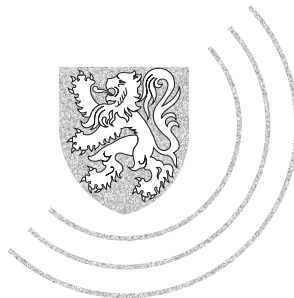


V L A A M S   P A R L E M E N T



Zitting 2003-2004

11 mei 2004

**HOORZITTING**

**met een afvaardiging van Onthaal en Promotie Brussel en van Wonen in Brussel**

**VERSLAG**

**namens de Commissie voor Brussel en de Vlaamse Rand  
uitgebracht door de heer Sven Gatz**

*Samenstelling van de commissie :*

*Voorzitter :* de heer Luk Van Nieuwenhuysen.

*Vaste leden :*

mevrouw Sonja Becq, mevrouw Brigitte Grouwels, de heren Walter Vandenbossche, Eric Van Rompuy ;

mevrouw Dominique Guns, de heren André Moreau, Stefaan Platteau, Francis Vermeiren ;

de heren Dominiek Lootens-Stael, Joris Van Hauthem, Luk Van Nieuwenhuysen ;

mevrouw Yamila Idrissi, de heer Leo Peeters ;

de heer Eloi Glorieux ;

de heer Etienne Van Vaerenbergh.

*Plaatsvervangers :*

de heren Ludwig Caluwé, Jan Laurys, mevrouw Trees Merckx-Van Goey, de heer Luc Van den Brande ;

de heren Jozef Browaeys, André Denys, mevrouw Erna Van Wauwe, de heer Bob Verstraete ;

mevrouw Hilde De Lobel, de heren Roland Van Goethem, Karim Van Overmeire ;

de heren Marcel Logist, Bruno Tobback ;

N. ;

de heer Dirk De Cock.

## INHOUD

|                                                               | Blz. |
|---------------------------------------------------------------|------|
| 1. Uiteenzetting door Onthaal en Promotie Brussel (OPB) ..... | 4    |
| 2. Vragen van de leden .....                                  | 6    |
| 3. Uiteenzetting door Wonen in Brussel .....                  | 8    |
| 4. Vragen van de leden .....                                  | 11   |

---

DAMES EN HEREN,

De Commissie voor Brussel en de Vlaamse Rand hield op dinsdag 9 maart 2004 een hoorzitting met afgevaardigden van Onthaal en Promotie Brussel (OPB) en van Wonen in Brussel.

### **1. Uiteenzetting door Onthaal en Promotie Brussel (OPB)**

**De heer Jan van der Auwermeulen, directeur :** OPB is een Vlaamse vzw opgericht door de Vlaamse regering en de minister van Brusselse Aangelegenheden. Het is een hoofdstedelijk animatiecentrum en tegelijkertijd een hoofdstedelijk infopunt en communicatiecentrum. De missie van OPB is moeilijk en meervoudig, niet alleen vanwege het feit dat de gewest- en gemeenschapsbevoegdheden niet altijd samenvallen, maar ook vanwege de zeer specifieke relatie tussen Brussel-Hoofdstad en Vlaanderen.

OPB is opgericht in juni 2000 en operationeel geworden op 1 januari 2001. OPB is opgericht om ervoor te zorgen dat Brussel meer zichtbaar wordt in Vlaanderen en dat het legitieme van het onthaal in en de promotie van Brussel (gelet op de middelen die de Vlaamse Gemeenschap in Brussel investeert) bekend wordt. Het is opgericht als een hoofdstedelijk infopunt en communicatiecentrum voor Vlaanderen en voor Brusselaars van buitenlandse origine. Het wordt bijna uitsluitend betaald door de Vlaamse Gemeenschap. Als animatiecentrum voor hoofdstedelijke evenementen en creaties, wat later hoofdstedelijke aangelegenheden is geworden, diende er een herkenbaar en kwaliteitsvol profiel van Nederlandstalige initiatieven te worden gerealiseerd. De rol van OPB is vaak die van een dienende organisatie, die vanwege haar expertise en ervaring een meerwaarde creëert in hoofdstedelijke evenementen.

OPB promoot Brussel, zijn Vlaamse netwerken en zijn Nederlandstalige initiatieven. Dat is niet altijd hetzelfde. De voorbije jaren is, mede onder impuls van de Vlaamse Gemeenschapscommissie (VGC), een uitgebreid Vlaams professioneel netwerk gecreëerd binnen de bevoegdheden onderwijs, welzijn en gezondheid, en cultuur. Nederlandstalige initiatieven zijn initiatieven die in de meertalige stad Brussel herkenbaar zijn vanuit Nederlandstalige invalshoek. We willen dat doen zowel in Vlaanderen als bij de anderstalige gemeenschap. OPB wil de band tussen Vlaanderen en Brussel verstevigen. Dat gebeurt met bestaande en nieuw ontwikkelde producten. OPB is geen productenleveran-

cier als dusdanig. De meeste initiatieven bestaan en we willen daaraan vanuit Vlaanderen een meerwaarde geven vanuit een hoofdstedelijke betekenis. OPB is niet de zoveelste toeristische dienst maar neemt wel toeristische elementen mee in zijn werking.

OPB als hoofdstedelijk animatiecentrum, infopunt en communicatiecentrum stimuleert en realiseert evenementen en projecten. Als hoofdstedelijk platform nodigen we heel wat hoofdstedelijke en Brusselse partners tot samenwerking uit. De Gulden Ontsporing is het feest van de Vlaamse Gemeenschap in Brussel en tegelijkertijd het slotevenement van 'Vlaanderen feest'. Twee jaar geleden is er een enorm nieuwe impuls gegeven aan het feest van de Vlaamse Gemeenschap. Er was een zeer mooie realisatie op de Grote Markt, ook in het middagprogramma wordt het stadsweefsel gebruikt om de Vlaamse Gemeenschap als dusdanig meer zichtbaar te maken. We richten ons tot heel wat anderstalige groepen en gemeenschappen om deel te nemen aan het feest van de Vlaamse Gemeenschap. Ik geef toe dat we daar niet altijd in slagen. De voorbije jaren is duidelijk geworden dat ook anderstalige gemeenschappen geïnteresseerd zijn in het 11-julifeest. Met de Gulden Ontsporing, waarin de Vlaamse regering een belangrijke input heeft, willen we het samenwerkingsverband in Brussel vergroten, het draagvlak verbreden en ervoor zorgen dat nog meer organisaties, diensten en instellingen aan het stadsfestival deelnemen.

Een tweede groot evenement is de Dag van de Student, waarop samen met Quartier Latin, de hogescholen en de universiteiten, een parcours wordt georganiseerd om twintigduizend Nederlandstalige studenten in Brussel te laten deelnemen aan de Vlaamse netwerken op het vlak van theater en muziek.

OPB was ook betrokken bij de Erfgoeddag en de Vlaanderendag, twee Vlaamse initiatieven die aan elkaar werden gekoppeld. Daarbij werkten we samen met de VGC Erfgoedcel, het Brussels Platform voor Stadstoerisme, de Brusselse musea, de Ancienne Belgique en andere grote kunstenplatforms. Dit evenement lokte ongeveer vijfduizend bezoekers.

Een vierde groot evenement was de autoluwe dag in Brussel. We proberen deze gelegenheid aan te grijpen om de herkenbaarheid van de Vlaamse initiatieven te bevorderen. Samen met het Zennegebeuren, maar ook met een aantal initiatieven van grotere platforms en podia, zoals de Ancienne Belgique en het Raamtheater, proberen we een gezamenlijk parcours uit te stippelen.

Van een aantal belangrijke projecten, onder meer Broodje Brussel en Weg van Brussel, zitten de folders in de map die aan de leden werd bezorgd. Weg van Brussel – een ietwat intellectuele titel wegens de dubbele bodem – is een project van twee of drie weken dat wordt opgezet in een samenwerkingsverband met stadsbesturen, culturele centra en musea. Tot op vandaag hebben we dergelijke projecten georganiseerd in Aalst, Tongeren, Oudenaarde, Sint-Niklaas en Genk. Het is de bedoeling dat de betrokken stad en Brussel elkaar vinden in een aantal welbepaalde elementen. In Aalst was dat de strip, in Sint-Niklaas de strip en de muziek en in Oudenaarde waren dat de wandtapijten. Brussel trekt naar Vlaanderen en die steden worden uitgenodigd naar Brussel.

Broodje Brussel is de tegenpool van Weg van Brussel. Dit project richt zich op de zowat 280.000 Vlaamse pendelaars in Brussel. In samenwerking met verschillende programmatores, organisatoren en producenten serveren we op de middag een broodje beleg. Van dinsdag tot en met vrijdag worden vier tot vijf initiatieven per dag georganiseerd die elk twintig tot honderd mensen bereiken. De Muntscouwburg brengt bijvoorbeeld elke vrijdagmiddag een concert en heeft daarmee blijkbaar al een nieuw publiek aangetrokken. De eerste appreciaties van organisatoren en publiek zijn lovend. Dit project vereist een dubbele samenwerking. Zelf organiseert OPB niets. Enerzijds wordt er een beroep gedaan op het bestaande aanbod van de verschillende podia en organisatoren, anderzijds wordt het ontwikkelen van een nieuw aanbod gestimuleerd. Er is ook een grondige samenwerking nodig met grote bedrijven en administraties voor de collectieve promotie van het middagaanbod. Dit is een project met veel potentie waar we de volgende jaren heel wat meer moeten kunnen uithalen.

Er zijn nog andere projecten. In Brussel Open Stad wordt een programma opgesteld voor Brusselaars van buitenlandse origine. De Brusselse zomer belicht alle festivals, waaronder heel wat Nederlandstalige. Het theaterfestival georganiseerd door De Kaai, Boterhammen in de Stad en Klinkende Munt worden aldus gezamenlijk gepromoot, in nauwe samenwerking met De zomer van Radio 2 en met de provincie Vlaams-Brabant. OPB werkt ook mee aan Dorp op stap, een initiatief van de minister van Cultuur. Ontdek je plek is een studenteninitiatief. Weg van Bruegel zal volgend jaar een vrij groot internationaal kunstenparcours worden. OPB zal daarbij samenwerken met De Rand.

Er wordt eveneens maatwerk afgeleverd. OPB stelt zich dienstverlenend op voor heel wat grote

Vlaamse organisaties die een dagje Brussel organiseren. De Gezinsbond komt half oktober bijvoorbeeld met twintig- tot dertigduizend mensen naar Brussel. We werken ook samen met Open Doek, dat het jaarlijks Koninklijk Landjuweel organiseert. Ieder jaar wordt in elke provincie een Vlaams theatergezelschap genomineerd. Een ander voorbeeld is de samenwerking met het Rode Kruis, dat naar aanleiding van zijn Fiësta met tienduizend mensen naar Brussel is gekomen. Ook Openbaar Onderwijs zat vorig jaar in het pakket.

OPB treedt niet alleen op als organisator van evenementen en projecten, maar ook als communicatieplatform voor hoofdstedelijke projecten. Het zorgt voor een collectieve marketing van een aantal Brusselse realisaties. Met Brubrubrussel willen we bijvoorbeeld aantonen dat Brussel een muziekstad is. Dat heeft niet alleen te maken met de hoofdstedelijke prijzen, maar ook met de Koningin Elisabethwedstrijd. De winnaars van prijzen van sociaal-cultureel werk van de Vlaamse Gemeenschapscommissie proberen we verder te coachen in Vlaanderen. Een voorbeeld daarvan is het collectief theater hart. OPB werkt op een structurele manier samen met zeer uiteenlopende mediapartners. We hebben een zeer heterogeen doelpubliek en dat blijkt dus uit de keuze van onze mediapartners. OPB heeft ook een dienstverlenende functie ten aanzien van grootstedelijke initiatieven. We staan in voor advies en voor realisatie.

Daarbij doen we een beroep op de volgende communicatiedragers. Brussel XL is een trimestrieel magazine dat tegelijkertijd informatief en promotioneel is. Op dit ogenblik wordt het verspreid op een oplage van 12.500 exemplaren, maar in juni wordt dat opgetrokken naar 50.000 exemplaren. Het zal dan wel gaan om een anderssoortige distributie, vooral naar Vlaanderen. In Brussel XL worden nogal wat evenementen besproken, maar ook andere thema's komen erin aan bod, bijvoorbeeld de opening van het Huis van het Nederlands en de opening van de Beursschouwburg. We willen hiermee aantonen dat de Nederlandstalige initiatieven in Brussel ook belangrijk zijn voor Vlaanderen.

Daarnaast hebben we ook Boordevol Brussel. Dat is een boekje waarin alle Nederlandstalige stadsverkenningen staan. Twintig jaar geleden had niemand het durven denken maar nu zijn er in Brussel al een twintigtal Nederlandstalige verenigingen voor stadstoerisme. We werken natuurlijk samen met Brusselse instellingen zoals Brussel Internationaal Toerisme & Congres (BITC) en Vlaamse instellingen zoals Toerisme Vlaanderen. De 15.000 exemplaren van Boordevol Brussel waren onmid-

dellijk uitgeput. Boordevol Brussel werd op onze website al 20.000 keer geraadpleegd.

We hebben de ambitie om van de website de startpagina te maken van de echte Brussel-lovers. We willen de site ook uitbouwen als een site voor Brusselse cultuurcommunicatie. Daarvoor is er een mediaplatform met de stadskrant Brussel deze week, TV Brussel en FM Brussel, dat weldra in de ether gaat. OPB wil samen met hen bouwen aan een grote Brusselse website. Ook met Cultuurnet Vlaanderen kan worden samengewerkt. OPB heeft ervoor gezorgd dat Brussel daar van in het begin bij betrokken was. Voorts werken we samen met BITC en Toerisme Vlaanderen.

Er is ook een maandelijks e-mailbrief Nieuws uit Brussel. We merken een stijgende vraag. We willen niet agressief te werk gaan zoals bij sommige nieuwsbrieven het geval is. We denken wel dat sommigen behoefte hebben aan gerichte, volledige en accurate informatie over Brussel.

Tenslotte is OPB ook een infopunt. Dat betekent uiteraard informatie over de hoofdstad en over Brussel in het algemeen. Men kan in onze kantoren aan het Muntplein terecht. We hebben een groen telefoonnummer. We zullen dit jaar voor het eerst de kaap van tienduizend aanvragen overschrijden. Heel wat vragen worden gesteld en beantwoord via e-mail. We geven informatie over eigen evenementen, maar evengoed over stedelijke evenementen door derden, bijvoorbeeld de Brabantse dialectendag en de Brusselweek. Met het Groot Beschrijf werken we in mindere mate samen.

Voor de cijfergegevens verwijs ik naar het eerste jaarverslag, waaraan we volop werken. Het eerste werkjaar heeft OPB aan de oriëntering gewerkt, het tweede jaar aan de conceptualisering, vorig jaar hebben we een aantal concrete projecten gelanceerd. Ons logo is ondertussen bekend.

Tot slot wil ik onze plannen toelichten. De institutionele problemen van het grootstedelijk communicatie- en informatiecentrum zijn bekend. Na drie jaar werking streeft OPB naar een algemene erkenning als hoofdstedelijk animatiecentrum. Vlaanderen betaalt OPB al. OPB zou ook moeten participeren aan het grote, ook op het Muntplein gelegen, informatie- en communicatiecentrum. OPB is een geschikte partner voor de verdere uitbouw daarvan.

OPB is nu al een informatiepunt voor Vlaanderen en in mindere mate voor Brussel. We krijgen al heel wat informatievragen vanuit Brussel zelf. De her-

komst van vragen is echter moeilijk te bepalen. OPB kan, naast de drie voornoemde mediaorganisaties, ook een rol spelen bij de ontwikkeling van de hoofdstedelijke cultuurcommunicatie. OPB kan een brug vormen tussen Brussel en Vlaanderen.

## 2. Vragen van de leden

**De heer Sven Gatz :** Ik vond het een goed idee om een hoorzitting te organiseren, maar vind het spijtig dat er alleen maar Brusselaars aanwezig zijn.

De activiteitsgraad van OPB stijgt. Kan u dat illustreren met een aantal cijfergegevens over de opkomst bij de activiteiten ? Welke soort vragen worden gesteld aan de balie aan het Muntplein ? Wordt ze alleen door organisaties of ook door verloren gelopen stadsbezoekers bezocht ?

**De heer Jan van der Auwermeulen :** We zijn nu toe aan de tweede reeks van Broodje Brussel. De eerste reeks liep van 1 oktober tot 15 december, de tweede is gestart op 1 februari. Het aantal organisatoren neemt toe. Een aantal organisaties wachten nog af, maar momenteel zijn er al een twintigtal organisatoren, onder meer de AB, de Beursschouwburg, het Kaaitheater, het Filmmuseum, de Bozar, het Belgisch centrum voor het Beeldverhaal, het Bellevuemuseum. De KVS is geïnteresseerd en zal allicht kortelings meewerken. Ook heel wat werkgevers nemen deel : alle administraties, K&G, maar ook grote private werkgevers zoals KBC. Voor Proximus Belgacom zou het een tweetalig initiatief moeten zijn. Er kunnen natuurlijk wel anderstaligen deelnemen aan het initiatief.

Het aantal participanten varieert van twintig voor een bezoek aan het Chocolademuseum tot tweehonderd voor een theatervoorstelling in de Bozar. We werken goed samen met de Bozar, die opnieuw volle zalen trekt. Weg van Brussel is een initiatief dat twee tot drie weken in een aantal Vlaamse steden georganiseerd wordt. Dat lokt tussen de tweeduizend en vijfduizend bezoekers.

**De heer Frank Ilsbroux, projectmedewerker OPB :** Vooreerst is er de promotie, waarbij we alle inwoners van de centrumstad proberen te bereiken met programmabrochures in alle brievenbussen en advertenties in het gemeentelijke infoblad. Ook doen we een beroep op zorgvuldig geselecteerde mediapartners, meestal Radio 2 of de regionale edities van de kranten. De activiteiten zijn vergelijkbaar met die van Broodje Brussel. Er zijn lezingen, tentoonstellingen, bijvoorbeeld over wandtapijten.

Die tentoonstellingen passen in de bekende lokale musea.

**De heer Jan van der Auwermeulen :** Op elk aanbod wordt gereageerd. Ik vermoed dat er wekelijks vijfhonderd personen deelnemen aan Broodje Brussel. Ook het aantal bezoekers aan de balie stijgt. Vooral als er nieuwe producten gepromoot worden nodigen we mensen uit. We zitten echter niet op de meest geschikte plaats, namelijk op een verdieping. Het bezoekersaantal neemt wel toe, maar het gaat voornamelijk om mensen die afspraken maken of brochures afhalen.

**Mevrouw Yamila Idrissi :** Ik begrijp dat u zich vooral richt op Vlamingen die buiten Brussel wonen, terwijl er voor de mensen die in Brussel werken, Broodje Brussel is. Maar heeft u ook specifieke acties ten aanzien van mensen die in Brussel komen wonen, een infopakket bijvoorbeeld ?

**De heer Jan van der Auwermeulen :** Wij schrijven nieuwe inwoners niet gericht aan. Dat doet de VGC, die toegang heeft tot het Rijksregister. Zij spoort maandelijks nieuwe inwoners op en stuurt hen een welkomstpakket. Maar we raken hier de institutionele discussie. Ik vind dat die taak moet worden opgenomen in het toekomstige hoofdstedelijke informatie- en communicatiecentrum.

**Mevrouw Yamila Idrissi :** De nieuwe inwoners krijgen een infopakket, maar er worden geen onthaalactiviteiten georganiseerd ?

**De heer Jan van der Auwermeulen :** Enkele jaren geleden wel. Toen was er een centraal adressenbestand waaruit de relevante informatie over de gemeenten werd verdeeld en aan de gemeenschapscentra bezorgd. Die organiseerden een of twee keer per jaar onthaalactiviteiten. Ik weet niet of dat nog gebeurt.

**Mevrouw Yamila Idrissi :** In elk geval doet OPB het niet ?

**De heer Jan van der Auwermeulen :** Neen.

**Mevrouw Brigitte Grouwels, waarnemend voorzitter :** Misschien is dat wel een goed idee voor de toekomst.

OPB richt zich vooral op Vlaanderen en op de allochtone gemeenschap. Maar wat met de Europeanen ? Er zijn er steeds meer en dat aantal neemt door de uitbreiding van de EU nog toe. Is het niet nodig ook hun duidelijk te maken dat Brussel niet

alleen de hoofdstad van Europa en België is, maar ook van Vlaanderen ? Zij moeten weten waar zij aanbelanden. Wat doet OPB ten aanzien van deze groep ?

Met hoeveel mensen realiseert OPB zijn boeiende werk ? Moet geen andere naam overwogen worden ?

Vroeger werkten de gidsenverenigingen samen met het Contact- en Cultuurcentrum, een van de voorlopers. Ik begrijp dat zij nu onder Boordevol Brussel vallen. Kunnen geïnteresseerde verenigingen die Brussel bezoeken, bij u terecht ? Hoe werkt die dienstverlening precies ?

In de Rand bestaat veel interesse voor de cultuur in Brussel. Men klaagt evenwel dat een muur opgetrokken wordt tussen Vlaams Brussel en de Vlaamse Rand. Welke initiatieven neemt OPB om die te doorbreken ?

**De heer Jan van der Auwermeulen :** Anderstaligen van buitenlandse origine vormen een erg grote groep. Wij proberen hen te bereiken via andere verenigingen, maar dat is niet vanzelfsprekend. Een van de Vlaamse netwerken die thans voor hen het meest bekend is en door hen het meest wordt gefrequenteerd, is het onderwijs. Maar daarbuiten ligt promotie erg moeilijk.

Een belangrijke instelling waar we de volgende jaren mee gaan samenwerken – en die bereidheid bestaat ook bij hen – is het Huis van het Nederlands, dat de verschillende opleidingen Nederlands groepeerd. Dat wordt een erg belangrijke partner. Langs die weg kunnen we aansluiting vinden bij de nieuwe Europeanen. Wij hebben contacten met heel wat Europese ambassades en doelgroepen, maar hen betrekken is niet evident.

**Mevrouw Yamila Idrissi :** Zou men de nationale culturele instellingen als het Goethe- en het Cervantesinstituut niet als kanalen kunnen hanteren ?

**De heer Frank Ilsbroux :** Het project Brussel Open Stad is op maat gemaakt van de anderstalige Brusselselaars en daarbinnen bevindt zich de Europese doelgroep. Wij hebben terzake contacten met de ambassades, de culturele instituten en het blad The Bulletin.

**De heer Jan van der Auwermeulen :** Dat zijn beginnende contacten. Wij proberen die samenwerking verder te ontwikkelen.

Op dit ogenblik werken vijftien mensen voor OPB. Wij zijn evenmin als u gelukkig met de naamkeuze. De naam verdwijnt wel enigszins achter de producten waarvoor wij verantwoordelijk zijn. Vanaf dit jaar doen wij ook bijvoorbeeld de Gulden Ontsporing. Wij brengen dat product naar voren net zoals wij dat met Broodje Brussel doen. Er moet natuurlijk ergens een band met OPB blijven en dus moeten we in de toekomst misschien iets aan die naam doen.

**De heer Frank Ilsbroux :** Er zijn een twintigtal gidsverenigingen in Brussel die ook het Nederlands als taal hanteren. Wij hebben samen met hen de voorbije jaren een heel parcours afgelegd. Er kwam een platform waarop gezamenlijk vergaderd wordt. Het heeft twee doelstellingen : gezamenlijke promotie (bijvoorbeeld Boordevol Brussel) en hen betrekken bij projecten die wij en anderen organiseren. In dat verband probeert OPB inderdaad om de mensen die informeren naar rondleidingen, te begeleiden in hun keuze.

Wat de samenwerking met vzw De Rand betreft, bestaan er culturele initiatieven om de splitsing tussen de Vlaamse Rand en Vlaams Brussel te doorbreken. Ik noem Kwartslag – de samenwerking tussen de KVS, het Kaaithheater, de Westrand en het cultureel centrum van Strombeek – en de Weg van Bruegel. Dat laatste wordt een omvattend kunstenproject van op de Hoogstraat tot in Gaasbeek. In het eerste Bruegelproject was Brussel nog een witte vlek.

**De heer Luk Van Nieuwenhuysen :** In de beleidsnota bij het begin van de regeerperiode was er sprake van de integratie van beide instellingen : OPB en Wonen in Brussel. Ik begrijp dat dit niet langer de bedoeling is. Hoe staat u daar zelf tegenover ? Is dat praktisch doenbaar ? Welke zijn de bezwaren ? Ik besef dat de ene afhangt van de Vlaamse Gemeenschap en de andere van de VGC, maar er blijven enorm veel raakpunten. Zou integratie dan niet efficiënter zijn ?

**De heer Jan van der Auwermeulen :** De wil is nog altijd aanwezig bij beide instellingen. Zowel Wonen in Brussel als OPB kunnen en moeten hun opdrachten aan elkaar linken. Promotie voor wonen in Brussel is een promotie voor Vlaanderen en daarvoor staat OPB ook. We blijven de passage uit de beleidsbrief onderschrijven en ik denk dat dit ook bij Wonen in Brussel het geval is. Er moet een integratie komen tot een groot hoofdstedelijk informatie- en communicatiecentrum. Ik hoop dat die politieke kaap wordt genomen.

**De heer Marcel Rijdams, voorzitter stuurgroep Wonen in Brussel :** We pleiten daarvoor al jaren en we zijn er een groot voorstander van. Op het veld zijn er zeer goede contacten, maar op het politieke niveau lopen die altijd mank. Ik vind dat verschrikkelijk.

### 3. Uiteenzetting door Wonen in Brussel

**Mevrouw Ruth Muylle, coördinator :** Wonen in Brussel is opgericht in 1996 met de bedoeling de stadsvlucht tegen te gaan. In 1997 werd het onthaal- en huisvestingsbureau opgericht met de bedoeling een positieve beeldvorming over Brussel-woonstad maar ook het eigenaarschap aan te trekken en middeninkomens aan te trekken. Bovendien wil men het zeer goede Nederlandstalige netwerk in het Hoofdstedelijke Gewest promoten, en ook alle andere Nederlandstalige instellingen. De eerste doelstelling is een persoonlijk onthaal van kandidaat-inwoners of inwoners van de stad die willen verhuizen. Daarvoor is er een gratis groen nummer met een telefonisch onthaal ingesteld en een extra onthaalbalie opgericht bij die van de Vlaamse Gemeenschapscommissie. Bovendien worden er woontours doorheen de stad georganiseerd waarbij de verschillende buurttypes worden beschreven en de verschillende manieren van leven. We bezoeken ook mensen thuis die over de buurt vertellen zodat er concrete contacten zijn.

Er werd ook een studieopdracht gegeven aan de VUB waarbij de stad in verschillende buurttypes wordt ingedeeld. De statistische gegevens staan momenteel op de website, die binnen een jaar volledig gedigitaliseerd zal zijn. De informatieonderwerpen zijn : woningen te koop en te huur op de openbare en particuliere markt, de dienstverlening van de verschillende overheden omtrent huren, kopen, premies en leningen, de goedkopere woningen van de GOMB, het Nederlandstalige netwerk en zijn instellingen.

Vorig jaar heeft een student van de afdeling Geografie van de VUB een kleine enquête gedaan bij de klanten die een e-mailadres hebben. Daaruit blijkt dat 60 procent van de klanten tevreden is over de informatie, 30 procent zeer tevreden en 10 procent niet tevreden omdat men denkt dat Wonen in Brussel een immobielkantoor is en men teleurgesteld is omdat men zelf nog een woning moet zoeken. Verder vindt 35 procent van de klanten dat het contact met Wonen in Brussel een positieve invloed heeft gehad op de beslissing om naar Brussel te verhuizen.

Voor de tweede doelstelling, de positieve beeldvorming over Brussel-woonstad, zijn een aantal campagnes opgestart. Aanvankelijk werden die volledig gesubsidieerd door de Vlaamse Gemeenschap, Coördinatiecel Brussel, maar de laatste jaren is er minder subsidiëring. In 2004 kan men geen budget vrijmaken omdat de cel ook OPB ondersteunt en omdat er besparingen zijn. Het is minder prioritair. De eerste campagne kostte ongeveer 236.000 euro. In 2000 was er de grootste campagne met het beeld van het vrijende koppel en de file. Dat beeld leeft nog altijd het meest bij de mensen. Die campagne kostte ongeveer 401.000 euro. Uit statistieken blijkt dat het aantal klanten evenredig is met de investeringen in media en promotie. 2000 was ook het jaar met de meeste telefoonoproepen. In 2001 en 2002 werd de campagne herhaald; het eerste jaar werd betaald door de Vlaamse Gemeenschap, het tweede door de Vlaamse Gemeenschapscommissie. In 2003 werd ongeveer 201.000 euro besteed door de Vlaamse Gemeenschapscommissie en 47.555 euro door de Vlaamse Gemeenschap. De administratie van de Vlaamse Gemeenschapscommissie betaalt de drie personeelsleden en de volledige logistieke ondersteuning van het project (de onthaalruimte op het Muntplein).

De doelgroepen waren bij de aanvang pendelaars, studenten en jonge gezinnen. De eerste campagne ging over Wonen waar je werkt; Groener dan verwacht; Goedkoper dan je denkt; Kleurrijk en bruisend Brussel. Er was een mediamix van november tot december: zes advertenties in kranten; tien publicaties in de periodieke pers; een radiospot op Studio Brussel. Er werd gebruik gemaakt van de lokale televisie. Bovendien werden er folders uitgedeeld in de stations in Brussel, in andere steden en in de bibliotheken, culturele centra en gemeentehuizen. Er waren 4661 telefoonoproepen. TV heeft de belangrijkste impact gehad. Er waren weinig telefoonoproepen buiten de kantooruren. De onthaalbalie, die klein en rechtstaand was, bleek niet ideaal voor het beantwoorden van langere vragen. Momenteel is er een balie met twee bureaus waar mensen een kwartier tot een half uur binnen zitten. Aan de behoefte aan een meer centraal gelegen onthaalbureau is ondertussen tegemoetgekomen: Wonen in Brussel zit momenteel op het Muntplein naast de Openbare Bibliotheek van Brussel. Daarnaast is de vraag naar een grotere concretere gegevensbank van beschikbare woningen al een beetje gerealiseerd met de Woonbank. Het contact met de immobiliënsector is niet gemakkelijk; vaak is de sector Franstalig en niet direct geïnteresseerd in een klein Nederlandstalig initiatief.

De Woonbank functioneert heel goed in die zin dat Vlamingen graag aan Vlamingen verkopen. De Woonbank staat ook open voor immobiliënkantoren. Ook een aantal duurdere immobiliën komen in die Woonbank terecht. Persoonlijk vind ik dat niet zo goed omdat het een slecht voorbeeld is voor particulieren, maar blijkbaar is het wel een bewuste keuze om zich op de duurdere Europese markt te richten.

De doelstellingen van de campagne van 2000 kwamen overeen met de oorspronkelijke doelstellingen. Het contactcentrum Wonen in Brussel moest beter bekendgemaakt worden. Men wou de mensen effectiever overtuigen en continu in de media blijven. De doelgroepen werden duidelijker gespecificeerd. We richtten ons op de oudere jongeren van 20 tot 35 jaar die nog niet gesetteld zijn en op zoek zijn naar een dynamische omgeving, en op de jongere ouderen, de 50-plussers waarvan de kinderen het huis uit zijn en die misschien ook opnieuw voor de stad kiezen. De tweede groep is blijkbaar wel veel kleiner dan de eerste. In deze campagne wil men de burgers persoonlijk aanspreken: Brussel geeft je tijd voor de belangrijke dingen des levens. U herinnert zich het spotje nog wel. De folder Mediamix 2000 werd verspreid over heel Vlaanderen. Er was ook een radiospot, een televisiespot en een advertentie in de belangrijkste Nederlandstalige weekbladen.

Er waren ook doelgroepgerichte acties. Er werden folders verdeeld langs de zeven belangrijkste invalswegen en in de treinstations, we waren aanwezig op Batibouw, er was een croissantactie (met verdeling van folders) in verschillende Brusselse bedrijven en er was een mailing naar alle laatstejaarsstudenten. De laatste jaren was daaraan ook een info-avond gekoppeld waarmee we het eerste jaar veertig studenten hebben bereikt. We kunnen besluiten dat het ging om een grote campagne met een goede en opvallende spot en met een persoonlijke aanpak.

Na de plotse verhuizing naar het Muntplein in 2001 deed zich meteen een tekort aan personeel gevoelen. Voor het openhouden van een full-time balie zijn 2,25 personeelsleden nodig en wij beschikken slechts over één onthaalbediende. Binnenkort komt daar eindelijk verandering in. Het personeelstekort gaf een enorme druk op de medewerkers. Wie de balie bedient, kan moeilijk tegelijkertijd de telefoon op een rustige manier beantwoorden. Op het Muntplein konden we ook niet meer rekenen op de ondersteuning van de VGC-administratie.

We hebben onmiddellijk naar oplossingen gezocht. Het aanwerven van extra personeel was onmogelijk wegens de personeelsstop bij de VGC. In 2003 hebben we dan een samenwerking met de Vlaamse infolijn opgestart. Daardoor kunnen er tot zeven uur 's avonds telefoons opgenomen worden. De onthaalbediende kan ook op een knopje duwen op het ogenblik dat er een klant binnenkomt, zodat de telefoon toch wordt opgenomen. Dat zorgt voor minder stress voor de onthaalbediende.

De herhalingscampagnes van 2001 en 2002 hebben niet geleid tot een sterke toename van het aantal klanten, maar houden het aantal klanten op een zeker niveau waar er anders zeker een daling te verwachten was.

In 2003 blijft de doelstelling dezelfde : het versterken van de Vlaamse aanwezigheid in Brussel door Nederlandstaligen ertoe aan te zetten in Brussel te komen wonen. De naambekendheid en de functie van het informatiecentrum worden ook op de voorgrond geplaatst. Het is de bedoeling potentiële Brusselaars te overtuigen en bestaande Vlaamse Brusselaars in hun keuze te bevestigen.

Het is ook de bedoeling de maatregelen van het Brusselse Gewest beter bekend te maken en Brussel als stadsgewest positief te benaderen. De doelgroepen zijn ook dezelfde gebleven, namelijk de oudere jongeren en de jongere ouderen. De strategie is wel veranderd omdat het budget veel kleiner was : ongeveer de helft. We hebben ervoor gekozen in de woonbijlagen van kranten een kleine advertentie op te nemen met concrete informatie, onder meer over de lagere registratierechten en de premies. Deze campagne is dus meer gericht op de reeds geïnteresseerden en minder op de beeldvorming bij de gemiddelde Vlaming. Er is een radiospot geweest in februari en september, naast advertenties in Metro, dat veel pendelaars bereikt, in de woonbijlagen van alle kranten en in de streekkranten van Vlaams-Brabant, Antwerpen en Oost-Vlaanderen, de dichtst bijzijnde provincies. Het budget was immers niet groot genoeg om heel Vlaanderen te bestrijken.

We hadden ook een stand op Batibouw en op de nieuwe woonbeurs voor het zuiden van Brussel. Deze laatste beurs heeft niet zoveel volk aangetrokken. De aanwezigen waren vooral Franstalige investeerders, die minder aan ons profiel voldeden. We kunnen ons afvragen of het zinvol is om volgend jaar nog op die beurs te staan, als ze dan nog wordt georganiseerd tenminste.

We geven een aantal voorbeelden van de advertenties die in 2003 zijn verschenen in De Streekkrant en in Metro en die vooral op het oudere doelpubliek waren gericht : Brussel goedkoper over de verlaagde registratierechten, Brussel boeiender over het uitgaansleven, Brussel groener over de parken, Brussel voordeliger over de goedkope leningen die worden aangeboden door het aankoopfonds in vervanging van de aankooppremie van de jaren voordien. De leuze was : Brussel elke dag anders.

Van alle klanten die over een mailadres beschikken, blijkt 81 procent de campagne te kennen : 46 procent via de krant, 30 procent via de radio en 5 procent via Batibouw. 34 procent van de klanten nam contact op met Wonen in Brussel na een advertentie in de krant, 30 procent op basis van informatie van vrienden – informele contacten zijn dus erg belangrijk. 18 procent van de klanten zijn toevallige voorbijgangers. Een andere locatie zou dus tot een daling van het aantal bezoekers leiden.

Het baliebezoek is toegenomen van gemiddeld drie bezoekers per dag in 2001, toen we nog op het Saincteletteplein zaten, tot tien en later twaalf bezoekers per dag. Voor de balie zijn de voorbijgangers dus wel erg belangrijk. In 2003 ziet men de impact van het begin van de campagne. Op het einde van het schooljaar krijgen we ook altijd veel aanvragen van studenten die eraan denken zich definitief in Brussel te vestigen.

De evolutie van het aantal telefonische contacten toont aan dat er in 2001 wellicht nog een invloed is van de grootse campagnes van 2000. Daarna is er een geleidelijke daling. In november van dat jaar was er een herhalingscampagne. Er was ook heel wat media-aandacht naar aanleiding van de verhuizing naar het Muntplein. In 2002 was er een evenwichtige aanwezigheid. De kleine herhalingscampagne van het einde van dat jaar heeft blijkbaar niet zoveel effect gehad. In 2003 was er opnieuw een stijging van het aantal telefonische oproepen.

We hebben kunnen vaststellen dat de campagnes een groter effect hebben gehad op het aantal telefonische oproepen dan op de bezoekersaantallen aan de balie. De balie is in de campagne trouwens ook niet echt gepromoot. Tijdens Batibouw waren er 139 inhoudelijke contacten naast de folderbedeling. De deelname aan Batibouw heeft wel geleid tot een zware belasting van het personeel, omdat het gewone werk moest doorgaan. Het was ook jammer dat we op de bouwbeurs niet over een internetaansluiting beschikten.

Het aantal informatievragen via mail verdubbelt elk jaar. Daarom zijn we van plan om onze website volgend jaar nog eens volledig te herstructureren. Op de homepage waren er meer dan 50.000 hits, wat bijna een verdubbeling is in vergelijking met het vorige jaar. Er wordt ook meer en meer gebruik gemaakt van de gratis advertentieruimte, hoewel die klein is. Het aantal telefonische oproepen kan over de jaren heen altijd in verband gebracht worden met de media-aandacht. We moeten bedenken dat het altijd om nieuwe mensen gaat die eraan denken om eventueel in Brussel te komen wonen. In die zin blijft een belangrijke aanwezigheid in de media belangrijk. De middelen en het personeel waarover we beschikken zijn wel toegenomen. Wij hebben ons vooral gericht op professionalisering en op kwalitatieve informatie.

Vervolgens zijn er Vlaams-Brabant, Oost-Vlaanderen en Antwerpen, volgens dalende belangstelling. In provincies met minder belangstellenden wordt ook minder promotie in de media gevoerd. De grootste groep klanten zijn jonger dan 35 jaar. Dat blijkt uit de registratie aan het onthaal, waar ongeveer 50 procent van de klanten jonger is dan 35 jaar, maar ook uit de enquête van Leen Devriese, waar dat aandeel hoger is dan 70 procent. De ouderen zijn wel geïnteresseerd maar minder dan de jongeren, wat logisch is.

De klanten uit Brussel zelf komen vooral uit Brussel, Schaarbeek, Elsene, Sint-Joost-ten-Node, Etterbeek, Sint-Gillis en Anderlecht. Dat zijn ook de populairste gemeenten, waar de mensen het liefst gaan wonen. Ze kiezen vooral voor de meest centraal gelegen centrumgemeenten. Dat zijn ook de gemeenten waar de mensen naar verhuizen. De uitzondering is Molenbeek, de achtste populairste gemeente, die wel op de tweede plaats van de gemeenten waar mensen naar verhuizen, staat. Waarschijnlijk speelt de kostprijs een rol. Er is dus een verschil tussen droom en werkelijkheid.

Van de geënuquêteerden heeft 95 procent zich in Brussel gevestigd. Het gaat wel om mensen die al geïnteresseerd waren. De meest gestelde vragen hebben betrekking op het kopen van een woning. De verlaagde registratierechten, de goedkope leningen en de promotie hebben dat aandeel nog doen stijgen.

Kortom, de maatregelen van het Brusselse Gewest hebben een positieve invloed op het aantal verhuizingen. De 34 procent voor wie Wonen in Brussel de beslissing beïnvloed heeft, zegt dat de belangrijkste motiverende factoren de betaalbare woongelegenheden van de GOMB, de vrijstellingen van

de registratierechten, de renovatie- en gevelreinigingspremies, de goedkope leningen bij het Woningfonds en de specifieke extra lening tot 25.000 euro voor mensen jonger dan 35 waren.

Er zijn gemiddeld dertig tot veertig deelnemers aan de woontours van Wonen in Brussel. Dit jaar stijgt het aantal deelnemers, waarschijnlijk ook door de campagnes. De deelnemers komen vooral uit Brussel, Vlaams-Brabant, Antwerpen, Oost-Vlaanderen, West-Vlaanderen, Limburg en Wallonië. In Wallonië is er geen promotie, in West-Vlaanderen en Limburg minder dan in de andere provincies.

#### **De heer Marcel Rijds, voorzitter stuurgroep :**

Als voorzitter van de stuurgroep heb ik twee bekommernissen. Vooreerst is er het personeelstekort. De kwaliteit van onze informatieverstrekking lijdt daaronder. Ongeveer anderhalf jaar geleden zijn de doelstellingen van Wonen in Brussel herzien. Toen zijn er een aantal projecten voorgesteld om de informatieverstrekking te verbeteren. Die kunnen niet of slechts traag uitgevoerd worden omdat er onvoldoende mensen zijn. De permanente kwaliteitsbewakers moeten nu inspringen aan de balie. Dat probleem sleept al drie jaar aan. In augustus werden ons twee bijkomende personeelsleden beloofd, maar in oktober bleek dat niet meer mogelijk te zijn. Zelfs het dringend onderhoud moet maanden wachten. Dat is ontmoedigend.

Als informatiecentrum over wonen in Brussel hebben we knowhow opgebouwd. We pleiten al lang voor een centraal informatiecentrum. In het begin werd dat een vitrine van Brussel voor Vlaanderen en omgekeerd genoemd, nu spreekt men over een communicatiecentrum. Er is al een gebouw voor, namelijk het gebouw waarin wij en de bibliotheek gehuisvest zijn. Er is al een goede samenwerking en verstandhouding tussen de bibliotheek, OPB en Wonen in Brussel. Iedereen vindt die samenwerking belangrijk, maar in praktijk blijkt het niet te lukken.

De Vlaamse Gemeenschap wil de bijdrage in Wonen in Brussel verminderen omdat ze OPB subsidieert. De VGC heeft haar inspanningen in de voorbije jaren verhoogd. Vandaag hoor ik officieus dat de VGC geen budget ter beschikking wil stellen als de Vlaamse Gemeenschap dat niet doet. Op die manier kan de stuurgroep niet functioneren.

#### **4. Vragen van de leden**

**Mevrouw Brigitte Grouwels :** Van de klanten zijn 35 procent tevreden en hebben onder invloed van

Wonen in Brussel beslist om in Brussel te komen wonen. Hoe zit het met de overige 65 procent ? Hoeveel klanten verschijnen er gemiddeld per dag aan de balie ? Hoeveel personen zijn er door toedoen van uw organisatie in Brussel komen wonen ?

**Mevrouw Ruth Muylle :** De overige 65 procent heeft niet geantwoord op die vraag, 35 procent heeft gezegd dat het informatiebureau een positieve invloed heeft gehad op hun verhuizing naar Brussel. In 2003 waren er gemiddeld twaalf personen per dag aan de balie.

De enquête was alleen gericht naar klanten, ongeveer 750, met een mailadres ; 350 enquêtes zijn effectief bij de klanten aangekomen, 170 klanten hebben de enquête ingevuld. Het betreft allicht de meest enthousiaste klanten, want 95 procent is ook in Brussel komen wonen. Dat relativeert dat cijfer.

**Mevrouw Brigitte Grouwels :** Uit de Nederlandstalige kiezerslijsten blijkt een stijging van Nederlandstalige inwoners in Brussel-Stad en in Elsene. In de overige gemeenten daalt dat aantal verder. In de binnenstad van Brussel is er een groeiend tekort aan Nederlandstalige voorzieningen, kinderdagverblijven en scholen. Enkele jaren geleden was er nog onvoldoende belangstelling voor die voorzieningen. Er is dus een verrassende evolutie, die ik onder meer toeschrijf aan de werking van Wonen in Brussel. Tegenover maatregelen om mensen aan te moedigen om in Brussel te komen wonen, moet ook een uitbreiding van de infrastructuur staan. Maken klanten soms opmerkingen over dat tekort ? Hoeveel mensen werken er op het informatiebureau ?

**Mevrouw Ruth Muylle :** Een coördinator, een deskundige en een onthaalbediende.

**Mevrouw Brigitte Grouwels :** Maar u verwacht een uitbreiding met twee personeelsleden ?

**Mevrouw Ruth Muylle :** Ja. In de loop van de volgende maanden wordt een onthaalbediende van niveau C in dienst genomen. Het tweede personeelslid, van niveau B, zou aanvankelijk aan Wonen in Brussel worden toegewezen, maar nu al eerst op de dienst Communicatie werken en later in het communicatiehuis.

**Mevrouw Brigitte Grouwels :** Waar is dat gelegen ?

**Mevrouw Ruth Muylle :** In de Lombardstraat. Wij worden technisch, logistiek en op het vlak van de informatica ondersteund door de administratie van de VGC.

**De heer Luk Van Nieuwenhuysen, voorzitter :** Het aanbod voor Nederlandstaligen in Brussel wordt hier en daar problematisch. Dat kwam dit schooljaar vooral in het nieuws voor wat het onderwijs betreft. Ouders bleken hun kinderen niet gegarandeerd in een Nederlandstalige school van hun keuze te kunnen inschrijven. Ik kan mij best inbeelden dat de berichtgeving daarover in de media invloed had op mensen die overwogen in Brussel te komen wonen. Hebt u dat ervaren in de vragen aan de balie ? Heeft dat uw aanpak op enigerlei wijze veranderd ?

**De heer Marcel Rijdsams :** Een van de resultaten van onze brainstorming was de idee dat we niet alleen mensen naar Brussel moeten halen, maar er ook voor dienen te zorgen dat ze hier blijven. Daarvoor is een goede infrastructuur in de buurt nodig : scholen, diensten, speelpleinen en een kwalitatief aanbod in de gemeenschapscentra. Men moet ervoor zorgen dat de mensen die als jongeren in Brussel kwamen wonen, ook blijven als ze een gezin stichten.

Wij vinden het ook een doelstelling van OPB om te gaan kijken waar er op dat vlak tekorten zijn. Men moet niet alleen het aanbod in kaart brengen, maar het ook kwalitatief bekijken en de bevoegde instanties erop wijzen waar iets ontbreekt. Daar zijn we evenwel niet toe gekomen, bij gebrek aan personeel. Ik verneem hier nu trouwens dat we misschien een onthaalbediende bij krijgen, maar dat tegelijk de persoon die we het meeste nodig hebben, ook andere functies zal opgespeld krijgen.

**Mevrouw Brigitte Grouwels :** Heeft Wonen in Brussel werkelijk impact ?

**De heer Marcel Rijdsams :** Dat is moeilijk meetbaar. Het effect is waarschijnlijk het meest voelbaar in het stadscentrum. Bij elke activiteit waar aan men deelneemt, ziet men ontstellend veel nieuwe mensen. Ik denk dat Wonen in Brussel een flinke bijdrage heeft geleverd aan dat effect, maar niet alleen Wonen in Brussel. Er is de meer algemene tendens om terug te keren naar de stad als woonplaats. De files spelen ook een rol. Maar Wonen in Brussel is op het goede moment gekomen, nog voor het fenomeen zich voordeed.

Onze werking draait goed vandaag, maar het kan in onze ogen nog veel beter.

**De heer Luk Van Nieuwenhuysen, voorzitter :** Doet die nieuwe instroom in Brussel-centrum zich ook voor in de randgemeenten ? Brussel is ook een gewest. Ik denk aan Schaarbeek, Molenbeek, Jette.

**De heer Marcel Rijdsams :** Wij beschikken niet over wetenschappelijke gegevens daarover. Mijn aanvoelen is op de eerste plaats gebaseerd op de plek waar ik zelf woon, en dat is het centrum. Maar ik vang wel gelijksoortige signalen – ik ben professioneel actief als architect – op uit Laken, Schaarbeek of Jette. In het begin van onze werking ging 60 procent van de interesse uit naar het centrum en ik denk dat dit nu nog zo is.

Er is wel een interessante migratiebeweging binnen Brussel bij jonge mensen die een gezin stichten. Als zij een huis willen kopen, verhuizen ze vaak van het centrum naar Jette, Laken, Sint-Gillis of Elsene. Het zou de moeite waard zijn om dat wetenschappelijk nader te onderzoeken.

**Mevrouw Yamila Idrissi :** OPB heeft een signaalfunctie, zegt de heer Rijdsams. Is er structureel overleg tussen OPB en de gewestelijke diensten ? Doet men met andere woorden iets met de problemen die aan de onthaalbalie worden gesignaleerd ? Ik denk aan bekommernissen als renovatiepremies die op zich laten wachten of andere dingen die niet zo goed lopen.

**Mevrouw Ruth Muylle :** Niet structureel. Er zijn wel banden, maar dan informeel. Zo werkt een lid van de stuurgroep in de Stadswinkel, en staat dus rechtstreeks met het gewest in contact. Ik ken zelf ook twee mensen op dat niveau, met wie ik steeds contact kan opnemen. Maar formeel is er niets en dat is een probleem dat wij al vanaf het begin aanvoelden : huisvesting is een gewestaangelegenheid. Ik woon wel vergaderingen bij van verenigingen zoals Recht op Wonen, als waarnemer, om bij te blijven. Een van de doelstellingen voor 2003 is om meer formele contacten met het gewest op te bouwen. Maar onze hoofddoelstelling blijft informeren en eerste algemeen onthaal aanbieden.

Wat de klachten betreft, die krijgen wij af en toe en wij verwijzen dan door. Maar dat aantal is heel min.

**Mevrouw Yamila Idrissi :** Die informatie is voor beleidsmakers toch interessant, met het oog op preventie bijvoorbeeld ?

**De heer Jan van der Auwermeulen :** Men moet dat zien in de volgende context. Toen Wonen in Brussel begon, zagen de Franstaligen dat als een poging van de Vlamingen om Brussel te heroveren, wat uiteraard niet waar was. In de milieus rond huisvesting blijkt men tegenwoordig in de eerste plaats bezorgd te zijn om het recht op wonen in Brussel. Dat recht komt in het gedrang door de kostprijs. Als

een Vlaams initiatief zich vervolgens beleidsvoorbereidend en adviserend opstelt, wordt dat door de huidige beleidsmakers niet gewaardeerd, enerzijds vanuit de visie dat de Vlamingen Brussel gaan heroveren en anderzijds door het maatschappelijke draagvlak van een aantal organisaties en verenigingen die bezig zijn met het recht op wonen. Vlamingen worden als vreemde eend in de bijt beschouwd als ze vanuit hun promotionele functie naar Vlaanderen trekken om nieuwe inwoners aan te trekken.

**De heer Luk Van Nieuwenhuysen, voorzitter :** Heeft u de indruk dat Vlaamse inwijkelingen minder kans maken op een sociale woning ?

**De heer Jan van der Auwermeulen :** Enkele jaren geleden was dat niet het geval. Ik denk dat het op dit ogenblik moeilijker wordt omdat men zich momenteel moet aanmelden op een punt.

**De heer Marcel Rijdsams :** Ik denk dat er geen problemen zijn. Er zijn wel problemen in de sector van sociale woningen. Er zijn momenteel eengemaakte lijsten. Vroeger kon men zich inschrijven bij elk van de zesendertig socialewoningbouwmaatschappijen. Er zijn 23.000 mensen die een sociale woning vragen en er zijn ongeveer 34.000 sociale woningen. De toewijzing gebeurt secuur en de sociale afgevaardigden van de Brusselse huisvestingsmaatschappijen kijken nauwkeurig toe dat dit gebeurt volgens de regels, die precies en ingewikkeld zijn. Als ondervoorzitter van de Brusselse Haard kan ik getuigen dat de toewijzing correct gebeurt.

**Mevrouw Brigitte Grouwels :** De toewijzing van sociale woningen in Brussel is de jongste jaren zeer geobjectiveerd geworden. Er is echter een groot tekort aan sociale woningen ; er zijn ellenlange wachtlijsten. Er melden zich niet zoveel Vlamingen aan in de sociale huisvesting, omdat die meestal naar Brussel komen omdat ze hier werken. Ze vallen buiten de criteria van de sociale huisvesting. Er is geen discriminatie van Vlamingen. Bij het Vlaams Woningfonds van de Gezinnen worden meer Vlaamse dossiers positief behandeld, omdat men het inkomen om in aanmerking te komen voor een goedkope lening heeft opgetrokken. Wonen in Brussel maakt de mensen ook attent op die mogelijkheid.

Ik ben lid van de commissie Huisvesting in het Brusselse Hoofdstedelijke Parlement. Die commissie kijkt met bewondering naar Wonen in Brussel ; men denkt eraan om een dergelijke dienst op gewestelijk niveau op te richten. Heeft u daarover al geruchten opgevangen ?

**Mevrouw Ruth Muylle :** We merken ook dat het initiatief Wonen in Brussel wordt gewaardeerd.

De Dienst Huisvesting van het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest maakte vroeger lijsten met woningen die via affiches te koop werden aangeboden. Sinds een aantal maanden is er een eigen wooninfobureau naar het voorbeeld van Wonen in Brussel. Binnen een paar jaar kan het gewest de functie van Wonen in Brussel overgenomen hebben zodat we misschien overbodig worden. Ik ben van plan om dringend eens op bezoek te gaan bij dat wooninfobureau en de ontwikkelingen beter op te volgen. Er is geen officiële samenwerking ; er zijn alleen informele contacten. Ik heb onlangs gelezen dat schepen Simons van plan is om vanuit de stad Brussel promotie te voeren in Wallonië om mensen aan te trekken.

Aan de onthaalbalie krijgen we niet zoveel vragen over het tekort aan Nederlandstalige scholen in Brussel. Mensen die bij ons aankloppen, willen informatie over wonen in Brussel. Uitzonderlijk zijn er vragen naar informatie over evenementen of cultuur. We geven wel informatie mee over de basisinstellingen van de VGC (onderwijs, sport- en jeugdverenigingen en dergelijke). We hebben alle brochures van de VGC ook meegegeven aan het Verbindingsbureau Brussel-Europa. Er is waarschijnlijk een tekort aan scholen omdat er plots meer Vlamingen zijn, maar ik denk dat de pers het probleem overdrijft. Er zijn nog steden waar bepaalde scholen populairder zijn dan andere. In het centrum van Brussel wil iedereen naar dezelfde school, maar dat wordt niet altijd gezegd, wellicht omdat andere scholen te meertalig zijn.

**De heer Luk Van Nieuwenhuysen, voorzitter :** De aandacht is gevestigd op het probleem van de grote groep van anderstaligen in het Nederlandstalige onderwijs (dat is het verschil met andere steden). Dat kan sommige mensen afschrikken om naar Brussel te komen. Er zijn talrijke argumenten om in Brussel te komen wonen, maar men mag niet verdoezelen dat er ook nadelen aan verbonden zijn. Houdt men daarmee rekening in de communicatie ?

**Mevrouw Ruth Muylle :** Het is niet bewezen dat het nadelig is dat er veel anderstaligen in een Nederlandstalige klas zitten. Het ligt evenwel buiten onze mogelijkheid om daarover aan de balie een oordeel te geven aan de mensen. Als mensen op zoek zijn naar een goede school, verwijzen we hen door naar bijvoorbeeld het oudercomité van de school of het gemeenschapscentrum voor een in-

formele uitleg. We kunnen die informatie onmogelijk verzamelen voor heel Brussel.

**De heer Luk Van Nieuwenhuysen, voorzitter :** Ik dank de sprekers voor de toelichting. De minister-president heeft op 19 juni de mogelijkheid opengelaten voor een grotere integratie en eventueel een samensmelting van de beide instellingen, maar hij heeft ook gewag gemaakt van de problemen die daarmee gepaard gaan. Met de informatie die we vandaag hebben gekregen, kunnen we de aangelegenheid nog eens bij hem ter sprake brengen.

*De verslaggever,*

*De voorzitter,*

Sven GATZ

Luk VAN NIEUWENHUYSEN

---