

C168 – BUI10

VLAAMS PARLEMENT



Zitting 2005-2006

7 maart 2006

HANDELINGEN

COMMISSIEVERGADERING

COMMISSIE VOOR BUITENLANDS BELEID, EUROPESE AANGELEGENHEDEN,
INTERNATIONALE SAMENWERKING EN TOERISME

INHOUD

Interpellatie van de heer Roland Van Goethem tot mevrouw Fientje Moerman, vice-minister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Economie, Ondernemen, Wetenschap, Innovatie en Buitenlandse Handel, over het dalende overschot op de handelsbalans	1
Vraag om uitleg van mevrouw Katleen Martens tot mevrouw Fientje Moerman, vice-minister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Economie, Ondernemen, Wetenschap, Innovatie en Buitenlandse Handel, over buitenlandse investeringen in Limburg	4
Vraag om uitleg van mevrouw Stern Demeulenaere tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de inspanningen van Toerisme Vlaanderen om Vlaanderen als reisbestemming te promoten op de Chinese markt	7
Vraag om uitleg van mevrouw Stern Demeulenaere tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de bespreking van de Strategie-nota Nederland	11

Voorzitter: de heer Karim Van Overmeire

Interpellatie van de heer Roland Van Goethem tot mevrouw Fientje Moerman, vice-minister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Economie, Ondernemen, Wetenschap, Innovatie en Buitenlandse Handel, over het dalende overschot op de handelsbalans

De voorzitter: De heer Van Goethem heeft het woord.

De heer Roland Van Goethem: De Belgische handelsbalans daalde in 2005 met niet minder dan 95 procent. Het overschot bedroeg vorig jaar slechts 0,7 miljard euro. In eerste instantie zou men dat kunnen wijten aan het feit dat het om de Belgische handelsbalans gaat. Maar aangezien Vlaanderen goed is voor 85 procent van de Belgische uitvoer, mogen we dus stellen dat de zwaarste klappen in Vlaanderen vielen. Dit slechte resultaat kan gedeeltelijk door de forse stijging van de prijs van de ruwe aardolie worden uitgelegd.

Een vat Brent-Noordzeeolie kende in 2005 een prijsstijging van 67 procent, uitgedrukt in euro. Details van de cijfers van de in- en uitvoer van minerale producten leren ons dat de invoer steeg met 37 procent tot 29,52 miljard euro, terwijl de uitvoer slechts met 20 procent tot 15,86 euro steeg. De verslechterende concurrentiekracht van het Belgische en dus per definitie ook Vlaamse bedrijfsleven speelt zonder twijfel ook een belangrijke rol bij deze negatieve evolutie. Een studie van het in- en uitvoervolume die geen rekening houdt met de olieproducten, toont aan dat de invoer steeg met 4,6 procent terwijl de uitvoer slechts met 1,8 procent steeg. Een KBC-studie toonde aan dat onze bedrijven in de afgelopen tien jaar 20 procent van hun afzetmarkten verloren zijn. Dat is enorm.

De gouverneur van de Nationale Bank merkte onlangs nog op dat wij marktaandeel zijn verloren bij de uitvoer door de snellere stijging van de loonkosten. Het VBO stelt het volgende: “Onze concurrentiepositie wordt steeds slechter ten opzichte van onze buurlanden. We zagen hoe onze uitvoer steeds verder achteruitliep op die van Duitsland én Nederland.

Dat heeft alles te maken met onze sneller stijgende loonkosten. Onze loonhandicap wordt ondraaglijk.”

Het gros van de uitvoer komt uit Vlaanderen, dus is het logisch dat vooral Vlaanderen hieronder lijdt. Ik kan het VBO ergens wel volgen in zijn redenering, maar we moeten toch vaststellen dat niet het nettoloon van de Vlaamse werknemer te hoog ligt. De loonhandicap die onze bedrijven parten speelt, wordt hoofdzakelijk veroorzaakt door de hoge loonlasten, die voornamelijk een federale bevoegdheid zijn. Dat neemt echter niet weg dat ook de Vlaamse overheid hierin een verantwoordelijkheid draagt. Zowel Economie als Buitenlandse Handel zijn Vlaamse bevoegdheidsdomeinen. De maatregelen die tot nu toe getroffen werden ter bevordering van de buitenlandse handel hebben dus het vooropgestelde doel niet gehaald. Rekening houdend met het belang van de uitvoer voor de Vlaamse economie zijn bijkomende maatregelen dringend nodig, willen we onze tewerkstelling en welvaart behouden.

Mijn vraag tot de minister is dus zeer beperkt. Welke bijkomende maatregelen zal zij treffen om de concurrentiekracht van de Vlaamse bedrijven te vrijwaren en onze uitvoer veilig te stellen?

De voorzitter: Minister Moerman heeft het woord.

Minister Fientje Moerman: U stelt dat het Vlaamse aandeel in de export 85 procent is. Ik heb hier de correcte cijfers voor 2005. Vlaanderen exporteert voor 80,63 procent, Wallonië voor 16,15 procent en Brussel 3,22 procent. Voor sommige landen ligt het Vlaamse aandeel hoger, zoals voor China 84 procent of Indië 97 tot 98 procent vanwege de diamanthandel. Mijn bron, het Instituut voor de Nationale Rekeningen, geeft de cijfers van januari tot september 2005. Volgens voorlopige cijfers van het Instituut voor de Nationale Rekeningen van de Nationale Bank van België exporteerde België in december 2005 voor 17.246 miljoen euro, dat is een stijging met 3,24 procent in vergelijking met december 2004. Gecumuleerd was de uitvoer in 2005 goed voor 212.852 miljoen euro tegenover 197.063 miljoen euro in het jaar ervoor, of een exportgroei van 8,01 procent.

De invoer steeg in december van vorig jaar echter met 15,86 procent naar een bedrag van 19.545 mil-

joen euro. Over het hele jaar zou, nog altijd volgens de snelle bijschattingen van het Instituut voor de Nationale Rekeningen, de invoer zijn opgelopen tot 212.162 miljoen euro. Dat is op jaarbasis een toename van de invoer met 12,33 percent en van de uitvoer met 8,01 percent. Dit zou tot gevolg hebben dat de handelsbalans in december van vorig jaar een tekort vertoonde van 2.298 miljoen euro. Op jaarbasis bedraagt het handelsoverschot echter nog altijd 690,5 miljoen euro. Er is dus nog altijd een licht handelsoverschot.

Niet de uitvoer is dus achteruitgegaan, maar de invoer is ongemeen spectaculair toegenomen. Bovendien is het volgens de cijfers van Eurostat niet correct om te stellen dat België op dit punt slechter presteert dan de buurlanden. De eerste acht maanden van 2005 steeg de Belgische export met 8,57 percent ten opzichte van het jaar ervoor, terwijl dat 5,49 percent voor Duitsland was, 6,17 percent voor Groot-Brittannië en 0,53 percent voor Frankrijk. Vlaanderen presteerde tijdens de eerste helft van 2005 beter dan het Belgische gemiddelde, namelijk met een stijging van 9,9 percent. Nederland presteerde echter nog beter en kon een gemiddelde stijging met 11,83 percent noteren.

Uit de cijfers blijkt heel duidelijk dat de Vlaamse uitvoer in 2005 met telkens ongeveer 10 percent toenam in vergelijking met dezelfde periodes van 2004. Voor het derde kwartaal van 2005 voerde Vlaanderen voor een bedrag van 41.789 miljoen euro uit, ten opzichte van 38.341 miljoen euro in dezelfde periode van vorig jaar. De Vlaamse cijfers voor het laatste kwartaal van 2005 zijn nog niet beschikbaar, maar van een uitvoercrash lijkt dus zowel op Vlaams als op Belgisch niveau absoluut geen sprake. Wel is het zo dat de Vlaamse invoerstijging in 2005 nog grotere proporties aannam dan die van de uitvoer. De oorzaak voor dit fenomeen hoeft niet ver gezocht te worden. Zoals u het zelf al aanhaalde, was er een opvallende stijging van de prijzen van de minerale en chemische producten, voornamelijk van olie en gas. Deze invoerstijging was na negen maanden in 2005 voor de respectieve sectoren al opgelopen tot 59 percent voor de mineralen en 25 percent voor de chemische producten. Daar komt nog bij dat het merendeel van deze producten België binnenkomt via de Vlaamse havens van Antwerpen en Zeebrugge, wat uiteraard een negatief effect heeft op voornamelijk de Vlaamse handelsbalans.

Tot slot is er nog het fenomeen China. De Vlaamse invoer uit dat land steeg tijdens de eerste negen

maanden van 2005 met maar liefst 44 percent in vergelijking met dezelfde periode van het jaar voordien. Concreet betekent dit dat Vlaanderen voor 3.610 miljoen euro importeerde uit China, of bijna 1.100 miljoen euro meer dan tijdens de vergelijkbare periode voor het jaar 2004.

Dat brengt mij bij een eerste concrete maatregel, namelijk de Chinastrategie. Op 8 november 2005 lanceerde ik in Peking, in aanwezigheid van de minister-president, de Chinastrategie. China is met maar liefst 1,2 miljard inwoners de grootste consumentenmarkt ter wereld. Zeggen dat deze markt ook voor Vlaamse bedrijven kansen biedt, is niet nieuw maar blijft belangrijk. Bijna alle grote multinationals hebben vestigingen in China. Ook voor kleine en middelgrote bedrijven zijn er kansen op de Chinese markt. Het Vlaamse bedrijfsleven haakt al stevig in op de sterke groei van de Chinese economie. De Vlaamse export naar China steeg tussen 2000 en 2003 met gemiddeld 30,2 percent. China is onze vijftiende exportbestemming. Dat er in China een markt open ligt, is goed doorgedrongen bij de Vlaamse ondernemers. Volgens een recente studie van het VOKA overweegt 1 op 4 Vlaamse ondernemers binnen de 3 jaar zaken te doen met China. Dat is een ommezwaai, want traditioneel is 80 percent van de Vlaamse export bestemd voor onze buurlanden.

Het is mijn taak om onze ondernemers te stimuleren en te ondersteunen bij hun activiteiten op de Chinese markt. Ik wil een kader scheppen dat Vlaamse bedrijven toelaat de kansen die de Chinese markt biedt, optimaal te benutten. Deze opdracht is een van de doelstellingen die ik met de Vlaamse Chinastrategie beoog.

Het is intussen ook duidelijk geworden dat het comparatieve voordeel van onze economie niet meer uitsluitend ligt in halfafgewerkte producten. Daarom moeten we ons comparatief voordeel verschuiven naar meer innovatieve industriële producten. Innovatie krijgt van de Vlaamse Regering steeds meer middelen ter beschikking. Er is de afgelopen twee jaar heel wat geld voor uitgetrokken. Een belangrijke realisatie binnen het luik innovatie is de extra steun van 10 percent voor de O&O-projecten in de voertuigindustrie. Zo kunnen met de steun van het IWT nieuwe technieken tot stand worden gebracht. Deze steun is conform de staatssteunregels van de EU. De maatregel zal bovendien met terugwerkende kracht worden toegepast vanaf 28 juni 2005, de datum waarop we de conclusies van de Taskforce Voertuigindustrie

hebben voorgesteld. Dat heeft tot gevolg dat de twee O&O-projecten – ik meen dat het om Ford Genk en Volvo gaat – die sindsdien door het IWT zijn goedgekeurd, al van 10 percent extra steun kunnen genieten. Bijna de totaliteit of 96 percent van de wagens die hier worden geassembleerd, is bestemd voor de export.

Iedere sector vertoont specifieke kenmerken. Door de Europese Unie wordt naast een horizontale, ook een sectorale aanpak aanbevolen. Het gaat om een flankerend industrieel beleid dat in Vlaanderen wordt vertaald via de rondetafelconferenties. Dat beleid wordt niet beperkt tot de voertuigindustrie. Dat was in eerste instantie een testcase die goed is afgelopen. Dat beleid wordt nu op vraag van andere sectoren uitgebreid. Momenteel lopen twee andere sector-specifieke rondetafels. Op 28 november 2005 werd het Life Sciences Platform opgericht, een rondetafel voor de biotechnologie en de farmaceutische industrie. Een andere rondetafel om de knelpunten van de chemische industrie op te lijsten werd op 25 januari 2006 opgestart. Beide hebben tot doel de belangrijkste aandachtspunten in thematische werkgroepen te onderzoeken en te bespreken zodat op zeer korte termijn resultaten worden geboekt bij het bepalen van een optimaal flankerend beleid. Daarbij wordt naar hetzelfde succes gestreefd als de taskforce voor de automobiellindustrie. De belangrijkste sectoroverschrijdende realisatie van de Taskforce Voertuigindustrie is de lastenverlaging op de ploegenarbeid.

Deze lastenverlaging is een goede maatregel. Ik ga ongeveer eenmaal per week ergens op bedrijfsbezoek en kom zo in alle soorten van bedrijven. Ik hoor geregeld dezelfde klachten formuleren. Als de federale regering een maatregel uitvaardigt, voelen de bedrijven vroeg of laat de druk om de loonkostverlaging die aan de sector is toegestaan, door te geven aan de werknemers. Ik wil hier niet het nettoloon van de arbeider ter discussie stellen, maar als een maatregel wordt genomen die de loonkost verlaagt en men dit voordeel systematisch naar de werknemer doorschuift, is het een maat voor niets. Het is een goede optie om stimuli te verbinden aan een akkoord tussen de sociale partners.

Er is in Vlaanderen onlangs nog een andere lastenverlaging doorgevoerd. Ik heb die in de commissie Economie pas nog uitvoerig toegelicht naar aanleiding van een vraag van de heer Koen Van Den Heuvel. Het gaat dan over de vrijstelling van de vennootschapsbelasting voor alle investeringssteun die de Vlaamse overheid toekent in het kader van een

aantal maatregelen, zoals de groeipremie voor kleine en middelgrote ondernemingen, de strategische steun voor grote ondernemingen in de regionale steungebieden en de ecologiepremie. De vrijstelling geldt ook voor steunaanvragen die nog in het kader van de vroegere expansieregelingen werden ingediend en die de Vlaamse overheid verder moet afwikkelen en honoreren. Naar schatting zal deze vrijstelling het totale nettobedrag dat de ondernemingen aan de Vlaamse steun overhouden, met maximaal 42,15 miljoen euro doen verhogen. Een bedrijf dat subsidies ontvangt, zal een deel van de subsidies berekend zien in de vennootschapsbelasting op voorwaarde natuurlijk dat het bedrijf vennootschapsbelasting betaalt. Als het gemiddelde tarief ongeveer 30 percent is en men dat afschaft, wordt dus maximaal 42,15 miljoen euro meer aan de Vlaamse ondernemingen gegeven.

De Vlaamse Regering heeft zich tot doel gesteld om dezelfde fiscale vrijstelling te verkrijgen voor alle overige steun aan bedrijven. Dat objectief zal in twee fasen worden gerealiseerd. De federale regering heeft, in uitvoering van een beslissing van het Overlegcomité van 7 december 2005, de tewerkstellingspremies en de overstappremies aan de te defiscaliseren gewestelijke steunmaatregelen toegevoegd.

Voorts werd op de vergadering van het Overlegcomité van 1 februari 2006 een principeakkoord bereikt over de vrijstelling van de ondernemerschapsteuportefeuille en werden de diverse maatregelen voor innovatiesteun aangekaart. De praktische modaliteiten worden nog uitgewerkt. Het principe is verworven en er komt dus een vrijstelling van vennootschapsbelasting voor alle premies. Als ook dat laatste is gebeurd, zal het totale vrijgestelde bedrag voor alle Vlaamse steunmaatregelen samen naar schatting kunnen oplopen tot maximaal 83,25 miljoen euro.

Een antwoord op de vraag naar de maatregelen die worden genomen om de export van Vlaamse ondernemingen veilig te stellen, is niet volledig zonder verwijzing naar mijn beleidsbrief. Er werd al toelichting over verstrekt. U hebt deze toelichting ongetwijfeld ook gelezen. Ik wil nog enkele van de maatregelen vermelden. Zo is er het samenwerkingsakkoord met de twee andere gewesten en hun agentschappen, waardoor de Vlaamse bedrijven in 17 bijkomende posten, in 15 nieuwe landen, rechtstreeks een beroep kunnen doen op de diensten van een handelsattaché van een ander gewest; de uitbreiding van de subsidieregeling voor activiteiten ter bevordering van de export sinds 1 oktober 2005, waardoor een aantal nieuwe initiatieven voor subsidie in aanmerking

komen; de nadruk die in de beheersovereenkomst van FIT zal worden gelegd op de ondersteuning van new-to-export, technologische bedrijven en KMO's; en de oprichting van bijkomende bedrijventra in het buitenland, naast het reeds bestaande bedrijventra in Shanghai.

Sommige van deze maatregelen zijn al geïmplementeerd, zij het nog maar heel onlangs. Andere moeten nog in werking treden. Ik ben er echter van overtuigd dat zij allemaal zullen bijdragen tot de ondersteuning van de export door Vlaamse bedrijven en de groei van de buitenlandse handel.

De voorzitter: De heer Van Goethem heeft het woord.

De heer Roland Van Goethem: Ik dank u voor uw deskundige uitleg. Toch heb ik bedenkingen, maar niet bij de Vlaamse maatregelen, want dat zijn flankerende maatregelen. Als u stelt dat heel wat bedrijven vragen om het lastenvoordeel voor ploegenarbeid door te mogen rekenen als nettoloon voor hun arbeiders, heeft dat allicht te maken met het feit dat het niet gemakkelijk is om arbeiders aan te trekken voor het werken in een ploegensysteem.

Minister Fientje Moerman: Dat is niet zo. Bedrijven moeten vandaag in een zeer competitieve omgeving werken. Zij concurreren in de eerste plaats met de andere vestigingen van hun eigen groep. Dat criterium geldt ook voor het aantrekken van nieuwe investeringen. De bedrijven stellen allemaal dat zij zich geen staking kunnen permitteren. Een staking vernietigt de reputatie van een bedrijf voor verscheidene jaren en brengt nieuwe investeringen in gevaar. Bovendien werken de bedrijven met just-in-time-deliverysystemen. Zij kunnen zich dus daarom geen staking permitteren. Ik hoor van zeer uiteenlopende sectoren hetzelfde verhaal.

Mensen die in ploegenarbeid werken, worden degelijk verloon en krijgen compensatiedagen. Het blijft natuurlijk lastig werken, dus zijn deze systemen ook nodig. Het gaat hier niet om het aantrekken van nieuwe arbeiders, maar om het feit dat geen nieuwe stakingen geriskeerd worden. We mogen daar echter niet aan toegeven want anders hebben de maatregelen geen zin.

De voorzitter: Het incident is gesloten.

Vraag om uitleg van mevrouw Katleen Martens tot mevrouw Fientje Moerman, vice-minister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Economie, Ondernemen, Wetenschap, Innovatie en Buitenlandse Handel, over buitenlandse investeringen in Limburg

De voorzitter: Mevrouw Martens heeft het woord.

Mevrouw Katleen Martens: Uit recente cijfers van de Dienst Investeringspromotie Vlaanderen moesten we vernemen dat de provincie Limburg het slechtst scoort qua aantal nieuwe investeringen in Vlaanderen. Van de 152 nieuwe buitenlandse investeringen in Vlaanderen gingen er slechts 18 naar de provincie Limburg, tegenover 52 naar Antwerpen, 33 naar Vlaams-Brabant, 25 naar West-Vlaanderen en 24 naar Oost-Vlaanderen. Van de 2.949 rechtstreekse nieuwe banen die hierdoor zijn gecreëerd, gingen er slechts 294 naar Limburg. Van het totale investeringsbedrag of 1.129.579.000 euro ging slechts 1/10 naar Limburg.

Tot voor enkele jaren speelde de GOM Limburg een belangrijke rol bij het aantrekken van buitenlandse bedrijven naar Limburg. Na de hervorming van het regionale economische beleid is dit een Vlaamse bevoegdheid geworden. Die hervorming is voor Limburg een slechte zaak gebleken. De meeste buitenlandse investeringen vinden we terug in de as Brussel-Antwerpen. Deze cijfers schijnen er op te wijzen dat de activiteiten van de LRM helaas niet bijdragen tot meer aantrekkingskracht voor nieuwe investeringen in Limburg. De Limburgse overheden slaken dus terecht een noodkreet. Hun stelling is dat in Brussel niemand de moeite neemt om buitenlandse bedrijven te overtuigen van de voordelen van Limburg. Sommigen beweren zelfs dat de provinciale overheid zelf initiatieven zou moeten nemen en een dienst moet oprichten die Limburg in het buitenland promoot.

Deze oproep zou niet meer mogen zijn dan een noodsignaal en geen ernstige oproep, want het oprichten van een dergelijke dienst naast de bestaande Dienst Investeringspromotie Vlaanderen, zou een nodeloze duplicatie betekenen. Rekening houdend met het hoge aantal werklozen in de provincie, zou een extra inspanning van de Dienst Investeringspromotie Vlaanderen voor Limburg zeker geen overdreven luxe zijn.

Hoe verklaart de minister deze teleurstellende cijfers van de Dienst Investeringspromotie Vlaanderen

voor de provincie Limburg, rekening houdend met het feit dat Limburg al het grootste aantal werklozen van Vlaanderen telt? Deelt de minister de analyse dat Limburg wel de nodige troeven heeft, maar te weinig publiciteit mag maken binnen de Dienst Investeringspromotie Vlaanderen? Hoe staat de minister tegenover het idee dat Limburg een eigen provinciaal initiatief zou kunnen ontwikkelen naast de bestaande initiatieven om buitenlandse bedrijven te overtuigen van de voordelen van Limburg? Meent zij dat de activiteiten van de LRM op dit ogenblik voldoende aandacht hebben voor het creëren van omstandigheden die buitenlandse investeerders over de streep kunnen halen?

De voorzitter: De heer Loones heeft het woord.

De heer Jan Loones: Ik breng zeker sympathie op voor de vraag, maar het doet denken aan het noodsignaal dat via de Bestendige Deputatie uit West-Vlaanderen komt. Als de minister zou overwegen een dienst Export Limburg op te richten, vragen wij zeker hetzelfde voor West-Vlaanderen. Het moge duidelijk zijn dat dit geen ernstige pistes zijn.

Mevrouw Katleen Martens: Ik vertolk slechts de noodkreten die in de provincie worden geslaakt en ben geen vragende partij voor de oprichting van een aparte dienst.

De voorzitter: Minister Moerman heeft het woord.

Minister Fientje Moerman: Wat u de Dienst Investeringspromotie Vlaanderen noemt, bestaat niet meer. De Dienst Investeren in Vlaanderen (DIV) en het vroegere Export Vlaanderen zijn gefusioneerd en omgevormd tot het Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen of Flanders Investment and Trade. Dat is de juiste benadering. Vroeger werden exportactiviteiten in de enge zin geïnterpreteerd. Uit de samenvoeging van beide kan een grote meerwaarde groeien. Meer en meer bedrijven houden er immers een gecombineerde vorm van activiteiten op na en doen aan internationaal ondernemen. Vroeger, bij de DIV, werkten ook in het buitenland een aantal mensen, ik dacht een viertal.

Door de samenvoeging worden alle economische vertegenwoordigers in het buitenland nu ook bevoegd om potentiële investeerders in Vlaanderen te detecteren en door te geven. Nu is er dus FIT. Voor alle departementen en agentschappen samen werd de taskforce Buitenlandse Investerings opgericht, die de dossiers in handen krijgt en er moet voor zorgen

dat men geholpen wordt. Een vreemde investeerder die in Limburg of West-Vlaanderen wil investeren, stuit hier immers op een veelheid aan loketten en diensten. De taskforce helpt hem hier doorheen. Er zijn mensen van Buitenlandse Handel, Economie, Ruimtelijke Ordening, Innovatie en Werkgelegenheid bij. Zij kunnen zelfs globale voorstellen uitwerken voor potentiële investeerders en ook collega's van andere beleidsniveaus uitnodigen omdat fiscale aspecten dikwijls op verschillende niveaus worden behandeld.

De cijfers die u aanhaalde, zijn de cijfers voor 2004. Zij bestaan enerzijds uit de volledig nieuwe projecten voor Vlaanderen, de zogenaamde greenfields en anderzijds uit de nieuwe projecten van buitenlandse investeerders die al actief zijn in Vlaanderen, of de zogenaamde uitbreidingsinvesteringen. Genoemde cijfers geven – naast een provinciale verdeling – eveneens een verdeling aan per type investering. De vraag is of het om een nieuw type greenfieldinvestering of om een uitbreidingsinvestering gaat.

In 2004 ging het vooral om uitbreidingsinvesteringen. Van de 152 projecten waren er 64 uitbreidingsinvesteringen; daartegenover stonden 61 greenfieldprojecten. De uitbreidingsinvesteringen zijn goed voor een investeringsbedrag van 970.970.000 euro, op een totaalbedrag van 1.129.579.000 euro dat in 2004 in Vlaanderen door buitenlandse bedrijven is geïnvesteerd. Ongeveer drie vierde van alle investeringen gebeurt dus door investeerders die al in een bepaalde regio actief zijn. Daarbij waren de Vlaamse vestigingen vaak in een concurrentieslag verwickeld met andere buitenlandse vestigingen van hun internationale groep. Zij moesten het hoofdkwartier dus overtuigen om de investeringen in Vlaanderen en niet elders te doen.

De uitbreidingen in Vlaanderen gebeuren meestal in de regio of provincie waar het bedrijf reeds actief is. Regio's met een grote groep buitenlandse investeerders hebben bijgevolg een grotere kans op zo'n uitbreidingsinvesteringen.

We zien vandaag een dubbele evolutie in de zoektocht van buitenlandse bedrijven naar nieuwe locaties voor hun activiteiten. Ten eerste: de aard van de investeringen verandert.

Sinds 2001 zien we in West-Europa een verschuiving van de industriële sector naar meer dienstverlenende of onderzoeksgelateerde investeringen. Dienstverlenende investeringen gebeuren zowel in sales- en marketingkantoren als in zogenaamde shared service

centers en in zakelijke dienstverleners zoals banken, advocatenkantoren en consultants.

Ten tweede: de nieuwe investeringsdossiers worden gemiddeld kleiner, zowel wat het investeringsbedrag als wat het aantal nieuw gecreëerde arbeidsplaatsen betreft. Het valt op dat in deze evolutie Limburg – maar ook West-Vlaanderen – grotere moeite hebben om activiteiten naar zich toe te trekken. Wat speelt daarin een rol? De nabijheid van de klant of de markt, de aanwezigheid van een partner of van een kennispartner en de aanwezigheid van logistieke poorten spelen nog steeds een belangrijke rol in de beslissing van een bedrijf om al dan niet in een bepaalde regio te investeren. In Vlaanderen blijken die factoren voor de hierboven aangehaalde dienstverlenende activiteiten vaak op de as Brussel-Antwerpen voor te komen.

Deelt de minister de analyse dat Limburg wel de nodige troeven heeft, maar te weinig publiciteit mag maken via de Dienst Investeren Vlaanderen? Neen, die redenering volg ik niet. De perceptie dat Limburg te weinig publiciteit maakt of kan maken via Flanders Investment and Trade is niet juist. Een: elke provincie krijgt een gelijkwaardige kans bij elke potentiële investeerder. Elk project dat door de afdeling Investeren van FIT wordt gedetecteerd, wordt doorgegeven aan het provinciale niveau, in casu de GOM – nu het VLAO – van Limburg. Deze doet dan – naargelang de verwachtingen van de klant – een voorstel van geschikte locatie. Elke provinciale afdeling van het VLAO doet dat. Dit resulteert voor Vlaanderen in een aantal potentiële locaties die als één dossier via de buitenlandse vertegenwoordiger van FIT naar de klant wordt doorgestuurd. Het betrokken bedrijf kiest dan op basis van het dossier welke site het meest interessant lijkt.

Twee: elke maand wordt er overlegd tussen de vertegenwoordigers van het VLAO over de opvolging van de potentiële investeringsdossiers. Elke provinciale afdeling van het VLAO houdt een overzicht bij van de lopende dossiers in Vlaanderen. Elke afdeling kan ook bijkomend een locatie voorstellen als dit om een of andere reden niet in de eerste fase van het project is gebeurd.

Drie: Limburg is in Vlaanderen een van de weinige regio's waar hogere steunpercentages mogelijk zijn én waar voldoende fysieke ruimte is voor het realiseren van projecten. Limburg wordt dan ook vaak opgenomen in de voorstellen voor de potentiële investeerder.

Hoe staat de minister tegenover het idee om voor Limburg een eigen provinciaal initiatief te ontwikkelen? In 2004 zette de toenmalige Dienst Investeren in Vlaanderen een eerste stap in de richting van een betere integratie van provinciale initiatieven in zijn actieplan. Naast een globale Vlaamse aanpak – die nog steeds goed is voor 80 percent van de initiatieven – wilde de DIV een deel van de tijd en de middelen vrijmaken voor meer specifieke lokale initiatieven. De input wordt gevraagd aan het VLAO. Dit resulteerde ondertussen in missies naar China, Taiwan en Japan, ondersteund door de Vlaamse Economische Vertegenwoordigers ter plaatse. Dit buitenlandse netwerk van economische vertegenwoordigers, met expertise inzake de lokale omstandigheden en bedrijven, is een van de hoekstenen van Flanders Investment and Trade. Dat heeft een duidelijke meerwaarde ten opzichte van lokale of provinciale initiatieven. Er worden op lokaal niveau initiatieven genomen. Zo is de stad Bree zelf al op handelsmissie geweest. Initiatieven op Vlaams niveau hebben echter een meerwaarde, want we kunnen steunen op dat netwerk.

De integratie van een aantal goed gekozen, goed voorbereide en concrete provinciale initiatieven uit het actieplan van Flanders Investment and Trade zal zowel qua voorbereiding van de missie als qua opvolging van de potentiële investeerders een grote impact hebben. Ik geef dan ook de voorkeur aan de integratie in het globale actieplan van FIT, maar dan wel met de nodige inspraak van de provinciale partners.

Tenslotte vraagt u of ik van oordeel ben dat de LRM op dit ogenblik voldoende aandacht opbrengt voor het creëren van omstandigheden die buitenlandse investeerders over de streep kunnen halen. De Limburgse Reconvertiemaatschappij valt onder de bevoegdheid van minister Van Mechelen. Ik stel voor dat u hem die vraag voorlegt.

De voorzitter: Mevrouw Martens heeft het woord.

Mevrouw Katleen Martens: Welke naam we het kind ook mogen geven: de cijfers liegen niet. Laten we hopen dat er in de toekomst meer buitenlandse investeringen naar Limburg worden gehaald.

De voorzitter: Het incident is gesloten.

Vraag om uitleg van mevrouw Stern Demeulenaere tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de inspanningen van Toerisme Vlaanderen om Vlaanderen als reisbestemming te promoten op de Chinese markt

De voorzitter: Mevrouw Demeulenaere heeft het woord.

Mevrouw Stern Demeulenaere: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, geachte collega's, in nummer 96 van Toerisme Vlaanderen 2005 wordt gesteld dat medio oktober een samenwerkingsakkoord tussen BIAC en Toerisme Vlaanderen ondertekend werd om 'meer toeristen naar Vlaanderen halen'. Daarbij werd gewag gemaakt van de opstelling van een concreet actieplan. De heer Karel Ooms kreeg de opdracht dat te doen, met het oog op het openbreken van de Chinese markt. Inzake promotie zou worden geprobeerd om samen nieuwe luchtvaartmaatschappijen warm te maken voor de Vlaamse kunststeden en om de promotie op efficiëntere wijze te voeren.

Graag had ik dan ook de minister enkele vragen voorgelegd. Wat is de stand van zaken van de dit actieplan? Kan de minister ons al meer vertellen over de inhoud ervan? Zijn er al strategische beslissingen genomen over de inzet van de gezamenlijke middelen of over voorstellen? Zo ja, welke; zo neen, wanneer mogen we die verwachten? Zijn er al initiatieven uitgewerkt om de promotie efficiënter te maken? Zo ja, welke? Zo neen, wanneer mogen ze verwacht worden?

De VLD is van mening dat de Chinese markt erg belangrijk is. China is een grote potentiële bron van inkomsten. Wij zijn van oordeel dat we daar werk moeten van maken.

De voorzitter: De heer Loones heeft het woord.

De heer Jan Loones: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, geachte collega's, ik wil hier niet verhehlen dat ik me soms wat erger aan de recente China-hype. Het is een land met veel inwoners, en ik zal me natuurlijk niet verzetten tegen inspanningen om de relaties met dat land te ontwikkelen. Bij het toerisme heb ik echter bedenkingen. Moeten we veel geld pompen in de promotie ervan? Ik heb ergens gelezen dat 100.000 Chinezen de wereld zouden intrekken. Sommige leden van deze commissie hebben het zelfs over een cijfer van 100 miljoen potentiële toeristen. Ik betwijfel sterk of zoveel Chinezen kapitaalkrach-

tig genoeg zijn om dat te doen. Ik dacht dat ik ergens het meer realistische getal 100.000 had gelezen, maar mijn redenering blijft hoe dan ook dezelfde. De kunststeden worden soms overspoeld door groepen Japanners. Het is erg moeilijk om met hen contact te hebben, want ze sluiten zich af. Ze zullen wel een goede toeristische markt betekenen, maar dan kunnen er ook Chinezen bij. Dat moest mij eens van het hart en ik ben blij dat ik het even heb kunnen zeggen.

Voorts wil ik mijn ervaring met China delen en stellen dat prospectie niet echt nodig is. De beplantingsdienst van Shanghai is bij ons op bezoek gekomen, of liever naar Europa gekomen. Er werken daar 3.000 mensen. Een 50-tal diensthouders van wie niemand Engels sprak, is hiernaartoe gekomen. Zij hebben een beroep gedaan op een reisorganisator in Europa en zijn terecht gekomen bij de Floraliën van Gent. De mensen van de Floraliën hebben een prachtig programma uitgewerkt. De Chinezen zijn naar Barcelona, Rome, Madrid, Londen en ten slotte naar Koksijde, de bloemengemeente aan de Vlaamse kust, gegaan. Ze werden bij ons met open armen ontvangen. We hebben nochtans geen prospectie gevoerd. Vlaanderen heeft een eigen 'formaat'. We staan zeer sterk met onze kunststeden. We moeten eerder hier goed werk verrichten dan zelf naar de Chinese markt stappen.

Ik wil daarmee niet zeggen dat ik niet al uw Chinese initiatieven met enthousiasme zal steunen, mevrouw de minister, maar ik denk dat we nauw moeten toekijken hoe onze schaarse middelen best worden gebruikt.

De voorzitter: De heer De Meulemeester heeft het woord.

De heer Marnic De Meulemeester: Ik sluit mij aan bij mevrouw De Meulenaere en de heer Loones. China is een enorme markt. Er zijn heel wat Chinezen naar Oudenaarde gekomen tijdens de dagen van het bloementapijt dat wij vorig jaar hebben aangelegd. Ze moeten niet allemaal naar de kunststeden gaan, andere steden zijn ook belangrijk en hebben ook kunst en cultuur in huis. Sommige kunststeden worden door de Japanners overrompeld. We weten allemaal over welke stad het gaat. Het kan soms wat veel worden. Ze mogen gerust naar andere steden en gemeenten worden doorgestuurd. Vlaanderen is groot genoeg en er zijn nog gemeenten die het bezoeken waard zijn. Ik zou niet te vlug durven zeggen dat er te veel Chinezen of Japanners naar hier komen.

Zij consumeren hier toch allemaal en we moeten op die markt inspelen.

Ik ben het met mevrouw Demeulenaere eens. Er moet een speciaal actieplan komen om zo veel mogelijk Chinezen naar hier te halen. Deze vraag is van groot belang en het vooropgestelde actieplan moet worden geconcretiseerd.

De voorzitter: De heer Verstreken heeft het woord.

De heer Johan Verstreken: Ik wilde ook gewoon even de heisa rond China wat relativëren. Verder wil ik daar niet te diep op ingaan.

De voorzitter: Minister Bourgeois heeft het woord.

Minister Geert Bourgeois: Mijnheer de voorzitter, dames en heren, op diverse momenten hebben we hier al gesproken over de benadering van de nieuwe en verre markten, en meer bepaald over ons beleid ten aanzien van China. Tijdens de bespreking van de beleidsbrief hebben heel wat commissieleden hun mening hierover geventileerd. Het wat atypische betoog van de heer Loones is niet nieuw voor mij. Ook naar aanleiding van een vraag van de heer Verstreken over het onthaalbeleid in de luchthaven van Zaventem, hebben we het al over dit onderwerp gehad.

In mijn beleidsbrief stond dat er binnen Toerisme Vlaanderen een cel zou worden opgericht die zich specifiek bezighoudt met de screening van nieuw en verre markten. De oprichting van die cel gebeurde op het einde van 2005. Onder 'nieuwe markten' verstaan we Midden- en Oost-Europa, onder 'verre markten' verstaan we in de eerste plaats Zuidoost-Azië met China, India en Singapore.

Tijdens een rondetafel die vorig jaar in juni plaatsvond, bleek dat de privé toeristische actoren in Vlaanderen heel sterk aandrongen op een meer proactieve benadering van de nieuwe markten en de nieuwe marktsegmenten.

Op mijn initiatief werd op 10 oktober 2005 een protocol ondertekend inzake structurele samenwerking tussen BIAC en Toerisme Vlaanderen. Dit werd vermeld in het tijdschrift waarnaar mevrouw Demeulenaere verwijst. De titel luidde: 'Samen sterk: BIAC en Toerisme Vlaanderen rond de tafel'. Het protocol houdt ook het opzetten van concrete gezamenlijke promotieactiviteiten in. Het hoofddoel

is het aanspreken van nieuwe en verre markten, en met name China.

Het klopt dat 100 miljoen mensen er nu de toelating en de mogelijkheid hebben om op reis te gaan. Ze trekken niet allemaal naar verre landen, maar ook naar naburige. Het fenomeen is vergelijkbaar met dat in Japan enkele decennia geleden. Japanners verkennen de wereld voornamelijk in groep. Dat zal wellicht ook voor de Chinezen het geval zijn. Een aantal mensen die met het 'incoming' toerisme bezig zijn, stellen dat het inderdaad gaat om mensen die minder consumeren in de enge toeristische sector van logies en gastronomie, maar die, net als de Japanners, heel veel shoppen en luxeproducten aankopen. Het gaat om mensen die in hun land tot de middenklasse behoren. Die kan niet worden vergeleken met de westerse middenklasse qua koopkracht, maar hun economie kent elk jaar een groei van 7 tot 8 percent. Deze markt kan voor ons belangrijk zijn, maar natuurlijk zijn we niet de enigen die er zo over denken.

Ik heb geopteerd voor een samenwerking met BIAC omdat het bedrijf een specifieke kennis bezit die wij niet hebben. Omgekeerd heeft ook Toerisme Vlaanderen kennis in huis die BIAC niet bezit. Ze kunnen dus complementair zijn. De synergie kan leiden tot een meerwaarde.

Vooraf voor de verre markten zijn rechtstreekse luchtvaartverbindingen bijzonder belangrijk. Na het faillissement van Sabena daalde de instroom uit landen waarmee we niet langer een rechtstreekse luchtverbinding hadden. Het ligt voor de hand dat, als de Chinezen landen in Frankfurt, Orly of Schiphol, het moeilijker is om ze ook hiernaartoe te halen. Ze bezoeken immers 'Europa', en wij zijn daarvan maar een klein deeltje. Hooguit zijn we dan nog een deeltje van het pakket waarvoor ze twee of drie dagen uittrekken. Net zoals wij dat doen in verre landen, bezoeken ze alleen de meest voor de hand liggende dingen, terwijl we toch heel wat troeven hebben om mensen die geïnteresseerd zijn in kunst en cultuur naar hier te halen, zeker als we een combinatie met evenementen kunnen bieden.

Het is de bedoeling samen de markten te verkennen en luchtvaartmaatschappijen die eventueel geïnteresseerd zijn in een luchtvaartverbinding, warm te maken voor Zaventem als landingsplaats. De overeenkomst tussen BIAC en Toerisme Vlaanderen is afgesloten voor een eerste termijn van drie jaar. Ik heb daarvoor een voltijds personeelslid vrijgemaakt. BIAC draagt bij in de personeelskosten daarvan.

Eind deze maand ga ik naar China voor de opening van Busworld Shanghai, een Vlaamse wereldorganisatie, die ook gevestigd is in Kortrijk en in Kenia. Wereldwijd zijn ze het referentiepunt voor bustoerisme en busbouw en alle nevenactiviteiten die daarbij behoren.

Ik probeer tot een rechtstreekse luchtlijn te komen. Er zijn volop onderhandelingen aan de gang met Hainan Airlines, de derde of vierde Chinese luchtvaartmaatschappij. Ook BIAC onderhoudt daarmee contacten, en de minister-president en de minister van Economie zijn hier eveneens bij betrokken.

Dat alles moet leiden tot een rechtstreekse luchtvaartverbinding Beijing-Zaventem. Er is een uitgebreide delegatie van Hainan Airlines op bezoek geweest van 22 tot 27 februari. Daarna zijn ze nog voor een dag naar Zwitserland gegaan. Ze zijn van plan een rechtstreekse luchtvaartverbinding te creëren met Europa, en in de laatste rechte lijn gaat de strijd tussen Zürich en Zaventem.

Een van onze handicaps daarbij was juist dat we geen toeristisch kantoor in China hebben, terwijl de Zwitsers dat wel hebben. Ik heb daarom het engagement genomen om bij de opening van een luchtvaartverbinding vervroegd te beginnen met een toeristisch kantoor in China. Dat maakt de zaken voor hen immers rendabeler.

Het is nu wachten op de beslissing van Hainan Airlines. We hebben al onze troeven uitgespeeld, net zoals ook BIAC en de federale overheid dat hebben gedaan. Er zijn veel dingen bij te pas gekomen die ik nu niet allemaal uit de doeken kan doen. Maar op het vlak van toerisme heb ik mijn steentje bijgedragen door een principieel engagement. De Chinezen hebben geen precieze datum vooropgesteld, maar de beslissing zal normaal gezien nog vallen voor mijn vertrek naar China. We weten dus heel binnenkort of het Zaventem of Zürich wordt.

Ik heb het engagement genomen om, als de beslissing valt, nog dit jaar te beginnen met de uitbouw van een toeristisch kantoor. Anders zal dat volgens de normale meerjarenplanning gebeuren vanaf 2007. Het hangt af van de beslissing van Hainan Airlines welk scenario van toepassing zal zijn.

Bij Toerisme Vlaanderen werd een voltijdse kracht aangeduid om BIAC bij te staan in het lobbywerk en voor het aanreiken van allerlei gegevens over onze toeristische industrie, cijfermateriaal enzovoort. Die

man maakte ook deel uit van de delegatie die de minister-president en minister Moerman vergezelde op hun reis naar China. Hij had de opdracht daar voorafgaandelijk contacten te leggen met het oog op de voorbereiding van mijn werkbezoek deze maand. Hij heeft voor Toerisme Vlaanderen ook een eerste studie gemaakt van de Chinese markt.

Andere strategische beslissingen zijn nog niet genomen, maar wat ik nu heb genoemd, betekent al heel wat, ook qua inzet van middelen en qua studie. De belangrijkste beslissing is het gezamenlijk inzetten van middelen, waardoor de inspanningen voor het binnenhalen van een directe luchtvaartlijn worden gedeeld met BIAC.

Die samenwerking tussen BIAC en Toerisme Vlaanderen resulteert in een sterker voorstel aan Hainan Airlines. We hebben het toeristische potentieel cijfermatig kunnen onderbouwen. Hainan krijgt zo een zicht op de toekomstige inspanningen die Toerisme Vlaanderen kan doen wanneer er een positieve beslissing komt. Die concrete inzet van promotiemiddelen past in het nieuwe strategisch marketingplan van Toerisme Vlaanderen, dat eind juni 2006 afgerond moet zijn.

Tijdens mijn geplande Chinareis zal een eerste algemeen toeristische brochure over steden en thema's in Vlaanderen beschikbaar zijn in het Chinees. In een later stadium plannen we de ontwikkeling van een interactieve website waarop Vlaanderen toeristisch wordt voorgesteld aan de Chinese consument, met oog voor de specifieke Chinese interesses, uiteraard uitsluitend in het Chinees.

Het is evident dat het kantoor, eens geopend, de opdracht krijgt een intensieve marketingpolitiek te voeren en campagnes te organiseren. We werken heel vaak met sterk multiplicerende effecten. Zo halen we gespecialiseerde journalisten van kranten, weekbladen en magazines naar hier met de bedoeling dat ze op hun beurt artikels schrijven, zoals wij die ook kennen in onze weekendbijlagen en magazines. Dat leidt resultaatgewijs tot een veelvoud van het budget dat we daarvoor inzetten. Bij elk werkbezoek aan een van de buitenlandkantoren zie ik een stapel output van journalisten die Vlaanderen bezocht hebben en onze gastronomie, kunststeden, bevolking, en onthaal de hemel in prijzen. Dat zijn sterke trekkers.

Toerisme Vlaanderen en BIAC hebben niet de intentie gemeenschappelijk promotie te voeren bij de consumenten, gezien hun verschillende doelstellingen.

Wel ondernemen ze een gemeenschappelijke actie voor het tot stand brengen van nieuwe luchtlijnen omdat op dat punt de belangen samenvallen en de promotie 'business to business' is. De strategie van Toerisme Vlaanderen is uiteraard wel gericht op consumenten, maar ook op reisorganisaties en dergelijke.

De voorzitter: Mevrouw Demeulenaere heeft het woord.

Mevrouw Stern Demeulenaere: Mijnheer de minister, ik dank u voor uw antwoord en voor het feit dat u de Chinese markt niet onderschat. Mijnheer Loones, toerisme is economie, dat hebt u allicht ook wel begrepen. Het is niet mijn bedoeling ons land te laten overspoelen met Chinezen, maar wel elke kans te grijpen om geld in de la te brengen en werkgelegenheid te creëren voor onze Vlamingen of, zo u wil, Belgen. Ik zie vooral uit naar de beslissing van Hainan Airlines, en hoop van harte op een positief signaal, zodat we in China van start kunnen gaan met een daadkrachtig toeristisch beleid.

De voorzitter: De heer Loones heeft het woord.

De heer Jan Loones: Mevrouw Demeulenaere, u dwingt me alsnog te reageren. Ik ben uiteraard niet tegen bezoekers aan onze kunststeden, maar ik stel me wel vragen bij het exploreren van specifiek de Chinese markt. Een inhoudsvol toerisme is iets anders dan alleen maar mensen. Bovendien is het budget sowieso erg krap. We pleiten al lang voor meer inspanningen voor de kust uit de publiciteitsbudgetten in, bijvoorbeeld, Frankrijk. Mijnheer de minister, dit was mijn laatste woord van kritiek over deze kwestie. Ik wens u veel succes met het toeristisch kantoor in China.

Minister Geert Bourgeois: Ik ontmoet volgende week de Chinese ambassadrice, en ik zal haar zeggen dat ook deze commissie achter onze beleidslijn staat.

De voorzitter: De heer Van Nieuwenhuysen heeft het woord.

De heer Luk Van Nieuwenhuysen: Mijnheer de minister, uw antwoord roept enkele bedenkingen op. U wilt een toeristisch kantoor openen in China. Ongeacht de kostprijs daarvan, zullen we dan hier, als dat lukt, een stroom te verwerken krijgen van mensen die in groepsverband naar de traditionele toeristische centra komen. Ik denk daarbij in de eerste plaats

aan Brugge, dat nu al aan het verzadigingspunt zit, vooral dan in de zomer, maar niet alleen dan.

Ik vraag me af of u niet beter kunt investeren in het aantrekken van mensen uit de nabije omgeving, onze buurlanden, voor korte verblijven, en dat niet alleen in de bekende toeristische centra. Vlaanderen heeft immers heel wat meer te bieden. Het is een afweging. Het budget is inderdaad beperkt, en dus moeten we kiezen waarin we willen investeren. Ik ben er niet van overtuigd dat dit de juiste keuze is.

Minister Geert Bourgeois: Het budget voor Toerisme stijgt volgend jaar met 2 miljoen en de twee daaropvolgende jaren met respectievelijk 4 en 6 miljoen. Ik ben er immers van overtuigd dat investeringen in toerisme zorgen voor meer welvaart en tewerkstelling. Ik heb mijn collega-ministers daarvan overtuigd en ik wil dit ook doen.

Het is een groeisector. In Vlaanderen zijn ongeveer 110.000 mensen in de toeristische sector tewerkgesteld, benevens nog een aantal zelfstandige ondernemers. Dat is 5,6 percent van de beroepsbevolking. Daarmee is het een van de grootste sectoren. We zien dat vaak niet omdat we vooral kijken naar grote sectoren als de chemie en dergelijke, terwijl het in de toeristische sector gaat om heel veel kleine ondernemingen. Het is ook een sector die niet delokaliseerbaar is, zeer veel kortgeschoolden te werk stelt en zeer arbeidsintensief is, ook als er wordt geïnformeerd. We moeten onze troeven op dit vlak dan ook uitspelen.

Ook als de middelen stijgen, zijn ze inderdaad nog schaars en moeten we ze zo efficiënt mogelijk inzetten. Daarom staat er voor binnenkort een evaluatie van alle buitenlandkantoren op het programma. We moeten weten waar we goed bezig zijn, waar het zin heeft om te blijven en waar niet. In elk geval moeten we onze markten doen groeien en moeten we daarvoor naar het buitenland.

De binnenlandse markt is immers wat ze is. We kunnen er soms wat meer uit halen, soms wat minder. Dat hangt ook van andere factoren af. Onlangs heb ik in antwoord op een vraag aangegeven dat we in de periode van 2000 tot 2004 op de ons omringende markten een lichte daling hebben gekend. We leveren daarvoor intense inspanningen, maar vaak hangt het niet alleen van ons af. Door het opengaan van de Midden- en Oost-Europese markten is, bijvoorbeeld, voor Duitsland de Kroatische kust nu even dichtbij, terwijl deze ook nog enkele andere voordelen biedt.

We zitten dus met een niet-delokaliseerbare arbeid in de steden, maar tegelijk ook in een heel concurrentieel veld. Uitsluitend werken in de omringende landen, zou dan ook fout zijn.

Als de markt zich in beweging zet, moeten we daarop inpikken. Wereldwijd is van 1980 tot 2005 het aantal aankomsten – we rekenen in aankomsten en overnachtingen – gestegen van net geen 300 miljoen tot 800 miljoen per jaar. Als India en China zich in beweging zetten, dan gaan we naar een miljard. Dat is een kolossale stijging op 25 jaar tijd. In die groeiende sector heeft Vlaanderen enorme troeven, die we dan ook moeten gebruiken. We moeten dus ook die nieuwe en verre markten exploreren. Dat is ook de vraag die ik unisono krijg uit de sector. Vorig jaar tijdens de rondetafelconferentie werd ook gezegd dat we nieuwe buitenlandse markten moeten exploreren en nieuwe buitenlandse vestigingen moeten openen.

De kostprijs daarvan raam ik op 350.000 euro recurrent. Ik streef naar een maximale synergie met de ministers Moerman en Anciaux, zodat we de kosten kunnen delen en bepaalde dingen gemeenschappelijk kunnen doen, ook in China. Het kost natuurlijk altijd wat, maar dat betekent niet dat we niet moeten evalueren of we bepaalde kantoren moeten behouden of eventueel verplaatsen. Het is duidelijk dat we met de input die we in het buitenland doen, altijd navenant goede resultaten behalen, die leiden tot een groei van de instroom van toeristen.

Die extra toeristen logeren hier, consumeren hier, eten hier, kopen hier, enzovoort. Dat leidt tot allerlei toelevingsactiviteiten, bouwactiviteiten en dergelijke. Dat is een deel van onze welvaart dat we moeten koesteren, en ik hoop dan ook dat we erin slagen het op peil te houden of zelfs te doen stijgen inzake tewerkstelling.

Ik heb van bij mijn aantreden gesteld dat toerisme voor ons als beleidsmakers economie is. Voor de toerist is het vrije tijd, ontspanning en ontplooiing, maar wij moeten het zien als een industrie met sterke troeven, waarin we ook moeten investeren en die leidt tot meer welvaart en tewerkstelling.

Het zou fout zijn de Zuidoost-Aziatische markten niet te exploreren. Andere landen doen dat evenzeer. We kunnen erin slagen een rechtstreekse luchtvaartverbinding te openen. Sommige van mijn collega's zijn daarover heel optimistisch, maar ik blijf nog voorzichtig, al hebben we tot nu toe goede contacten.

Als die luchtverbinding er komt, dan hebben we een basis om toeristen naar hier te krijgen. Het klopt dat ze in het begin in groep zullen reizen en zich zullen richten op bepaalde arrangementen, maar het wordt helemaal moeilijk om ze naar hier te krijgen als ze in Frankfurt landen. Als ze van daar de verplaatsing naar hier moeten maken, dan zal de verleiding groot zijn om door te vliegen naar Parijs en Rome, en dan rechtsonkeer te maken. Als ze hier landen, hebben we alvast een voorsprong. Daarop is ons beleid gericht.

De voorzitter: Mevrouw Smet heeft het woord.

Mevrouw Miet Smet: Mijnheer de minister, denkt u eraan vooral een bepaald deel van China te exploreren, bijvoorbeeld in overleg met minister Moerman? Er is een deel van het land waar Vlaanderen geen totaal onbekende is, maar waar Vlaamse bedrijven zitten. Of gaat u naar Beijing? Wat is uw argumentatie dan?

Minister Geert Bourgeois: Dat bepalen zal de taak zijn van het kantoor en van de heer Ooms die de voorbereiding doet. Het is evident dat we ons niet zullen richten op heel China. Dat doen we ook niet in de Verenigde Staten. De 'nieuwe rijken' – als ik ze zo mag noemen – in de streek van Beijing en Shanghai aan de kust vormen de eerste doelgroep. We zullen ons niet richten op het massieve binnenland. Het moet doelgericht zijn.

We hebben dat overigens al gedaan. De kantoorleider in Barcelona is begonnen met niets, heeft marktonderzoek gedaan, enzovoort. Nu zullen we dus al een voorsprong hebben. Het is evident dat we ons eerst zullen richten op dat deel van de markt waarvan we respons verwachten.

De voorzitter: Het incident is gesloten.

Vraag om uitleg van mevrouw Stern Demeulenaere tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de bespreking van de Strategienota Nederland

De voorzitter: Mevrouw Demeulenaere heeft het woord.

Mevrouw Stern Demeulenaere: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, collega's, tijdens de recente bespreking van de Strategienota Nederland in deze commissie heb ik mijn bedenkingen gemaakt omtrent de strategische doelstelling 3. In deze doelstelling wordt verwezen naar het versterken van een positieve beeldvorming van Vlaanderen in Nederland en het actief bewerken van de Nederlandse markt met het oog op het aantrekken van Nederlandse toeristen.

Ik wees u er op dat er in de operationele doelstelling geen noemenswaardige verwijzing meer gebeurt naar het toeristische gebeuren in dit kader, waardoor ik vrees dat deze toeristische strategische doelstelling wel eens dode letter zou kunnen blijven. Hoewel in de bijhorende toelichting wordt verwezen naar de kerntaken van Toerisme Vlaanderen, blijf ik toch wat op mijn honger op dat vlak.

Gezien het belang van het Nederlands inkomend toerisme, en niettegenstaande de wind vanuit Nederland op dat vlak nog erg gunstig is, meen ik dat het tegelijkertijd ook aangewezen is dat wij niet blijven teren op wat er nu is maar er ook op toezien dat dit hoge niveau behouden en zelfs verhoogd wordt in de toekomst. Ik had dan ook graag wat meer vernomen in verband met de operationele doelstelling 3.4 of andere operationele doelstellingen die het bevorderen en behouden van het inkomend Nederlands toerisme in Vlaanderen beogen. Daarenboven wil ik graag meer informatie over specifieke geplande acties in dat verband. Ik stel u deze vraag omdat u me de vorige keer zelf hebt gezegd dat u daarop later zou terugkomen.

De voorzitter: Minister Bourgeois heeft het woord.

Minister Geert Bourgeois: Mijnheer de voorzitter, mevrouw Demeulenaere, ik heb inderdaad naar aanleiding van de bespreking van de strategienota verwezen naar de commissie Toerisme. Dat had ook een bijkomende reden omdat in de Strategienota Nederland in hoofdzaak wordt gemikt op samenwerking met Nederland en we wat toerisme betreft concurrenten zijn. Toerisme Vlaanderen is een concurrent van het Nederlandse toerismebureau voor wat de Nederlandse markt betreft. Ik kan dus moeilijk veel synergie met Nederland nastreven met de bedoeling zoveel mogelijk Nederlanders hier te krijgen. Dat betekent niet dat ik uw vraag uit de weg wil gaan, integendeel.

De hele werking van ons buitenlandkantoor in Den Haag is een operationalisering van doelstelling 3.

Het is ons belangrijkste buitenlandkantoor, zowel inzake budgetten als qua staf. Het kantoor werkt er met 6,3 voltijds equivalenten die werken op drie doelgroepen: media, de reisbranche, inclusief MICE, en de consumenten. Niet minder dan 15 percent van het totale budget van Toerisme Vlaanderen gaat naar de Nederlandse markt. Nederland is onze belangrijkste toeristische partner qua inkomend toerisme, en het is bovendien een stijger. Wat we daar doen, blijft dus niet zonder effect. We moeten er ook blijvend zorg voor dragen.

Het totale promotiebudget voor marketingacties en consumentencampagnes bedraagt 1,4 miljoen euro in 2006, waarvan bijna de helft afkomstig is van partners in Vlaanderen zelf. We voeren promotie voor onze drie macroproducten: voor de Vlaamse kust in samenwerking met Westtoer, voor de kunststeden in samenwerking met die kunststeden en voor de groene regio's in samenwerking met de vijf provinciale toeristische diensten.

De belangrijkste marktacties in Nederland in 2006 zijn voor de media: 8 nieuwsbrieven die worden gestuurd naar ruim 200 Nederlandse perscontacten, persconferenties, groepspersreizen naar Vlaanderen, persberichten, mailings, prospectie, beurzen, workshops, studiedagen, acties omtrent topevenementen. Voor de reisbranche hebben we joint-promotions met de belangrijkste reisorganisatoren voor Vlaanderen, workshops zoals Flanders Travel Forum, beurzen, onder meer de vakantiebeurs in Utrecht, het samenstellen van lezersarrangementen, reisagentenaanbiedingen naar Vlaanderen, 6 nieuwsbrieven naar ruim 350 Nederlandse reisorganisatoren, mailings en MICE-acties gericht op bedrijven en gespecialiseerde agentschappen.

Voor de consumenten is er in de eerste plaats consumenteninformatie via telefoon, e-mail en internet. Onze website zal trouwens eind april volledig vernieuwd worden. Er is een consumentencampagne die wordt opgezet met de stedelijke en provinciale partners, met extra aandacht voor direct-marketingacties en acties online en met de nadruk op respons en conversie, waarbij er niet alleen een positieve respons komt, maar ook het daadwerkelijk boeken van vakantielogies en -arrangementen. We proberen op te volgen in welke mate een respons echt leidt tot een boeking. Daarnaast is er ook imagovorming. Inspanningen uit het verleden hebben een effect gehad op de groei van het inkomende toerisme vanuit Nederland. Het is mijn bedoeling die inspanningen voort te zetten en uit te bouwen.

Vanuit Nederland werden in 2004 3.348.804 overnachtingen en 1.259.442 aankomsten gerealiseerd in Vlaanderen en Brussel. Het aandeel van de Nederlandse markt op het totale aantal buitenlandse overnachtingen in Vlaanderen en Brussel ligt daarmee op 27 percent, en voor de aankomsten op 22 percent. De gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal overnachtingen van Nederlanders in Vlaanderen en Brussel bedraagt 2,5 percent in de periode 2000-2004. De evolutie in die periode komt daarmee op plus 11 percent. Voor wat de aankomsten betreft, gaat het respectievelijk over een gemiddelde jaarlijkse groei van 3,6 percent en een evolutie in de periode 2000-2004 van plus 15 percent.

De Nederlandse aankomsten en overnachtingen zijn als volgt over de macroproducten verdeeld: in de kunststeden 634.172 aankomsten, of 50 percent, en 1.074.907 overnachtingen of 32 percent. In onze regio's zijn er 491.314 aankomsten, of 39 percent, en 52 percent van de overnachtingen, namelijk 1.733.223. De Vlaamse kust is goed voor 133.956 aankomsten, of 11 percent, en 16 percent van de overnachtingen of 540.674.

Het is bijzonder belangrijk om het geheel van de markt waar Toerisme Vlaanderen actief is, te analyseren en duidelijke keuzes te maken voor de toekomst. Zoals ik al zei, is Toerisme Vlaanderen momenteel bezig met de aanmaak van een strategisch marketingplan voor het buitenland waarin de actuele werking doorgelicht wordt en strategische keuzes voor de toekomst worden gemaakt, zowel inzake markten als inzake budgetten. Dat plan zou dit jaar moeten zijn afgerond, ik hoop tegen de zomerperiode.

Om op het vlak van het toeristische imago en het versterken van een positieve beeldvorming van Vlaanderen in Nederland de juiste invulling te geven, is er een motivatie-onderzoek uitgevoerd bij Nederlanders. Er werd gepeild naar hun houding in verband met vakantie in het algemeen en de bestemming Vlaanderen in het bijzonder. De resultaten van dit onderzoek zullen worden gepubliceerd zodat de hele sector ermee aan de slag kan, samen met de resultaten van een gelijkaardig onderzoek dat wordt uitgevoerd in het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Frankrijk. Het onderzoek voor de Nederlandse markt werd uitgevoerd in de periode juni-november 2005 door TNS Dimarso.

Met de resultaten wordt voor zover mogelijk al rekening gehouden in de lopende consumentencampagne,

maar de volledige resultaten zijn nog niet beschikbaar. Omwille van de vergelijkbaarheid met ander onderzoeksmateriaal wordt er momenteel nog een vertaalslag toegepast om de gegevens compatibel te maken. Het is de bedoeling om de resultaten van dat onderzoek in Nederland tegelijkertijd te presenteren met die van de andere buurlanden. Het onderzoek voor het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Duitsland loopt nu. Ik hoop dat na de zomer de resultaten ervan bekend zullen zijn.

De voorzitter: Mevrouw Demeulenaere heeft het woord.

Mevrouw Stern Demeulenaere: Mijnheer de minister, ik dank u voor het antwoord. Kunt u me zeggen wanneer die resultaten gepubliceerd zullen worden? De motivaties zullen heel belangrijk worden voor onze toeristische sector omdat hierbij onder andere bepaalde luxeverblijfsmogelijkheden zullen worden beoogd en van nabij bekeken. Het lijkt me interessant na te gaan of we goed bezig zijn of niet.

Minister Geert Bourgeois: Dat zal in het najaar zijn. Nederland is al grotendeels verwerkt. Toerisme Vlaanderen zal de resultaten gezamenlijk publiceren. Ten gevolge van aanbestedingsprocedures zijn de onderzoeken niet aan hetzelfde bureau gegund. Dimarso doet Nederland. Men wil de gegevens compatibel maken. Het is interessant voor ons om uniforme parameters en benaderingswijzen te hebben zodat we gemakkelijk kunnen vergelijken. De andere onderzoeken lopen nu. Ik hoop dat Nederland tegen de zomer is afgerond, wat betreft de verwerking. Voor de vier landen tegelijk zal de afronding in het najaar gebeuren.

De voorzitter: Het incident is gesloten.
