

# HOTELSECTOR ZIT WEER IN DE LIFT ONS KUSTTOERISME IN EEN NIEUW EUROPA

Foto c.w.

Het hoteltoerisme aan onze kust en in het aangrenzende hinterland, zit (na een moeilijke periode) duidelijk weer in de lift. Er is onmiskenbare toenemende belangstelling vanwege een goed cliënteel om te overnachten in hotels. Voornamelijk de betere middenklasse hotels scoren hierbij zeer goed. De hotelbezoeker vraagt dus geen extravagante luxe, wel een hotel met kamers die voorzien zijn van alles wat beantwoordt aan de hedendaagse normen van comfort waarbij bepaalde details zoals telefoon en televisie op de kamer naast netheid en uitzicht evenals centrale ligging van het hotel een enorme rol spelen.

Waar het aantal hotelovernachtingen aan onze kust (Brugge inbegrepen) in 1980 gedaald was tot 1.746.305 was dit in 1986 terug gestegen tot 2.267.541 overnachtingen.

De laatste tien jaren heeft de hotelsector zelf ook heel gunstig gereageerd op deze veranderingen. Hopeloos verouderde hotels hebben hun deuren definitief gesloten (meer dan 60 aan onze kust), andere hotels werden vernieuwd en zo up-to-date gemaakt en nieuwe hotels openden intussen hun deuren.

Uit een bijgaande tabel blijkt dat Oostende nog steeds de toeristische hotelstad nummer één is in ons land. Met zijn 2.309 kamers blijft deze stad de absolute topper wat het hoteltoerisme betreft. Vandaar ook de grote troef om van deze stad ook de congresstad nummer één te maken in de kustprovincie.

Knokke heeft inmiddels de tweede plaats veroverd als hotelstad aan onze kust met haar 1.755 kamers, gevolgd door Blankenberge met 1.511 kamers en Brugge met 1.407 kamers.

Hier moeten we wel onmiddellijk aan toevoegen dat Blankenberge de jongste jaren nog steeds onvoldoende geïnvesteerd heeft in hotelvernieuwing. De akkomodatie van tal van hotels blijft er ver beneden de heersende eisen van moderne hotelakkomodatie. De kans is dan ook zeer reëel dat er in Blankenberge nog hotels en hotelkamers zullen verdwijnen. Intussen staan echter diverse projecten op stapel om zowel in Knokke, Brugge als Oostende nieuwe hotels bij te bouwen zodat het globale hotelpakket zeer zeker niet zal verminderen. De tendens ligt dus goed maar kan qua hotelakkomatie zelf nog stukken beter.

In het totale aanbod zijn er nog teveel hotelkamers die niet voldoen aan de eisen van de moderne reiziger (toerist, congresist enz ...). De verschillen in de di-



Hier een beeld van de voorgevel van het prachtige viersterrenhotel ACCES, gelegen in de Van Iseghemlaan 21-25 te Oostende.

Het is het type van het moderne kusthotel, geschikt voor toeristisch verblijf, congressen (ook banketten) enz... Zeer centraal gelegen en toch zeer rustig, voorzien van alle akkomodatie.

verse hotels is vaak te groot. Op de 10.012 hotelkamers aan onze kust en haar hinterland is zo'n 45,50% perfect in orde om de titel te voeren van 'hedendaags hotel'. En dat is toch nog een ietsje te weinig.

Het Vlaams Commissariaat-Generaal voor Toerisme (wat een naam), zou via de Vlaamse regering een ruimer budget moeten ter beschikking stellen van de hoteliers om in hun zaak te investeren naar de toekomst toe.

## In ruimer perspectief

Onze kust in haar totaliteit bekeken heeft veel pluspunten om als verkoopproduct in het buitenland gepromoot te worden. Maar als specifiek toeristisch product zijn er ook veel negatieve punten. In al die zaken is het immers uitermate belangrijk om realistisch te blijven. Veeleisende Duitsers, Nederlanders, Luxemburgers, Fransen en Britten verwijten ons terecht dat we al te lang zijn blijven teren





Onze kust is gelegen in het dichtstbevolkte gebied van Europa. Een «MEGAPOLIS» waar zo'n 100 miljoen mensen wonen binnen een straal van 400 km van onze kust verwijderd.

op ons glorieus verleden. De mentaliteit van de vakantieganger is intussen ook fel gewijzigd. Gezellige restaurants, wat kustamusement en een paar dagen zonneschijn zijn lang niet meer voldoende om de vakantieganger tevreden te stellen. Een vakantiebestemming moet net zijn en ook ecologisch aantrekkelijk. Dat we onze duinen nagenoeg over de hele kustlijn vernield hebben uit kortzichtig winstbejag is een tol waar we nu zeer zwaar moeten voor betalen. De vervuiling van onze stranden vanuit zee, maar ook vanaf het land is eveneens een facet waar we heel ernstig rekening mee zullen moeten houden.

Onze geprezen gastvrijheid, onze bourgondische geaardheid zijn niet langer opgewassen tegen goedkopere en zonnebestendige vakantiebestemmingen. Wij hebben natuurlijk nog onze historische steden, onze creativiteit en ons dynamisme!

## Europa verandert snel

Halfweg de 19de eeuw speelden grote economische, sociale en culturele veranderingen binnen Europa in onze kaart. Het 'kuuroordtoerisme aan zee' was in, Oostende was via de boot- en spoorverbindingen te bereiken vanuit geheel Europa.

Van vissers- en havenplaatje werd Oostende omgetoverd tot Europa's badplaats nummer één. De eerste promotieagenten voor Oostende waren de Engelsen, later het Belgisch vorstenhuis vooral bij de persoon van Leopold II.

Thans, eind van de 20ste eeuw tekenen zich opnieuw grote economische ontwikkelingen af binnen Europa. Maar nu lijkt het erop dat ze helemaal niet in ons voordeel zullen spelen.

Wel integendeel.

De economie in Europa werd traditioneel gedomineerd door de economische centra in het Duitse Ruhr- en Saargebied, het Franse Noorden en Lotharingen, Zuid-Oost- en Midden Engeland en de Benelux.

Sinds enige tijd zijn er echter nieuwe regio's bijgekomen die zich economisch steeds sterker manifesteren. Voorbeelden hiervan zijn Zuid-Duitsland, Zwitserland, het westen van Oostenrijk, Noord-Italië en de Franse regio Rhône-Alpes. In deze nieuwe industriële gebieden zijn vaak een groot aantal hoogtechnologische industrieën gevestigd. Daarbij komt nog dat door het toetreden van Spanje en Portugal tot de E.E.G. de mediterrane invloed groeit. Door haar centrale ligging en Romaanse banden zal vooral Frankrijk van deze situatie profiteren. De duidelijke trend dat zuidelij-

ker gelegen centra in opkomst zijn valt niet meer te ontkennen. Het Franse autowegenplan en de erop aansluitende Kanaaltunnel buigen de bestaande oost-west verkeers- en verkeersassen om in een Noord-Zuid richting. Dit is een grote stimulans voor zowel Noord-Italië, Zuid-Frankrijk als Spanje en Portugal. Voor ons land houdt dit in dat men niet langer een centrale, maar wel een zijdelingse, perifere positie binnen Europa zal toegemeten krijgen met de nodige implicaties voor onze havens en globale economie. Ook voor het toerisme.

## Huidig kusttoerisme

Sinds het midden van de jaren '70 stagneerde het Belgisch kusttoerisme. Voornaamste oorzaken hiervan waren:

1. De eenzijdige gerichtheid op de Belgische markt (75 % van de toeristen is Belgisch)
2. De onvoldoende kwalitatieve vernieuwing van de toeristische infrastructuur zodat ook het buitenland de Belgische kust links laat liggen.
3. Een te zwakke en onvoldoende promotie in het buitenland.
4. De Belgische kustgemeenten en de privé sektor doen op economisch, stedenbouwkundig en ruimtelijk vlak geen ech-



te inspanningen om de specificiteit, het unieke van het Belgisch kusttoerisme te bevorderen.

5. Het ecologisch bewust zijn van de vakantieganger speelt evenmin in onze kaart. De kustwateren zijn vervuild, de duinen zijn weggebouwd, de badplaatsen zijn onvoldoende netjes en onvoldoende onderhouden.

Nochtans .... onze Belgische kust maakt deel uit van het dichtstbevolkte gebied op het Europese vasteland. En daar moeten toch potentiële vakantiegangers wonen met interesse voor een verblijf aan onze kust of niet soms?

Bij gelijk inkomen wensen vele mensen voor de toekomst minder **arbeid en meer vrije tijd**. Vroeger was een vakantie vooral «Het uitrusten na een jaar werken». Voor de huidige generaties is **het element vrije tijd** een integraal onderdeel van het dagelijks leven en wordt als levenskwaliteit ervaren.

Vakantie is meer en meer synoniem geworden voor avontuur, ontspanning, sport, natuur, gezondheid, hobby, cultuur, enz ....

Een andere evolutie die zich duidelijk manifesteert is de groei van de korte vakanties gaande van weekendvakanties, brugvakanties, tot en met korte vakanties van 2 tot 7 dagen. Bovendien mogen we ook het eendagstoerisme niet onderschatten.

## Nieuw toerisme

Gelegen in het dichtstbevolkte gedeelte van Europa moeten we mits de nodige inspanningen zekerlijk meer buitenlandse toeristen kunnen aantrekken naar onze kust en haar mooie hinterland.

Dat dichtstbevolkte gebied van Europa wordt begrensd door 5 grootstedelijk gebieden namelijk Londen, Parijs, Rijsel-Roubaix, de Randstand Holland en het Ruhrgebied. Deze Europese 'MEGAPOLIS' omhelst een gebied van 100 miljoen mensen die binnen een straal van 400 km van de Belgische kust wonen.

Mits de nodige aanpassingen moet onze kust in staat zijn om die immense toeristische markt aan te boren en ons kusttoerisme opnieuw naar een glorieperiode toe te werken.

Onze kust zal zich ondermeer moeten specialiseren in de korte vakanties gaande van weekendvakanties en brugvakanties tot korte vakanties van 2 tot 7 dagen. Deze vakanties worden dan liefst niet te ver van huis doorgebracht (maximaal een halve dag autorijden). De ligging van onze kust in het **centrum van de Europese MEGAPOLIS** is ideaal. Met zijn meer dan 100 miljoen inwoners is dit een enorm potentieel om de markt van de Vrijetijdsvakanties rendabel te kunnen exploiteren. Een bijkomend en

|               | aantal hotels | aantal viersterren hotels | aantal hotelkamers | aantal kamers die beantwoorden aan moderne hotelinfrastructuur | in percentage modern uitgeruste kamers (bad, tv, telefoon) |
|---------------|---------------|---------------------------|--------------------|--|--|
| Blankenberge  | 67            | 2                         | 1 511              | 286  | 18,92 %  |
| Bredene       | 12            | —                         | 261                | 25   | 9,57 %   |
| Brugge        | 74            | 14                        | 1 407              | 901  | 64,03 %  |
| Damme         | 1             | —                         | 6                  | 2  | 33,33 %  |
| De Haan       | 21            | 3                         | 390                | 149  | 38,20 %  |
| De Panne      | 31            | 2                         | 703                | 263  | 37,41 %  |
| Knokke-Heist  | 73            | 20                        | 1 775              | 1 131  | 63,71 %  |
| Koksijde      | 25            | 2                         | 420                | 105  | 25,00 %  |
| Middelkerke   | 12            | —                         | 161                | 60   | 37,26 %  |
| Nieuwpoort    | 14            | 1                         | 377                | 242  | 64,19 %  |
| Oostduinkerke | 11            | 2                         | 228                | 109  | 47,80 %  |
| Oostende      | 72            | 9                         | 2 309              | 1 182  | 49,97 %  |
| Veurne        | 1             | —                         | 8                  | 5  | 62,50 %  |
| Wenduine      | 14            | —                         | 267                | 21   | 7,86 %   |
| Westende      | 9             | 1                         | 113                | 34   | 30,08 %  |
| Zeebrugge     | 5             | 1                         | 76                 | 41   | 54,65 %  |
| TOTAAL        | 442           | 57                        | 10 012             | 4 556  | 45,50 %  |

In deze cijfers zijn enkel de wettelijk geregistreerde hotels opgenomen.

zeer groot voordeel is bovendien dat de vrijetijdstoerisme veel minder seizoengebonden is dan het klassieke vakantietoerisme. De toenemende individualisering en de steeds gevarieerde toeristische vraag vereist een grotere verscheidenheid in vakantievormen. Het vrijetijdstoerisme houdt dus in dat de kust aan een krachtige en vooral kwalitatieve vernieuwingsfase toe is. Om de 100 miljoen potentiële toeristen ook daadwerkelijk naar onze kust toe te lokken, is een sterk toeristisch produkt vereist. Een toeristisch produkt met ondermeer een moderne hotelinfrastructuur, vakantieparken (Park Atlantis), een aantrekkelijker uitzicht van de onderlinge badplaatsen, een groter respect voor het resterende landschap, nettere stranden, enz ... Op het vlak van de logiesvormen zullen de twee-

de verblijven, hotelovernachtingen, vakantieparken en aparthotels in de komende jaren ongetwijfeld nog aan belang winnen.

## Besluit

«De klant van de jaren negentig wenst 'Value for money!'». Hij wil comfort en ontspanning in een propere en gezonde omgeving (zeelucht). Verder wil hij sport- en ontspanningsmogelijkheden die klimaatsonafhankelijk zijn.

Inherent aan onze dichtbevolkte samenleving is eveneens de hoogdringendheid om milieuzorg- en milieubescherming ter harte te nemen. De toerist is een gast en geen idioot.

c.w.

*De toerist anno 1989 vraagt nette stranden, proper zeewater, beschermde duinen. Het zijn termen geworden die de toekomst van ons kusttoerisme zullen bepalen. De evoluties gaan hier veel sneller dan het denkvermogen van de verantwoordelijke politici (beleidsvoerders).*

