een winkelstraat een belangrijke impact op het omzetspotentieel, de bedrijfsopbrengsten, de huur en de vastgoedwaarde.

Volgens de jongste tellingen bereiken de drie drukste winkelassen een gelijk druktebeeld: nl. 200.000 bezoekers per week. T.o.v. de tellingen in 2006 betekent dit een daling voor de Brusselse Nieuwstraat (-20%) en de Antwerpse Meir (-10%), terwijl de Luikse Vinâve d'Ile erop vooruitgaat met bijna 20%. Een en ander moet echter worden gerelativeerd. In 2006 kende de Vinâve d'Ile een forse terugval. Doordat binnensteden permanent evolueren en zich herpositioneren na de realisatie van belangrijke ingrepen of structurele toevoegingen van winkelvloeroppervlakte, wordt na verloop van tijd het effect van dergelijke wijzigingen vaak afgevlakt. Niettegenstaande de schijnbare verzwakking van de Antwerpse Meir schuilt bijvoorbeeld een belangrijk koperspotentieel aanwezig in de recent gerealiseerde Antwerpse Stadsfeestzaal. Ook binnen winkelgebieden kunnen door gewijzigde concurrentieverhoudingen verschuivingen optreden in winkeldrukke.

In de volgende groep – met een passage van 140.000 tot 160.000 bezoekers per week – merken we t.o.v. 2006 eerder beperkte verschuivingen in de grootteorde van 5 à 10% (uitgezonderd Brugge). In deze categorie vinden we de volgende winkelstraten (aflopend naar winkeldrukke): Veldstraat (Gent), Hoogstraat (Hasselt), Rue de Fer (Namur) en Steenstraat (Brugge). De Brugse Steenstraat bereikt, na enkele mindere jaren, opnieuw het niveau van 140.000 bezoekers per week.

Over het algemeen kunnen we t.o.v. 2006 niet echt spreken van een uitgesproken dalende of stijgende trend qua winkeldrukke in de grote winkelstraten. Veel hangt af van plaatselijke omstandigheden (zoals werken in uitvoering, recent gerealiseerde projecten of city marketingactiviteiten) alsook externe factoren (het weer). Toch houden bepaalde winkelstraten vast aan een stabiel druktebeeld zoals bijvoorbeeld de Diestsestraat in Leuven en de Nieuwstraat in Aalst die reeds meerdere opeenvolgende tellingen een druktebeeld vertonen van ca. 100.000 passanten per week.

In bijgevoegde tabellen wordt een overzicht gegeven van de wekelijkse winkeldrukke van een selectie van gekende winkelstraten binnen het kernwinkelgebied van elk van de 23 steden. Hierdoor wordt inzicht verschaft in de onderlinge verhoudingen binnen een winkelgebied t.o.v. de meest drukke winkelstraat die als referentie wordt weergegeven (index=100). Door de winkelstraten te groeperen per provincie, kan ook hier de hiërarchie in termen van winkeldrukke worden geëvalueerd.

De grafiek geeft een evolutie weer van de passantentellingen t.o.v. 2006.

De laatste grafiek geeft per belangrijkste winkelstraat, de gemiddelde winkeldrukke weer op basis van vijf passantentellingen over de periode 2000-2008.

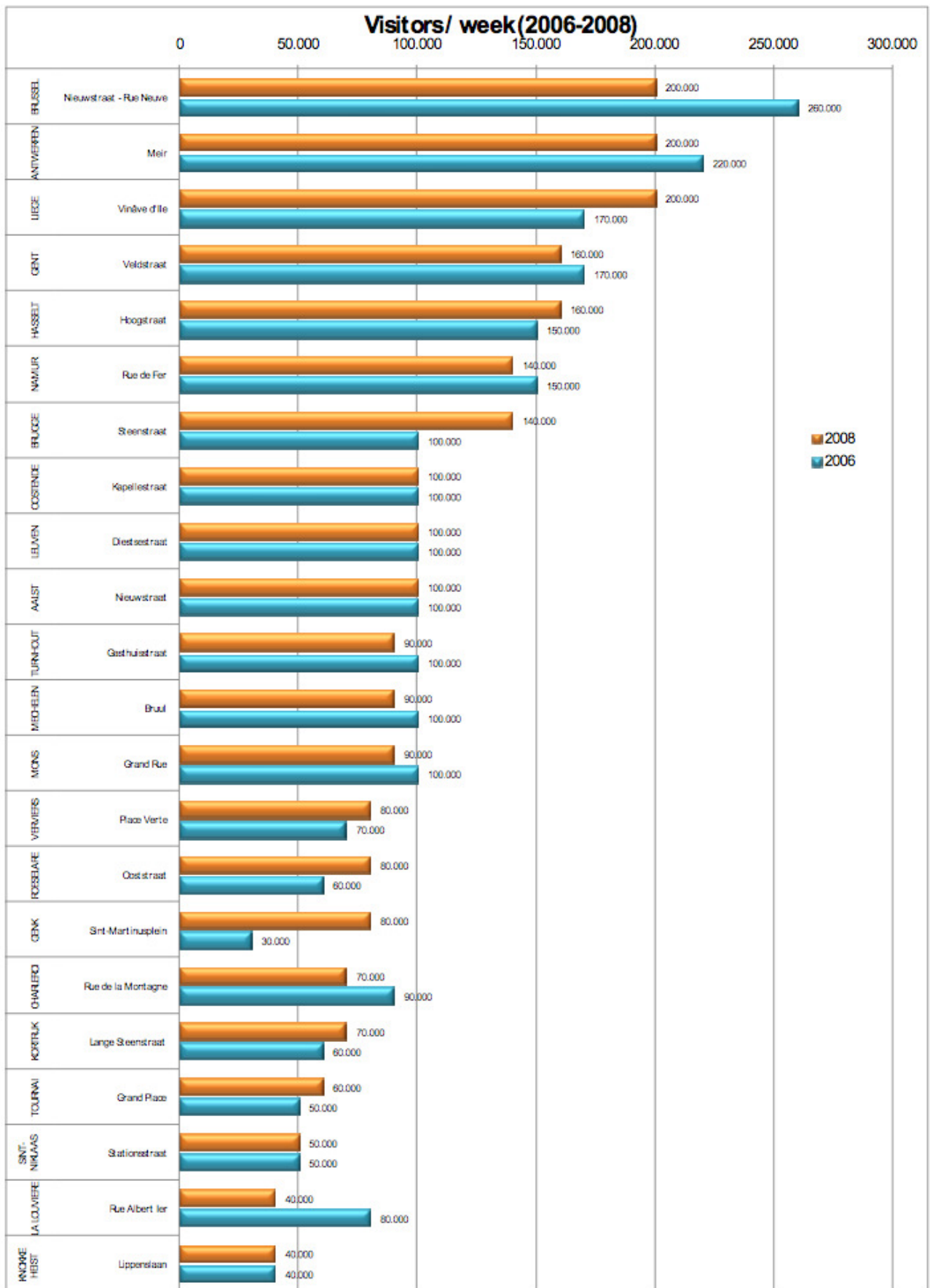
Naast de tweejaarlijkse, manuele passantentellingen, installeert Fastigon ook draadloze telsystemen om het aantal voorbijgangers in straten, winkelcentra of events in real time te volgen.

Voor meer informatie omtrent Fastigon, winkelonderzoek en passantentellingen:

Tel. : 02/478.77.07

Fax : 02/478.79.62

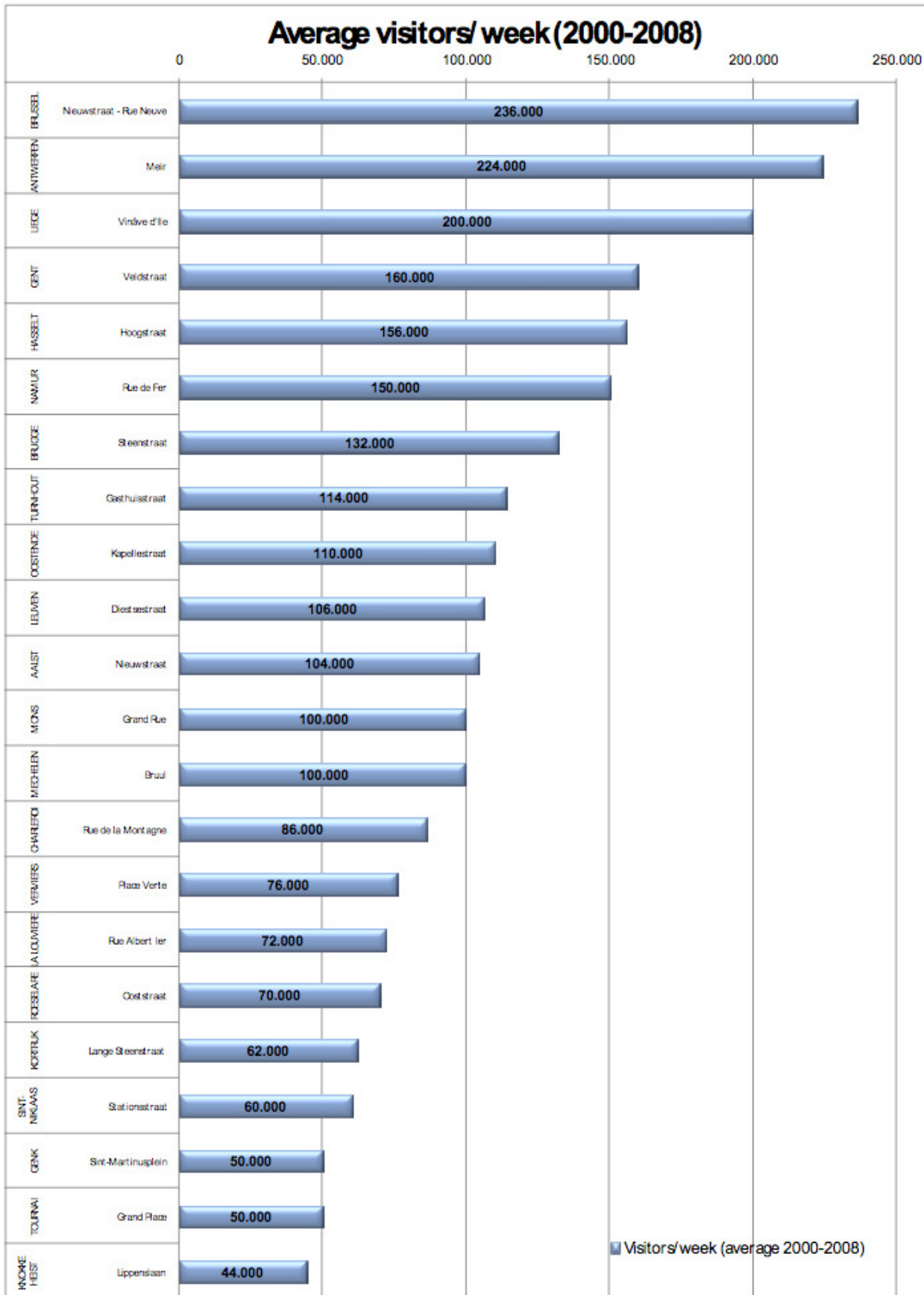
E-mail : info@fastigon.com



VLAANDEREN - passantentellingen oktober 2008 - dénombrement des passants octobre 2008 - FASTIGON

Provincie/Province	Stad/Ville	Adres/Adresse	Weekdrukte/Trafic hebdomadaire	
			Abs. 2008	Index
Antwerpen	ANTWERPEN	Meir	200000	100
		De Keyserlei	180000	90
		Huidevettersstraat	100000	50
	MECHELEN	Bruul	90000	45
		IJzeren Leen	70000	35
		Botermarkt	50000	25
	TURNHOUT	Gasthuisstraat	90000	45
		Grote Markt	60000	30
		Korte Gasthuisstraat	50000	25
Vlaams-Brabant	LEUVEN	Diestsestraat	100000	100
		Bondgenotenlaan	90000	90
		Maarschalk Fochplein	70000	70
Oost-Vlaanderen	GENT	Veldstraat	160000	100
		Langemunt	130000	81
		Koestraat	60000	38
	SINT-NIKLAAS	Stationsstraat	50000	31
		Houtbriel	40000	25
		Stationsplein	20000	13
	AALST	Nieuwstraat	100000	63
		Lange Zoutstraat	80000	50
		Kattestraat	60000	38
West-Vlaanderen	OOSTENDE	Kapellestraat	100000	100
		Wapenplein	100000	100
		Adolf Buylstraat	80000	80
	BRUGGE	Steenstraat	140000	140
		Zuidzandstraat	120000	120
		Breidelstraat	90000	90
	KNOKKE-HEIST	Lippenslaan	40000	40
		Kustlaan	30000	30
		Zeedijk	30000	30
	KORTRIJK	Lange Steenstraat	70000	70
		Steenpoort	50000	50
		Doorniksestraat	40000	40
	ROESELARE	Ooststraat	80000	57
		Noordstraat	30000	21
		Manestraat	30000	21
Limburg	HASSELT	Hoogstraat	160000	100
		Demerstraat	130000	81
		Koning Albertstraat	130000	81
	GENK	Sint-Martinusplein	80000	50
		Rootenstraat	60000	38
		Stationstraat	30000	19

Provincie/Provincie	Stad/Ville	Adres/Adresse	Weekdrukke/Trafic hebdomadaire	
			2008 Abs.	Index
BRUSSEL/BRUXELLES - passantentellingen oktober 2008 - dénombrement des passants 2008 - FASTIGON				
Brussel/Bruxelles	BRUSSEL / BRUXELLES	Nieuwstraat-Rue Neuve	200000	100
		Kleerkopersstraat-Rue des Fripiers	170000	85
		Anspachlaan-Bld. Anspach	120000	60
	ELSENE	Eisenesteenweg-Chee d'Ixelles	140000	70
		Louizalaan-Av. Louise	120000	60
		Espace Louiza	40000	20
WALLONIE - passantentellingen oktober 2008 - dénombrement des passants 2008 - FASTIGON				
Liège	LIEGE	Vinàve d'Ile	200000	100
		Pont d'Ile	150000	75
		Rue Joffre	110000	55
	VERVIERS	Place Verte	80000	40
		Rue du Brou	70000	35
		Crapaurue	70000	35
Namur	NAMUR	Rue de Fer	140000	100
		Rue de l'Ange	140000	100
		Rue des Carmes	50000	36
Hainaut	MONS	Grand Rue	90000	100
		Rue de la Chaussée	80000	89
		Grand Place	50000	56
	CHARLEROI	Rue de la Montagne	70000	78
		Rue du Pont de Sambre	70000	78
		Rue Neuve	40000	44
	LA LOUVIERE	Rue Albert 1er	40000	44
		Rue Sylvain Guyaux	40000	44
		Rue Leduc	20000	22
	TOURNAI	Grande Place	60000	67
		Rue du Curé Notre Dame 9	40000	44
		Rue des Chapeliers	30000	33



Bijlage 8: Semi-gestructureerd interview: Julie Verlinden (10/12/2009)

Het Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en recreatie, Spoor Toerisme en Recreatie (STeR) startte in 2004 en 2005 respectievelijk de Attractie- en Hotelbarometer. Aan de basis hiervan lag Professor Jeroen Bryon van de KULeuven, maar wegens een drukke agenda werd het interview afgenomen met *projectverantwoordelijke* Julie Verlinden in Leuven.

Barometer of monitor?

Jullie spreken over hotelbarometer en attractiebarometer...ik associeer een barometer met voorspellingen. Welke voorspellende waarden hebben jullie toegevoegd in de barometer?

Ook al doet de naam "barometer" uitschijnen dat men voorspellingen maakt. Het Steunpunt Toerisme en Recreatie (STeR) doet geen toekomstgerichte uitspraken. De barometer heeft louter een indicatief karakter met betrekking tot hotels en attracties.

Variabelen? Frequentie? Feedback / Benchmarking? Bron?

Het SteR beschouwt de bezettingsgraden net zoals het aantal vergunde kamers als belangrijkste indicator voor hotels. Dit gaat dan over totale en gemiddelde bezettingsgraden. Daarnaast bevragen ze ook de behaalde netto kamerprijs, die op vrijwillige basis wordt ingevuld. Julie Verlinden merkte op dat de barometer nog in haar eerste fase zit. In de toekomst kunnen nog andere variabelen opgenomen worden.

De cijfers worden maandelijks vergeleken met het vorige jaar of andere periodes zoals hoog- of laagseizoen. Het gaat steeds om korte evoluties. De lange termijn is eerder voor het **FOE**. Het SteR ziet daar meteen haar grote voordeel, de barometer is een snelle indicator. De gegevens worden ook op provinciaal (regionaal) of naar toeristische regio vergeleken (Haspengauw, Antwerpse en Limburgse Kempen,...). Het SteR maakt ook een onderscheid voor de kunststeden en de kust. Hoteluitbaters krijgen naast de gegevens die publiek worden gemaakt ook een persoonlijke evaluatie, waarbij hun hotel kan vergeleken worden met andere hotels van dezelfde categorie (ketenhotels/sterrenklasse/...) , per grootklasse of geografisch zoals regio's, gewest, provincie,...Deze parameters kunnen zij zelf kiezen. Voor de attracties gelden gelijkaardige vergelijkingen, enkel op een lagere frequentie, namelijk per kwartaal of per seizoen.

Betreffende de informatie en gegevens, deze worden verzameld door het bevragen van partners zoals provincie-medewerkers, die verantwoordelijk zijn voor hun provincie.

Respons?

Over het algemeen is de respons wel goed, omdat het Steunpunt steeds de vertrouwelijkheid benadrukt en ze al enkele jaren bezig zijn met de inventarisatie van de gegevens. De respons van de behaalde netto kamerprijs ligt wat lager aangezien deze op vrijwillige basis ingevuld kan worden. Julie Verlinden benadrukte dat het gevoel van “te veel bevragen” sterk leeft bij de hotels. Efficiënter bevragen is een noodzaak, dat enkel gaat via centralisatie en standaardisering van de onderzoeksmethode. In tegenstelling tot de hotels hebben de attracties dit gevoel net niet. Het toerisme heeft altijd veel aandacht aan het verblijfstoerisme besteedt, terwijl attracties en het dagtoerisme minder in de belangstelling stonden. Sommige attracties geven onmiddellijk hun absolute cijfers door, anderen zijn hier absoluut tegen. Volgens Julie Verlinden is dit een culturele kwestie. Net zoals Vlamingen niet over hun loon durven praten, geven ze ook zulke informatie niet graag door. Dit in tegenstelling tot andere landen.

Gebruik?

De attractie- en hotelbarometer wordt voornamelijk gebruikt door de toeristische sector zelf. Zij doet aan zelfevaluatie op basis van haar resultaten. Ook het beleid, zoals de Vlaamse overheid, provinciale en gemeentelijke instanties maken gebruik van de barometer om bepaalde beleidsacties te staven of te evalueren met cijfergegevens.

SWOT?

Sterktes:

- Zinvol voor startende ondernemers: vergelijkingen op verschillende niveau's & sectoren en vóóral, op een snelle manier waardoor men veel sneller en veel korter op de bal kan spelen + beslissingen kan nemen.

Zwaktes:

- beperking wat ze met de barometer/cijfers kunnen doen
- beeld toeristisch niveau afhankelijk van medewerkende instanties
- correctheid gegevens

Kansen:

- samenwerking met grotere instanties (gegevensvereenvoudiging)

Bedreigingen:

- Andere ketenhotels organiseren zich om cijfers te verzamelen. erdoor is hun motivatie lager om ook in een hotelbarometer te stappen. Hun barometers geven een veel gedetailleerder beeld waardoor het zeer moeilijk is hen te overtuigen.

Bijlage 9: Semi-gestructureerd interview: Maurice Oude Wansinck (15/12/2009)

Het interview werd afgenomen in het Van der Valk hotel in Urmond.

Maurice Oude Wansinck is directeur van het OWP Research, te Maastricht. In 2006 creëerde het onderzoeksbureau de eerste Toeristische Index Maastricht. Een barometer die de actuele ontwikkelingen in de Maastrichtse binnenstad moest weergeven.

Initiatief?

In 2006 heeft het OWP contact opgenomen met enkele instanties zoals Currence, een bedrijf dat de rechten voor PIN-transacties heeft. Bedoeling was om te kijken hoe vaak en voor hoeveel er met bankkaarten betaald werd.

Medewerking?

Publiek beschikbare gegevens zoals deze van het CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek) over Maastricht zitten er nagenoeg allemaal in. Medewerking van andere instellingen variëren, vooral in de commerciële sector is het moeilijk om medewerking te verkrijgen omdat daar vaak andere belangen spelen.

Variabelen?

Om het even welke variabelen die te maken hebben met het toeristisch gebeuren werden toegevoegd aan de TIM als gegevensbron. PIN-transacties, taxi's evenals media en internet zijn hier een voorbeeld van. Een ander innovatieve manier om het bezoek te meten gebeurt door middel van scansystemen. Op verschillende drukke plaatsen in het centrum zijn er systemen geïnstalleerd die het aantal gsm's, weliswaar met Vodafone, meten. Het aantal gsm's dient hier dus als indicator voor het aantal bezoekers in de binnenstad. Doordat deze meting op verschillende plaatsen in de stad gebeurt, krijgt men tevens een interessant patroon in de bezoekersstromen. Maurice Oude Wansinck benadrukte dat het niet uitmaakt of het over omzet of bezoekersaantallen gaat. Uiteindelijk wordt alles geïndiceerd en is hetgeen wat er toe doet het patroon van de tijdreeks.

Frequentie?

De TIM publiceerde haar cijfers na één jaar. De functie van de monitor als snelle indicator was hier niet van toepassing.

Feedback?

Het systeem beoogt vooral een benchmark-functie te hebben. Resultaten worden op verschillende manieren terug gekoppeld. Enerzijds wordt er voor ieder soort van bezoek (normaal, toeristisch, zakelijk-toeristisch, evenement) een tijdreeks opgemaakt waarin negatieve of positieve evoluties kunnen worden opgespoord. Anderzijds wordt er ook gebruik gemaakt van een hiërarchische clustermethode. Hierbij worden gegevensbronnen via een softwareprogramma automatisch toegewezen aan één van de vier soorten bezoek. Bij het zakelijk-toeristisch bezoek is er in maart bijvoorbeeld een zeer duidelijke piek waar te nemen, deze piek komt ook voor bij de taxi-maatschappij, omdat zij op dat moment zeer veel zakentoeeristen vervoert.

Sterktes:

- Vraagontwikkeling van nabij volgen
- Herkennen van seizoensinvloeden
- Benchmark (vergelijkingen maken)
- Interessante analyses

Zwaktes:

- Correctheid van het cijfermateriaal
- Monitor is slechts een benadering

Kansen:

- Samenwerking met een grotere instantie
- Vergelijking met andere steden en gemeenten
- Specifieke info (omtrent acties) zorgen voor betere analyses

Bedreigingen:

- samenwerkende hotels (niet geneigd om aan een barometer mee te werken)

Bijlage 10: Verslag workshop (14/12/2009).

Het voordeel van een workshop is dat de belanghebbenden in kwestie zich kunnen laten horen en hun visie over het toerisme en het toeristisch beleid kunnen toelichten. Via deze groepsbenadering kunnen de verschillende betrokken partijen dan samen ideeën en voorstellen formuleren. Op die manier wordt een bottom-up in plaats van een top-down beleid aangemoedigd.

Aanwezigen:

- Joannie Dehullu (Musea)
- Liesbeth Jans (B&B)
- Sofie Gielis (Cultuur)
- Veerle Bijmens (Dienst van Toerisme)
- Patrick De Grootte (U Hasselt)

Verontschuldigten:

- Saskia (The Century)
- Ann Vandeput (Musea)
- Cedric Christophe (Ibis)
- Frederique Meertens (Radisson SAS)
- Claire Lelièvre (Japanse Tuin)

Aangezien Cédric Christophe zich op de dag van de workshop ziek heeft gemeld, hebben we geen vervanger voor de hotelsector kunnen regelen. Omdat dit toch een zeer belangrijke sector voor Hasselt is, hebben we een individueel interview afgenomen.

De workshop startte met de presentatie van de Toeristische Monitor Hasselt. De probleemstelling, onze onderzoeksopzet als het model voor onze monitor werden toegelicht. Hier werd meteen duidelijk dat nog niet iedereen van zulk een instrument op de hoogte was.

Volgende topics werden besproken:

Patrick De Grootte stelde voor om de evoluties, die reeds in het “Project Toerisme Hasselt 2000” werden geïnventariseerd, door te trekken zodat een evolutie van ongeveer twintig jaar kan worden opgemaakt.

In de workshop kwam naar voor dat de Toeristische Monitor Hasselt wellicht niet op haar eigen zal voort bestaan. Om het meetinstrument als benchmark te kunnen gebruiken moeten de cijfers kunnen vergeleken worden met andere gemeenten, steden of regio's. Hier ligt meteen de kracht van het instrument. Echter, omdat de monitor een vrij recent begrip in Vlaanderen is, zijn er nog geen vergelijkbare gemeenten of steden voor Hasselt met zulk een instrument. Wél kunnen aankomsten en overnachtingen vergeleken worden met de evoluties in Limburg, Vlaanderen en België.

Volgende vraagtekens werden aangehaald in verband met de cijfergegevens van de FOD Economie. Cijfergegevens worden op hun website op jaarbasis gepubliceerd. De Toeristische Monitor, dat als doel heeft een snelle indicator te zijn, zal op frequentere basis publiceren. Het FOD Economie beschikt zelf na drie maanden over de cijfergegevens van een maand in kwestie. Daarom zullen de cijfergegevens van Hasselt ons dan ook met een vertraging van drie maanden doorgestuurd worden.

Toerisme Limburg heeft in 2008 het Kennislabo, dat via de website www.toerismewerkt.be bereikbaar is, geïntroduceerd. Dit innovatief kennissysteem tracht op een snelle manier maandelijks gegevens te verzamelen van de toeristische sector in Limburg. Enerzijds kan dit een bedreiging vormen voor onze monitor als alternatief. Anderzijds kan dit ook als een kans gezien worden. Mits een goede samenwerking is het mogelijk de gegevensverzameling voor de stad Hasselt te vereenvoudigen. Bovendien kan het Kennislabo als benchmark dienen.

Het volgende topic dat besproken werd was het funshoppen. Als belangrijkste troef voor de stad Hasselt moeten we proberen de omvang van het shoppen in kaart te brengen. Met de Verenigde Handelaars Centrum Hasselt (VHCH) werd er al een eerste initiatief genomen om het winkelbeleid te professionaliseren, maar zij beschikten niet over zulke informatie. Voorlopig zal de tweejaarlijkse passantentelling, uitgevoerd door het marktonderzoeksbureau Fastigon gebruikt worden als indicator voor het funshoppen. Dit laat ons toe vergelijkingen met Belgische steden volgens het aantal passanten te maken.

Betreffende parkeergelegenheid in de stad is er veel vraag naar het beleid. Arcadis heeft in 2008 een eindrapport opgesteld: "Prettig parkeren in Hasselt, nu en in de toekomst." Het huidige parkeeraanbod dat hierin wordt beschreven vergelijken we met dat van 1997.

Tijdens de interactieve benadering maakten we een SWOT-analyse van de Toeristische Monitor:

Sterkten:

Snelle indicator
Vraagontwikkeling van nabij volgen
Cijfers zijn sneller beschikbaar
Details over Hasselt
Herkennen van seizoensinvloeden
Sectorale en provinciale vergelijkingen
Snel inspelen op marktveranderingen
Interessante analyses

Zwakten:

Juistheid cijfers, hebben we geen controle over
Resultaten zijn resultaten van medewerkende instanties
Afhankelijk van beschikbare gegevens

Kansen:

Vergelijking met verschillende steden of gemeenten
Vereenvoudiging gegevensverzameling
Specifieke info over acties of beleidsmaatregelen zorgen voor betere analyses
Kennislabo Toerisme Limburg

Bedreigingen:

Vijf grote samenwerkende hotels van Hasselt zijn mogelijk niet geneigd om aan een monitor mee te werken.

Cédric Christophe (Ibis Hasselt)

Het interview duurde een half uurtje, waarin we enkele ideeën hebben uitgewisseld betreffende het toerisme. Onder andere de intensieve gegevensverzameling die aan hotelsector wordt opgelegd werd besproken. Er kwamen geen nieuwe invalshoeken naar voren. Van het overgrote deel waren we ondertussen al op de hoogte. De hotelsector baseert zich vooral op bezettingsgraden en de RevPAR. De bezettingsgraden zijn reeds op maandbasis in de monitor opgenomen. Voor de RevPAR zijn gelijkaardige gegevens ter beschikking. We hebben de aanbeveling gemaakt om deze vanaf 2011 mee op te nemen, daar het momenteel een te korte periode beslaat. Voorts overliepen we de in de workshop opgestelde SWOT-analyse. Meneer Christophe kon zich in deze punten vinden en apprecieert overigens ten zeerste het initiatief om een monitor voor het toerisme in Hasselt op te starten.

Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:

Analyse en constructie van een toeristische monitor voor de stad Hasselt

Richting: **master in de toegepaste economische wetenschappen-innovatie en ondernemerschap**

Jaar: **2010**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

Van Campenhout, Geert

Datum: **30/05/2010**