

hoofdstuk 11

Toerisme

Het product

TOERISTISCHE INFRASTRUCTUUR

Sightseeing

De bootjes

Het botenbestand omvatte in het afgelopen jaar 20 bootjes. Dat komt overeen met een totale capaciteit van meer dan 400 plaatsen. Er is dus een status quo vast te stellen op het vlak van deze toeristische voorziening. In onderstaande tabel zien we het aantal tickets dat verkocht werd voor een vaartocht op de reitjes:

	indiv.		kinderen		groepen		totaal		%
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	
januari	1111	1801	63	89	59	187	1233	2077	68,45%
februari	16984	17803	2202	1947	1311	2496	20497	22246	8,53%
maart	44031	28448	7402	5934	10711	9403	62144	43785	-29,65%
april	70995	69495	16863	15866	27382	32231	115240	117592	2,04%
	79470	78085	19795	20092	37219	38443	136484	136620	0,10%
juni			18426	17641	32120	29682	122795	109721	-10,65%
juli	100621	95946	17255	16238	18519	18050	136395	130234	-4,52%
augustus	130844	122263	22690	21357	21953	17830	175487	161450	-8,00%
september	73466	62797	9325	8107	29230	28312	112021	99216	-11,43%
oktober	54876	24080	10327	3602	17623	9902	82826	37584	4,98%
november	26849	26572	2824	3286	5197	4448	34870	34306	-1,62%
december	5643	8410	571	629	1059	1151	7273	10190	40,11%
TOTAAL	677319	563116	127563	110873	202383	186536	1007265	954426	-5,25%



859.925 bezoekers lieten zich charmeren door een boottochtje. Dat is een daling van 8 % ten opzichte van 2002, maar een stijging van 9,8 % t.o.v. 2001.

De koetsen

Het is moeilijk na te gaan, hoeveel bezoekers jaarlijks een rondrit per koets doorheen de stad maken. De prijs voor een koetsrit bedroeg in 2004 27,50 euro.



De mini-busjes: 'City-Tour'

maand	2002	2003	2004	2004 t.o.v. 2003
januari	1.786	2.654	1.898	-28,49%
februari	3.546	2.785	3.124	12,17%
maart	4.973	4.361	3.788	-13,14%
april	5.468	4.780	4.486	-6,15%
mei	5.741	4.499	4.601	2,27%
juni	4.792	3.574	4.272	19,53%
juli	5.811	4.162	4.143	-0,46%
augustus	5.967	4.473	4.764	6,51%
september	5.383	4.066	4.911	20,78%
oktober	5.369	4.471	4.936	10,40%
november	2.804	2.919	3.164	8,39%
december	4.077	3.583	3.586	0,08%
TOTAAL	55.717	46.327	47.673	2,91%

In Brugge centrum reden er opnieuw 3 minibuses rond, waarin toeristische uitleg in zeven talen werd verstrekt. Eén busje werd in 2004 ingezet op het traject Brugge-Damme-Brugge. Voor beide trajecten werden er zes chauffeurstoelatingen toegekend.

maand	2002	2003	2004	2004 t.o.v 2003
april	369	263	294	11,79%
mei	374	211	373	76,78%
juni	479	291	334	14,78%
juli	399	284	416	46,48%
augustus	426	273	357	30,77 %
september	417	341	407	19,35 %
TOTAAL	2564	1663	2181	31,15%

De huurfietsen

maand	NMBS		‘t Koffieboontje		Popelier		totaal	
	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003
januari	81	79	78	67	108	220	267	366
februari	127	229	156	179	370	276	653	684
maart	205	343	177	236	393	637	775	1216
april	486	436	497	574	1157	1343	2140	2353
mei	688	719	520	566	1021	1191	2229	2476
juni	207	771	479	644	980	1472	1666	2887
juli	916	1291	607	871	1342	1755	2865	3917
augustus	784	1145	727	1108	1957	2449	3468	4702
september	344	628	416	583	1008	1201	1768	2412
oktober	297	323	425	281	866	547	1588	1151
november	142	124	195	242	315	185	652	551
december	151	93	333	99	181	82	665	274
totaal	4084	6181	4610	5450	9698	11.358	18.736	23.022

De River Palace

Een havenrondvaart aan boord van de Euro-Line (300 passagiers) biedt de bezoekers de mogelijkheid om van nabij kennis te maken met het zeehavencomplex. In 2004 kreeg de rederij in totaal 27.363 bezoekers aan boord van de River Palace. Dat is een daling van 5,3 % t.o.v. 2003.

Seafront

Seafront is een maritiem themapark dat zich uitstrekt over meer dan 20 000 m² op en rond de oude vismijn van Zeebrugge. Het omvat een permanent interactieve tentoonstelling rond het thema van de zee. Levenschte decors, filmprojecten en ontelbare foto's geven een boeiende kijk op o.a. het ontstaan en de evolutie van de zeehaven, de visserij van 1920 tot heden, de marine, enz.

Als klap op de vuurpijl kan je in een Russische onderzeeër (type Koersk) van wel 100 meter lengte meemaken hoe de 75 bemanningsleden maanden lang leefden en werkten in een grote stalen koker.

Het voorbije jaar jaar brachten 57.000 mensen een bezoek aan Seafront. Dat is een daling van 5,2 % t.o.v. 2003.



Musea

Het Diamantmuseum

Het Diamantmuseum, een privé-initiatief, opende in juni 1999 haar deuren. In 2004 kwamen er ongeveer 15.000 bezoekers over de vloer. Het museum toont de bezoeker de geschiedenis en de achtergrond van de diamantslijpkunst aan, ten tijde van de hertogen van Bourgondië. Ook informatie over het snijden, splitsen, polijsten evenals de werktuigen en gereedschappen, die vroeger hierbij dienst deden, ontbreekt niet.

Het Kantcentrum

Het kantcentrum bevindt zich in de mooi gerestaureerde godshuizen "Jeruzalem". In de namiddag worden hier kantklosdemonstraties gegeven. Naast de school bevindt zich de Jeruzalemkerk die ook te bezoeken is.

Het Kantcentrum verwelkomde in 2004 36.803 bezoekers.

De stedelijke Musea

In 2004 mochten de stedelijke Musea 754.500 bezoekers ontvangen. Dat is een daling van 3% t.o.v 2003.

Groepsarrangementen/Gidsen

Groepsreserveringen

Bij de groepsafdeling van Toerisme Brugge kunnen klanten telefonisch, per brief, fax of e-mail terecht voor het reserveren van aantrekkelijke groepsprogramma's. Ook klanten, die vooraf een afspraak gemaakt hebben met de afdeling, worden met de nodige deskundigheid en professionele hulp bijgestaan met als doel de uitstap van hun vereniging of groep optimaal te doen slagen.

Meestal gaat het hier om een begeleide stadswandeling met gids, al dan niet in combinatie met een boottochtje op de reien of een maaltijd of koffiepauze in een Brugs restaurant. Ook een brouwerijbezoek of een bezoek aan één van de stedelijke Musea behoort tot de mogelijkheden.

In 2004 opende het Choco-Story zijn deuren en heel wat groepen konden kennismaken met dit uiterst educatief chocolademuseum. Als afsluiter wordt er uitgelegd "hoe" chocolade wordt gemaakt en verwerkt en kan je ter plaatse proeven van chocoladeproducten.

Naast de programma's op maat biedt Toerisme Brugge de klant ook de keuze uit vijf volledig uitgewerkte dagprogramma's voor groepen. De klant kan opteren voor volgende programma's:

- Kosmopolitisch Brugge
- Toeren in de volkse buurt
- Het Hart van Brugge
- Zeebrugge en Lissewege: verkenning van "Brugge aan Zee" en het Brugse achterland
- Brugge, culinaire parel.

Tijdens 2004 behandelde de groepsafdeling van Toerisme Brugge 632 dossiers, dat zijn er 26 meer in vergelijking met 2003, wat overeenstemt met een stijging van 4,2 %. Het cijfer is mede te verklaren dankzij de grote weerslag van Brugge 2002, CULTURELE HOOFDSTAD VAN EUROPA en dankzij de repeat-visits. Zoals elk jaar zijn de maanden april, mei, juni, september en oktober de favoriete maanden voor groepsbezoeken.

De klanten van de groepsafdeling zijn voornamelijk reisbureau's, touroperators en autocaristen. Ook culturele verenigingen zoals Zilveren-Passer-groeperingen, koorgezelschappen, gepensioneerden, scholen, etc. behoren tot de klanten.

Voor specifieke vragen van de professionele sector verwijst de groepsafdeling deze klanten door naar de afdeling "Pers en Trade" die op haar beurt deze vragen zo goed mogelijk behartigt.

Groepsdossiers per maand

	NL	F	D	E	totaal
januari	1	0	0	0	1
februari	2	1	0	0	3
maart	14	19	2	1	36
april	25	41	12	6	84
mei	35	86	17	4	142
juni	40	81	17	5	143
juli	6	10	5	11	32
augustus	11	8	8	1	28
september	33	36	18	2	89
oktober	23	18	6	7	54
november	7	3	0	1	11
december	4	5	0	0	9
totaal	201	308	85	38	632

Gereserveerde gidsbeurten

aantal gereserveerde gidsbeurten		
maand	GIDSENBOND	GIDSENKRING
januari	23	12
februari	28	29
maart	79	89
april	126	109
mei	233	224
juni	299	347
juli	150	172
augustus	159	133
september	245	265
oktober	175	163
november	59	75
december	55	48
subtotaal	1631	1666
TOTAAL	3297	

Gidsaanvragen per taal

maand	NL	F	D	E	SP	IT	RUSS
januari	31	8	6	6	1	1	0
februari	30	16	7	31	1	3	0
maart	82	110	40	46	6	3	1
april	92	155	88	46	6	8	0
mei	188	376	170	51	7	6	0
juni	115	196	143	54	0	9	0
juli	77	91	99	52	2	5	0
augustus	57	88	20	113	3	15	0
september	118	187	150	67	6	1	0
oktober	95	76	119	50	3	2	0
november	48	44	19	28	2	0	0
december	51	54	22	29	6	2	0
totaal	984	1401	883	573	43	55	1

Eén van onze belangrijkste klanten in 2004 was “Voyages Rive Gauche” uit Versailles. Dit reisbureau bracht ongeveer 2000 Franse bezoekers naar Brugge en dit in de periode tussen 5 mei en 17 juni. Hun programma bestond uit een uitgebreide lunch in het Bargehuis, een boottocht bij rederij Stael en een wandeling onder leiding van gidsen.

Ook individuele bezoekers die een gids willen reserveren kunnen bij de groepsafdeling terecht. De vier themawandelingen, ontwikkeld in 2002 n.a.v. het Culturele Jaar, kenden in 2004 nog altijd heel wat succes.

Nieuw voor 2004 was de “**Pieter Aspe-wandeling**”. Heel Vlaanderen kon elke week op televisie met spanning de avonturen volgen van commissaris Van In en zijn echtgenote, substituut Hannelore Martens. In Brugge kunt u onder leiding van een ervaren gids de plaatsen ontdekken die beschreven worden in de spannende thrillers van Pieter Aspe.

Japanse Huwelijken

Het arrangement Japanse Huwelijken wordt al een tijdje gereserveerd via Toerisme Brugge. Oorspronkelijk werd het arrangement ontworpen i.s.m. BTO Japan (Tokyo) om zo Vlaanderen en meer specifiek Brugge te promoten. Het wordt exclusief voor Japanners gedaan en de ceremonie, die vanzelfsprekend niet officieel is, ziet er als volgt uit:

Het koppel wordt afgehaald door de ceremoniemeester aan het hotel en wordt per ceremoniewagen (Rolls Royce) naar het stadhuis gebracht waar de ceremonie om 10u30 wordt geleid door de voormalige protocolchef van de Stad in de Gotische Zaal. De bloemist levert de bloemen voor de bruid en het corsage voor de bruidegom al rond 9 u aan de receptie van het hotel af.

De fotograaf legt de typische huwelijksfoto's vast tijdens de ceremonie waarbij bruid en bruidegom ook enkele geschenkjes krijgen aangeboden: een huwelijkscertificaat in de vorm van een perkament, een tinnen bord met hun namen erin gegraveerd, een boek over Brugge in het Japans, een kanten zakdoekje, een chocoladen hartje gevuld met pralines en een voucher voor een bezoek aan een chocolatier waarbij ze een kopje koffie met chocolaatjes krijgen aangeboden.

De ceremonie wordt feestelijk afgesloten met een glaasje champagne en vervolgens is er een sightseeing trip doorheen de stad met een stop aan het Begijnhof en het Minnewater en een receptie in het Volkskundemuseum om te eindigen met een gastronomische lunch in een restaurant in het hartje van de stad.

De fotograaf levert het fotoalbum (35-tal foto's) omstreeks 21 u in het hotel kant en klaar af.

Het arrangement omvat: de ceremonie, vervoer met ceremoniewagen, receptie in het Volkskundemuseum met een fles champagne, het fotoalbum, de geschenkjes aangeboden tijdens de ceremonie en de gastronomische lunch. Bijkomende services kunnen mits reservatie en betaling op voorhand steeds vastgelegd worden (bv. extra ceremoniewagen, extra lunch, extra foto's, enz.)

Saskia Desmidt, Japanologe van opleiding, is steeds aanwezig en kan, indien noodzakelijk, als tolk worden ingeschakeld.

In 2004 werden 3 Japanse Huwelijken gereserveerd. Ter vergelijking met de vorige jaren: in 2002 waren er 7 Japanse huwelijken en in 2003: 5.

Logies

Arrangementen

‘Thuis te Brugge’ of ‘Als een koning in Brugge’, zo willen wij dat de klant zich voelt wanneer hij geniet van een arrangement dat hij gereserveerd heeft via Toerisme Brugge. Deze 2 arrangementen met gelijknamige titel omvatten minimum 2 overnachtingen, een streekgerecht of een gastronomische maaltijd, een becommentarieerde rondrit met minibus en een gidsboekje. Afhankelijk van het arrangement zijn er ook nog een boottocht, een degustatie van pittige Belgische streekbieren, een combinatieticket voor 5 musea of fietscombinatiekaart (huur fiets + 3 musea) inbegrepen.

Een nieuw museum... een nieuw arrangement: Chocol@Brugge. Brugge en chocolade gaan hand in hand. De basis van dit arrangement bestaat uit 2 overnachtingen, een bezoek aan Choco-Story en een geschenk alsook een documentatiepakket. Tal van opties, zoals een gastronomisch diner, een streekmenu, een boottocht, een bierdegustatie, een wijn-degustatie, een ticket voor 5 musea, enz. kunnen worden bijgereserveerd. Dit arrangement startte pas halfweg 2004, en toch blijkt er al redelijk wat interesse voor te bestaan. Extra overnachtingen zijn mogelijk voor alle arrangementen. Deze arrangementen zijn het hele jaar geldig, uitsluitend tussen zondagavond en vrijdagmorgen.

aantal arrangementen 2004						
maand	naam arrangement					totaal aantal arrangementen per maand
	Thuis 1	Thuis 2	King 1	King 2	Chocol@Brugge	
januari	0	0	0	0	0	0
februari	2	0	0	0	0	2
maart	0	0	0	2	0	2
april	6	0	0	0	0	6
mei	6	3	1	0	0	10
juni	7	1	1	0	0	9
juli	4	1	1	1	0	7
augustus	7	5	1	0	0	13
september	3	1	2	0	1	7
oktober	2	0	0	0	2	4
november	0	0	0	3	3	6
december	2	2	2	1	0	7
totaal per arrangement	39	13	8	7	6	73

Naar aanleiding van de succesvolle boeken van Pieter Aspe en de even populaire televisie reeks op VTM, ontwierp Toerisme Brugge speciaal Pieter Aspe arrangementen. De 6 arrangementen zijn gebaseerd op de respectievelijke boeken. Telkens bevatten of verwijzen de elementen naar gebeurtenissen, plaatsen of evenementen in het boek. Door hun unieke karakter zijn deze arrangementen heel populair.

maand	Aspe-arrangement							totaal aantal arrangementen per maand
	Der-tien	De Midas Moorden	De Vijfde Macht	Dood tij	Vierkant van de wraak (Die Swaene)	Vierkant van de wraak (Park-hotel)	Zoen-offer	
januari	0	0	0	0	0	0	0	0
februari	1	0	0	2	0	0	0	3
maart	0	0	0	1	0	0	0	1
april	1	0	2	1	1	0	1	6
mei	0	1	1	0	0	0	0	2
juni	0	0	1	0	0	0	0	1
juli	2	0	0	1	1	0	0	4
augustus	0	1	1	1	0	0	0	3
september	1	5	0	1	3	0	1	11
oktober	0	1	2	1	1	0	2	7
november	3	0	0	1	1	1	0	6
december	1	1	0	0	1	1	1	5
totaal per arrangement	9	9	7	9	8	2	5	49

Naast de traditionele arrangementen, werkte Toerisme Brugge in 2004 opnieuw een speciaal winterarrangement uit. Toerisme Brugge opteerde ervoor om de geldigheidsduur te verlengen van 28 november 2004 t.e.m. 28 februari 2005. Het “Winter in Brugge”-arrangement omvat 1 overnachting, een gastronomisch of streekmenu, een keuzeticket voor 1 stedelijk museum en een documentatiepakket. Optioneel zijn ook meerdere overnachtingen, al dan niet aan sterk verminderde prijs, een schaatsbeurt op de ijspiste op de markt, een stadswandeling met gids, een becommentarieerde rondrit per minibus, een combinatie-ticket voor 5 stedelijke musea, een fietscombinatieticket (3 stedelijke musea – huur fiets), degustatie van pittige Belgische streekbieren en een wijndegustatie mogelijk.

maand	Winter in Brugge				totaal aantal arrangementen per maand
	Winter in Brugge cat. A	Winter in Brugge cat. B	Winter in Brugge cat. C	Winter in Brugge cat. D	
november	0	0	0	0	0
december	0	0	3	1	4
totaal per arrangement	0	0	3	1	4

Zoals blijkt uit onderstaande tabel zit Brugge als toeristische trekpleister ook het afgelopen jaar in de lift. In vergelijking tot het jaar ervoor heeft Toerisme Brugge een heel ruim aanbod van arrangementen. De bezoeker wist dit zeker te appreciëren. De boekingen van de klassieke arrangementen liepen wat terug, maar dit werd ruimschoots gecompenseerd door de reservaties van de nieuwe arrangementen.

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Thuis 1	23	31	32	20	19	23	32	68	39
Thuis 2	37	35	42	17	19	15	43	38	13
Nobel 1	13	13	12	8	5	8	12	0	0
Nobel 2	7	7	4	2	1	2	10	0	0
King 1	20	6	4	5	9	8	12	16	8
King 2	7	6	8	4	4	3	15	13	7
Twinkle Twinkle	-	-	-	0	-	-	-	8	-
Koning Winter	-	-	-	-	-	-	-	6	-
Dertien	-	-	-	-	-	-	-	-	9
De Midas Moorden	-	-	-	-	-	-	-	-	9
De Vijfde Macht	-	-	-	-	-	-	-	-	7
Dood tij	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Vierkant van de wraak (Die Swaene)	-	-	-	-	-	-	-	-	8
Vierkant van de wraak (Parkhotel)	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Zoenoffer	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Chocol@Brugge	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Winter in Brugge	-	-	-	-	-	-	-	-	4
totaal	107	98	102	56	57	59	124	149	126

Waar komt de bezoeker aan Brugge eigenlijk vandaan? Uit welk land komt hij om een arrangement te reserveren? Het zijn vragen die Toerisme Brugge zich stelt. Hoewel de bezoekers van overal ter wereld komen, waren in 2004 vooral onze landgenoten in de meerderheid. Dat is grotendeels te danken aan de Aspe-arrangementen. Op de tweede plaats is het buurland Frankrijk terug te vinden. Voor de Fransen is Brugge dus nog steeds de populaire bestemming bij uitstek. De reden waarom bij de buitenlandse bezoekers Frankrijk veel hoger scoort dan de andere buurlanden ligt bij het feit dat de logiesbrochure door BTO Frankrijk in een veel hogere oplage verspreid wordt dan in de andere landen.

ORIGINE			
	2002	2003	2004
BELGIË	39	23	55
Frankrijk	44	82	48
Nederland	13	14	10
Groot-	10	11	4
Duitsland	18	14	5
Luxemburg	0	2	0
Ierland	0	1	0
Denemarken	0	1	0
USA	0	1	0
Spanje	0	0	2
Zweden	0	0	1
Oostenrijk	0	0	1
totaal	124	149	126

Gastenkamers

Om in je huis kamers te mogen verhuren aan toeristen, moet je voldoen aan de bepalingen van de Politieverordening op gastenkamers. “Gastenkamers” zijn huizen met daarin hoogstens drie kamers waar voor korte termijn maximum negen personen kunnen verblijven.

In 2004 werd een recordaantal gastenkamers vergund: liefst 50 nieuwe kamers kwamen erbij, op 24 verschillende adressen.

In de nieuwe logiesbrochure van 2005 staan liefst 105 adressen van gastenkamers, wat betekent dat er voor het eerst meer gastenkamers dan hotels zijn te Brugge.

We kunnen het ons vandaag haast niet voorstellen, maar in de jaren '70 kende het toerisme te Brugge nog niet het overweldigende succes van nu. Er waren toen nog niet zoveel hotels, en het gebeurde vaak dat tijdens de drukke weekends van Pasen, Pinksteren en Hemelvaart alle hotels volzet waren.

Om de toeristen niet te moeten doorsturen naar Brussel en Gent, werd vanuit de dienst Toerisme een oproep gelanceerd in de krant: wie het zag zitten om tijdens een beperkt aantal weekends toeristen in zijn huis op te nemen, kon zijn kandidatuur stellen.

Er reageerden minder mensen dan verwacht: een logiesbrochure uit 1981 toont aan dat er toen 8 gastenkamers te Brugge actief waren, dat zijn er... 100 minder dan vandaag!

Er was toen nog geen beperking tot 3 kamers per huis; de kamers hadden ook geen privé douche of toilet: vaak waren het leegstaande kamers van een getrouwde zoon of dochter, en de openingsperiode was beperkt tot het voorjaar en de zomermaanden.

Om de toeristen toch enigszins de waarborg te geven dat zij in een huis terecht kwamen met een minimum aan comfort en opvang, maakte de dienst Toerisme een ‘intern reglement’ op. Eén van de regels was: ’s morgens heeft elke bezoeker recht op minstens 6 sneetjes brood!

Een medewerker van de dienst Toerisme trok samen met de stadsverpleegster op pad om te controleren of aan de regels van hygiëne en minimum comforteisen was voldaan.

Steeds meer werd de nood gevoeld om alles in een stedelijk reglement te gieten. Onder schepen Marc De Langhe zaten politie, brandweer, technische dienst, leefmilieu en toerisme samen en in 1993 werd de **Politieverordening op de logiesverstreckende bedrijven** door de gemeenteraad goedgekeurd. Deze politieverordening werd sindsdien 2 maal herzien: in 1996 en in 2003.

De stad Brugge is, bij ons weten, de enige stad in Vlaanderen met een stedelijke verordening over gastenkamers. Ons reglement werd o.a. door de Gilde der gastenkamers van Gent en Antwerpen gebruikt als basistekst en intern reglement voor hùn leden.

In 1998 kwam er een belangrijke innovatie: door het invoeren van een **stemcomputer** konden de uitbaters van gastenkamers en hotels hun kamergegevens intoetsen. Op die manier konden de medewerkers van toerisme en later – via het internet – ook de toeristen zelf op elk moment de vrije kamers consulteren.

Onder impuls van “Brugge 2002” en omdat de consument steeds meer op zoek is naar authentiek, karaktervol logement, kenden de gastenkamers een ware **‘boom’**:

- 2001: 35 nieuwe kamers
- 2002: 34 nieuwe kamers
- 2003: 27 nieuwe kamers
- 2004: 50 nieuwe kamers.

Door deze nieuwe trend, en de toenemende professionalisering van uitbating, werd door de stad nog scherper de nood aan gevoeld om een strikte controle uit te oefenen en ervoor te zorgen dat de leefbaarheid van de binnenstad niet in het gedrang komt.

Zo werd in 2002, naar analogie van de hotelstop, een **‘vakantiewoningenstop’** afgekondigd in de binnenstad: de vakantiewoningen die er al waren, konden zich laten registreren; nieuwe vakantiewoningen werden sindsdien niet meer toegestaan.

In 2003 voerde de Stad Brugge, ook weer als enige stad in Vlaanderen, een **logo** voor gastenkamers in dat de toerist een kwaliteitsgarantie biedt qua comfort, hygiëne, brandveiligheid en gastvrijheid.

Promotie

PRODUCTIE EN PROMOTIE

Grafische producties en nieuwe uitgaven

De toeristische brochures maken een belangrijk deel uit van promotie. Zonder brochures, folders, affiches, enz. is het onmogelijk om gerichte promotie te voeren. De brochures van Toerisme Brugge worden in verschillende taalversies zowel in binnen- als buitenland verspreid.

Toerisme Brugge gaat uiteraard door met de nieuwe huisstijl, die twee jaar geleden gerealiseerd werd door het reclamebureau Kwink. Deze huisstijl laat toe om de herkenbaarheid van de brochures te verhogen en op die manier een meer doelgerichte promotie te voeren. Ook de trend om op gerecycleerd papier te drukken wordt uitgebreid naar alle brochures. Zoals steeds in het verleden kan een pakket van alle toeristische brochures opgevraagd worden bij Toerisme Brugge.

In het voorjaar van 2004 werd een nieuw initiatief ontwikkeld: een maandelijks 4- kleuren agenda gedrukt (4-talig) op een oplage van 400.000 exemplaren op jaarbasis. Elke maand worden 80 hotels bedeed die de agenda onder hun klanten verspreiden. Er wordt ook voor het eerst samengewerkt met Aeolus die op jaarbasis in Vlaanderen, Noord-Frankrijk, Henegouwen en Zeeland maar liefst 128.000 exemplaren distribueert. Via een eigen mailing komt de kalender ook in toeristische kantoren in de omgeving en aan de kust terecht, alsook bij diverse cultuurhuizen, musea, Europacollege,...

In het najaar van 2004 werden de brochures voor het volgende seizoen, namelijk 2005 klaargestoomd.

In 2004 werden ook eigen producten gerealiseerd voor verkoop in de shop, nl. postkaarten, wandel- en fietskaarten.

Hieronder volgt een kort overzicht van alle brochures gedrukt in 2004:

Bezoekersgids

- Oplage: 290.000 ex.
- Talen: 6 taalversies
- Verspreiding: balie, beurzen, post en BTO's-mailing
- Doelgroep: groot publiek
- Frequentie: jaarlijks

Groepsfolder

- Oplage: 10.000 ex.
- Talen: 4 taalversies
- Doelgroep: trade, verenigingen, scholen
- Frequentie: jaarlijks

Logiesbrochure

- Oplage: 85.000 ex.
- Talen: 4 in 1
- Verspreiding: mailings, hotels, toeristische diensten, beurzen, workshops, spontane aanvragen, balie Toerisme Brugge
- Doelgroep: verblijfstoerisme en professionele reissector
- Frequentie: jaarlijks

Voumplan

- Oplage: 150 000 ex.
- Talen: 5 in 1
- Verspreiding: balie, beurzen, BTO's
- Doelgroep: groot publiek
- Frequentie:jaarlijks

Folder Zeebrugge

- Oplage: 12 000 ex.
- Talen: 2 taalversies
- Verspreiding: VVV's aan de kust, Seafront, Zandsculptuurfestival, via balie Zeebrugge en Brugge, via post
- Doelgroep: groot publiek
- Frequentie: jaarlijks

Evenementen Zeebrugge

- Oplage: 2500 ex.
- Talen: 4 in 1
- Verspreiding: idem folder Zeebrugge
- Doelgroep: groot publiek
- Frequentie: jaarlijks

Events@Brugge

- Oplage: 400.000 ex.
- Talen: 4 in 1
- Verspreiding: balie
- Doelgroep: groot publiek, verblijfstoeristen
- Frequentie: maandelijks

Events@Brugge jaaragenda

- Oplage: 11 500 ex.
- Talen: 4 taalversies
- Verspreiding: idem logiesbrochure
- Doelgroep: groot publiek
- Frequentie: jaarlijks

Folder Heilig Bloedprocessie+ affiche

- Oplage: 30 000 ex. + 2000 ex.
- Talen: 4 in 1
- Verspreiding: zie logiesbrochure
- Doelgroep: groot publiek
- Frequentie: jaarlijks

Folder geleide wandelingen 2004

- Oplage: 15 000 ex.
- Talen: 4 in 1
- Verspreiding: passief, Gidsenbond en Gidsenkring
- Doelgroep: groot publiek
- Frequentie: jaarlijks

Brochure Britse Market

- Oplage: 23.000
- Talen: Engels
- Verspreiding: Oostende-Bruges International Airport, Zeebrugge P&O + Superfast Ferries terminals
- Doelgroep: passagiers die per boot of per vliegtuig-aankomen

Gastronomische gids

- Wordt vanaf 2003 uitgegeven door Focus Publishing met logistieke steun van Toerisme Brugge
- Oplage: 80 000 waarvan 60 000 worden verspreid via Toerisme Brugge

Postkaarten

- Oplage: 6000 x 8
- Soorten: 8 verschillende
- Verspreiding: verkoop in shop en beurzen, workshops, mailings
- Doelgroep: toeristen, tour-operators, journalisten,...

Affiches

- Oplage: 2500
- Verspreiding: verkoop in shop en beurzen, workshops, mailings
- Doelgroep: toeristen, tour-operators, journalisten,...

Wandelkaart Beisbroek

- Gerealiseerd in samenwerking met de Groendienst
- Oplage: 2000
- Taal: Nederlands
- Verspreiding: shop
- Doelgroep: toeristen, Bruggelingen, Vlamingen

Fietskaart

- Gerealiseerd in samenwerking met de Groendienst
- Oplage: 7500
- Taal: Nederlands, Frans, Engels, Duits
- Verspreiding: shop
- Doelgroep: toeristen, Bruggelingen, Vlamingen

Brugge in het buitenland

Toerisme Vlaanderen en Westtoer organiseerden in 2004 traditiegetrouw diverse marketing- en promotieactiviteiten. Het aanbod is in vergelijking met de voorgaande jaren afgeslankt door de minder gunstige economische situatie. Toerisme Brugge speelt in op het beurs- en workshopprogramma en krijgt zo de kans om haar producten in de buitenlandse markten te profileren en te commercialiseren.

Onze medewerkers kunnen op een efficiënte en professionele manier nieuwe contacten leggen en zo de stad verder promoten. Daarbij wordt Brugge enerzijds als Werelderfgoedstad voorgesteld. Daarnaast wordt ook de 'dynamische, intieme' stad belicht die een kwalitatieve toeristische infrastructuur aanbiedt voor de verblijfstoerist.

Beurzen ingericht door Toerisme Vlaanderen

- Fitur Madrid (Spanje)

Van 28 januari tot 1 februari trok Jean-Pierre Drubbel naar de Spaanse hoofdstad. Tijdens de belangrijkste gemengde toerismebeurs van het Iberische schiereiland kreeg hij er de kans om zowel de Spaanse als de Latijns-Amerikaanse markt te bewerken.

- Holiday World Praag (Tsjechië)

Met de toetreding tot de Europese Unie in 2004 is Tsjechië een verder groeiende reismarkt. Saskia Desmidt, die de Brugse stand bemande op deze belangrijke toeristische vakbeurs, had interessante contacten met Tsjechische, Poolse en Slovaakse touroperators en reisagenten. Data : 12 tot 15 februari.

- Mahana Lyon (Frankrijk)

In de tweede grootste regio van Frankrijk vond van 5 tot en met 7 maart de publieksbeurs 'Mahana' plaats. Brugge heeft een goede naam bij de Franse professionals en Bruno Janssens was present om hen het toeristisch aanbod van Brugge in detail te laten kennen.

- I.T.B. Berliner Internationaler Tourismus Börse (Duitsland)

Toerisme Brugge presenteerde zich van 12 tot 16 maart op Europa's grootste vak- en consumentenbeurs. De laatste twee dagen waren exclusief gereserveerd voor vakbezoekers. Saskia Desmidt kon er contacten leggen met tour- en coachoperators, wholesalers, travel agents,... uit Duitsland en de Europese Unie.

- WTM London (Engeland)

Van 8 tot en met 11 november was London opnieuw de locatie voor de belangrijkste toeristische vakbeurs voor de internationale reisindustrie. WTM staat hoog op de agenda van reisprofessionals uit de hele wereld. Anne De Meerleer was onze vertegenwoordigster en gaf er tekst en uitleg over Brugge.

Workshops ingericht door Toerisme Vlaanderen

- Flanders Travel Forum (Ieper)

Het vijfde Flanders Travel Forum, waarbij de belangrijkste Britse reisorganisatoren naar Vlaanderen uitgenodigd worden, had in 2004 op 23 februari in de Lakenhallen van Ieper plaats. De Britse markt is voor Brugge van groot belang. Carine Decroos, Anne De Meerleer en Saskia Desmidt konden diverse nieuwe contacten leggen en bestaande onderhouden.

- Workshop Nederland (Gent)

Om de Nederlandse reisindustrie op een gerichte manier te benaderen, organiseerde men een tweedaagse Famtrip naar Vlaanderen. Op 26 maart waren Nederlandse touroperators, touringcarexploitanten, culturreisorganisatoren,... te gast in de Gentse Sint-Pietersabdij voor een face-to-face communicatie met diverse aanbieders. Carine Decroos en Ann Plovie leerden hen de toeristische troeven van Brugge optimaal kennen.

- Roadshow München - Leipzig (Duitsland)

Op deze reizende workshop leerden Duitse regionale reisorganisatoren de Belgische steden en attracties kennen. Op 21 april was Tom Pieters te gast in München waar Brugge goed gekend is bij het cultuurgerichte publiek. De volgende dag trok hij naar Leipzig. In deze voormalige Oost-Duitse stad is Brugge niet zo gekend, een uitgelezen kans om de lokale touroperators het aanbod van Brugge in detail toe te lichten.

- Roadshow Denemarken en Zweden

Deze reizende workshop richtte zich tot de belangrijkste Deense en Zweedse reisvaklui. Anne De Meerleer was van 21 tot 24 september achtereenvolgens te gast in Velje, Copenhagen, Stockholm en Göteborg en legde heel wat vruchtbare contacten.

- Roadshow Italië

Deze actiereeks in Napels, Firenze en Verona werd van 19 tot 21 oktober georganiseerd met de bedoeling de nodige persoonlijke en duurzame contacten te leggen met de Italiaanse reisindustrie. Carine Decroos overtuigde menig Italiaan om Brugge in het reisaanbod op te nemen.

Beurzen ingericht door Westtoer

- Reisemarkt Köln (Duitsland)

Van 3 tot 5 december vertegenwoordigde Kathy Van Wambeke onze stad op de publieksbeurs in de voor ons interessante regio Köln-Düsseldorf.

Brugge in het binnenland

- Mediaworkshop "West-Vlaamse vakantie-ideeën"

Op 2 maart organiseerde Westtoer een mediaworkshop in het stadhuis van Kortrijk. Toeristische diensten uit West-Vlaanderen en Westtoer stelden hun nieuwe publicaties voor en informeerden de media, alsook prominenten en andere belangstellenden uit West-Vlaanderen, over hun topevenementen en nieuwigheden. Jean-Pierre Drubbel en Ann Plovie gaven tekst en uitleg.

- Reismarkt

In eigen land nam Toerisme Brugge deel aan Reismarkt 2004 op 6 en 7 maart in de Brugse stadshallen. Tania Van Brabant, Charlotte Meurrens en Anne Bontinck bemanden de Brugse stand.

- Booming Business

Op 8 en 9 december hadden in Oostende voor de eerste maal contactdagen voor bedrijven uit Brugge, Kust en Hinterland plaats. Het doel van deze get-together voor ondernemend West-Vlaanderen is formele en informele contacten te leggen. Bij de exposanten uit diverse sectoren waren ook Meeting in Brugge en Toerisme Brugge. Saskia Desmidt en Ann Plovie promootten er met enthousiasme het cultuurevenement Corpus Brugge 05.

Tradecel

De Tradecel is een nieuwe afdeling binnen Toerisme Brugge die in het kader van Brugge 2002 werd opgericht. Deze dienstverlening richt zich exclusief tot de professionele reissector (touroperators, incomings, reisbureaus, logiesverstrekkers, e.a. De werking van de Tradecel wordt hieronder kort geschetst:

Infoverstreking naar de professionele reisindustrie

De vragen beantwoorden van de toeristische Trade sector, dit zijn touroperators, reisbureau's, autocaristen, incomings, hotels, enz.

De Tradecel krijgt de meeste aanvragen via het eigen e-mailadres, nl. trade@brugge.be, maar ook via de gewone post en per fax. Concreet zorgt de cel voor: doorgeven van prijzen, suggesties aanreiken, beeldmateriaal bezorgen, evenementen aankondigen, bezorgen van poster- en ander promotiemateriaal. voor de informatie rond evenementen werd op de Trade-website een speciale evenementenpagina aangemaakt;

Tevens behoort het tot de taak van de Trade om de informatiestroom te verzorgen naar Toerisme Vlaanderen en alle Buitenlandkantoren (kantoren in het buitenland gevestigd die de Vlaamse steden promoten i.s.m. Toerisme Vlaanderen).

Beurzen & workshops

Het is de taak van de Pers- & Tradecel om de verscheidene beurzen en workshops te bemannen en op te volgen. Concreet betekent dit dat die verdeeld worden onder de medewerkers van deze cel.

Database

De database bevat een 5200-tal records en wordt bijna dagelijks gevoed met nieuwe contacten. Er is ook een constante updating. Op basis van deze database worden op regelmatige tijdstippen mailings gedaan.

Opvolgen van de promotiecampagnes van Westtoer en de buitenlandcampagnes van Toerisme Vlaanderen

Voorbereidende en evaluerende vergaderingen bijwonen. Het aanleveren van info, het nalezen van info voor brochures, het checken van drukproeven. Opvolging van de campagnes.

Reisgidsen over Brugge

In de mate van het mogelijke, en enkel receptief, reisgidsen over de stad nalezen en helpen bij de informatieverwerking.

Wekelijkse evenementenkalender : E-events

Elke week wordt een selectie uit de update van de maandkalender (aangeleverd door de Informatiedienst) gemaakt. Dit overzicht van de belangrijkste evenementen wordt naar een 270 e-mailadressen verstuurd. Zodoende hebben hotels, gastenkamers, toeristische diensten,... hapklare info voor hun klanten.

Tradewebsite

De informatieve tradewebsite (www.brugge.be/trade) kan in vier talen geconsulteerd worden. Het updaten en aanvullen neemt Bruno Janssens voor zijn rekening.

Nieuwsbrieven

Begin 2003 is de Pers- en Tradecel gestart met de opmaak van een nieuwsbrief. Het doel is de informatieverstrekking optimaler te laten verlopen. Bijna maandelijks wordt een nieuwsbrief opgemaakt die per mail naar diverse contacten gestuurd wordt: hotels, restaurants, toeristische diensten, tradecontacten alsook alle buitenlandkantoren. In de brief (Nederlandstalige en Engelstalige versie) worden nieuwigheden, evenementen, toeristische weetjes,... aangekondigd. Medewerker Ann Plovie is verantwoordelijk voor de opmaak van deze 'newsletter'.

De nieuwsbrieven kunnen gedownload worden van de Tradewebsite.

Mailings/Nieuwe brochures

Ieder jaar zijn er een aantal grotere en kleinere mailings (n.a.v. Bloedprocessie, Reiefeesten, jaarkalender,...) waarbij ook de buitenlandkantoren aangeschreven worden. Bij het verschijnen van nieuwe, eigen brochures stuurt de Tradecel een exemplaar naar de collega's in het buitenland.

Hieronder volgt een overzicht van het aantal mailings in 2004:

- Maart – april 2004

een grote mailing waarbij volgende evenementen en brochures werden gepromoot:

- de Heilig-Bloedprocessie
- de Reiefeesten
- Jaarkalender 2004.

De info en begeleidende promotiebrief, ontworpen in vier taalversies, werd verstuurd naar volgende doelgroepen en volgende aantallen:

- Database religieuzen en gepensioneerden: 666
- Toerismekantoren Kust en omgeving: 14
- Incomings België: 65
- Antwoordcoupon Vlaanderen-brochures: 16
- Database Infokantoren Vlaanderen: 102.

Klanten konden een bestelling doormailen naar de Pers & Tradecel om flyers te bekomen van bovenvermelde evenementen.

De Pers & Tradecel stond ook in voor de verspreiding van affiches van de Bloedprocessie waarvoor het affichagebedrijf Agrafa onder de arm werd genomen. Bovendien werd aan alle hotels een e-mail gestuurd met de melding dat ze affiches konden komen ophalen.

- April 2004

een grote mailing ter promotie van de evenementen 2004, Corpus 05 en ter kennisgeving van de nieuwe brochures

- Reisbureaus, Touroperators, Autocaristen Frankrijk: 339
- Reisbureaus, Touroperators, Autocaristen Nederland: 328
- Reisbureaus, Touroperators, Autocaristen Groot-Britannië: 291.

- Augustus 2004

Mailing van de nieuwe Corpus 05 informatie naar 106 adressen uit het FIT databasebestand van de vzw Hotels Brugge.

- December 2004

Mailing van een brief met parkeerinformatie voor verblijfstoeristen n.a.v. het nieuw mobiliteitsplan. Dit naar 106 adressen uit het FIT databasebestand van de vzw Hotels Brugge en 100 adressen van touroperators in de buurlanden.

Verzending promotiemateriaal

Dagelijks ontvangt Toerisme Brugge een hele stapel binnenlandse en buitenlandse correspondentie. Steeds meer aanvragen bereiken de dienst per e-mail. De behandeling van deze grote aantallen aanvragen vergt heel wat tijd en energie. Sedert 1/1/1996 is Toerisme Brugge begonnen met het frankeren van de uitgaande post zowel wat betreft de post van Toerisme Brugge alsook de poststukken van Congrespromotie Brugge (CPB).

Sinds eind 2001 heeft Toerisme Brugge een automatische frankeermachine, wat zorgt voor een veel vlottere werking dan met een mechanische machine.

Het totaal aantal van de uitgaande correspondentie van Toerisme Brugge en Congrespromotie samen bedroeg 24193. In 2003 bedroeg dit getal 31041.

JAN	FEB	MRT	APR	MEI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEC	TOT
1691	2241	3213	3242	1673	2265	1617	1532	1956	1539	1823	1401	24193

Advertenties

Toerisme Brugge krijgt jaarlijks een beperkt budget voor advertenties ter promotie van Brugge.

Advertenties in het binnenland

Door de verfilming van de Aspedetectives heeft Toerisme Brugge daar in 2004 ook aandacht aan besteed: in **Story** kregen we een advertorial in ruil voor een aantal Aspe-arrangementen.

In het Belgische magazine **Kreo** plaatsten we een advertentie van een halve pagina over de Heilig Bloedprocessie.

Naar jaarlijkse gewoonte was er weer ¼ pagina voorzien in de gids “**Toeristische Attracties en Musea van België**”. In 2005 komt het Memlingmuseum aan bod.

Ons budget voor Zeebrugge gebruikten wij voor een kustspeciaal van **Uit-Magazine**, met een speciale supplementaire verdeling in Nederland.

Advertenties in het buitenland

In het Nederlandse reisvakblad **Travelution** plaatsten we een advertentie i.v.m. Corpus 05.

In het Engelse **Coach Touring** magazine namen we 2 volle centrumpagina's om het stadsplan, de vernieuwde busparking en de evenementen te promoten.

Bovendien namen we ook een halve pagina advertentie over het Brugse patrimonium in het Britse **Abta Magazine/Travelspirit**, ter ondersteuning van een destination report.

N.a.v. een ontmoeting van Jean-Pierre Drubbel met een medewerker van **Diamond Digest**, namen we in dat Indische diamanttijdschrift 6 x 1/1 pagina.

In het Duitse trademagazine **Flanders in the Picture** namen we ¼ p.quadri n.a.v. de Reiefeesten en het Festival van Vlaanderen.

We besteedden ook aandacht aan de toeristische beurs **SITC in Barcelona**, waar we een communicatiecampagne over Vlaanderen steunden.

Met het Franse tijdschrift **Pays du Nord** hadden we ook goede afspraken: we namen een halve pagina over de Reiefeesten en een halve pagina over Winter in Brugge. Bovendien wordt Brugge in 2005 ook nog opgenomen in de agenda, en komt er een special over verblijven, een fietstocht...

In het Franse **Citymagazine** namen we 1/1 bladzijde ter ondersteuning van een artikel van 14 pagina's.

Beeldmateriaal

Toerisme Brugge beschikt over een tweeduizendtal digitale foto's die ter beschikking worden gesteld voor de promotie van het toerisme. Deze foto's kunnen worden opgevraagd door touroperators, autocarbedrijven, reisbureau's en de toeristische pers om folders, reisgidsen of artikels over Brugge te illustreren. Een groot deel van deze aanvragen gebeurt via de BTO's.

Toerisme Brugge maakt ook zelf veel gebruik van deze foto's bij de opmaak van brochures, advertenties, website, infozuil,...

Jammer genoeg beschikt de dienst nog steeds niet over een digitaal fototoestel.

Een aantal van de belangrijkste foto's kunnen in hoge resolutie (JPG-, TIF- of PCD-formaat) gedownload worden op de website: www.brugge.be/toerisme/beeld. Op deze webpagina kan men een keuze maken uit volgende onderverdelingen:

- toeristische zichtjes (Brugges meest bekende plekjes, koetsen, bootjes,...)
- torens en kerken
- musea
- moderne architectuur (concertgebouw, paviljoen Toyo Ito, Conzettbrug,...)
- evenementen (H.-Bloedprocessie, Sculpturenfestival, Zandfeesten,...)
- winter in Brugge (wintersfeerbeelden, kerstmarkten,...)
- Brugs ommeland (de groene rand rond Brugge)
- Zeebrugge.



Zie hier een van de foto's die je kan downloaden van op <http://foto.brugge.be>

Deze foto's mogen enkel gebruikt worden voor de promotie van het toerisme in en rond Brugge, en niet voor commerciële doeleinden. Andere doeleinden zijn bespreekbaar, mits toestemming van de fotografen.

BRUGGE IN DE MEDIA

Niet enkel journalisten of TV-ploegen komen naar Brugge. Er zijn ook heel wat reisorganisatoren of vliegtuigmaatschappijen die studiereizen of incentives naar Brugge organiseren. Het onthaal van de deelnemers is zeer belangrijk, want zij verwerven tijdens deze reises de kennis en informatie die zij doorgeven aan hun klanten. Als zij tevreden zijn over het toeristisch aanbod en onthaal, zullen hun klanten dat naar alle waarschijnlijkheid ook zijn.

In 2004 hadden wij 39 dossiers van reisprofessionelen, waarvan 99% uit het buitenland.

Hier volgt een overzichtje van de belangrijkste:

Nederland: onze noorderburen stuurden 91 verkopers en reisagenten van OAD (Overijselsche Autobusdiensten) naar Brugge, en er was eveneens een studiereis voor Nederlandse reisorganisatoren.

Frankrijk: SNCF; Voyages l'Oiseau bleu (Duinkerke); OTU Voyages Wasteels (organisatie van universitair toerisme, die het studentenmagazine "Isilife" uitgeeft op 360.000 ex.); Hypervacances (spec. weekendtrips); American Express ST.Quentin Yvelines.

UK: Furlongs Travel (familiebedrijf dat Brugge wil opnemen in hun package); Flanders Coaching Educational (35 personen); educational van Thomson "Lunn Polly" (10 beste jonge verkopers van deze reisbureau's).

Spanje: Geoland (15 reisagenten uit Cataluña en Valencia); El Corte Inglés (14 personen); Mundicolor Tempo Libre; RACC.

Oostenrijk: reisagenten van Railtours, Agentour, Raiffeisen en AUA.

Duitsland: Grimm Touristik Wetzlar kwam met 40 personen, Weinradel met 9, en Neckermann met 18.

USA: de Amerikanen lieten zich niet kennen en stuurden ook een aantal mensen, van o.a. AVANTI (reizen met kooklessen!), "super-de-luxe" TO's; Tauck World Discovery (Tauck chartert kleine schepen die aanmeren in Antwerpen en waarvan de passagiers in 2005 de kans zullen krijgen om Brugge te bezoeken); Collette Tours (gespecialiseerd in luxe-reizen).

Verder kwamen er ook reisagenten uit Tsjechië, Israël (SN Brussels Airlines Tel Aviv), Italië, en zelfs uit Viëtnam.

Geschreven en gedrukt

Via Toerisme Vlaanderen kregen we heel wat aanvragen voor logistieke steun aan journalisten.

Binnenland

Een goeie 20% van de aanvragen kwam uit België zelf:

Zo ontvingen we o.a. iemand van de Gault & Mihal Benelux; Libelle (specifiek thema rond schrijver Pieter Aspe); Vers L'Avenir; La Libre Belgique; Car&Bus; Feeling; Het Laatste Nieuws (over zomerwandelingen in Brugge); Le Courrier de L'Escaut; Weekend Knack (dossier over nieuwe Brugse adresjes); Trip; Plus Magazine (voor een artikel over romantisch Brugge).

Buitenland

Bij de buurlanden spande ook in 2004 **Groot-Brittannië** weer de kroon, met een 19-tal journalisten.

Een overzichtje: The Sunday Times (oplage: 1.398.414 exemplaren schreef een artikel over "the world's best pubs"); The Daily Express (dagelijkse oplage 956.649 ex.; artikel over chocolade); The Independent Supplement; The Observer ("Flanders Coast Supplement"); Sainsbury's Magazine (gastronomie, reizen...); The Rough Guides; The Times (oplage 652.552; "Cities of Flanders" supplement); The Daily Telegraph; Lime Transmanche Magazine.

Frankrijk volgde met een 13-tal dossiers: Guides Bleus Evasions; de gids Guide Villes D'art; Campagne Décoration, un art de vivre (glossy magazine); Le Courier Picard; Le Journal de Saône et Loire (speciale pagina over Bourgondië); Histoire Médiévale (in januari 2005 12 p. over Brugge, en in november 2005 een hors série); Pays du Nord (hors série over Belforten); tijdschrift Détours en France; Art et Décoration (glossy magazine, bimestriël).

We kregen een 8-tal journalisten over de vloer uit **Nederland**: Vakblad Reisburo deed een special over romantische steden; Reisgids Vlaanderen ANWB (oplage 7000) herschreef haar gids, geldig tot 2008; More Than Classics besteedde 8 pagina's aan Brugge (oplage 35.834); De Reiskrant van De Telegraaf (oplage 792.207) schreef over kindvriendelijk Vlaanderen. Er was ook een heuse Aspe-persreis n.a.v. het verschijnen van de TV-reeks op de Nederlandse zender RTL5. Brugge kwam ook voor in "Een tafel met een verhaal", een 200 pagina's tellend boek als relatiegeschenk voor de mensen van ABN-AMRO.

Vanuit **Duitsland** kregen we minder journalisten over de vloer. Rosine De Dijn (auteur van "De vrouwen van de keizer") vroeg informatie op over de muntenschat van het Prinsenhof, en we kregen ook het bezoek van iemand van de Aachener Zeitung n.a.v. Winter in Brugge.

We verwelkomden ook een 5-tal **Spaanse** journalisten, o.a. van La Vanguardia; MAN; Telva.

Italië werd vertegenwoordigd door het dagblad Sette, en Viaggi e Sapori.

De **US** stuurde ook een klein aantal journalisten: Frommer's Budget Travel Magazine, AAA Going Places, Rail Europe.

Verder kregen we ook journalisten over de vloer uit Tsjechië, Zweden en Denemarken, Canada, Zwitserland, Japan, Noorwegen, China.

In beeld

Binnenland

De meeste Tv-ploegen kwamen uit België zelf. Hier volgt een overzichtje :

- TV1 “Wittekerke” verzorgde weer talloze afleveringen vanuit Zeebrugge en Lissewege.
- TV1 “1000 zonnen en garnalen” filmde in Zeebrugge met Kurt Van Eeghem
- VTM “Grande TV” filmde op ’t Zand, in het Concertgebouw, H. Bloedkapel, Belfort, Gruuthuse, op de koetsen voor de rubrieken “Op Vakantie”; “Kortweg”; “Mijn favoriete plek”
- TV1 “Vlaanderen Vakantieland” zette een mobiele keuken op op de Burg om met presentatrice Sabien Hagedoorn gerechten te laten proeven aan de omstaanders.
- RTBF “Escapades gourmandes”, gepresenteerd door Guy Lemaire, nam 26 minuten op in Brugge, met o.a. interviews met Anne De Meerleer.
- Liberty TV “Actua” deed een interview met toerismedirecteur Jean-Pierre Drubbel.
- NHK (de enige publieke Japanse TV-zender) nam met het Belgische productiehuis Multilines het concert op dat dirigent Ashkenazy samen met het Japanse symfonieorkest kwam geven op 10/07/04.
- een delegatie van het moederbedrijf van Daikin Europe maakte in Brugge een algemene corporate video met Brugge als decor.
- Vitaya nam een zesdelige reeks op over onthaasten aan de kust in het najaar.
- RTBF “Fort en tête” nam 6 interessante reportages op met gesprekken met Roel Jacobs, Marc Rijckaert, Lori Van Biervliet, Noël Geirnaert, Jos Teugels, Brody Neuenschwander.
- TV1 “Vlaanderen Vakantieland” nam ook nog een reportage op n.a.v. de Dag van de Architectuur over het Concertgebouw, Groeningemuseum, Toyo Ito, de Conzettbrug.
- VT4 “Chris & Co” kwam ook op lokatie in Brugge
- NHK nam een reportage over Brugge op voor de UNESCO “The Heritage Images Archives”.

Buitenland

Vanuit de **UK** kwamen er een vijftal aanvragen binnen.

- Oxford Scientific Films Ltd. filmde in Brugge voor een programma over de Europese industriële revolutie voor “Discovery Europe”
- ITV filmde voor de populairste Britse show “This morning; a taste of Europe”
- BBC filmde voor het verborgen camera-programma “World shut your mouth”
- Discovery Channel “Pilot guide to Belgium” filmde hier voor een documentaire van de Lonely Planet “Globe Trekker Belgium & Luxemburg”
- Channel 4 filmde voor het programma “Coach trip”, over Britten die gedurende 5 weken door Europa reizen.

Nederland bracht twee filmploegen naar België:

- AVRO filmde in 't Memlingmuseum voor het programma "Tussen kunst en kitsch"
- de commerciële zender "Yorin travel" (650.000 kijkers per programma) presenteerde vanuit Brugge een reisprogramma.

Ook de **Spanjaarden** lieten van zich horen:

- TVE filmde een paar uur in Brugge voor "España en el mundo"
- de lokale Spaanse TV 25TV filmde voor het reisprogramma "Manoa", met o.a. Anne De Meerleer
- ASV Producciones filmde een Luiks concert van de groep Kinkybeat, en toonde daarbij ook beelden van Brugge.

In de ether

Dit jaar waren er opvallend weinig radio-journalisten aanwezig.

- Radio Twee West-Vlaanderen maakte promotie voor de Erfgoedcel en vroeg daarvoor een gidsbeurt voor de luisteraars in return
- Bel RTL (nummer één in Wallonië/Brussel) vroeg info op over Brugge.

EVENEMENTEN

Traditionele evenementen

Heilig-Bloedprocessie

De Processie maakt al sinds jaar en dag deel uit van het Brugs cultureel erfgoed. Naar aanleiding van het Heilig Jaar 2000, werd de opbouw en de vormgeving van de Processie bijgestuurd. De actualisering hield in dat de Processie een dynamischer gebeuren werd, meer verstaanbaar voor een publiek van deze tijd, maar zonder afbreuk te doen aan de rijke traditie die in de loop van de vorige decennia werd opgebouwd. Het werd dus wederom uitkijken naar deze religieuze ommegang die op 20 mei 2004, Hemelvaartdag, door de feestelijk bevlagde straten van de Brugge binnenstad trok. Er kwamen heel wat bezoekers uit binnen- en buitenland speciaal voor dit evenement naar Brugge afgezakt, mede dankzij de vele inspanningen van Toerisme Brugge op promotioneel vlak (mailings, opmaak en druk folder, poster...).

Begeleide wandelingen

Van het laatste weekend van mei tot het laatste weekend van september organiseerden de beide gidsenverenigingen in samenwerking met Toerisme Brugge begeleide stadswandelingen. Tijdens de maanden juni en september werd enkel gedurende de weekends gegend, tijdens de maanden juli en augustus gebeurde dit dagelijks en dit telkens in 4 talen. Deze

wandeling toont de belangrijkste bezienswaardigheden in het historisch hart van Brugge en is de aangewezen rondleiding voor een eerste kennismaking met de stad.

Toerisme Brugge nam voor dit evenement zowel de kaartenverkoop als de promotie op zich (opmaak en druk flyer, opmaak pancarte).

Zandsculptuurfestival (moet er nog zand zijn?)

Ondertussen ook een traditie aan het worden... Van 16 juli tot 5 september 2004 vond op het strand van Zeebrugge de 8ste editie van het zandsculptuurfestival plaats. Het festival stond in het teken van Hollywood.

De bezoeker werd er ontvangen als een echte Hollywood celebrity op een Oscar Night. Alle elementen waren dan ook aanwezig, van de rode loper, de Oscar-beelden en de limousines tot de paparazzi en het publiek, dit alles deels in zand gesculpteerd.

De zandsculptuur bestond uit 2 grote arena's, waarin een 100-tal film iconen en thema's te zien waren, die naast elkaar werden gebouwd en verbonden waren met een zandtunnel. Via de poort van Stargate werd de bezoeker binnengeleid en om naar buiten te geraken diende hij de tunnel te verlaten langs de mond van Jaws. Tussen de twee arena's in, stond een 16 m hoge Empire State Building, met King Kong erboven op. Aan het Empire State Building was een projectiescherm bevestigd waar je 's avonds kon genieten van previews van komende films en de "making of" van de sculpturen.

Er was ook een movie-hall voorzien, waar de bezoeker zich in een heuse filmstudio waande.

Ook de horecazaken en winkels in Zeebrugge leefden mee met het evenement. Zo kon je een "James Dean" cocktail drinken op de terrasjes van de Zeedijk of een ijscoupe "Marilyn Monroe" bestellen.

Toerisme Brugge hielp mee met de promotie van dit evenement.

Moet er nog ijs zijn?

Het afgelopen jaar was een weliswaar kleinere versie van het Ijssculpturenfestival op het Stationsplein van Brugge te zien met als thema "A Celtic Story". Van 24 december tot en met 11 januari kon de bezoeker een winterse wandeling maken doorheen de wereld van de Kelten met menhirs, dolmen, keltische kruisen en juwelen...

Ook hier stond Toerisme Brugge in voor de promotie.

Open Monumentendag

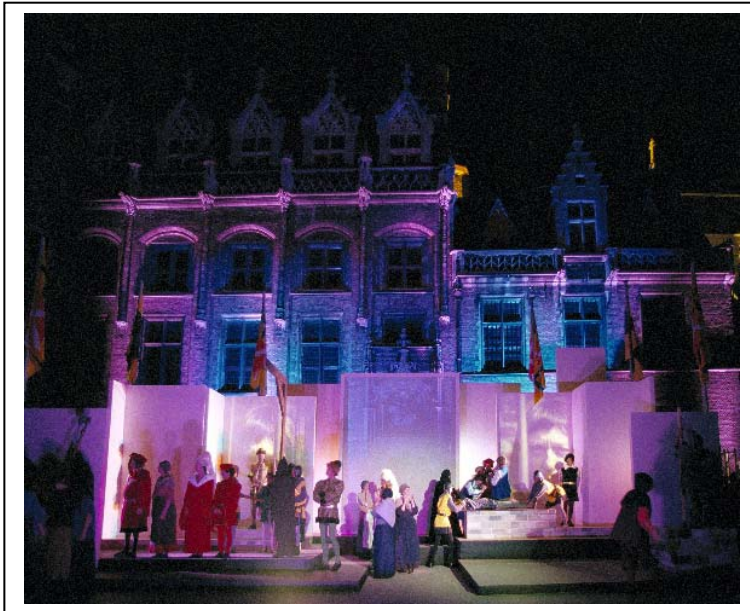
Open Monumentendag vond plaats op 11 en 12 september 2004. De 16^{de} editie stond in het teken van de natuur, meer bepaald de verbondenheid tussen monument en landschap. 24 gebouwen en/of sites konden in dit kader bezocht worden en er werden een aantal boeiende wandelingen uitgedokterd.

Toerisme Brugge stond in voor de verkoop van programmaboekjes.

Speciale evenementen

Reiefeest

Het Reiefeest is een driejaarlijks evenement dat plaats vindt in open lucht, langs de schitterend verlichte Reien en op de Burg in hartje-Brugge. Op 20, 21, 23, 25, 27 en 28 augustus vanaf 21 uur werd de geschiedenis van de stad weer tot leven gebracht tijdens 8 korte spektakels, die de vele toeschouwers terugvoerden naar de fascinerende Middeleeuwen, de voorspoedige Bourgondische tijd, de Renaissance en de frivole Barok. In



2004 werd daar ook de geschiedenis van de haven van Zeebrugge aan toegevoegd, van de karvelen tot de containerhaven van vandaag. Meer dan 600 figuranten, dansers en muzikanten waren in de weer tijdens de opvoeringen. Alle taferelen werden doorlopend en onafhankelijk van elkaar opgevoerd, en daarom moest de toeschouwer ook helemaal geen rekening houden met aanvangsuren of met een bepaalde volgorde. Via één van de verschillende toegangspunten kon men zich

naar om het even welk tafereel begeven.

Toerisme Brugge organiseerde de kaartenverkoop, de verkoop van programmaboekjes en de speciale Reiefeest-bierglazen en stond tevens in voor de promotie.

Winter in Brugge

Voor het derde jaar op rij kwam op geregelde tijdstippen de werkgroep “Winter in Brugge” samen om een gezamenlijke promotiecampagne op te starten. De werkgroep bestond het afgelopen jaar uit Toerisme Brugge, Rekad (organisator van de Kersthappening Oud Sint-Jan), de handelsgebuurtekring Brugs Handelscentrum (organisator van de kerstmarkt met ijspiste), de vzw Hotels Regio Brugge, de Coördinatiedienst, de Volkssterrenwacht Beisbroek, de Brugse Musea, de vzw Concertgebouw en de vzw Brugge Plus. Bedoeling van deze werkgroep was de respectievelijke evenementen extra in de verf te zetten en om een aantal nieuwe initiatieven te bespreken.



Winter in Brugge op 125 Lijnbussen

Op 125 Lijnbussen werd een banner, voorzien van het “Winter in Brugge ”-logo aangebracht.

Winterse website

De viertalige site www.brugge.be/winter bood links naar de verschillende partners met informatie over alle evenementen en initiatieven. Blikvanger werd het nieuwe logo van “Winter in Brugge”.

Overnachten in het winterse Brugge: pure verwennerij!

Toerisme Brugge ontwikkelde een verblijfsarrangement voor de individuele bezoekers aan Brugge. Dit arrangement werd onder andere via de website gepromoot en omvatte: 1 of meer overnachtingen in een Brugs hotel, een streekgerecht of gastronomisch menu, en een toegangsticket tot een museum naar keuze. Ook konden verschillende opties gekozen worden, o.a. een ticket voor de ijspiste.

De arrangementen waren geldig tussen zondagavond en vrijdagmorgen van 28 november 2004 tot 28 februari 2004.

De prijs voor het arrangement “Winter in Brugge” varieerde van 57,5 tot 115 euro per persoon bij verblijf in een tweepersoonskamer. In alle hotels waren extra overnachtingen mogelijk, in de meeste gevallen zelfs tegen een extra voordelige prijs (-33%).

Hotels in de bloemetjes gezet!

Floristen uit de Brugse regio werden door Toerisme Brugge aangespoord om deel te nemen aan een prestigieuze decoratiewedstrijd in de Brugse hotels. Van hen werd verwacht dat ze van 26 november tot 5 december de receptiebalie of een andere ruimte in een Brugs hotel versierden.

Niet enkel de hotelgasten konden van deze bloemenpracht genieten, tijdens de duur van de wedstrijd werden de decoraties ook tentoongesteld aan het publiek!

Aan de balie van Toerisme Brugge waren plannetjes verkrijgbaar met aanduiding van de deelnemende hotels. De winnaars waren:

1^e plaats: Hostellerie Pannenhuis met Damman (117p)

2^e plaats: Walburg met Bloemenhuis (111p)

3^e plaats: Heritage met Lescauwaet (109p)

De bloemstukken en realisaties werden beoordeeld door de jury bestaande uit Hilde Decler, schepen voor Toerisme, Karel De Backer namens Rekad en Willy Adriansens, sectorhoofd van de stedelijke Groendienst. De volgende criteria werden hierbij gehanteerd: techniek, kleur, compositie, originaliteit en algemene indruk.

In “Fleur Creatief “en “Fleur Magazine” – twee uitgaves van Rekad dat ook “de Kersthappening” in Oud Sint-Jan organiseerde – verscheen een volledig artikel over deze wedstrijd. Aan de winnaar werden bovendien minimum 2 extra pagina’s gewijd. “Fleur

‘Creatief’ is een viertalig magazine met een oplage van 160 000 exemplaren over heel Europa, ‘Fleur Magazine’ is een maandelijks vakblad waarvan 6500 exemplaren worden verspreid.

Aan de wedstrijd was ook nog een prijsuitreiking verbonden, die plaatsvond tijdens de Kersthappening in Oud Sint-Jan.

Feestelijk oud en nieuw te Brugge

Toerisme Brugge pakte ook dit jaar uit met een handig overzicht van alles wat in deze feestelijk opgetuigde stad te beleven was tijdens de eindejaarsperiode. Er waren verrassend veel activiteiten, gaande van traditioneel commerciële tot zeer authentieke, van activiteiten die Brugges naam op het vlak van bruisende cultuurstad waardig waren, tot kleine, volksgebonden kerstinitiatieven. De vormelijk eenvoudige lijst, die wekelijks aangepast werd, kon verkregen worden bij Toerisme Brugge. De lijst kon ook geconsulteerd worden op www.brugge.be/winter.



MEETINGS

Meeting in Brugge vzw is een gemeenschappelijk initiatief tussen de privé-sector en de Stad Brugge en viert in 2005 haar tienjarig bestaan.

De vzw is een eerste aanspreekpunt voor firma's en verenigingen die in de stad Brugge een vergadering of congres wensen te organiseren.

De dienstverlening van Meeting in Brugge is gratis en men engageert zich om elke oproep binnen de 24 uur (*) te beantwoorden (* werkdagen).

Vanaf 2005 biedt Meeting in Brugge een completer aanbod van congresdiensten, waarbij zowel hotels & vergaderinfrastructuur, restaurants, traiteursdiensten en incentivekantoren aan bod komen.

Kathleen Bertier is verkoopdirecteur sedert mei 2004 en ze werkt samen met Peter Vermeire, meetingplanner en vaste medewerker uit de ploeg Toerisme Brugge en Rita Ameye, die de administratie verzorgt.

Andere medewerkers uit het team van Toerisme Brugge geven logistieke ondersteuning ivm informatica, boekhouding, vertalingen en bodes.

Het jaarverslag van Meeting in Brugge vzw zal meer informatie verstrekken over de werking van deze vereniging.



Onthaal

TELEFONISCH ONTHAAL

In het call-center komen dagelijks heel wat telefoons binnen, voornamelijk in het Nederlands, Frans, Engels en Duits. De aard van de vragen varieert.

Veel voorkomende vragen zijn: documentatieaanvragen, te bezoeken monumenten, brouwerijen, boot- en koetstochtjes, beschikbaarheid in de hotels, evenementen enz.

Er zijn ook zeldzamere vragen, vragen die gaan over allerhande zaken. Enkele voorbeelden zijn: waar is straat X gelegen, hoeveel inwoners heeft Brugge, sportmogelijkheden in Brugge, info over een gebouw, standbeeld, naam van een brug, soort steen van de Kruispoort, enz.

Een telefoonpermanentie wordt in de kalmere periodes door 2 mensen waargenomen, in het hoogseizoen door 3 medewerkers. Telefoons komen immers binnen met piek- en dalmomenten doorheen de dag.

AAN DE BALIE

Kassabalie

Aan de kassabalie van Toerisme Brugge werden in 2004 volgende drukwerken te koop aangeboden:

Boeken

- Brugge te voet (Japans)
- Literaire wandeling (NL)
- Didactische schooluitstap (NL)
- Wandelgids Brugge (NL/F)
- Eureka Brugge (F/D/E)
- Portret van een Stad (F/D/E/SP/I)
- Fotoalbum Gans Brugge (NL/F/D/E/SP/I/Jap/Russisch)
- Fotoalbum Stad Brugge (NL/F/D/E/SP)
- Museum Jeugdgid (NL/F/E)
- Brugge, Parel van Vlaanderen (N/F/D/E/SP/I/R/J)
- Programmabrochure H.Bloedprocessie (viertalig)
- Brugge & Franstalige letterkunde
- Tussen Polder en Houtland (NL)
- Natuurgids Beisbroek (NL)
- Zevenkerken (NL/F/D/E)
- A portrait of Bruges (4-talig)
- Discovering Bruges (4-talig)

- Brugge op zijn Kant (NL)
- Europa in Brugge (NL/F/D/E/I/SP)
- Brugge Binnenste Buiten (NL)
- Aspecten van Brugge
- Brugge op zijn Kant
- (1 wandeling – NL/F/D/E/SP)
- Boek Pavillion Toyo Ito
- Kustschatten/attracties (N/F)
- Kruidengids Tudor
- Natuurgids Brugse Vesten
- Suske en Wiske “Heilig Bloed” (N/F)
- Toegankelijkheidsgids algemeen
- Toeristische Toegankelijkheidsgids
- Westhoekjes (N/F/D/E)
- Italië-wandeling
- 200x Brugge
- This is Brugge (fotoboekje)
- Brugge Gids(N/F/E/D/Sp/Russisch)
- West-Vlaanderen geproefd
- Verken Brugge

Andere edities

- Toeristische folder Brugge: beschikbaar in NL/F/D/E/SP/I/JAP
- Auto- en Fietsroutes in West-Vlaanderen
- Lissewege Folder
- Falkplan Brugge
- 5x met de fiets rond Brugge (NL/F/D/E)
- Toeristische kaart (West-Vlaanderen)
- Waterwegentrekkaart
- Kalender Brugge
- Plattegrond Marcus Gerards (detail)
- Reiskrant Brugge
- Reiskrant Wandeling
- Reproductie wapenschild Brugge
- Videocassette over Stoeten (NL/E)
- Videocassette ‘Brugge, Levende Stad’
- Balpen Toerisme Brugge
- Paraplu Logo Toerisme
- in Flanders Field (N/F/E)
- Compact Disk (E)
- Affiches (diverse)

- DVD Brugge Levende Stad
- Ryckevelde wandelpad
- CD Belgian Navy
- Posterset (3 affiches)
- Set van 8 postkaarten

Tickets

Ook in 2004 verleende Toerisme Brugge aan tal van evenementen terug haar medewerking, dit echter hoofdzakelijk op promotioneel vlak. Sedert de oprichting van Tinck en het bestaan van de Cultuurbalie in het Concertgebouw worden de meeste tickets immers langs deze weg verkocht. Toch worden occasioneel nog tickets of speciale artikels voor bepaalde evenementen verkocht.

De omzet van de verkoop van de museumtickets bedraagt 69.936 euro. Toerisme Brugge verkoopt 2 verschillende combinatieticketten à 15 euro/stuk, een ticket voor 5 stedelijke Musea naar keuze en een ticket voor drie stedelijke musea naar keuze + huurfiets + drankje in de herberg van het Museum voor Volkskunde.

Ticketverkoop 2003		
Naam en datum van het evenement	aantal verkocht	omzet in euro
Reiefeest Glas	24	40,00
Reiefeest Programmaboekje	296	592,00
Reiefeest ticketverkoop	1949	24.006,50
Themawandelingen ticketverkoop	2906	15.066,00
Boekjes Open Monumentdag	633	1.263,20
Zoektocht slenteren tussen Burg en Ezelpoort	306	2.142,00
TOTALE OMZET		43.109,70

Logiesbalie - Hotelreservaties

Jaar na jaar stellen we een vermindering van het aantal reserveringen via onze dienst vast. Door de komst van het Internet is het voor de modale toerist heel eenvoudig geworden om rechtstreeks kamers te reserveren.

Hieronder een vergelijkend overzicht van het aantal logiesreserveringen geboekt via Toerisme Brugge in 2001, 2002 en 2003:

maand	Balie Burg 2003	Balie Burg 2004	Station 2003	Station 2004	andere 2003	andere 2004	totaal 2003	totaal 2004
januari	83	43	29	11	0	0	112	54
februari	83	79	15	8	1	0	99	87
maart	141	68	31	17	0	0	172	85
april	414	330	103	41	1	4	518	375
mei	296	254	80	53	2	3	378	310
juni	212	186	108	63	0	0	320	249
juli	370	295	81	60	0	4	451	359
augustus	727	503	142	59	0	8	869	570
september	376	290	73	69	0	3	449	362
oktober	248	208	56	53	0	2	304	263
november	124	79	38	17	0	0	162	96
december	105	110	35	11	0	4	140	125
TOTAAL	3179	2.445	791	462	4	28	3974	2.935

LOGIESRESERVERINGEN TOERISME BRUGGE 2003 (aantal kamers per maand)				
maand	Balie Burg 2004	Station 2004	Backoffice 2004	totaal 2003
januari	44	11	0	55
februari	109	12	0	121
maart	69	18	0	87
april	343	41	4	388
mei	260	57	6	323
juni	195	65	0	260
juli	308	60	4	372
augustus	521	62	10	593
september	290	69	3	362
oktober	214	56	3	273
november	80	19	0	99
december	113	11	7	131
totaal	2546	481	37	3.064

Infobalie

In het informatiekantoor wordt er niet enkel schriftelijke of mondelinge informatie aan de toeristen bezorgd, sinds kort kan er ook elektronisch informatie worden verstrekt.

Begin juli 2004 werden in het hoofdkantoor van de dienst drie infozuilen in gebruik genomen. De zuilen staan opgesteld in de hall van het Brugse Vrije en stellen van 7 uur tot 19 uur hun diensten ter beschikking. De toeristische zuilen zijn een voorbeeld van gebruiksvriendelijkheid. Dit blijkt overigens maar al te duidelijk uit de overgrote belangstelling van de duizenden toeristen die het informatiekantoor bezoeken. Gebruiksvriendelijkheid is meestal het struikelblok waarbij dergelijke zuilen bij tests door de mand vallen. Daarom werd in nauw overleg met Toerisme Brugge en de ontwerper van de zuil (de Brugse firma I-touch) alles in het werk gesteld om hieraan te verhelpen.

Door middel van het aanraken van het scherm (touch screen) verschijnt in fracties van seconden de gewenste informatie in de gewenste taal op het scherm. De toerist hoeft niet door ellenlange menu's en submenu's te bladeren om de informatie te vinden die hij/zij wenst.

Op bepaalde punten scoort de zuil zelfs beter dan "de mens". Een straat zoeken in een stad duurt op de conventionele manier (plan en stratenindex) toch al gauw enkele tientallen seconden. De zuil doet dit in minder dan 5 seconden en toont nog eens precies hoeveel de afstand bedraagt tot een bepaald punt (inzoomen op de kaart is ook geen probleem).

Ook met heel wat praktische vragen kan de zuil overweg. Bijvoorbeeld: waar vind ik een Internetcafé, taxi's, publieke toiletten, de opstapplaatsen voor de boten, enz.

Tevens een primeur voor België is het feit dat op de zuil alle beschikbare kamers in de stad op te vragen zijn. Per type kamer verschijnt de aanduiding: "volzet" of "vrij" en het uur waarop de logiesaanbieder de gegevens verstrekke. Maar de zuil biedt nog veel meer. In luttele seconden kunnen toeristen aangeven welk type logies zij willen. Een concreet voorbeeld: een toerist zoekt een 4-sterren-hotel met zwembad, lift, zicht op de reien en waar honden toegelaten zijn. Hij drukt op een selectiescherm en toetst zijn eisen in. Op het scherm krijgt de toerist om de 2 seconden een foto te zien van verschillende logiesaanbiedingen, samen met andere nuttige informatie.

Boekhouding

Dat Toerisme Brugge een aanzienlijke omzet verwezenlijkt valt vast te stellen uit onderstaande tabel:

	omzet 2002	omzet 2003	omzet 2004
ontvangsten eigen arrangementen	776 866,00 (39,11 %)	18267,07 (2,20 %)	182.520,00 (18,52 %)
logiesbemiddeling	910 761,00 (45,84 %)	457 825,62 (54,93 %)	352.639,75 (35,77 %)
wederverkoop edities	156 758,00 (7,89 %)	126 813,30 (15,22 %)	160.061,56 (16,24 %)
kaartenverkoop	30 095,00 (1,52 %)	0,00	0,00
bemiddeling groepen	0,00	210 153,62 (25,21 %)	247.586,25 (25,12 %)
kaartenverkoop derden	112 337,00 (5,66 %)	20 539,00 (2,47 %)	43.109,70 (4,38 %)
100%	1.986.817,00	915.200,74	985.917,26

Toelichting

De omzet van de groepsbemiddeling valt in de jaren 2001 en 2002 samen met de ontvangsten uit eigen arrangementen. In 2003 werd geopteerd om deze omzet afzonderlijk te vermelden om een duidelijker beeld te schetsen voor de verhouding tussen de eigen

arrangementen en de gerealiseerde omzet voor de groepsbezoeken (bemiddeling bij het reserveren van boottochten en groepsmaaltijden).

De omzet van de ontvangsten uit eigen arrangementen is gestegen ten opzichte van vorig jaar. De klanten kunnen vanaf nu zelf pakketten samenstellen met verschillende bouwstenen. Hierdoor is het onderdeel van de omzet van de bemiddeling groepen voor groepsmaaltijden gestegen.

De omzet van de bemiddeling voor logiesreserveringen blijft dalen, zeker ten opzichte van 2002 (dat een uitzonderlijk jaar was) maar ook in vergelijking met 2003. Deze neerwaartse trend is vooral te wijten aan het stijgend gebruik van het internet. Mensen gaan veel meer zelf aan e-shopping doen en regelen zelf alles met de logiesverstrekkers. De omzet van de kaartenverkoop is nihil. In 2003 en 2004 handelt het nog uitsluitend over verkopen voor derden. De verkoop van tickets voor eigen manifestaties, ook voor derde personen, werd sinds 2002 overgenomen door 'Tinck'.

Het totale omzetcijfer van 2003 is met 58,05% gedaald t.o.v. het culturele jaar 2002 (wat in alle opzichten een uitzonderlijk jaar was). De omzet in 2004 is opnieuw lichtjes gestegen en dit met 7,73 %.

Toerisme Brugge heeft in 2004 een bedrag van 401.446,94 euro uitgegeven aan werkingskosten die door de dienst zelf worden beheerd. Daarvan werden 114.721,47 euro, besteed aan de aankoop van goederen besteld voor rechtstreekse verkoop waartoe de informatiefolder behoort. De overige 286.725,47 euro werden aangewend voor toeristische promotie.

Een ander soort uitgaven zijn de toelagen die door de Stad Brugge verleend worden in het kader van de promotie van het toerisme. We noteren een toelage van 107.500 euro voor de vzw Congrespromotie, en een bedrag van 88.176,75 euro voor een bijdrage in samenwerkingsverbanden met Westtoer en Toerisme Vlaanderen en een toelage aan Westtoer van 61.973,37 euro voor de revitalisatie van de Oude Vismijn te Zeebrugge.

De rekening 2004 vermeldt het bedrag van 1.041.479,14 euro voor de personeelskosten voor de dienst. Deze uitgave wordt evenwel niet beheerd door de dienst zelf.

DE BEZOEKERS

Bezoekersaantallen en cijfergegevens

Dagelijks wordt het aantal bezoekers die het onthaalkantoor op de Burg betreden genoteerd. Dit aantal wordt gemeten aan de hand van een automatische teller.

Het bedrag wordt door twee gedeeld om het juiste bezoekersaantal te kennen, de teller registreert namelijk elke passant die het kantoor binnenkomt, maar ook iedereen die buitengaat.

	teller 1 2003	teller 2 2003	totaal 2003	teller 1 2004	teller 2 2004	totaal 2004	2004 versus 2003
jan	30 263	10 455	20 359	37.770	2.846	20.308	-0,25%
feb	67 705	1 395	34 550	66.436	4.508	35.472	2,67%
maart	72 642	20 754	46 698	62.811	13.630	38.221	-18,15%
april	81 830	72 796	77.313	83.261	65.359	74.310	-3,88%
mei	70.817	54 819	62 818	98.871	70.421	84.646	34,75%
juni	0	0	71 342	80.628	52.751	66.690	-6,52%
juli	93 205	91 883	92 544	104.343	84.005	94.174	1,76%
aug	95 817	94 987	95 402	92.523	110.788	101.656	6,55%
sept	83 604	61 490	72 547	86.712	65.574	76.143	4,96%
okt	76 787	39 869	58 328	61.556	55.343	58.450	0,21%
nov	56 218	30 560	43 389	42.436	29.142	35.789	-17,52%
dec	67 444	14422	40 933	58.049	18.673	38.361	-6,28%
totaal	796 332	493 430	716 223	875.396	573.040	724.218	1,12%

Klachten

Aard en hoeveelheid

Met de steeds behulpzame en dienstbare houding naar toeristen toe, en het prachtige aanbod qua toeristische infrastructuur en organisatie, is het haast onmogelijk te bedenken dat Brugge veel ontevreden bezoekers telt. Toch zijn er jaarlijks mensen die iets aan- of op te merken hebben. Toerisme Brugge stelt hun mening zeer op prijs, en dankzij hen sleutelt het aan verbeteringen en stuurt het bij daar waar mogelijk. Vaak gaat het ook gewoon om misverstanden.

In 2004 werden er 123 klachten genoteerd waarvan er 42 ongegrond waren. Ter vergelijking: in 2003 werden er 169 klachtendossiers behandeld door Toerisme Brugge.

Van de 123 klachten van het afgelopen jaar waren er 77 gericht tegen de horeca, de overige tegen handelaars, wisselkantoren, taxi's, de dure prijzen, enz.

Sedert de invoering van het mobiliteitsplan in oktober kreeg Toerisme Brugge ook 11 klachten van buitenlanders die een boete opliepen. Deze klachten werden echter door de Financiële diensten zelf behandeld.

Gezien het enorme aantal bezoekers is het aantal genoteerde klachten uiteraard te verwaarlozen. De tevreden bezoekers kruipen dan ook zelden of nooit in hun pen.

Aanpak

De instelling waartegen klacht werd ingediend, wordt door het stadsbestuur aangeschreven en om commentaar gevraagd. De reclamant krijgt voorlopig een ontvangstmelding toegestuurd. Indien nodig wordt hij nog eens aangeschreven na het antwoord van het betrokken etablissement, vooral wanneer één of andere vergoeding wordt verwacht. Wanneer geen antwoord komt van de aangeschrevene op de brief van het stadsbestuur, wordt een herinneringsbrief gestuurd.

Soms is het nodig om een derde instantie in te schakelen, zoals de prijzencommissie van Economische Zaken, Hotel- en/of restaurantinspectie van Toerisme Vlaanderen, Visa Charge Back Department, enz.

Bij herhaalde klachten tegen eenzelfde bedrijf (vb. een restaurant) wordt deze niet meer opgenomen in de officiële brochures. Deze maatregel wordt genomen door het schepencollege op advies van Toerisme Brugge. Dat is tot op heden nog maar twee keer voorgevallen. Soms erkent de betrokkene in de fout te zijn gegaan en schrijft zelf de reclamant aan om zich te verontschuldigen en/of een tegemoetkoming te doen.

Ondersteunende Taken

SAMENWERKING

Interne Samenwerkingsverbanden

Adviesraad voor Toerisme

De Adviesraad voor Toerisme van Brugge werd meer dan een decennium terug opgericht, met de bedoeling het toeristisch beleid van advies te dienen, belangrijke beslissingen te helpen tot stand komen en op die manier ook het beleid van een stevige onderbouw te voorzien.

De samenstelling van de Adviesraad voor Toerisme is bijzonder representatief voor de toeristische sector: niet alleen de rechtstreeks bij het toerisme in Brugge betrokken sectoren, zoals horeca, bootjes, koetsen, enz. sturen een afgevaardigde, maar ook de niet rechtstreekse, zoals toerismeonderwijs, de banksector, de vervoersmaatschappijen.

De Adviesraad voor Toerisme kwam in 2004 tweemaal bijeen op 3 februari en op 27 september.

Permanent Overleg

Vanuit de vaststelling dat bovenvermelde Raad voor Advies enerzijds een goede structuur heeft met een bijzonder brede invalshoek, maar anderzijds dat de frequentie van vergaderen relatief laag is en de samenstellende leden wel erg talrijk zijn, werd een distillatie uit de Raad gemaakt van slechts vijf personen, die flexibel, frequent en rond een praktische agenda bijeenkomen.

De naam van dit orgaan luidt Permanent Overleg. Zoals de naam het suggereert, overleggen de partners “permanent”, wat inhoudt dat als de noodzaak zich voordoet, een passende datum voor de vijf partners gezocht wordt, en een overleg georganiseerd wordt.

Van de vijf leden zijn er twee van stadswege, te weten:

- Hilde Decler, Schepen voor Toerisme
- Jean-Pierre Drubbel, directeur Toerisme Brugge

De drie overige leden zijn:

- Frank Vienne, voorzitter Horeca Brugge
- Anne Vandepitte, vertegenwoordigt de VZW Hotels en
- Dieter Dewulf, regio-manager Brugs Ommeland

Cultuuroverleg

Onder impuls van de schepen voor Cultuur worden op geregelde tijdstippen overlegmomenten georganiseerd tussen de stadsdiensten van het culturele luik, zoals de dienst voor Cultuur, het Cultuurcentrum, het Stadsarchief, de Musea, de Bibliotheek e.a. Ook Toerisme Brugge wordt om praktische redenen bij dit overleg betrokken, en vergaart er vaak een schat aan informatie.

Externe samenwerkingsverbanden

Luidt het wapenschild van België niet ‘Eendracht maakt Macht’?

Sinds geruime tijd vinden steeds meer vormen van samenbundeling van de krachten ook in de toeristische sector ingang. Meer bepaald onderhoudt Toerisme Brugge sinds vele jaren uitstekende relaties met andere toeristische partners, zowel van overheidswege als van privé zijde. Een overzicht van deze externe samenwerkingsverbanden:

De Zes Vlaamse Kunststeden

Waar in oorsprong, en op initiatief van Brugge, de toeristische diensten van de drie grote kunststeden Antwerpen, Brugge en Gent, een samenwerkingsverband hadden, is door de erkenning van drie andere Vlaamse steden als kunststeden door Toerisme Vlaanderen, dit kunststedenoverleg uitgebreid met ook Mechelen, Leuven en Brussel.

Bij het overleg worden ervaringen uitgewisseld, samenwerkingsverbanden besproken, gemeenschappelijke acties opgezet, en een overdachte invulling gezocht voor de kunststedenpool, een financieel samenwerkingsverband tussen de zes kunststeden, hun respectievelijke provincies en Toerisme Vlaanderen. Met de middelen van deze kunststedenpool worden, bovenop de reguliere campagnes van de Toerisme Vlaanderen kantoren in Brussel en het buitenland, promotionele acties opgezet om de kunststeden extra in de verf te plaatsen, waarbij de kunststeden een stevige vinger in de pap hebben op het vlak van het omschrijven van de doelmarkten en de acties.

Het Brugse Ommeland

Brugge is een sterk toeristisch gegeven in de provincie West-Vlaanderen, zoveel is duidelijk. Maar ook de gemeenten die rond Brugge liggen hebben vaak een toeristische roeping, en zeker potentieel op het vlak van vrijetijdsbesteding. Westtoer, de provinciale toeristische dienst, erkent deze regio onder de naam ‘het Brugse Ommeland’, en groepeerde een aantal kleinere steden en gemeenten rond Brugge. Voor de gemeente Brugge zélf, behoren voor Westtoer de vroegere randgemeenten, inclusief Lissewege, tot de regio. Toerisme Brugge maakt dus met deze rand deel uit van het Brugse Ommeland, en steunt dan ook de acties die Westtoer in dit verband onderneemt. Het dient onderstreept dat met de toeristisch-

recreatieve troeven die Assebroek, St.-Michiels, St.-Kruis, Dudzele, Lissewege, St.-Andries en Koolkerke hebben, Brugge beslist een toegevoegde waarde betekent voor het Brugse Ommeland.

De Kust

Net zoals Westtoer het Brugse Ommeland als toeristische regio erkent, is dit ook met de Kust als regio het geval. Brugge, met zijn beloftevolle badplaats en haven Zeebrugge, maakt op die manier ook deel uit van deze regio binnen de Provincie West-Vlaanderen. De regelmatige contacten met de kustcollega's, evenals de acties die met de middelen van de kustpool worden opgezet, plaatsen Zeebrugge niet alleen op de kaart van de kustgemeenten, maar betekenen ook daadwerkelijk een extra stimulans voor deze bijzonder authentieke en aparte badplaats.



Andere samenwerkingsverbanden

Op regelmatige basis organiseren de schepen voor Toerisme en Toerisme Brugge overlegmomenten met de Brugse toeristische sector.

Dat is het geval met o.a. de uitbaters van de boottochtjes op de reien, de koetsiers, de horecaverenigingen en andere belangengroepen, zoals gidsenverenigingen e.a.

Uit dat overleg komt natuurlijk heel wat stof tot nadenken, maar bovenal is het een belangrijk forum om problemen uit te praten, suggesties op tafel te brengen, inzicht te verwerven, kortom: een ideale basis om in wederzijds respect elkaar te informeren, ideeën aan te brengen en oplossingen na te streven, met het oog op het optimaliseren van de dagelijkse werking én bij te dragen tot een brede toeristische visie.