



BIERTOERISME IN VLAANDEREN

België staat internationaal gekend als bakermat van de ambachtelijke brouwkunst. Voor een bierliefhebber is een reis naar dit land bijna een bedevaart. Vanuit heel de wereld komen biertoeristen om er brouwerijen te bezoeken en unieke bieren te degusteren. Voor Toerisme Vlaanderen heeft de biercultuur dan ook veel potentieel.

Aangedreven door families, boeren en Vlaamse monniken tijdens de Middeleeuwen, is de Belgische biercultuur geworteld in traditie. Witbieren, trappisten en zure bieren op vat zijn hier allemaal ontstaan. De eeuwenoude brouwgeschiedenis en het vakmanschap van de Belgische brouwers hebben een enorme invloed gehad op de moderne bierindustrie die we vandaag kennen. De brouwers weten nog altijd de oude tradities in ere te houden, maar ze durven ook te experimenteren en innoveren.

In 2021 telde België bijna 400 brouwerijen, tegenover 190 in 2015 – een verdubbeling in amper vijf jaar tijd. De sterke toename is te danken aan het fenomeen van de 'craft beer revolution', die eind jaren 70 begon in de Verenigde Staten en de voorbije jaren internationaal almaar populairder is geworden. Hoewel de totale bierconsumptie in West-Europa al jaren daalt doordat we minder pils drinken, is er een sterke stijging in de consumptie van ambachtelijk gemaakt streekbier.

Sinds 2016 is de Belgische biercultuur erkend door UNESCO als immaterieel cultureel erfgoed. Dit gaat breder dan bier als lokaal product: ook het vakmanschap en ambacht van de brouwers, de verschillende brouwtechnieken, de sociale gebruiken en rituelen (bv. op café) en de link met de lokale gastronomie worden hierin meegenomen. Genieten van een ambachtelijk gebrouwen bier, thuis of op café, zit ingebakken in de cultuur van de lokale

bevolking. Onderzoek door Toerisme Vlaanderen uit 2021 toont aan dat Vlamingen en Brusselaars de Belgische biercultuur als één van de belangrijkste toeristische troeven van de regio ziet, naast de historische steden en gastronomische streekgerechten.

Met meer dan 200 brouwerijen, bijna 9.000 cafés, vele bierrestaurants en zo'n 20 jaarlijkse bierfestivals biedt Vlaanderen als regio veel mogelijkheden om de biercultuur te ontdekken. Uit een analyse van online recensies blijkt dat de algemene tevredenheid van bezoekers aan bierattracties in Vlaanderen zeer hoog ligt met een gemiddelde score van 8,95 op 10. Bierattracties variëren van brouwerijen (rondleidingen) en biermusea tot biercafés. Met hoge waarderingen in onder meer Brugge, Antwerpen en Gent overtreffen de belevingen rond bier de gemiddelde scores van Vlaamse attracties, vooral bij internationale bezoekers.

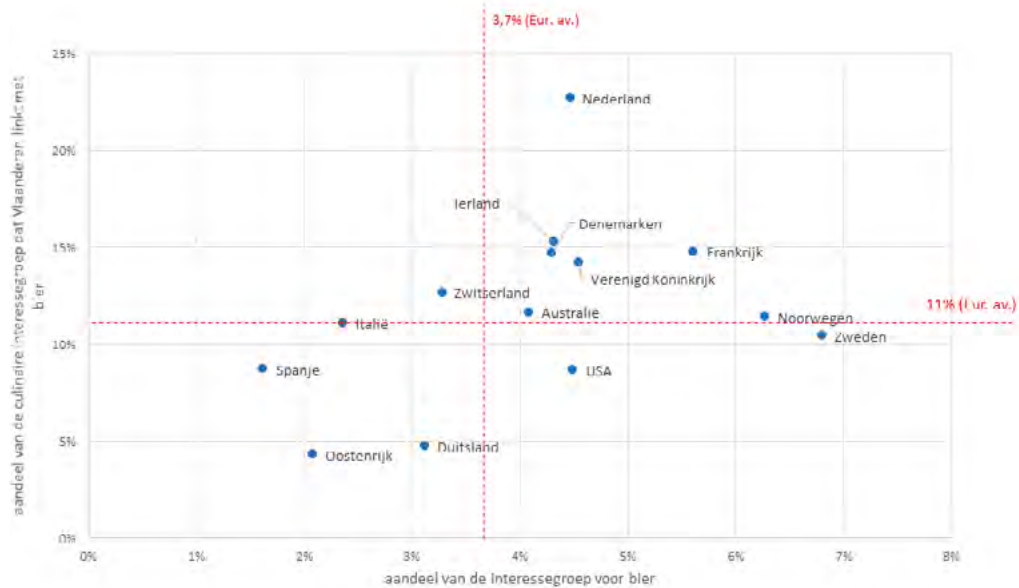
Sterke internationale reputatie

Uit een reputatiestudie van Toerisme Vlaanderen uit 2021 blijkt dat bij 19% van de internationale reizigers in Europa het culinaire aanbod belangrijk is bij het kiezen van een reisbestemming. Bovendien geven ze aan dat ze op reis graag culinaire belevingen opzoeken (de lokale keuken proeven, markt of brouwerijen bezoeken, etc.). Binnen deze culinaire interessegroep associeert 26% de regio Vlaanderen spontaan met lekker eten en drinken.

Bier is veruit het meest gekende lokale product (11%), daarnaast zijn ook chocolade (4%), frieten (3%) en wafels (1%) bekende culinaire producten. Vlaanderen profiteert mee van de sterke internationale reputatie van Belgisch bier.

Binnen de culinaire interessegroep onderscheiden we een subgroep voor bier. Dit zijn reizigers die specifiek zoeken naar bierbelevingen zoals brouwerijbezoeken. Deze nichegroep bedraagt ongeveer 4% van de Europese internationale reizigers.

Als we het aandeel van de interessegroep voor bier per markt combineren met het aandeel van de culinaire interessegroep dat Vlaanderen spontaan associeert met bier, komen we tot een aantal interessante markten om Vlaanderen als bierbestemming in de markt te zetten: Nederland, Frankrijk, Denemarken, Zweden, het Verenigd Koninkrijk, Ierland, Noorwegen, de Verenigde Staten, en Australië. Dit wordt weergegeven in de grafiek hiernaast.



Internationale marketing

Op vlak van marketingstrategie kiezen we voor een differentiatiefocus: wat maakt Vlaanderen anders dan andere bestemmingen op biervlak? Ook nabije landen als Denemarken en Duitsland staan op de bucketlist van bierliefhebbers en maken actief gebruik van bier en brouwerijen om toeristen aan te trekken. De focus in hun marketing ligt primair op het volume van bier binnen één bepaalde bierstijl of op het aantal buitenlandse bierstijlen aanwezig binnen de bestemming. Vlaanderen kan zich onderscheiden door de lokale, ambachtelijke bieren te promoten, die al in het verleden maar ook nog altijd vandaag de dag in de regio worden geproduceerd. We zetten in op Vlaanderen als bakermat van de ambachtelijke bieren, met een focus op diverse typische Vlaamse bierstijlen en het vakmanschap van de brouwers, en benadrukken hoe de biercultuur verankerd zit in lokale hedendaagse gebruiken, tradities en de geschiedenis van Vlaanderen.

Toeristen stellen kwaliteitsvolle lokale producten meer en meer op prijs, ze gaan op zoek naar de oorsprong van (en de verhalen achter) deze producten en authentieke ervaringen rond lokale producten liggen goed in de markt. Het in beeld brengen van de passie rond bier – met focus op emotionele connectie – is hier erg belangrijk en gebeurt aan de hand van storytelling. Vlaanderen wordt als bierbestemming in de kijker gezet aan de hand van ambassadeurs (de brouwers), content op bestaande kanalen en sociale media (zoals Belgian Smaak – een online bierplatform met bierverhalen), tijdens bierfestivals en -evenementen in binnen- en buitenland, en via internationale pers- en handelswerking (persberichten, gezamenlijke promo's, etc.). Met een mix van deze instrumenten proberen we een zo groot mogelijk bereik te creëren binnen de culinaire interesse groep, en specifiek de bierinteresse groep, in de voor Vlaanderen interessante buitenlandse markten.

Bestemmingsontwikkeling

Hoewel er reeds een divers toeristisch aanbod rond bier bestaat, is er een nood om de kwaliteit van dit aanbod te verhogen tot de hedendaagse verwachtingen en standaarden van de internationale bezoeker. Brouwerijen in Vlaanderen vinden het vaak een uitdaging om bezoekers te ontvangen en het is niet ongewoon dat een internationale biertoerist voor een gesloten deur komt te staan of alleen een rondleiding in een grote groep en uitsluitend op reservering kan volgen. Partners en stakeholders binnen de toerisme- en biersector, zoals toeristische diensten van steden, brouwers, uitbaters van biercafés en biergidsen,

hebben meegedacht om te bepalen welke instrumenten Toerisme Vlaanderen zal inzetten in de komende jaren om de kwaliteit van het toeristisch aanbod te verbeteren.

Met subsidiemiddelen willen we nieuwe en bestaande kwalitatieve bezoekersbelevingen bij brouwerijen ondersteunen en zullen we hen stimuleren om zich meer open te stellen en daarnaast te werken aan de meertaligheid van de beleving, het aanbod voor individuele bezoekers, de interactiviteit van de beleving en de storytelling. Met een overkoepelend digitaal platform willen we de zichtbaarheid van het toeristisch aanbod verbeteren en bestaande activiteiten rond de biercultuur met elkaar verbinden. Daarnaast gaan we de sector informeren en inspireren rond aspecten als gidsenwerking, gastvrijheid en bier- en foodpairing, en faciliteren we verdere samenwerking tussen deze actoren.

Reizen naar morgen

In de nieuwe visie van Toerisme Vlaanderen is toerisme niet een doel op zich, maar een middel om meerwaarde te creëren voor alle betrokkenen: de plek, de bezoeker, de bewoner en de ondernemer. We streven naar een bestemming waarin de bezoekers zich welkom voelen en een kwalitatief en inspirerend bezoek ervaren, de toeristische ondernemers op economisch en persoonlijk vlak wel varen, de plekken aantrekkelijk zijn en geen negatieve impact ondergaan en de lokale bewoners trots zijn op hun streek en haar producten en kennismaken met bezoekers van over heel de wereld die speciaal voor het bier naar Vlaanderen komen. Biertoerisme zal een permanente rol spelen in deze toekomstvisie.

Literatuurselectie

- Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens (2019) Observatorium voor de Belgische Biercultuur, "Bierkultur in Belgien, la culture de la bière en Belgique, Biercultuur in België".
- Pechlaner, H., Raich, F. and Fischer, E. (2009) The role of tourism organizations in location management: the case of beer tourism in Bavaria. *Tourism Review* 64 nr. 2, pp. 28-40.

Nicole Groot Zevert (nicole.grootzevert@toerismevlaanderen.be) is thema-expert culinair bij Toerisme Vlaanderen, het toeristisch agentschap van de Vlaamse overheid. Binnen het thema culinair werkt ze specifiek op de verhaallijn Belgische biercultuur en is ze projectleider voor het project bierbelevingen.