



Opschrift

Vergadering van 13 februari 2025

Nummer: 2025_MV_00057

Onderwerp:

Mondelinge vraag van raadslid Frederik Sioen: Charlotte De Witte en Amelie Lens in Flanders Expo: het effect op de Gentse toerismesector

Raadslid(-leden):

Frederik Sioen - Voor Gent

Bevoegd: Sofie Bracke

Omschrijving van de vraag

Toelichting:

Op 31 januari en 1 februari speelden top dj's Charlotte De Witte en Amelie Lens in Flanders Expo, met op 8 februari nog een extra optreden. In totaal bereikten ze hiermee ongeveer 60.000 toeschouwers. Veel bezoekers kwamen van buiten onze stad en regio. Volgens de hotelsector was er hierdoor sprake van een 'De Witte-Lens effect' voor de Gentse toerisme sector. Zij houden dan ook een pleidooi voor meer van dit soort toerisme.

Vraag:

1. Heeft u al concrete cijfers wat betreft de bezettingsgraad in de hotels?
2. Hoe kijkt u terug op het effect van dit event op de Gentse toerisme sector?
3. Heeft u weet of deze concertgangers ook een bezoek brengen aan de stad en er een langere trip van maken?
4. ?In het bestuursakkoord staat dat Gent meer op de kaart gezet zal worden als locatie voor congres-, beurs- en zakentoeerisme. Ziet u met nightlife en grote concerten ook mogelijkheden om Gent meer internationaal op de kaart te zetten?

Antwoord

Geacht raadslid,

Techno is niet iedereen zijn meug, maar ik denk dat je onder een steen moest leven om niet van de optredens van afgelopen twee weekends gehoord te hebben.

En ook de impact op de hotels was overduidelijk. Normaal gezien is de gemiddelde bezetting in februari 39%. Op 31 januari van dit jaar was dat 91% en op 1 en 8 februari zelfs 98 %.

Dergelijke events dragen in belangrijke mate bij tot de hoofddoelstellingen van Visit Gent:

-ze versterken het imago en de identiteit van Gent. Gent is Unesco Creative City of Music en biedt al jaren een boeiend en gevarieerd aanbod voor muzikliefhebbers. Deze aanvulling op het aanbod versterkt logischerwijze onze reputatie: Gent als bakermat van techno in Europa. De beelden van het optreden onder de stadshal alleen al zijn de wereld rondgegaan en waren citymarketing van de hoogste plank. Zowel Charlotte De Witte als Visit Gent braken hun eigen views record op TikTok met respectievelijke 3,7 miljoen views en 417.000 views.

-doordat deze concerten zijn doorgegaan in het winterseizoen zorgden ze voor betere spreiding van de toeristische druk doorheen het jaar én verhoogden ze de logiesbezetting in het laagseizoen. De economische impact ligt dus op het moment waar de nood hoogst is. Bovendien vergroten nightlife events de kans dat bezoekers zullen overnachten en dus tijdens hun verblijf meer zullen besteden dan dagbezoekers, wat onze stad ten goede komt.

Bezoekers die gecombineerd met het concert de stad hebben bezocht, hebben zich verspreid over de hele stad, gezien het concert op Flanders Expo plaatsvond en er dus geen centraal gelegen plek was in de stad naar waar bezoekers zich begaven of van waaruit bezoekers vertrokken. Dit toont aan dat niet alle grote events de binnenstad hoeven te belasten om impact te hebben op het verblijfstoerisme binnen de stad. (Dit uiteraard met uitzondering van het met zorg georganiseerd moment van Charlotte De Witte onder de stadshal, waar alle overlast tot een minimum werd beperkt.)

We zien binnen een analyse die Visit deed over de social media coverage inderdaad dat mensen wel degelijk onze stad bezochten. Bovendien hebben de artiesten zelf ook tips gedeeld om een bezoek aan onze stad te brengen en waar er leuke plekje zijn om iets te eten of te drinken.

Onderzoek naar dit thema staat nog in de kinderschoenen bij de Vlaamse Kunsted en Toerisme Vlaanderen, maar we vinden heel wat artikels en onderzoeken van andere bestemmingen die aantonen dat concerttoerisme leidt tot het bezoeken van de plek waar het concert plaatsvindt. Zo geeft een studie van Amsterdam aan dat “52% van de bezoekers van buiten de stad aan 7 evenementen, naast het bijwonen van het evenement, ook andere activiteiten in Amsterdam ondernamen, zoals dineren, drinken, winkelen, musea bezoeken of uitgaan. Dit wijst erop dat evenementen een significante bijdrage leveren aan het stimuleren van toeristische activiteiten binnen de stad.”

Tijdens grote events ziet Visit Gent alvast een duidelijke impact op het websitebezoek. Gezien onze website informatie levert over het bezoeken van onze bestemming toont dit rechtstreeks aan dat er interesse is in méér dan alleen het concert.

Als we de impact bekijken op social media, maar zeker ook de coverage in de pers, dan constateren we dat concerten van dit niveau zeker bijdragen aan de nationale en internationale beeldvorming van onze stad als bestemming voor toerisme. Journalisten en fans, alsook de artiesten zelf, hebben zich alleen maar lovend uitgesproken over onze Arteveldestad als bestemming.

En zoals ik reeds meegaf hebben de artiesten zelf ook tips gedeeld om onze stad te bezoeken, wat de betrokkenheid en geloofwaardigheid onderstreept. Uiteraard kunnen dit soort concerten als hefboom dus niet genegeerd worden en moeten we verder onderzoeken wat de mogelijkheden zijn om de betrokkenheid van artiesten te verhogen en dit soort nightlife en concert-momenten mogelijk te maken en te ondersteunen, mits een onderbouwde keuze van tijdstip en locatie.

Zo is er op 22 februari het uit Antwerpen overgekomen Full Circle concept. Met één ticket krijg je toegang tot 17 Gentse venues en gedurende de dag zijn er al tal van events in handels- en horecazaken. Dit evenement bestaat al 7 jaar in Antwerpen en trok de voorbije jaren telkens zo'n 30.000 bezoekers verspreid over drie dagen. De 10.000 beschikbare tickets voor de eerste Gentse editie waren op minder dan 24u de deur uit.

50% van tickets zijn verkocht aan niet-90xx postcodes.

En binnenkort gaat ook de Kompass weer open.

Je hoort het. We borduren voort op ons I Love Techno en Ten Days Off verleden en naast technologiehoofdstad zijn we goed bezig om opnieuw een techno-hoofdstad van Europa te worden!
