



Vlaams
Parlement

stuk **1761** (2012-2013) – Nr. 1
ingediend op 19 oktober 2012 (2012-2013)

Beleidsbrief

Toerisme

Beleidsprioriteiten 2012-2013

ingediend door de Geert Bourgeois,
viceminister-president van de Vlaamse Regering,
Vlaams minister van Bestuurszaken, Binnenlands Bestuur,
Inburgering, Toerisme en Vlaamse Rand

INHOUDSTAFEL

	Lijst met afkortingen	3
I	Inleiding – managementsamenvatting	4
II	Omgevingsanalyse van het toerisme in Vlaanderen	5
III	Strategische en operationele doelstellingen	9
1.	De aantrekkings- en belevingswaarde van de toeristische bestemming(en) (in Vlaanderen vergroten)	9
1.1.	Impulsprogramma's voor Vlaamse bestemmingen met toeristisch potentieel	9
1.1.1.	100 Groote Oorlog 2014-2018	9
1.1.2.	De Vlaamse Kunststeden en Brussel	10
1.1.3.	De Vlaamse Kust	11
1.1.4.	De Vlaamse Regio's met toeristisch potentieel	11
1.2.	Verder ontwikkelen van sterke productlijnen in Vlaanderen	12
1.2.1.	Fietsen, wandelen, ruiters	12
1.2.2.	Erfgoed	13
1.2.3.	Watertoerisme	14
1.2.4.	Toeristisch onthaal	15
1.2.5.	Meeting en incentive	16
1.2.6.	Eet- en tafelcultuur in Vlaanderen	16
1.3.	Evenementenbeleid	17
2.	Stimuleren van het toeristisch ondernemerschap	19
2.1.	Sterke partnerschappen uitbouwen met de private en publieke actoren	19
2.2.	Implementatie, evaluatie en handhaving van de toeristische decreten	19
2.3.	Sectorgerichte ondersteuning met betrekking tot professionalisering, vorming en innovatie	20
3.	Realiseren van een krachtadig marketingbeleid per macroproduct in functie van het verhogen van het economisch rendement	24
3.1.	Evaluatie internationaal strategisch marketingplan	24
3.2.	Focusstrategie in buitenlandmarketing	24
3.3.	Coördinerende rol binnenlandmarketing	28
4.	De volwaardige participatie aan toerisme voor iedere Vlaming mogelijk maken	29
4.1.	Een betaalbaar aanbod voor mensen die in armoede leven	29
4.2.	Een toegankelijk aanbod voor mensen met een handicap, ouderen en zieken	30
4.3.	Een ruimer aanbod voor de jeugd	32
4.4.	Een aantrekkelijk aanbod voor gezinnen en kinderen	34
4.5.	Een duurzaam patrimoniumbeleid van Toerisme Vlaanderen	34
5.	De efficiëntie en effecten van het werk van de toeristische overheden verhogen	35
5.1.	Herstructureren van het toeristisch beleid op Vlaams niveau	35
5.1.1.	Toerisme Vlaanderen herstructureren	35
5.1.2.	Kennis uitbouwen	35
5.1.3.	Vlaamse subsidiekanalen bundelen en integreren in impulsprogramma's	36
5.1.4.	Duurzaam toerisme	36
5.2.	Afstemmen, overleggen en samenwerken met lokale besturen	37
5.3.	Strategisch beleidsplan	38
5.4.	Flankerend beleid	38
IV	Regelgevingagenda	40
V	Samenvatting van beleidsintenties	42
VI	Uitvoering en opvolging regeerakkoord en moties	42

Lijst met afkortingen

BRIC	Brazilië, Rusland, Indië, China
CIB	Confederatie van Immobiliënberoepen
CJSM	Departement Cultuur Jeugd Sport en Media
DAR	Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid
EU	Europese Unie
EVC	Elders Verworven Competenties
FAP	Fietsactieplan
FETE	First European Travel Experience
FIT	Flanders Investment and Trade
FMiV	Federatie van Muziekfestivals in Vlaanderen
iV	Beleidsdomein internationaal Vlaanderen
ITB	Internationale Toerismebeurs van Berlijn
IVA	Intern Verzelfstandigd Agentschap
KASKA	Koninklijk Academie van Schone Kunsten in Antwerpen
KLM	Koninklijke Luchtvaartmaatschappij van Nederland
KMDA	Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde Antwerpen
K.U.Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
LF-route	Langeafstandsfietsroute
MAS	Museum aan de Stroom (Antwerpen)
MICE	Meetings, Incentives, Conferences and Events
MOD	Management Ondersteunende Dienst
MoMu	Modemuseum
NBTC	Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen
STAM	Stadsmuseum Gent
TRP	Toeristisch-recreatieve projecten
TSA	Tourism Satelite Account (toerisme sateliet rekening)
TWP	Toeristische tewerkstellingsprojecten
TYHA	The Yacht Harbour Association
UNIZO	Unie van Zelfstandige Ondernemers
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Wereldorganisatie voor Toerisme)
UPAV	Union Professionnelle des Agences de Voyage
VAPA	Vlaams Actieplan Armoede
VAPH	Vlaams Agentschap voor Personen met een Handicap
VDAB	Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling
VIA	Vlaanderen in Actie
VLARA	Vlaamse Associatie van Reisagenten
VLIS	Vlaams Logies Informatie Systeem
VVR	Vlaamse Vereniging van Reisbureaus
WOI	Eerste Wereldoorlog
WBT	Wallonie Bruxelles Tourisme
WTM	World Tourism Market

I. INLEIDING - MANAGEMENTSAMENVATTING

Niettegenstaande de wereldwijde financiële en de economische crisis zette ook in de voorbije beleidsperiode 2011-2012 het herstel van de toeristische economie zich door en dit zowel op de binnenlandse markt als op de belangrijkste bronmarkten. Het aantal overnachtingen steeg in 2011 met 2,8 % ten opzichte van 2010. Het aantal aankomsten steeg zelfs met 3,2 %. Omgerekend verbleven zo'n 11,2 miljoen vakantiegangers gedurende 2,6 nachten in Vlaanderen.

In 2012 heb ik verder uitvoering gegeven aan de doelstellingen van mijn beleidsbrief toerisme 2009-2014.

Na een investering van 15 miljoen euro in de uitbouw van toeristische infrastructuur, heb ik voor meer dan 4 miljoen euro geïnvesteerd in de ondersteuning van hoogstaande publieksevenementen met internationale uitstraling voor de herdenking van de Grote Oorlog. Hiermee is de kiem gelegd om in de komende beleidsperiode werk te maken van de toeristische productontwikkeling en internationale toeristische promotie voor 100 jaar Grote Oorlog.

In 2013 viert Vlaanderen het honderdjarig bestaan van de Ronde van Vlaanderen. Ik investeerde dan ook 3 miljoen euro in projecten die deze viering schragen. In 2013 zal ik van deze unieke gelegenheid gebruik maken om Vlaanderen te positioneren als een fiets- en wiel regio.

Als minister die ook bevoegd voor het onroerend erfgoed zal ik samen met Herita, de nieuwe Vlaamse Erfgoedorganisatie werk maken van de toeristische ontsluiting van het Vlaamse erfgoed.

Als antwoord op de opmerkingen van het Rekenhof over de subsidiestromen in toerisme heb ik in het najaar van 2012 aan kaderbesluit voor toerismesubsidies voorgelegd aan de Vlaamse Regering. Met dit besluit wil ik de uniformiteit en de rechtszekerheid voor toerismesubsidies bevorderen.

Op 12 en 13 maart 2012 kreeg ik hoog bezoek: de secretaris-generaal van de Wereldorganisatie voor Toerisme (UNWTO) bracht op mijn uitnodiging een 2-daags bezoek aan Vlaanderen. Het goed gevulde programma omvatte onder meer de voorstelling van de resultaten van de Vlaamse toeristische satellietrekeningen (die voor het eerst de economische impact van het toerisme in Vlaanderen in kaart brengen), een voorstelling van het WOI-project en bezoek aan de Westhoek, een lezing aan de K.U. Leuven voor studenten van de Master in Toerisme en vertegenwoordigers van de toeristische sector in Vlaanderen en een bezoek aan het Vlaams parlement. Zijn bezoek werd fel gesmaakt en werkte inspirerend voor de toeristische sector. Dat de banden tussen UNWTO en Vlaanderen ook het voorbije jaar nog verder zijn aangehaald, wordt verder geïllustreerd door de vertegenwoordiging van Vlaanderen in de Uitvoerende Raad van UNWTO. In juni 2012 nam Vlaanderen als vertegenwoordiger van de geassocieerde leden voor het eerst deel aan een bijeenkomst van het bestuursorgaan van UNWTO.

In wat volgt rapporteer ik enerzijds over de realisatie van de doelstellingen zoals die geformuleerd zijn in mijn Beleidsnota Toerisme 2009-2014, gedurende het voorbije jaar en geef ik anderzijds aan welke initiatieven ik plan voor het komende jaar. De structuur van de beleidsnota is daarbij zo getrouw mogelijk aangehouden.

Geert Bourgeois
Viceminister-president van de Vlaamse Regering en
Vlaams minister van Bestuurszaken, Binnenlands Bestuur, Inburgering, Toerisme en Vlaamse Rand.

II. OMGEVINGSANALYSE VAN HET TOERISME IN VLAANDEREN

Toerisme is een groeisector. De Wereldorganisatie voor Toerisme (UNWTO) voorspelt dat het aantal internationale aankomsten wereldwijd tussen 2010 en 2030 jaarlijks met gemiddeld zo'n 3,3% zal groeien. In absolute cijfers betekent dit een verdubbeling van het aantal internationale aankomsten tussen 2010 en 2030: van 940 miljoen in 2010 naar niet minder dan 1,8 miljard in 2030. Voor Europa zou een gemiddelde jaarlijkse groei van 2,3% resulteren in een stijging van het aantal internationale aankomsten van 475 miljoen in 2010 naar 744 miljoen in 2030. West-Europa zou volgens de UNWTO-voorspellingen in 2030 bijna de helft meer internationale aankomsten tellen dan in 2010: in absolute cijfers betekent dit een stijging van 154 miljoen naar 222 miljoen.¹

In 2011 steeg het aantal internationale aankomsten wereldwijd met 4,6%. De groei was opmerkelijk genoeg het sterkst in Europa (+6,2%), met indrukwekkende groeicijfers voor de Centraal- en Oosteuropese landen (+8,1%) en de Zuidoepese landen (+7,7%). In West-Europa stegen de internationale aankomsten vorig jaar met 3,4%. Het Midden-Oosten was de enige regio die erop achteruit ging ten gevolge van de sociale en politieke gebeurtenissen.

Internationale aankomsten wereldwijd (2011)		
	Aantal (x 1.000.000)	Evolutie 2010-2011
Europa	504,0	+6,2%
Noord-Europa	59,3	+5,6%
West-Europa	159,0	+3,4%
Centraal- en Oost-Europa	103,5	+8,1%
Zuid-Europa	182,2	+7,7%
Azië en de eilanden in de Stille Oceaan	216,9	+6,1%
Amerika	156,6	+3,9%
Afrika	49,9	+0,4%
Midden-Oosten	55,7	-7,0%
Totaal	983	+4,6%

Bron: UNWTO World Tourism Barometer, juni 2012

Ook in de eerste 4 maanden van 2012 blijven de cijfers omhoog gaan: met een groei van 5,4% stijgt het aantal internationale aankomsten wereldwijd zelfs sterker dan verwacht. Ook in Europa, waar de onzekere economische situatie blijft voortduren, groeide het internationaal toerisme met 4% in de periode januari-april 2012. Vooral de Centraal- en Oosteuropese landen blijven indrukwekkende groeicijfers voorleggen (+8%); in Noord- en Westeuropese landen stegen de internationale aankomsten met 5%, terwijl Zuid-Europa zijn sterke groei van 2011 niet kan verderzetten in 2012 (+0,2%).

Voor het toerisme in Vlaanderen was 2011 een goed jaar: het aantal overnachtingen groeide vorig jaar met 2,8%. De kunststeden blijven bijzonder goed scoren: het aantal overnachtingen steeg er met 7,6%. De Vlaamse regio's telden 3,2% meer overnachtingen, terwijl de kust het met 2,6% minder overnachtingen moest doen. Wanneer we kijken naar de verdeling van het aantal overnachtingen volgens verblijfsmotief, dan springt de stijging van het aantal overnachtingen voor conferenties, congressen en seminars in het oog. Met een stijging van 13,9% tellen we nu bijna 4 miljoen overnachtingen van MICE-toeristen in Vlaanderen. De recreatieve vakantieganger spendeerde vorig jaar 1,0% meer overnachtingen en de individuele zakentoeurist bracht 2,9% meer nachten door in Vlaamse commerciële logies.

¹ Bron: UNWTO (2011), Tourism Towards 2030 – Global overview.

Overnachtingen in 2011 (incl. huurlogies aan de kust)				
	Aantal	Aandeel	Evolutie 2010-2011	Gemiddelde jaarlijkse groei 2007-2011
Vlaanderen	29.438.034	100%	+2,8%	+0,9%
Kust	9.552.660	32,5%	-2,6%	-2,8%
Vlaamse regio's	9.220.832	31,3%	+3,2%	+1,8%
Kunststeden	10.664.542	36,2%	+7,6%	+4,0%
Vlaams Gewest	23.466.371	79,7%	+1,6%	+0,2%
Brussels Gewest	5.971.663	20,3%	+7,5%	+4,0%

Bron: Toerisme Vlaanderen (2012), Toerisme in Cijfers 2011.

Overnachtingen in 2011 naar verblijfsmotief (incl. huurlogies aan de kust)						
	Ontspanning en vakantie		Conferentie, congres en seminarie		Andere beroepsdoeleinden	
	Aantal	Evolutie 2010-2011	Aantal	Evolutie 2010-2011	Aantal	Evolutie 2010-2011
Vlaanderen	22.763.018	+1,0%	3.963.955	+13,9%	2.711.061	+2,9%
Kust	9.328.957	-2,7%	132.347	+23,6%	91.356	-12,1%
Vlaamse regio's	7.343.203	+2,6%	844.680	+6,2%	1.032.949	+5,1%
Kunststeden	6.090.858	+5,4%	2.986.928	+15,9%	1.586.756	+2,4%
Vlaams Gewest	19.964.863	+0,8%	1.711.434	+18,8%	1.790.074	-2,5%
Brussels Gewest	2.798.155	+3,0%	2.252.521	+10,5%	920.987	+15,1%

Bron: Toerisme Vlaanderen (2012), Toerisme in Cijfers 2011.

De trend naar kortere vakanties in Vlaanderen zet zich door: ook vorig jaar steeg het aantal aankomsten (+5,3%) sterker dan het aantal overnachtingen.

Aankomsten in 2011 (incl. huurlogies aan de kust)				
	Aantal	Aandeel	Evolutie 2010-2011	Gemiddelde jaarlijkse groei 2007-2011
Vlaanderen	11.224.467	100,0%	+5,3%	+3,2%
Kust	1.979.687	17,6%	+1,8%	-0,2%
Vlaamse regio's	3.441.695	30,7%	+3,7%	+3,4%
Kunststeden	5.803.085	51,7%	+7,5%	+4,5%
Vlaams Gewest	8.041.529	71,6%	+5,0%	+3,0%
Brussels Gewest	3.182.938	28,4%	+6,1%	+3,9%

Bron: Toerisme Vlaanderen (2012), Toerisme in Cijfers 2011.

De groei van het internationaal toerisme in Vlaanderen was het voorbije jaar met +3,8% sterker dan de groei van het binnenlands toerisme (+1,8%). Na de opmerkelijke groei van de Nederlandse markt in 2010 (+7,2%), brachten de Nederlanders vorig jaar minder overnachtingen door in Vlaanderen (-1,9%). Ze blijven wel met voorsprong de belangrijkste buitenlandse markt met bijna 4 miljoen overnachtingen. Frankrijk scoorde vorig jaar bijzonder goed (+4,5%) en ook Duitsland (+1,8%) en het Verenigd Koninkrijk (+1,0%) noteerden positieve groeicijfers.

De andere Europese en verre markten vertoonden in het algemeen een stevige vooruitgang; de meeste vertonen groeicijfers schommelend rond de 10% of meer.

Belangrijkste markten in 2011 volgens aantal overnachtingen (incl. huurlogies aan de kust)			
	2011	Evolutie 2010-2011	Gemiddelde jaarlijkse groei 2007-2011
België	14.967.411	+1,8%	+0,9%
Nederland	3.825.240	-1,9%	+0,9%
Duitsland	2.053.658	+1,8%	+0,8%
Frankrijk	1.938.716	+4,5%	+3,4%
Verenigd Koninkrijk	1.605.675	+1,0%	-5,8%
Spanje	689.867	+8,9%	+8,0%
V.S. Amerika	627.558	+11,2%	+1,2%
Italië	468.436	+10,2%	+5,8%
Japan	171.683	+14,0%	-2,9%
Rusland	165.516	+29,8%	+11,3%
China	131.964	+24,1%	+2,5%
Zweden	124.849	-0,8%	-1,0%
Canada	115.228	+14,8%	+3,5%
Denemarken	102.963	+6,4%	+2,4%
India	93.430	+15,7%	+5,8%
Oostenrijk	75.642	+9,5%	+2,9%
Andere	2.280.198	9,1%	1,4%
BUITENLAND	14.470.623	+3,8%	+0,9%
ALGEMEEN TOTAAL	29.438.034	+2,8%	+0,9%

Bron: Toerisme Vlaanderen (2012), Toerisme in Cijfers 2011.

Uit voorlopige cijfers voor de eerste 5 maanden 2012 blijkt dat de groei in aantal overnachtingen zich voortzet in Vlaanderen. In januari-mei 2012 steeg het aantal overnachtingen in Vlaanderen met 2,6% (binnenland: +2,2% - buitenland +3,0%).

Tot vorig jaar was er in Vlaanderen een groot gebrek aan gegevens omtrent de economische impact van het toerisme in Vlaanderen. Op dit vlak werd er het voorbije jaar aanzienlijke vooruitgang geboekt. De Studiedienst van de Vlaamse Regering leverde pionierswerk door als eerste Europese regio toeristische satellietrekeningen (of Tourism Satellite Accounts, TSA) uit te werken. Toeristische satellietrekeningen brengen de economische impact van het toerisme in beeld volgens een internationaal erkende methodologie ontwikkeld door onder meer UNWTO en Eurostat. De toegevoegde waarde van het toerisme werd berekend voor zowel het Vlaams Gewest als het Brussels Hoofdstedelijk Gewest voor het jaar 2008. Voor beide gewesten samen bedraagt de toegevoegde waarde van de toeristische industrie 12,6 miljard euro². Dit staat voor 5,3% van de totale toegevoegde waarde in de 2 gewesten. Indien men enkel het aandeel in rekening brengt dat door toeristen is afgenomen (in zowel toeristische bedrijfstakken als andere industrieën) dan bedraagt de toegevoegde waarde 5,5 miljard euro of 2,3% van de totale toegevoegde waarde.³

De toeristische industrie met een aandeel van 5,2% in het Vlaams Gewest zorgt voor een aanzienlijk grotere toegevoegde waarde dan bijvoorbeeld de chemische industrie (3,2%), de voedings- en genotsindustrie (2,6%), de financiële sector (2,9%) of de sector voor de productie en distributie van elektriciteit, gas en water (1,7%).

² bruto toegevoegde waarde van de toeristische industrie is de toegevoegde waarde gegenereerd door de toeristische industrie ongeacht of dit aanbod door toeristen of niet-toeristen is verbruikt

³ directe bruto toegevoegde waarde van toerisme is de toegevoegde waarde van toeristische en andere bedrijfstakken maar enkel voor het aandeel dat door toeristen is afgenomen.

Het aandeel van de openbare besturen, defensie en sociale verzekeringen in de toegevoegde waarde (5,1%) is vergelijkbaar met dat van de toeristische industrie. Het onderwijs (6,1%) en de bouwnijverheid (6,3) scoren net iets hoger.

Verder verzamelde een grootschalig marktonderzoek van Toerisme Vlaanderen in samenwerking met de kust, de kunststeden en de Vlaamse regio's naar de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen, naast gegevens over onder meer het profiel van de vakantieganger, kenmerken van zijn trip, informatiebronnen en tevredenheid ook informatie over bestedingen en omzet. Hieruit blijkt onder meer dat een verblijfstoerist in de kunststeden gemiddeld 142 euro per nacht uitgeeft, in de Vlaamse regio's bedraagt dat cijfers gemiddeld 75 euro en aan de kust geeft de verblijfstoerist zo'n 62 euro per nacht uit.⁴ Het recreatieve verblijfstoerisme in Vlaanderen zorgt zo voor een omzet van zo'n 2,2 miljard euro.

De Studiedienst van de Vlaamse Regering brengt op dit moment ook de tewerkstelling in de Vlaamse toeristische sector in kaart; de resultaten daarvan worden dit najaar verwacht.

In oktober 2011 leverde een pilootonderzoek rond dagtoerisme (van het Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie – spoor Toerisme en Recreatie, in samenwerking met Toerisme Vlaanderen en de provinciale toeristische organisaties) gegevens op over onder meer het profiel van de Vlaamse dagtoerist, de kenmerken van de daguitstappen en activiteiten. Ook werden de bestedingen in beeld gebracht: gemiddeld geeft de Vlaming 37,9 euro per persoon uit voor een daguitstap. Wetende dat 4 op 5 Vlamingen tenminste één daguitstap per jaar maakt en bijna een kwart van de Vlamingen zelfs maandelijks een daguitstap onderneemt, besteden Vlamingen in totaal 2,8 miljard euro aan daguitstappen. Daarvan wordt 68% in Vlaanderen uitgegeven.

⁴ omvat overnachtingskosten, uitgaven voor eten en drinken, ontspanning, winkelen en transport ter plaatse. Transport van buitenlandse toeristen naar Vlaanderen is niet inbegrepen.

III. STRATEGISCHE EN OPERATIONELE DOELSTELLINGEN

1. De aantrekkings- en beleevingswaarde van de toeristische bestemming(en) (in) Vlaanderen vergroten

1.1. Impulsprogramma's voor Vlaamse bestemmingen met toeristisch potentieel

1.1.1. 100 jaar Grote Oorlog

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Vanuit toeristisch oogpunt heeft Vlaanderen de ambitie om dé regio in Europa te worden waar bezoekers het verhaal van de Eerste Wereldoorlog kunnen beleven als een fascinerende geschiedenis met een universeel menselijke boodschap van vrede. De herdenkingsperiode 2014-2018 vormt een sterke hefboom om deze ambitie waar te maken, en heeft een intensieve toeristische voorbereiding in gang gezet.

In een eerste fase werden impulsen gegeven ter verbetering en uitbreiding van het vaste aanbod aan WO I-bezienswaardigheden. Dit gebeurde via het impulsprogramma '100 jaar Grote Oorlog' (2010, 15 miljoen euro). 44 projecten kregen subsidies. Op 9 juni 2012 werd het eerste afgewerkte project voor het publiek geopend: het vernieuwde In Flanders Fields Museum te Ieper. In september 2012 volgde de opening van het bezoekerssalon in Zonnebeke (deelproject) en van het bezoekerscentrum bij de begraafplaats Lyssenthoek te Poperinge. De andere projecten zijn volop in realisatiefase.

Een tweede oproep binnen het impulsprogramma (2012) was er op gericht om tijdens de herdenkingsperiode een aantal hoogstaande publieksevenementen met internationale uitstraling te programmeren. Dit leverde 75 projectvoorstellen op. Op 26 juni 2012 werden een eerste reeks van 10 begunstigden van deze impuls bekend gemaakt, voor een totaal subsidiebedrag van 4.393.070 euro.

Een beschrijving van de betoelagde projecten is te vinden

op <http://www.toerismevlaanderen.be/100JaarGroteOorlog>

Ondertussen is de toeristische productontwikkeling (uitwerken van commerciële reispakketten, tours en excursies, organiseren van de basisinformatie, van het onthaal, gidsen e.d.m.) in samenwerking met de talrijke lokale actoren volop aan de gang. Gezien het belang van de Westhoek werken Toerisme Vlaanderen en het West-Vlaamse Programmasecretariaat hier nauw samen.

Het toeristisch marketingplan dat in juni 2012 door Toerisme Vlaanderen in samenwerking met Westtoer werd afgerond, voorziet in internationale promotie door Toerisme Vlaanderen in Groot-Brittannië, Nederland, Ierland, Canada, de VS, Nieuw-Zeeland, Australië, Frankrijk, Duitsland en in mindere mate China en India. Deze wordt gradueel opgestart in 2012 (met onder meer groepsreizen n.a.v. de opening van het In Flanders Fields Museum). Vanaf 2013 zal de internationale promotie op kruissnelheid komen.

Als coördinator heb ik op donderdag 10 november 2011 samen met minister-president Kris Peeters het herdenkingsproject '100 jaar Grote Oorlog' voorgesteld aan de diplomatieke vertegenwoordigers van de 50 landen en naties die soldaten en burgers hebben verloren in Wereldoorlog I, evenals aan vertegenwoordigers van internationale instellingen, universiteiten en leidend ambtenaren van de Vlaamse overheid. Enkele dagen eerder, op 8 november 2011, was ik in Londen waar ik tijdens de wereldwijde toeristische vakbeurs "World Travel Market" (WTM) het herdenkingsproject voorstelde aan de verzamelde Britse pers en toeristische industrie. Tijdens dit bezoek aan Londen legde ik ook contacten op politiek niveau en met het Imperial War Museum, om de samenwerking met Groot-Brittannië tijdens de herdenking te faciliteren.

Op 9 juni 2012 heb ik de plechtige opening van het vernieuwde In Flanders Fields Museum bijgewoond. Het vernieuwde museum geldt als één van de strategische investeringsprojecten.

Beleidsopties 2012-2013

Wat de impulsen betreft, volg ik de projecten die investeringssubsidies kregen nauwgezet op, met het oog op een tijdige en kwaliteitsvolle realisatie. Ook de gesubsidieerde evenementen worden van nabij opgevolgd. Wat deze laatste aangaat, voorzie ik in de loop van de herfst 2012 nog de mogelijkheid van een tweede, beperkte reeks subsidies aan enkele van de reeds ingediende en positief geëvalueerde projecten.

De toeristische productontwikkeling, waaronder de organisatie van onthaal, het vormen van commerciële reispakketten en het voorbereiden van allerlei dienstverlening, wordt door Toerisme Vlaanderen en Westtoer samen verder uitgewerkt.

Vanaf 2013 zal de internationale toeristische promotie voor 100 jaar Groote Oorlog op kruissnelheid komen. De betrokken buitenlandkantoren van Toerisme Vlaanderen spelen hierin een vooraanstaande rol. Vanaf 2013 zal '100 jaar Groote Oorlog' een bouwsteen zijn in hun jaarlijkse actieplannen voor wat betreft de werking ten aanzien van de pers en de trade. Verdere mijlpalen zijn: (1) aanduiden van een reclamebureau dat kan instaan voor een geïntegreerde en overkoepelende publiekscampagne; (2) aanduiden van een vertegenwoordiging die kan instaan voor de promotie in die landen waar Toerisme Vlaanderen geen buitenlandkantoor heeft (zoals in Australië en Nieuw-Zeeland) en (3) nadrukkelijke aanwezigheid van het thema '100 Jaar World Travel Market (WTM) in Londen (november 2012) en Internationale Tourist Börse (ITB) in Berlijn (maart 2013).

Om een nog betere wisselwerking met relevante WO I-dossiers te realiseren laat ik in opvolging van het studieresultaat "Herinneringspark 2014-18" onderzoeken hoe twee vervolgoopdrachten kunnen worden uitgewerkt: enerzijds het opstellen van een werkboek 'signalisatie en bebording', dat typografie, grafiek, vorm en materialen beschrijft, en tevens de methode van plaatsing weergeeft, en anderzijds de samenstelling van een typebestek en – meetstaat voor alle huisstijlelementen, zodat een uniforme signalisatie over de hele frontstreek kan gerealiseerd worden.

Budget 2013

Op de begroting 2013 van Toerisme Vlaanderen heb ik 800.000 euro uitgetrokken voor de internationale marketing in het kader van de herdenking van de Groote Oorlog (exclusief het budget dat ik inzet op toegankelijkheid).

1.1.2. De Vlaamse Kunststeden waaronder Brussel

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Er werden 27 projectvoorstellen ingediend, waarvan er 13 voor een totaal subsidiebedrag van 2.021.370 euro werden betaald, met als blikvangers (1) Landing in Brussels: in de bagagehal van Brussels Airport komt een applicatie met 4 schermen waarmee dag en nacht toeristen verwelkomd kunnen worden. Het wordt een voorbeeld van innoverend bezoekersonthaal; (2) 350 jaar Koninklijke Academie voor Schone Kunsten Antwerpen/50 jaar Modeafdeling. Er komen onder meer Fashion Boards, enorme totems die in het straatbeeld zullen verschijnen en het imago van Antwerpen als modestad onderstrepen en (3) Mechelen kinderstad: de stad Mechelen wil zich met dit project profileren als kinderstad met interactieve installaties en losse speelelementen in de Mechelse binnenstad en op de invalswegen. Kinderen tot 12 jaar en hun (groot)ouders kunnen op die manier de stad beleven als een gezinsvriendelijke bestemming.

Beleidsopties 2012-2013

Bij de uitvoering van het impulsprogramma Vlaamse Kunststeden – Brussel zal ik blijven inzetten op twee beleidslijnen (1) het fysieke en virtueel internationaal en meertalig onthaal en (2) de uitbouw van positionerings- en identiteitsversterkende projecten

Toerisme Vlaanderen sluit twee samenwerkingsovereenkomsten af met VisitBrussels.: (1) Voor de organisatie van pers- en tradereizen en fam- en site inspectiontrips sloot het agentschap eerder reeds overeenkomsten met Antwerpen, Gent, Brugge, Leuven en Mechelen. Nu wordt de laatste hand gelegd aan de overeenkomst met Brussel, die op dezelfde leest geschoeid is. en (2) de andere overeenkomst betreft de gezamenlijke aanwezigheid op internationale toerismebeurzen voor professionals zoals WTM in Londen, ITB in Berlijn, IMEX in Frankfurt en EIBTM in Barcelona.

Aangezien Toerisme Vlaanderen een nieuwe beursstand dient aan te besteden werd met VisitBrussels afgesproken om in de toekomst samen beursruimte te huren en een gezamenlijke procedure te starten voor de aanbesteding van het bouwen van de stand. De overeenkomst is op dit ogenblik in onderhandeling.

Budget 2013

Op de begroting van 2013 heb ik een bedrag van 12.020.000 euro voorzien voor de impulsprogramma's Vlaamse Kust, Vlaamse Regio's, Vlaamse Kunststeden en Brussel samen.

1.1.3. De Vlaamse Kust

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Er werden 20 projectvoorstellen ingediend waarvan er 19 voor een totaal subsidiebedrag van 2.270.000 euro werden betoelaagd met als blikvangers: (1) De opwaardering van de Venetiaanse en Koninklijke Gaanderijen Oostende; (2) Lakeside Paradise Knokke: dit project omvat de eerste wakeboard- en waterskikabelbaan in Vlaanderen. Daarnaast is er plaats voor tal van andere watersporten aan een nieuw watersportcentrum op Put De Cloedt, een zoetwaterplas van 11 ha.; (3) Een bookingsite voor vakantiewoningen aan zee: dit project omvat de uitbouw van een echte bookingsite voor de talrijke vakantiewoningen en –appartementen aan de kust. De toerist die aan de kust wil verblijven, zal op de site het hele aanbod kunnen bekijken en rechtstreeks boeken en (4) Beaufort 04, fase 2: 4de editie van de Triënnale voor hedendaagse kunst aan zee, een kwaliteitsvolle cultuur-toeristische trekker voor de kust. De 2de fase van het in 2011 goedgekeurde project heeft als doel de publiekswerking en het publicatiebeleid van Beaufort04 te versterken.

Beleidsopties 2012-2013

Toerisme Vlaanderen werkt aan een toeristische referentiegid voor de kust: een commerciële gids met de toeristisch-recreatieve mogelijkheden die onze kust biedt op het vlak van logies, gastronomie, cultuur, fietsen en wandelen, attracties, musea en evenementen.

Het impulsprogramma Vlaamse Kust ondersteunt in 2013 projecten die helpen een dynamisch kusttoerisme te realiseren, zoals vastgelegd in het Strategisch Beleidsplan voor Toerisme aan de Kust 2009-2014.

Toerisme Vlaanderen start met de voorbereiding van het kustmarketingplan voor de promotie van de Vlaamse kust in de buurlanden vanaf 2014.

Budget 2013

Op de begroting van 2013 heb ik een bedrag van 12.020.000 euro voorzien voor de impulsprogramma's Vlaamse Kust, Vlaamse Regio's, Vlaamse Kunststeden en Brussel samen.

1.1.4. Vlaamse regio's met toeristisch potentieel

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Er werden 34 projectvoorstellen ingediend waarvan er 23 voor in totaal 2.728.630 euro betoelaagd werden met als blikvangers: (1) de herinrichting van het Vlasmuseum Kortrijk: het Vlasmuseum was aan actualisering toe. De stad Kortrijk gaat het museum herprofilen als een vlasbelevingscentrum waar de bezoeker kennismaakt met het verhaal van de vlasindustrie in de Leiestreek; (2) de herwaardering van de site Hertogelijk Paleis Tervuren: erfgoed is 1 van de 4 centrale productlijnen die richtinggevend zijn voor de toeristische ontwikkeling en promotie van Vlaanderen. Een goed voorbeeld van erfgoedontsluiting is de herwaardering en inrichting van de archeo-historische site van het Hertogelijk Paleis van Tervuren ; (3) Manifesta 9: met de impulsprogramma's ontstaat ook de mogelijkheid om evenementen met internationaal potentieel te ondersteunen. Manifesta is een reizende Europese Biennale voor Hedendaagse Kunst. Voor haar negende editie strijkt Manifesta deze zomer neer in het oude mijngebouw van Waterschei in Genk; (4) de plaatsing van belevingswijzers in Turnhout: met dit project biedt de stad niet alleen een uitgaande functionele voetgangersbewegwijzering aan de toerist, maar worden ook belevings- en themazones in het leven geroepen. Het project is een belangrijke ondersteuning voor 'Turnhout Cultuurstad van Vlaanderen

2012' en (5) de herinrichting en modernisering van het toeristisch infokantoor van Dendermonde: dit infokantoor was nog de enige blinde vlek in de toeristische opwaardering van het Stadhuis. Tegen de zomer van 2014, wanneer Dendermonde wil uitpakken met een groots programma rond '100 Jaar Groote Oorlog', zullen alle lopende projecten (Lakenhalle, Belfort, infokantoor) afgerond zijn. Op 20 april 2012 opende ik het nieuwe bezoekerscentrum DRU!F in Overijse. Het bezoekerscentrum is ondergebracht in 'Den Bonten Os', op het Justus Lipsiusplein in het hartje van Overijse. Het bezoekerscentrum speelt in op het groene karakter van de regio, met het Zoniënwoud, de valleien van de IJse en de Dijle, het heuvelachtige land, en wil ook precies dit groene imago van de streek versterken. Daarnaast wil Overijse door het bezoekerscentrum zijn streekproduct, de tafeldruif, promoten als symbool voor de streek.

Beleidsopties 2012-2013

Bij de uitvoering van het impulsprogramma Vlaamse Regio's zal ik inzetten op twee beleidslijnen: (1) Onthaalprojecten in de regio's en (2) Projecten die de positionering en/of identiteit van een stad of regio versterken.

Budget 2013

Op de begroting van 2013 heb ik een bedrag van 12.020.000 euro voorzien voor de impulsprogramma's Vlaamse Kust, Vlaamse Regio's, Vlaamse Kunststeden en Brussel samen.

1.2. Verder ontwikkelen van sterke productlijnen in Vlaanderen

1.2.1. Fietsen, wandelen en ruiteren

Realisatie beleidsopties 2011-2012

FIETSEN

In het kader van het impulsfonds dat ik voor de herdenking van 100 jaar Ronde van Vlaanderen heb opgezet werden 30 projectvoorstellen ingediend waarvan er 15 voor een totaal subsidiebedrag van 2.996.464 euro betoelaagd werden, met als blikvangers: (1) Verbetering infrastructuur en vernieuwing museumaanbod Centrum Ronde Van Vlaanderen om het museumbezoek belevingsgerichter en persoonlijker te maken, zoals audiogidsen, fietsen waarmee je in het museum zelf enkele beruchte hellingen kan beklimmen (simuleren de hellingsgraad), of technologie om je bezoek te koppelen aan bepaalde wielerveden; (2) WieMu Roeselare: het wielermuseum plant een toeristisch wielervederfgoedproject met sterke nadruk op nieuwe technologie en web 2.0-toepassingen. De stad Roeselare wil drie functies realiseren in het WieMu: een bezoekerscentrum, een wielervederfgoedcentrum en een belevingscentrum Wielervederfgoed en (3) 100 jaar Flandriens deel 1 en deel 2 : dit is een gedeeld project van Westtoer (deel 1) en Toerisme Leiestreek (deel 2). Het project trekt de kaart van de verhalen rond de mythische wielerveden uit de streek, de Flandriens, de smaakmakers van De Ronde.

Toerisme Vlaanderen en de vijf provinciale toeristische diensten integreerden in de loop van 2011 de vijf provinciale knooppuntennetwerken in een centrale Vlaamse databank. Zij maakten ook afspraken om deze databank zo actueel mogelijk te houden. Sinds november 2011 kunnen spelers op de private markt een licentie nemen. Met de digitale vrijgave van de provinciale fietsknooppunten willen de provincies en Toerisme Vlaanderen inspelen op de digitale revolutie die de smartphone, tablet en wifi-netwerken ontketen. Door onze fietsnetwerken gratis aan te bieden als open data stimuleren wij de ontwikkeling van kwaliteitsvolle fietsrouteplanners en bieden we een platform aan voor handige en verrassende toepassingen voor de smartphone.

WANDELEN

Er werden vier nieuwe wandelnetwerken geopend zodat Vlaanderen er 69.111 ha wandelgebied heeft bijgekregen: Kempense Heide (maart), Zuid-Dijleland (juni), Kempense Hoven (september) en Kempense Landduinen (november). Toerisme Vlaanderen subsidieerde in 2011 de ontwikkeling van de wandelnetwerken Kempense Meren, Kempense Kolonies, Kempense Netes en Kempense nr.12.

Beleidsopties 2012-2013**FIETSEN**

Op 25 mei 2013 zal het exact honderd jaar geleden zijn dat de eerste Ronde van Vlaanderen gereden werd. Het honderdjarige bestaan van de Ronde biedt een unieke opportuniteit om Vlaanderen als specifieke fiets- en wieleregio op de internationale kaart te zetten. De wielercultuur in Vlaanderen, met de Ronde van Vlaanderen als grootste uithangbord, is een uitgesproken Unique Selling Proposition om mensen naar Vlaanderen te lokken. Toerisme Vlaanderen maakt werk van een strategisch kader voor de toeristische marketing van Honderd jaar Ronde van Vlaanderen, en voert deze uit in 2013.

WANDELEN

Toerisme Vlaanderen heeft op basis van 2 studies en in overleg met de provinciale toeristische diensten landschappelijk aantrekkelijke gebieden afgebakend waarbinnen wandelnetwerken tot stand kunnen komen.

Wat betreft de uitwerking van de wandelnetwerken in de groene regio's blijven we ons engagement opnemen zodat de realisatie van deze netwerken voltooid kan worden. In Vlaams-Brabant voorzie ik een uitbreiding van het wandelnetwerk "Pajottenland", waarvan de opening in september 2013 voorzien wordt. In West-Vlaanderen worden de wandelnetwerken "Ijzervallei" en "Hoppeland" geopend tegen de zomer van 2013. Het wandelproduct komt hoofdzakelijk in aanmerking voor de promotie op de binnenlandse markt, Nederland en de grensgebieden met Duitsland en Frankrijk.

RUITEREN

Toerisme Vlaanderen volgt de voorbereidingen op voor de uitbouw van het ruiter- en mennetwerk De Merode.

Budget 2013

De financiële ondersteuning voor de ontwikkeling van fietsen, wandelen en ruiters geschiedt door de verschillende impulsprogramma's. De promotie ervan is opgenomen in het marketingbudget.

1.2.2. ErfgoedRealisatie beleidsopties 2011-2012

"Erfgoed" is één van de productlijnen die centraal staan in de Internationale Marketingstrategie 2012-2015 van Toerisme Vlaanderen.

Dat erfgoed al centraal staat in de werking van Toerisme Vlaanderen blijkt uit de verschillende erfgoedgerelateerde subsidiedossiers die eerder al ter sprake kwamen. Ik wil in dit lijstje nog het nieuwe Jukeboxmuseum in Menen vermelden, dat ik op 13 april opende, waarvoor ik eerder een subsidie van 180.000 euro toekende. Het museum vond onderdak op het vroegere industrieterrein van het bouwmaterialenbedrijf Roussel. De oude bedrijfsgebouwen behoren tot het onroerend erfgoed dat getuigt van het industriële verleden van de Leiestreek. De industriële site kreeg een nieuwe, zinvolle bestemming en daarmee ook een toekomst. Samen met de voormalige Transfo-centrale in Zwevegem, de Rodenbach-brouwerij in Roeselare, de vlassites in Kuurne en Eperon d'Or in Izegem vormt deze site een netwerk van industrieel erfgoed dat het dagtoerisme in de Leiestreek kan moet versterken.

Het is net dergelijke doordachte "netwerking" en strategische inschakeling van erfgoed die de centrale ambitie moet vormen van een globale Vlaamse "erfgoedtoerismestrategie". Een optimale samenwerking tussen alle bevoegde overheidsagentschappen is cruciaal om hierin nog betere resultaten te boeken.

Om dit te realiseren startten Toerisme Vlaanderen en het agentschap Onroerend Erfgoed twee proefprojecten op, om de mogelijkheden ter zake optimaler in te schatten. Enerzijds zijn de vroegere initiatieven rond "erfgoedlogies" kritisch onder de loep genomen, anderzijds is er gereflecteerd over een nieuwe generatie "monumenteninfoborden". Op basis van de bevindingen van deze proefprojecten en een parallelle, algemene situatie-analyse, ontwikkelde Toerisme Vlaanderen een visienota "internationaal erfgoedtoerisme", met verschillende doelstellingen die in de loop van 2012 en 2013 zullen worden geïmplementeerd.

Ook zeker het vermelden waard is het project ‘Kust omhelsd erfgoed’ van de vzw Dement Oostende, dat subsidie kreeg binnen het Impulsprogramma Kust. De kust heeft een cultuur-historisch patrimonium waar kustbewoners trots op mogen zijn. Het project ‘Kust omhelsd erfgoed’ wil de trots van de kustbewoners over dit patrimonium aanwakkeren en hen meer betrekken bij het kusterfgoed om zo het toeristisch potentieel van het kusterfgoed voluit te ontwikkelen. Het project richt zich in de eerste plaats tot Oostende, maar het concept zal ook beschikbaar gesteld worden van de andere kustgemeenten. Concreet bestaat het project erin er dat stadsbewoners een opleiding tot ‘kusterfhoeder’ kunnen volgen, waarbij ze erfgoedthema’s leren uitwerken tot boeiende verhalen. Deze verhalen kunnen op hun beurt door Toerisme Oostende of Westtoer worden verpakt in nieuwe toeristische producten. De erfgoedinformatie zal tevens door Westtoer geïntegreerd worden in de digitale applicatie ‘West-Vlinderen’, dat de recreant informeert over fiets- en wandelroutes, goede adressen, bezienswaardigheden, logiesmogelijkheden, enz. in de 4 regio’s.

Beleidsopties 2012-2013

In uitvoering van de hoger vermelde visienota zal Toerisme Vlaanderen, samen met de voor erfgoed bevoegde agentschappen van de Vlaamse overheid, onderzoeken hoe het toeristische potentieel van het Vlaamse erfgoed en de aanwezige erfgoedexpertise op een intelligente wijze toeristisch kunnen worden benut. Er zullen samenwerkingsovereenkomsten worden afgesloten, met als eerste bedoeling een “toeristische erfgoedtoets” te ontwikkelen, die moet helpen om het toeristisch potentieel van het aanwezige erfgoed beter op te merken en het strategischer en optimaler te benutten. Parallel met de ontwikkeling van deze toets, worden de mogelijkheden verkend om, in het kielzog van de 25ste verjaardag van de Open Monumentendag (OMD), samen met Herita, de Nieuwe Erfgoedorganisatie (bevoegd voor de organisatie van OMD), een rondetafel te organiseren over deze toets, en de strategische keuzes die gepaard moeten gaan met toeristische erfgoedontsluiting.

De “erfgoedtoets” staat concreet voor het ontwikkelen van een aantal “erfgoedtoeristische” standaarden (bijvoorbeeld voor een nieuwe generatie monumenteninfoborden, “erfgoedlogies” of andere toeristische erfgoedbestemmings- en ontsluitingsvormen), met de ambitie om de implementatie van deze standaarden te stimuleren.

Bokrijk neemt omwille van de destijds gekozen optie tot ontwikkeling van een erfgoedmuseum/park een specifieke plaats in. Het domein heeft nog steeds educatieve en toeristische troeven. Het is wenselijk om over de verdere ontwikkeling en toeristische missie na te denken. Ik wens het denkproces rond de toekomst van Bokrijk mee te ondersteunen.

Budget 2013

De financiële ondersteuning voor de ontwikkeling van erfgoedtoerisme geschiedt door de verschillende impulsprogramma’s. De promotie ervan is opgenomen in het marketingbudget.

1.2.3. Watertoerisme

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Om de vier vaarlussen in de markten te zetten heeft Toerisme Vlaanderen in het voorjaar en zomer 2011 diverse acties ondernomen. In april werd een digitale E-show op respectievelijke websites voor de binnenlandse, Nederlandse en Duitse markt gelanceerd. Daarnaast werd in de binnenlandse en de Nederlandse markt de ‘Vaarlussenbrochure’ verdeeld. Voor de Duitse markt werd de ‘Vaarlussenbrochure’ vertaald naar het Duits.

Beleidsopties 2012-2013

Een belangrijk aspect betreft de kwaliteit van onze jachthavens. In samenwerking met alle andere actoren, zijn zo goed als alle kustjachthavens toegetreden tot “The Yacht Harbour Association” (TYHA). Deze organisatie staat ook in voor de uitreiking van de ‘golden anchors’, een kwaliteitssysteem voor kustjachthavens. Op deze manier worden de kustjachthavens gestimuleerd om een kwalitatief niveau te halen en in de loop van 2012-2013 zullen alle kustjachthavens een erkenning van 1 tot 5 ankers ontvangen.

Naast de ankers bestaat er binnen Vlaanderen ook ‘de blauwe vlag’ die een kwaliteitsniveau aanduidt op het vlak van duurzaamheid. Ik onderzoek de mogelijkheden om de samenwerking met de Bond Beter Leefmilieu uit te breiden zodat naast de Groene Sleutel, ook de blauwe vlag mee ondersteund wordt door Toerisme Vlaanderen.

Het strategisch beleidsplan voor watertoerisme en –recreatie werd in 2011-2012 kritisch bekeken door alle actoren. Op basis hiervan werd beslist dat een nieuw strategisch beleidsplan op dit moment niet noodzakelijk is, maar dat de nodige nieuwe accenten moeten gelegd worden. Ik zal de andere actoren wijzen op het belang van watertoerisme. Het promoten van het watertoerisme is het geven van een belofte naar de toerist toe, daarom is het belangrijk dat eerst het aanbod voldoende ruim en kwalitatief is voor er een uitgebreide promotie kan gevoerd worden.

De binnenvaart door de individuele vaarreiziger kent een positieve trend, getuige hiervan zijn de groeicijfers van de Zuid-Willemsvaart in Limburg.

Ik speel in op de internationaal stijgende trend van het cruisetoeerisme en treedt in overleg met de groepsvaartensector. Toerisme Vlaanderen zal niet meer investeren in de Seatrade beurs in Miami omdat dit evenement eerder op logistieke producten voor rederijen is gericht. De 50-tal decision makers die wereldwijd bepalen hoe de vaarroutes lopen worden zo echter niet voldoende bereikt. Toerisme Vlaanderen plant een meeting met Brugge en Antwerpen om te kijken hoe we op andere wijze wel kunnen stimuleren dat er extra routes langs de Vlaamse havens lopen.

Budget 2013

De financiële ondersteuning voor de ontwikkeling van watertoerisme geschiedt door de verschillende impulsprogramma's. De promotie ervan is opgenomen in het marketingbudget.

1.2.4. Toeristisch onthaal

Realisatie beleidsopties 2011-2012

De toeristische dienst van Gent heeft voor de realisatie van zijn nieuwe toeristische infokantoor, dat op 2 maart 2012 de deuren opende, kunnen rekenen op mijn financiële ondersteuning van 865.000 euro. De multimediale infobox sluit goed aan bij de visie op het gebruik van technologie in het toeristisch onthaal. De infobox draagt bij tot een doordachte en brede dienstverlening voor het onthaal van toeristen. Ook als het Gentse infokantoor gesloten is, vinden bezoekers bijvoorbeeld toch nog informatie op de schermen vlakbij. Voor groepen is er in het STAM een specifieke onthaalbalie en voor toeristen die per trein aankomen, bouwt de toeristische dienst met mijn steun een toeristisch infopunt in het Sint-Pietersstation. De vele kanalen van de Gentse dienst Toerisme gebruiken dezelfde centrale databank: de multimediale tafel in de infobox, maar ook telefonisch onthaal, het STAM, online sites, etc. Zo krijgt de toerist altijd en overal dezelfde actuele info.

Beleidsopties 2012-2013

Ik investeer verder in het uitbouwen van een netwerk waarin internationale onthaalkantoren kennis, inspiratie en informatie uitwisselen. Ik focus daarbij op die locaties en attracties die essentieel zijn om een kwalitatief internationaal onthaal te kunnen garanderen, verspreid over Vlaanderen. Om inspiratie te bieden aan dit netwerk wordt het onthaalkantoor van Toerisme Vlaanderen aan de Grasmarkt 61 aan een update onderworpen. Het is essentieel dat een ruimte die ongeveer 250.000 internationale bezoekers per jaar ontvangt, beantwoordt aan de veranderende verwachtingen van de toerist van morgen en rekening houdt met hedendaagse toepassingen zodat Vlaanderen een voortrekker kan zijn in het verlenen van toeristische informatie. Hiervoor is het noodzakelijk om het bestaande interieur te vernieuwen en waar nodig aan te passen volgens de nieuwe technologieën. Deze herinrichting gebeurt met aandacht voor duurzaamheid, toegankelijkheid en klantbeleving en de operationele functionaliteit van de ruimte. Deze ruimte zal een vitrine zijn voor het vakmanschap van Vlaanderen en is eveneens een weerspiegeling van de internationale marketingstrategie met bijhorende bestemmingen en productlijnen. Het is een toeristische informatie- en inspiratieruimte over Vlaanderen. De analyse die voorafgaat aan het ontwerp van deze renovatie wordt eveneens aangewend om een op kennis gebaseerd kwaliteitskader voor het internationaal onthaal uit te werken.

Vanaf 2013 zal dit kwaliteitskader als advieskader aangewend worden waarbij optimalisatie van de dienstverlening aan (internationale) toeristen centraal staat. De implementatie van dit op kennis- en kwaliteit gebaseerd instrument treedt op ter vervanging van de erkenningen voor informatiekantoren. Toerisme Vlaanderen zal geen erkenningen meer uitreiken aan toeristische informatiekantoren. Een verfijnd onthaalnetwerk beperkt zich niet tot informatiekantoren in steden maar informeert en inspireert de toerist ook op het moment dat hij toekomt op de bestemming.

Budget 2013

De financiële ondersteuning voor de ontwikkeling van het toeristische onthaal geschiedt door de verschillende impulsprogramma's.

1.2.5. Meeting en Incentive

Realisatie beleidsopties 2011-2012

De inspanningen van het congresbureau van Toerisme Vlaanderen om de internationale meeting industry warm te maken voor Vlaanderen of Brussel als meetinglocatie, resulteerden in talrijke vragen om inlichtingen of concrete voorstellen. Gemiddeld leidt ongeveer de helft van de uitgewerkte voorstellen die het congresbureau begeleidt tot een event (meeting, congres, beurs, ...). De geschatte totale economische tegenwaarde van die MICE-activiteiten komt in de buurt van de 5 miljoen euro. Begin 2012 was ongeveer 38% van de voorstellen die het congresbureau begeleidde nog onbeslist.

In de Verenigde Staten werd een medewerker specifiek voor MICE aangesteld die de markt aan het verkennen is en alle MICE-beurzen op die markt beheert.

Voor wat betreft de renovatie van de Koningin Elisabethzaal en de geplande bouw van een congrescentrum in Antwerpen, heeft een voltijds personeelslid van Toerisme Vlaanderen de opdracht om de belangen van de meeting industrie en die van de culturele sector te verenigen.

Toerisme Vlaanderen heeft de KMDA bijgestaan in de uitbouw van het geplande congrescentrum en heeft die rol sinds medio 2011 opgenomen door:

- *aan alle 'client meetings' met het architectenbureau, de begeleidende architecten, de KMDA, de Filharmonie en Antwerpen Toerisme & Congres deel te nemen;*
- *aan alle werkbezoeken aan andere (concert- en) congrescentra in binnen- en buitenland samen met de KMDA deel te nemen;*
- *een eerste versie van business plan 2012-2020 uit te schrijven.*

Beleidsopaties 2012-2013

De beschikbare cijfergegevens over de meetingindustrie beperken zich momenteel voornamelijk tot de cijfers die door de Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie over overnachtingen en aankomsten worden aangeleverd. Daarom plan ik een nieuwe studie over de meetingindustrie.

Samen met Flanders Investment and Trade (FIT) wordt gekeken naar een persoonlijke opleiding van alle personeel in het veld i.v.m. de meerwaarde die Toerisme Vlaanderen kan bieden aan hun contactennetwerk, zowel voor de leisure als – uiteraard – de meetingsector.

Budget 2013

De financiële middelen ter ondersteuning van de promotie van de meeting- en incentiveindustrie zijn opgenomen in het marketingbudget.

1.2.6. Eet- en tafelcultuur in Vlaanderen

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen heeft samen met de vzw Vlaanderen Lekker Land in 2011 de eet-, drink- en tafelcultuur op tal van manieren gebruikt in de promotie van bestemming Vlaanderen. Ik ondersteun de vzw met een subsidie voor toeristische tewerkstellingsprojecten voor 6 voltijdse equivalenten. Voor de binnenlandpromotie vertaalde de samenwerking zich in 2011 in drie acties: 'Ambassadeur van Vlaanderen Lekker Land' waarbij een stad of gemeente haar culinaire troeven toeristisch promootte, 'Fietsen in Vlaanderen Lekker Land', een Vlaanderenbrede campagne rond vijf culinaire rondritten

per fiets aan de ‘ambassadeurs-steden en gemeenten’ en ‘Jong Keukengeweld’ dat aanstormend talent op het vlak van topgastronomie in kaart brengt. Toerisme Vlaanderen promootte de jonge keukenchefs in het buitenland waar mogelijk en organiseerde in samenwerking met Visit Brussels en Wallonie Bruxelles Tourisme (WBT) persreizen in het kader van Brusselious. Bij de eerste persconferentie heeft Toerisme Vlaanderen journalisten uitgenodigd uit Nederland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Duitsland en Oostenrijk. Daarna hebben ook nog veel individuele persreizen plaatsgevonden. De advertentiewaarde van de persartikels voor Brusselious is op dit moment al meer dan 1 miljoen euro.

Beleidsopties 2012-2013

De Ambassadeurs en laureaten van Vlaanderen Lekker Land zullen als lekkerste gemeenten van Vlaanderen ook in 2012 en 2013 gepromoot worden samen met de provincies en media.

In het voorjaar van 2013 is een nieuwe selectie van jonge beloftevolle chef-koks gemaakt door Vlaanderen Lekker Land. Daardoor kunnen de geselecteerde chefs het uithangbord worden van onze Vlaamse gastronomie. Toerisme Vlaanderen ondersteunt de promotie van de jonge chefs in het buitenland door jonge chefs naar buitenlandse events te sturen en door online de chefs mee op te nemen op www.visitflanders.com. Horeca Vorming zorgt voor een gepaste mediatraining van de geselecteerde chefs.

Budget 2013

Het budget voor de rijke eet-, drink- en tafelcultuur zit vervat in de verschillende impulsprogramma's en het marketingbudget van Toerisme Vlaanderen.

Specifiek voor de ondersteuning van de vzw Vlaanderen Lekkerland heb ik een budget van 180.000 euro uitgetrokken op de begroting van Toerisme Vlaanderen.

1.3. Evenementenbeleid

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Naast het subsidiëren van evenementen met een toeristische hefboom voor een betrokken regio of stad, promootte ik evenementen langs pers, trade en consumentenwerking: Naast BRUSSELIOUS, het gastronomie-evenement van Brussel was TRACK een belangrijk evenement voor de stad Gent. Begin januari 2011 zette de Vlaamse regering het licht op groen voor TRACK, een artistieke ontdekkingstocht die de bezoeker niet alleen naar het centrum van de kunststad Gent brengt, maar ook naar 6 iconische wijken en buurten. Toerisme Vlaanderen bracht in mei 2012 een 70-tal buitenlandse journalisten naar Gent. Die buitenlandse journalisten kwamen natuurlijk in de eerste plaats om kennis te maken met TRACK, maar daarnaast stonden er ook ontmoetingen met de curatoren en een aantal kunstenaars op het programma. Geïnteresseerde journalisten en touroperators lieten we kennis maken met andere hedendaagse kunstevenementen die in 2012 in Vlaanderen doorgingen: Beaufort04, Middelheim, Manifesta. In de buurlanden werden deze evenementen ook kenbaar gemaakt rechtstreeks aan de (cultuur)toerist.

Zoals ik in mijn beleidsnota aankondigde, heb ik een project opgestart waarmee we de typische festivalcultuur die leeft bij de jeugd de nodige aandacht schenken. Door de ondersteuning van meer dan 40 festivals tracht ik de positieve beeldvorming over Vlaanderen in het buitenland te sturen. Ik volgde hierbij een inclusieve benadering door de evenementen te absorberen in het Vlaamse toeristische product en actief mee te nemen in de internationale marktwerking. Concreet bracht ik bijna 100 reis- en muziekbloggers naar Vlaanderen en liet hen schrijven over onze bestemmingen. De selectie van de festivals gebeurde in samenspraak met het FMiV (Federatie van Muziekfestivals in Vlaanderen) die tevens ook als partner actief bij de benadering van de festivals betrokken is/was.

Beleidsopties 2012-2013

Ik blijf verder inzetten op de ondersteuning van evenementen met een internationale toeristische uitstraling. De vernieuwde aanpak die gebruikt werd in het kader van de festivalcampagne zal grondig geëvalueerd worden en bij een positief resultaat als insteek dienen voor toekomstige promotieacties. Zo zal er worden nagegaan of er in het kader van 100 jaar Ronde van Vlaanderen kan gewerkt worden met wielerbloggers of fangroepen van bekende wielrenners uit het buitenland (die al dan niet ooit de Ronde van Vlaanderen hebben gewonnen).

In het najaar van 2012 staat de opening van de kazerne Dossin in Mechelen op het programma samen met het evenement Newtopia: een internationale tentoonstelling van hedendaagse beeldende kunst, gewijd aan de mensenrechten.

In de aanloop naar 2013 werkt Toerisme Vlaanderen een holebimarketingstrategie uit. Die strategie zal in 2013 in praktijk gezet worden naar aanleiding van de World Outgames en de 6^{de} editie van de Antwerp Pride. Het is een mooie gelegenheid om Vlaanderen in 2013 als holebivriendelijke bestemming te promoten.

In het najaar van 2013 gaat het Red Star Line Museum open in Antwerpen. Toerisme Vlaanderen zal actief communiceren naar consument, pers en trade rond de opening van dit nieuwe museum. Het buitenlandkantoor van de Verenigde Staten plant een sterke marketingcampagne rond de opening van het museum en zal vooral de public relation-kaart uitspelen. Het buitenlandkantoor in de V.S. benadert de opening van het museum vanuit het perspectief van roots tourism (indertijd vertrokken heel wat emigranten naar de Verenigde Staten om er een nieuw, beter leven te beginnen). De andere landen zien het nieuwe museum als een tweede reden na het Museum Aan de Stroom (MAS) om het Eilandje te bezoeken.

Het najaar van 2013 staat in het teken van 2 verjaardagen: 350 jaar Koninklijke Academie voor Schone Kunsten van Antwerpen (KASKA) met een expo in het MAS en 50 jaar Modeacademie met een expo in het Modemuseum (MoMu). De Modeacademie biedt één van de bekendste modeopleidingen ter wereld. In de mode-industrie heeft de Academie een uitstekende reputatie dankzij de vele bekende namen die de school aflevert. Toerisme Vlaanderen wil deze gelegenheid aangrijpen om de reputatie van Antwerpen als modestad verder te versterken.

“Cultuur is een belangrijke, meestal zelfs een essentiële component van de topevenementen in Vlaanderen. Daarom wil ik het evenementenbeleid inschakelen in het internationaal cultuurbeleid van Vlaanderen. Door een samenspel van Cultuur, Buitenlands Beleid en Stedenbeleid met Toerisme kunnen we samen maximaal inzetten op (culturele) topevenementen.”.

Budget 2013

Het evenementenbudget zit vervat in de verschillende impulsprogramma's en het marketingbudget van Toerisme Vlaanderen.

2. Stimuleren van het toeristisch ondernemerschap

2.1. Sterke partnerschappen uitbouwen met de private en publieke actoren

2.2. Implementatie, evaluatie en handhaving van de toeristische decreten

2.2.1. Logiesdecreet

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Vanaf 1 december 2011 is de uitvoering van het Vlaamse Toeristische Logiesdecreet en het Vlaamse Reisbureaudecreet overgeheveld van Toerisme Vlaanderen naar het Departement internationaal Vlaanderen. Het Departement reorganiseerde de verschillende vergunningsdiensten tot één Dienst Toeristische Vergunningen. De handhaving van beide decreten werd ondergebracht in een aparte stafdienst die rechtstreeks rapporteert aan de secretaris-generaal van het Departement.

In totaal hebben 14.346 verblijven zich op 1 augustus 2012 vergund of aangemeld.

<u>Categorie</u>	<u>aantal</u>
<u>Vergunde toeristische logies:</u>	
- Hotels	862
- Gastenkamerexploitaties	502
- Vakantiewoningen	454
- Openluchtrecreatieve terreinen	227
- Vakantielogies (incl. trekkershutten)	78
Totaal	2123
<u>Aangemelde toeristische logies:</u>	
- Gastenkamerexploitaties	497
- Vakantiewoningen	11.544
- Openluchtrecreatieve terreinen	3
- Vakantielogies (incl. trekkershutten)	179
Totaal	12223

Bij de ontwikkeling van het Vlaams LogiesInformatieSysteem (VLIS) werd maximaal ingezet op het realiseren van een 'totaal digitaal dossierbeheersysteem' voor de exploitant/ondernemer, waarbij de exploitant of gemachtigde naast het indienen langs de digitale weg van vergunningsaanvragen en aanmeldingen, ook zijn aanmelding- of vergunningsdossier(s) kan consulteren, beheren en bewerken (ook indien deze dossiers vroeger langs de papieren weg werden ingediend of afgehandeld). Het vergunningenluik van het digitale loket van het VLIS zal in het najaar van 2012 online gaan.

Beleidsopties 2012-2013

Tegen eind 2012 zal de Dienst Toeristische Vergunningen alle toeristische logies die vergund waren onder het Hoteldecreet van 1984 of het Kampeerdecreet van 1993 en reeds administratief werden (her)vergund onder het Toeristische Logiesdecreet, ter plaatse bezoeken en een nieuwe comfortclassificatie toekennen.

Eind 2012 lopen ook de laatste overgangsbepalingen in het Toeristische Logiesdecreet voor kleinschalige toeristische logies af. Vanaf 1 januari 2013 dienen ook toeristische logiesexploitaties met 3 verhuureenheden of kamers te beschikken over een exploitatievergunning.

Op mijn voorstel wijzigde de Vlaamse Regering het toepassingsgebied van de specifieke brandveiligheidsnormen voor kleinschalige logies.

Ik onderschrijf tevens de Prioriteitennota Handhaving die het Departement opstelde en ook voorlegde voor advies aan het adviescomité van het toeristische logies.

Ik zet ook verder in op de ontwikkeling van het VLIS. Vanaf september 2012 wordt de koppeling tussen het VLIS en de Toerismedatabank van Toerisme Vlaanderen getest in functie van de in productiestelling van de koppeling tegen het einde van 2012.

De webservices vanuit het VLIS richting de Kruispuntbank Vakantiewoningen aan Zee van CIB-Kust vzw worden gerealiseerd tegen het einde van 2012 zodat CIB-Kust vzw deze webservices kan integreren in haar kantoorsoftware voor de toeristische verhuurkantoren.

In 2013 wil ik van het VLIS een allesomvattende digitale 'back-office-toepassing' maken.

2.2.2. Reisbureaudecreet

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Ik ondersteunde de sector van de reisbureaus en de toeristische verhuurkantoren door een geïntegreerde campagne 'op vakantie met garantie' ter waarde van 20 000 euro exclusief BTW. Hoogtepunt was het vakantiesalon van Brussel dat een gemeenschappelijke infozone voorzien had voor de sector van de reisbureaus en de toeristische verhuurkantoren. Deelnemende federaties waren ABTO (Association of Belgian Touroperators), VVR (Vereniging Vlaamse Reisbureaus), UPAV (Union Professionnelle des Agences de Voyage), het Garantiefonds Reizen, VLARA (Vlaamse Associatie van Reisagenten) en CIB, afdeling toeristische verhuurkantoren (Confederatie van Immobiliënberoepen).

Bij decreet van 13 juli 2012 houdende wijziging en opheffing van het decreet van 2 maart 2007 houdende het statuut van de reisbureaus zal per 1 januari 2014 de vergunningsplicht voor reisbureaus worden opgeheven.

Beleidsopaties 2012-2013

Ik zal de reissector steunen in het opzetten van een systeem van autoregulering voor de sector.

2.3. Sectorgerichte ondersteuning met betrekking tot professionalisering, vorming en innovatie

2.3.1. Professionalisering

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen realiseerde diverse vormingsinitiatieven, zoals: een webcursus 'Klantgericht communiceren in de toeristische sector', Workshops 'De toerist koopt online' en een inspiratieboekje 'Van vakantiedroom tot vakantieherinnering'

Er werd een samenwerking met de Erasmushogeschool Brussel opgezet voor de ontwikkeling van een 'master class' zakentoeisme.

In samenwerking met de Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling (VDAB) ontplooi ik in 2012 een arbeidsmarktanalyse. Om de afstemming tussen onderwijs en arbeidsmarkt te bevorderen ontwikkelde Toerisme Vlaanderen samen met VDAB een eerste aanzet van sectormonografie toerisme. Om de afstemming tussen onderwijs en arbeidsmarkt te bevorderen ontwikkelde Toerisme Vlaanderen samen met Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling (VDAB) een eerste sectormonografie toerisme.

Beleidsopaties 2012-2013

Ik zal een kwaliteitsradar voor hotels met meet- en feedbackinstrument opstellen. De mogelijkheden om een kwaliteitsradar op bestemmingsniveau op te stellen, worden onderzocht. Een kwaliteitskader voor gidsorganisaties, gekoppeld aan de vermarkting van het gidsaanbod treedt in voege.

In samenwerking met de VDAB zal ik de sectormonografie toerisme afwerken. Doel is om de toeristische sector zo duidelijk mogelijk in beeld te brengen wat betreft tewerkstelling en impact.

Budget 2013

Ik heb in de begroting 137.000 euro voorzien voor het ontwikkelen van de kwaliteitsradar voor hotels en een kwaliteitsradar op bestemmingsniveau.

2.3.2. Vorming

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In 2011 organiseerde Toerisme Vlaanderen diverse vormingsactiviteiten zoals een training duurzaam toerisme in het secundair onderwijs, studiedagen in het kader van het Lerend Netwerk Duurzaam Toerisme, Studiedag Groene Sleutel.

Toerisme Vlaanderen heeft zich in 2011 verder ingespannen voor de professionalisering van gidsen en reisleiders door onder meer opleidingen en bijscholingen hulpverlening en workshops rond het gidsen en rondleiden van mensen met een beperking te organiseren.

In overleg met de sector en het Agentschap voor Kwaliteitszorg in Onderwijs en Vorming is een beroepscompetentieprofiel voor gids/reisleider opgesteld. Het overleg met de verschillende gewesten en gemeenschappen leverde enkele mogelijke pistes ter verbetering van het sociaal en fiscaal statuut van de gids en reisleider.

De looptijd van het Europees project Innoguide dat Toerisme Vlaanderen coördineert is momenteel halfweg. De bedoeling van dit project is om lesmodules voor de opleidingen voor gidsen te ontwerpen die in Europese context kunnen gebruikt worden. De Europese Commissie gaf het interimrapport een score van 8/10, wat zeer hoog is. Een eerste output van dit project is het Innoguide onderzoeksrapport dat online te raadplegen valt: <http://www.innoguidetourism.eu/index.html>

Beleidsopaties 2012-2013

In het kader van de procedure voor Elders Verworven Competenties (EVC-procedure) start ik begin 2013 met de overdracht van het door Toerisme Vlaanderen ontwikkeld materiaal (dit omvat o.m. sjablonen voor bekwaamheidsattesten, sjabloon portfolio, vorming voor coaches en assessoren die mee begeleiden en jureren, beheersingsproeven per competentie,...) naar onderwijs/opleidingsverstrekkers. Toerisme Vlaanderen blijft wel het meldpunt van aanvragen.

Toerisme Vlaanderen laat samen met Horeca Vorming Vlaanderen en VDAB een haalbaarheidsstudie uitvoeren over het concept “Werkervaring opdoen in Toerisme”. Dit project heeft als achterliggende doelstelling het bevorderen van de bekendheid en de aantrekkelijkheid van toeristische beroepen.

In het kader van een betere afstemming tussen Onderwijs en Werk zal er een ontwerp van beroepskwalificatiestructuur in toerisme worden opgesteld.

Budget 2013

Ik heb in de begroting 74.000 euro voorzien voor vormingsinitiatieven.

2.3.3. Innovatie

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In het kader van “Vlaanderen in Actie” werd onder het motto “de toerist van morgen” op 12 december 2011 een rondetafel georganiseerd. 272 deelnemers discussieerden er over de belangrijkste uitdagingen voor toerisme, gingen aan de slag in creatieve workshops en lieten zich inspireren door dwarsdenkers. Dit leidde tot tientallen ideeën, aanbevelingen en suggesties die we hebben gebundeld in zeven conclusies, die aan de Vlaamse Regering werden voorgelegd: (1) Gratis online is een absolute must voor toerisme (2) Vlaanderen moet een authentieke beleving aanbieden aan toeristen (3) Onze klanten nog beter leren kennen: het belang van kennis op maat (4) Kennisuitwisseling moet worden bevorderd (5) Toegevoegde waarde creëren vereist creativiteit en samenwerking (6) De voorbeeldrol van de digitale overheid (7) Eenvoud siert, ook bij de overheid.

Beleidsopaties 2012-2013

Toerisme Vlaanderen start volgende innovatieprojecten op: (1) “Toerisme in 2034”: hoe zal toerisme er over twintig jaar kunnen uitzien en (2) “Vlaanderen door andere ogen”: het uitbouwen van een methode om te onderzoeken hoe buitenlanders naar de bestemming Vlaanderen kijken.

Toerisme Vlaanderen gaat partnerschappen aan om innovatie te stimuleren bij de toeristische ondernemers: (1) partnerschap met UNIZO en Horeca Vlaanderen rond het project: Roadshow ‘Beter ondernemen in Toerisme’ en (2) Partnerschap met Flanders InShape en Design Vlaanderen rond het partnerschapsproject: Service design binnen de toeristische sector: een project over het ontwerpen van

een uitzonderlijke maar ook efficiënte dienstverlening die de klanten een uniek gevoel geven gedurende hun vakantie/verblijf. Dit is een topprioriteit voor de toeristische sector en service designers, experience designers, binnenhuisarchitecten, verlichtingsontwerpers enz. kunnen hierbij helpen. Gedurende het peterschapsproject worden tijdens een tiental sessies inspirerende voorbeelden en het belang hiervan aangetoond.

2.3.4. Dagtoerisme en toeristische attracties

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Ik heb een subsidie van 2.950.000 euro toegekend aan de Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde van Antwerpen (vzw KMDA) voor de heraanleg van de Zuidoostelijke hoek (Zone Z) van de Zoo van Antwerpen (hoek van de Ommeganckstraat en de Ploegstraat). De totale investering zal ongeveer 18 miljoen euro bedragen. De KMDA wil de zogenaamde zone Z, de zuidoostelijke hoek van de Antwerpse Zoo, in zijn geheel aanpakken. Het project beoogt een totale vernieuwing tegen 2015. Bedoeling is er onder andere een nieuw restaurant te bouwen en enkele nieuwe dierenverblijven te vestigen. Het neushoorn-, runder- en het lamagebouw zijn aan renovatie toe en ook de restauratie van de Egyptische tempel met de verblijven van de olifanten en de giraffen is in het project opgenomen. Tot slot krijgt ook de buitenaanleg in deze zone een grondige facelift. De Zoo wil de historische tuin dan ook maximaal valoriseren.

Op 30 maart 2012 opende de nieuwe toeristische attractie 'De Sixties' in het domein Bokrijk. 'De Sixties' stelt het dagelijkse leven tijdens de periode 1958-1973 voor: bezoekers kruipen in de huid van een reëel personage en beleven de sixties door middel van interactieve elementen en multimediale technieken. Je keert er als het ware terug in de tijd. Voor de uitwerking van het project kon de vzw Bokrijk rekenen op een subsidie van 898.000 euro van Toerisme Vlaanderen. Bokrijk is met zijn 750.000 bezoekers per jaar een belangrijke toeristische trekpleister. Met 'De Sixties', een weersonafhankelijke attractie die het hele jaar open is, mikt Bokrijk nu op ongeveer 75.000 extra bezoekers per jaar. Het gaat om een vernieuwend, innoverend project: de tijd van toen laten herbeleven door gebruik te maken van technologie die toen nog niet bestond.

Beleidsopties 2012-2013

Ik zal de promotie van de daguitstappen en toeristische attracties blijven ondersteunen.

Budget 2013

Op de begroting van Toerisme Vlaanderen heb ik een budget van 75.000 euro uitgetrokken voor de structurele ondersteuning van de vzw Toeristische Attracties.

2.3.5. Horeca

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Begin mei 2012 lanceerde Toerisme Vlaanderen de oproep 2012 voor het indienen van dossiers voor het verlenen van investeringssubsidies aan vergunde toeristische logiezen. In 2012 komen volgende 2 logiescategorieën in aanmerking voor betoelaging (1) Vakantiewoningen: voor investeringen in comfortverhoging, in kindvriendelijke infrastructuur en in toegankelijkheidswerken voor personen met een handicap en (2) Openlucht recreatieve terreinen: voor de aanleg en inrichting van kampeerautoterreinen, kampeerautoplatsen en voor de aanleg en voorzieningen voor sport en spel om de kindvriendelijkheid van het openlucht recreatieve terrein te verhogen.

Beleidsopties 2012-2013

Voor de oproep 2013 tot het verlenen van investeringssubsidies aan vergunde logiezen zal ik mij richten op de hotels en de gastenkamers.

Budget 2013

In de begroting heb ik een bedrag van 1.000.000 euro ingeschreven voor de investeringssubsidies.

2.3.6. Kampeertoerisme, kampeerautotoerisme en vakantieparken

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In totaal ontvingen 24 logies het label van kampeerautovriendelijk logies.

In Nederland en Vlaanderen werd een succesvolle actie opgezet ter promotie van het kampeerautovriendelijk label, m.n. 2 nachten voor 10 euro.

Beleidsopties 2012-2013

Ik ontwikkel een nieuwe kampeerkaart met aanduiding van de kampeerterreinen die het kampeerautovriendelijk label hebben.

Om een verkeersbord voor kampeerauto's op te nemen blijf ik ijveren voor een aanpassing van de federale wegcode. Van zodra de wegcode is aangepast, vraag ik aan Toerisme Vlaanderen om initiatieven te nemen met betrekking tot een gecoördineerd kampeer- en parkeerbeleid tussen de kustgemeenten.

2.3.7 Plattelandstoerisme en stedelijke gastenkamers

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In het kader van de gesprekken rond de promotie op de binnenlandse markt heeft de vzw plattelandstoerisme in Vlaanderen haar werking uitgebreid naar alle vergunde logies in Vlaanderen. De naam van de vzw is veranderd in Logeren in Vlaanderen vzw. Zij blijven wel een beroepsfederatie voor de kleinschalige logies in Vlaanderen. Ik ondersteun de werking door een toeristisch tewerkstellingsproject.

2.3.8 Uitgaand toerisme

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In mei 2011 werd de evaluatie van het reisbureaudecreet voorgesteld in het Vlaams Parlement.

Beleidsopties 2012-2013

Ik zal de reissector ondersteunen in het opzetten van een systeem van zelfregulering.

3. Realiseren van een krachtig marketingbeleid per macroproduct in functie van het verhogen van het economisch rendement

3.1. Evaluatie internationaal strategisch marketingplan

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen heeft in 2010 en begin 2011 een nieuw internationaal strategisch marketingplan uitgewerkt in overleg met de sector. In het voorjaar van 2011 trok Toerisme Vlaanderen langs de vijf Vlaamse provinciehoofdsteden en Brussel om het plan voor te stellen en af te toetsen tot op lokaal niveau. Toerisme Vlaanderen nodigde al zijn partners, inclusief commerciële organisaties (hotels, congrescentra, vliegtuigmaatschappijen, toeristische attracties...) uit. In totaal bereikte de roadshow circa 250 geïnteresseerden. Na verwerking van de feedback publiceerde Toerisme Vlaanderen het definitieve plan in oktober 2011.

Beleidsopties 2012-2013

Het Internationaal Strategisch Marketingplan 2011-2015 geeft sinds 1 januari 2012 richting aan de internationale marketingwerking.

3.2. Focusstrategie in buitenlandmarketing

3.2.1. Primaire markten

NEDERLAND

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In het najaar van 2011 werd in Nederland de sterke online strategie voort verankerd in de consumentencampagne en werd de centrale positionering – het baanbrekend vakmanschap – in de verf gezet. In het najaar gebeurde dit vooral door twee thematische campagnes voor de kunststeden en de kust.

Bij de opening van het MAS in Antwerpen in het voorjaar van 2011 werden diverse (groeps)persreizen georganiseerd. De perswerking van Toerisme Vlaanderen leverde in Nederland een totale mediawaarde van 12.644.000 euro op, enkel in print. In het voorjaar van 2012 vonden er ook groepsreizen plaats naar aanleiding van de opening van het In Flanders Field Museum in Ieper en de tentoonstellingen Track en Beaufort04.

Toerisme Vlaanderen ontwikkelde in 2011 een bijzondere jaarcampagne: onder het motto 'Vlaanderen daagt uit' stellen Vlaamse smaakmakers drie bekende Nederlanders op de proef in de macrobestemmingen. De Nederlandse consumenten worden online aangemoedigd om op de site www.vlaanderendaagduit.nl te stemmen op de uitdagingen die zij uitgevoerd willen zien. 875 000 bekeken filmpjes op het Toerisme Vlaanderen NL YouTube-kanaal, meer dan 20 000 uitgebrachte stemmen en een pak extra media-aandacht zijn het voorlopige resultaat van de campagne begin juni 2012.

Toerisme Vlaanderen zette in Nederland een unieke samenwerking op tussen vijf tour- en online operatoren met een substantieel aanbod Vlaanderen. Bookit/Weekendjeweg.nl, de Jong Intra Vakanties, Pharos Reizen, Thomas Cook/Vrij Uit en Sunair Vakanties voerden samen met Toerisme Vlaanderen de hele maand maart 2012 campagne om de Vlaamse steden extra in de kijker te plaatsen, ieder met zijn eigen acties, met als slogan 'Lekker naar Vlaanderen'. De boekingen naar de kunststeden liepen in die periode erg goed, met groeipieken tot 25%. Gezien dit succes wordt de actie herhaald in september en oktober 2012.

Beleidsopties 2012-2013

In het kader van het nieuwe samenwerkingsmodel voor de binnenlandse marketing werd beslist om in het najaar van 2012 de sociale kanalen van de binnenlandmarketing met de bestaande Nederlandse te fuseren. Op deze manier worden deze kanalen efficiënt ingeschakeld en geoptimaliseerd.

De consumentencampagne op de Nederlandse markt wil - conform de nieuwe internationale marketingstrategie van Toerisme Vlaanderen - haar pijlen nog meer richten op aanbevelingsmarketing

en conversatiemanagement. Ook in 2013 wordt er gezocht naar een online campagne die een sterke koepel biedt voor de verschillende productlijnen in Nederland. Naast de krachtige campagnemotor (website, blogsite, ...) worden de e-shows ingeschakeld om aan de vraag van de Nederlandse consument te voldoen en wordt er gefocust op de in Nederland relevante sociale platformen en kanalen. De consument wordt maximaal medezender van de boodschap binnen zijn eigen sociale netwerken. Daarvoor wordt er vertrokken van authentieke Vlaamse kwaliteitsverhalen, uitgaand van baanbrekend vakmanschap met een onmiddellijke link naar de bestemming.

Het merendeel van de Nederlanders verkiest online toeristische informatie, maar diegenen die de brochure (Logeren in) Vlaanderen Vakantieland per post aanvragen, zal het kantoor in Den Haag blijven bedienen.

DUITSLAND

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Vlaanderen zette zich in 2012 in Duitsland op de kaart als aantrekkelijke citytripbestemming dankzij gemeenschappelijke acties met Deutsche Bahn en Germanwings.

In juni organiseerde Toerisme Vlaanderen met het FremdenVerkehrsWirtschaft (FVW) het evenement 'Crazy Days'. Vijftien Duitse reisbureaus werden uitgenodigd om Vlaanderen vijf dagen lang op een andere en actieve wijze te beleven. Het vakblad van FVW ondersteunde deze actie.

Toerisme Vlaanderen was aanwezig op de vakbeurs ITB in Berlijn en nodigde hier 15 Vlaamse exposanten op uit. Toerisme Vlaanderen had zelf 53 afspraken met Duitse contacten.

De persconferentie met Arne Quinze en de persreizen ter gelegenheid van Beaufort04 kenden een groot succes. Toerisme Vlaanderen organiseerde ook de bezoeken van de ploegen van WDR en Arte aan Vlaanderen die resulteerden in reportages.

Toerisme Vlaanderen communiceert naar de tradesector met het halfjaarlijks magazine Flandern In the Picture en naar de consument met Flanders Schöne Seiten.

Beleidsopties 2012-2013

Het reclamebureau voor Duitsland werd in juli 2012 geselecteerd. De start van een aantal grootschalige activiteiten voor de consument wordt dan ook doorgeschoven naar het begin van het derde trimester. Er worden verschillende campagnes voorzien voor de kust, de kunststeden en de groene regio's, waarbij de nadruk op 'meteen boeken' zal liggen.

Toerisme Vlaanderen werkt samen met het reclamebureau een concept en een campagne uit voor 2013, gebaseerd op de internationale marketingstrategie. Toerisme Vlaanderen wil ook strategische samenwerkingen met carriers en touroperators organiseren.

In 2013 zal Toerisme Vlaanderen ook in Duitsland acties opzetten rond de productlijnen Eerste Wereldoorlog en fietsen.

FRANKRIJK

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Na gewerkt te hebben met Design, koos Toerisme Vlaanderen in 2012 voor de productlijn 'gastronomie'.

Dit thema komt aan bod in het jaarlijkse magazine. Daarenboven organiseert Toerisme Vlaanderen maandelijks een Open Tafel met een stad of provincie als gastheer. Zij brengen een lokale chef mee die een lunch bereidt en Toerisme Vlaanderen nodigt telkens Franse journalisten, touroperators en bloggers uit. In september organiseert Toerisme Vlaanderen een public relations-evenement met een Vlaamse chef voor 150 Franse culinaire journalisten.

Nog in 2011 werden (groeps)persreizen georganiseerd voor het MAS en in het kader van gastronomie en mode, onder meer met TV ploegen. De perswerking realiseerde in 2011 een totale perswaarde van 9.000.000 euro. In 2012 werden (groeps)persreizen georganiseerd voor onder meer Track, Beaufort en Brusselicious.

De consumentencampagne 'Theplaceto.be' wordt in 2012 verdergezet. In deze campagne worden de sociale media sterk bewerkt.

Beleidsopties 2012-2013

Toerisme Vlaanderen organiseert in september een groepsreis naar Flanders Fields met touroperators ter voorbereiding van 2014. In 2013 wordt hierop verder gewerkt. De productlijn fietsen zal in fietsminnend Frankrijk onder de aandacht van pers en touroperators gebracht worden. Toerisme Vlaanderen zal ook rond mode werken ter voorbereiding van de 50^{ste} verjaardag van de Antwerpse modeacademie.

Voor de consumentencampagne wordt een concept uitgewerkt dat de productlijnen en de internationale marketingstrategie overkoepelt.

Naast een duidelijke keuze voor online media zal er ook gedrukte brochure verschijnen voor Parijs en omgeving.

VERENIGD KONINKRIJK

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In de eerste helft van het jaar 2012 organiseerde Toerisme Vlaanderen twee belangrijke joint promotions met online touroperators Expedia en Opodo. Er werd voor het eerst op de Ierse markt gewerkt naar aanleiding van de opening van de lijn Cork-Brussel.

Toerisme Vlaanderen neemt deel aan verschillende beurzen. Zo heeft Toerisme Vlaanderen een stand met animatie ingenomen op de gastronomische publieksbeurzen Taste of London. Ook op WTM, de grootste beurs voor de professionele sector, zal er een stand van Toerisme Vlaanderen zijn. Flanders Fields zal er een belangrijk thema zijn.

Dankzij de aanstelling van het reclamebureau zet Toerisme Vlaanderen vanaf juli geïntegreerde marketingactiviteiten voor de consument op. De consument zal langs een radiocampagne met de macrobestemmingen en productlijnen in aanraking komen. Een affichecampagne in de Londense metro en in de pers zal hierop aansluiten.

In het najaar is Toerisme Vlaanderen de leading partner in de organisatie van een belangrijk evenement voor de Britse pers, The Guardian Travel Awards. In samenwerking met Toerisme Gent en The Guardian, wordt een gala evenement en een weekend voor honderd lezers van The Guardian georganiseerd.

Toerisme Vlaanderen is samen met Flanders House gastheer van het Remembrance concert voor de 1^{ste} Wereldoorlog in november.

Beleidsopties 2012-2013

Toerisme Vlaanderen werkt samen met het reclamebureau een consumentencampagne uit voor 2013, volgens de internationale marketingstrategie. Er wordt een dialoog opgezet met de consument en de professionele sector om de hoge kwaliteit en de authenticiteit van de ervaringen in Vlaanderen in de kijker te zetten. Het hoofddoel is het aantal bezoeken aan de macrobestemmingen te verhogen. In Flanders Fields krijgt extra aandacht in de aanloop naar de periode van 2014 tot 2018. Daarnaast wil Toerisme Vlaanderen inspelen op de vernieuwde interesse voor fietsen en op de levendige modescène in Londen.

SPANJE

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Door de sterke resultaten en continue stijging van het aantal overnachtingen sinds 1999 (van 257.042 tot 636.235 in 2011) werd de Spaanse markt in 2012 als eerste niet-buurland opgenomen als primaire markt in het nieuwe Toerisme Vlaanderen Internationaal Strategisch Marketingplan.

De reeds vroegtijdig opgestarte online/offline strategie voor consument en reisindustrie, werd in 2012 door het Internationale Marketingplan extra ondersteund en verder uitgewerkt.

Tijdens de publieks-vakbeurs te Madrid (FITUR) werden met 45 reisindustrie en 96 media contacten op een efficiënte wijze plannen geconcretiseerd en uitgewerkt. Baanbrekend vakmanschap werd in de consumenten campagne in de verf gezet via de productlijnen. Aandacht en kwalitatieve uitstraling van en voor de bestemming Vlaanderen werd ook bereikt via nauwe samenwerking met belangrijke partners, National Geographics voor de jaarkalender, Lonely Planet voor de algemene brochure, Conde Nast Traveler reispas en televisie programma's zoals o.a. "Madrileños en el mundo". De online e-academy voor reisagenten werd een succes en reeds 408 "Maestro de Flandes" diploma's werden uitgereikt, samen met interessante reisvoorwaarden naar Vlaanderen. De social media

kanalen (web, blog, Facebook, twitter, Flickr en Youtube) werden het klankbord van de authentieke verhalen binnen de kader van het Internationaal marketingplan en de link naar onze bestemming. Dit werd verder ondersteund door een “Erasmus project” voor Spaanse studenten. Hierbij functioneert een Spaanse Erasmus student als lokale correspondent in Vlaanderen en plaatst continu ervaringen, foto’s en video’s op de Toerisme Vlaanderen blog. In 2012 werd voor het eerst een media buyer aangesteld ter aankoop van media kanalen voor de consumenten campagne.

Beleidsopties 2012-2013

De consumentencampagne, in samenwerking met een media buyer, krijgt een nog sterkere segmentering naar doelgroep en timing voor de productlijnen. Daarbij zullen actieve vakanties met de fiets en festivals meer aandacht krijgen via story telling en evenementen (100 jaar Ronde van Vlaanderen) gepaard met een intensieve samenwerking met partners en de Kunststeden.

Speciale aandacht zal gaan naar het persoonlijk aanspreken en betrekken van de potentiële reiziger. Authenticiteit, originaliteit en verbondenheid zowel inzake inhoud als in de wijze van communiceren zal de cruciale uitdaging zijn voor baanbrekend vakmanschap. Hiervoor wordt het succes van het Erasmus project (Erasmus student als lokale correspondent) verder uitgewerkt door in “elke” universitaire kunststad een correspondent te plaatsen en wordt de Erasmusenflandes blog omgedoopt tot een multi-blog. Daarnaast zal de e-academy voor reisagenten (Maestro de Flandes) verrijkt worden met een forum waar reisagenten eigen ervaringen en tips kunnen delen. Verschillende offline toepassingen voor smartphones zullen worden aangepast en gepromoot ter optimalisatie van de reiservaring in Vlaanderen en intensivering van de communicatie binnen de social media en persoonlijke netwerken.

Gezien de ernst van de economische crisis in Spanje zal prijs/kwaliteit vergelijkbaarheid meer dan ooit een belangrijke plaats innemen. De co-promoties en het ondersteunen van online touroperators, travel outlet websites en reisinformatiewebsites (zoals TripAdvisor) staan centraal in de online strategie.

3.2.2. Secundaire en tertiaire markten

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In februari 2011 beslisten Toerisme Vlaanderen en het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen om de krachten te bundelen op de Japanse markt. Beide diensten werkten een gezamenlijk marketingplan uit. Een erg logische beslissing, want in de praktijk combineren de meeste Japanse toeristen Vlaanderen en Nederland maar al te graag als reisbestemming.

Toerisme Vlaanderen opende in maart 2012 een vertegenwoordigingskantoor in Moskou, Rusland met de bedoeling om een stevige voet aan de grond te krijgen op deze sterk groeiende markt. De opening van het nieuwe kantoor kadert in de BRIC-strategie.

Op 1 september 2011 ging de Scandinavia Desk van start. De nieuwe website voor Denemarken en Zweden zal op 1 september 2012 gelanceerd worden.

Beleidsopties 2012-2013

In het najaar van 2012 wordt een analyse van de Braziliaanse markt uitgewerkt en gefinaliseerd.

In de tweede jaarhelft van 2012 wordt in Azië het principe van regiomanagement ingevoerd. Dit houdt in dat voor de regio Azië en India een regiomanager wordt aangesteld die vanuit de regio de kantoren in China, Japan en India aanstuurt, een overkoepelende Aziëstrategie uitwerkt en opportuniteiten in andere Aziatische markten verkent.

Ook zullen in de tweede jaarhelft van 2012 de opportuniteiten in Centraal-Europa vanuit het kantoor in Oostenrijk verkend worden en zal een overkoepelende strategie ontwikkeld worden. De eerste opportuniteiten blijven in Bratislava te liggen en worden in 2012 onderzocht voor actie in 2013.

3.3.Coördinerende rol binnenlandmarketing

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Eind 2011 werden de besprekingen over de aanpak van de binnenlandse markt vanaf 2013 positief afgerond. In overeenstemming met de federatie voor de toeristische industrie (FTI), de provinciale diensten voor toerisme en de kunststeden werd bepaald dat voortaan de provinciale diensten voor toerisme en de kunststeden de promotie op de binnenlandse markt maximaal voor hun rekening nemen.

Toerisme Vlaanderen organiseerde de nodige opleiding en ondersteuning, voorzien voor de provinciale diensten die de brochure en de ondersteunende campagne vanaf 2013 zullen verzorgen.

Alle engagementen die ik aanging voor 2012 werden met succes nagekomen: midden 2012 werden bijna 110 000 exemplaren van de Vlaanderen Vakantielandbrochure verspreid (+40% tov 2011) en tel ik maar liefst 436 inlassingen vanuit de HORECA-sector. De Vlaanderen Vakantiecheque werd aangeboden langs nieuwe distributiekanaal en kende een enorme stijging in verkoopcijfers: er werden in 2011 29.185 cheques verkocht, ofwel een stijging van 16%. Ook in 2012 zet deze positieve trend zich voort. Als kers op de taart won de website www.vlaanderen-vakantieland.be voor de 5^e keer op rij de Clickx award voor Site van het jaar in de categorie Reizen en Toerisme.

Beleidsopties 2012-2013

Alle partijen doen de nodige voorbereidingen om de vernieuwde werking op te starten. Toerisme Vlaanderen bewaakt het merk Vlaanderen Vakantieland en zal zoveel mogelijk resultaten hierover blijven opvolgen.

Verder zijn er door Toerisme Vlaanderen reputatieversterkende acties gepland zoals een nieuwe editie van het inspiratiemagazine Voluit Vlaanderen Vakantieland en o.a. twee reeksen op het tv-programma Vlaanderen Vakantieland: in het najaar 2012 over de ambassadeurs Vlaanderen Lekkerland en de wandelnetwerken. In het voorjaar 2013 is er een reeks gepland over de Ronde 100.

In Nederland zal Toerisme Vlaanderen het merk Vlaanderen Vakantieland blijven inzetten in de promotie voor Vlaanderen als vakantiebestemming.

Budget 2013

Het budget is geïntegreerd in het totale marketingbudget.

4. De volwaardige participatie aan toerisme voor iedere Vlaming mogelijk maken

4.1. Een betaalbaar aanbod voor mensen die in armoede leven

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In 2011 konden 99.884 Vlamingen met een laag inkomen door toedoen van het Steunpunt Vakantieparticipatie op daguitstap gaan of er voor enkele dagen op uit trekken. In de eerste helft van 2012 deden 49.639 mensen een beroep op het Steunpunt. Dit succes is het mooie resultaat van de unieke samenwerking tussen overheid, sociale organisaties, veel vrijwilligers en toeristische ondernemers. Via allerlei vormingsinitiatieven werden de sociale partners (maandelijkse infosessies en publicatie van “Vakantievaardig”) en toeristische actoren ondersteund bij het uitwerken van een gepast aanbod voor mensen in armoede.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie mocht in 2011 in China een nominatie voor de World Leisure Innovation Award - een prijs voor sociale innovatie in vrije tijd – in ontvangst nemen.

Meer deugddoende vakanties voor meer mensen realiseren was het centrale thema van het Forum Vakantieparticipatie in januari 2012, een groeidag voor ideeën die meteen ook de missie van het Steunpunt Vakantieparticipatie voedt. 450 deelnemers brachten hun inzichten samen in meer dan 40 bijzonder diverse werkgroepen.

Het Calypso project ging van start onder de naam FETE: First European Travel Experience.

Verschillende pilootvakanties werden voorbereid, waarbij jongeren in augustus en september 2012 de kans krijgen om – voor het eerst – buiten Vlaanderen op vakantie te gaan. Dit is een samenwerkingsverband tussen de regio's Jämtland Härjedalen (Sweden), Kainuu (Finland), Mecklenburg-Vorpommern (Germany) en Vlaanderen.

Binnen de beleidsprioriteiten van het Vlaams Actieplan Armoede (VAPA) ondertekende Toerisme Vlaanderen een samenwerkingsovereenkomst met het Vlaams Agentschap voor Personen met een handicap (VAPH). De realiteit wijst uit dat vele mensen met een handicap ook in armoede leven.

Via gerichte samenwerking willen beide agentschappen deze doelgroep beter bereiken en informeren. De projecten lokale diensteneconomie werden geëvalueerd. Op basis hiervan heroriënteer ik de klaverbladfinanciering naar de ondersteuning van projecten in het kader van toerisme voor allen. Een oproep voor het indienen van lokale diensteneconomie-projecten is voorzien eind 2012, ten laatste medio 2013.

Ter voorbereiding van de oprichting van Rap op Stap sociale reisbureau's werd een reflectiekamer met alle sociale en toeristische actoren opgericht.

Het Lerend Netwerk voor aanbieders van georganiseerde vakanties kwam verschillende keren samen om ervaringen uit te wisselen. Zij zijn een actieve gesprekspartner in het Toerisme voor Allen overlegforum.

Beleidsopties 2012-2013

Ik blijf het Steunpunt Vakantieparticipatie ondersteunen in 2012-2013 in zijn werking om mensen in armoede een vakantie aan te bieden. We zetten in op de uitbreiding van het aanbod en het motiveren van de toeristische sector om nog meer mensen een deugddoende vakantie aan te bieden.

Meer mensen bereiken is ook de doelstelling van het Rap op Stap. Iedereen met een laag inkomen die vakantiedrempels ervaart kan er terecht voor reisadvies op maat. Op 4 oktober 2012 worden de eerste 'Rap op Stap keurmerken' uitgereikt en zal een vernieuwde oproep gelanceerd worden.

Bijzondere aandacht gaat verder naar vernieuwing van de communicatiekanalen en de gebruiksvriendelijkheid van de website www.vakantieparticipatie.be. Waar alle stakeholders elkaar ontmoeten op het jaarlijkse forum, kan dit in de toekomst ook permanent op de veel interactievere website. Permanente dialoog met alle betrokkenen is de kracht van het Steunpunt Vakantieparticipatie. Ik wil hen hierbij aanmoedigen om dit verder uit te bouwen en relevante samenwerkingsverbanden te verstevigen.

Het Lerend Netwerk voor aanbieders van georganiseerde vakanties verdiept zich in het werken met vrijwilligers. De intentie van het Lerend Netwerk is om de deelnemende organisaties te ondersteunen in hun werking door het delen van ervaringen en organiseren van gerichte vorming.

In december 2012 wordt het EU Calypso project FETE beëindigd. De eindevaluatie zal geleerde lessen en suggesties voor de toekomst bevatten. Samenwerkingsverbanden met buitenlandse partners hebben steeds een win win oogmerk.

In het kader van de herijking van Toerisme voor Allen, wordt de werking van het Steunpunt geëvalueerd en worden actuele behoeften in kaart gebracht en geanalyseerd. Dit moet het mogelijk maken om in de toekomst nog efficiënter en doeltreffender in te kunnen spelen op de noden van wie niet met vakantie kan gaan.

Budget 2013

Op de begroting 2013 van Toerisme Vlaanderen heb ik 294.000 euro uitgetrokken voor de ondersteuning van het Steunpunt Vakantieparticipatie.

In het kader van subsidies Toerisme voor Allen trek ik op de begroting van Toerisme Vlaanderen een budget van 460.000 euro uit voor de werking (vakanties realiseren) en 153.000 euro voor de coördinatoren van sociaal toeristische verenigingen.

Een oproep voor het indienen van lokale diensteneconomie-projecten is voorzien eind 2012, ten laatste medio 2013. Samen met mijn collega bevoegd voor sociale economie wordt een nieuwe oproep in kader van de lokale diensteneconomie onderzocht.

4.2. Een toegankelijk aanbod voor mensen met een handicap, ouderen en zieken

Realisatie beleidsopties 2011-2012

VAKANTIES MET ZORG

De analyse van het zorgdecreet en gesprekken met bevoorrechte getuigen uit welzijnssector (+ verwerking) zijn uitgevoerd. Via deskresearch werd het bestaande aanbod van zorg in Vlaanderen beschreven, gefocust op de facetten van het zorglandschap die relevant zijn voor het toerisme: medische zorg, assistentie (door professionelen en vrijwilligers) en hulpmiddelen. De beleidsactoren, de organisatiestructuur en de financiering van dit aanbod werden onder de loep genomen.

Ik investeerde in de uitbouw van infrastructuur voor vakanties met zorg: De Kleppe in Brakel (250.000 euro in 2011 en een lopende aanvraag voor 2012 van 227.382€), De Dielis in Hamont-Achel (148.800 euro in 2011) en De Pupiter (Oude Kwaremont) in Kluisbergen (441.923 euro in 2011).

TOEGANKELIJK REIZEN

In de tweede helft van 2011 en de eerste helft van 2012 werden samen 403.831 contacten gerealiseerd via de behandeling van infodossiers, unieke bezoeken aan de website www.toegankelijkreizen.be en downloads van infobundels, technische fiches en all-in brochure.

Begin 2012 werd de nieuwe All-in-brochure verspreid in een oplage van 6000 Nederlandstalige exemplaren, 300 Franstalige en 300 Engelstalige exemplaren.

In de tweede helft van 2011 heeft Toerisme Vlaanderen 64 toegankelijkheidslabels uitgereikt; in de eerste helft van 2012 werden 76 labels uitgereikt. Dit brengt het totaal aantal labels sinds de opstart in 2008 op 1014.

In de 1^e subsidieronde van 2012 voor Toerisme voor Allen werden 14 dossiers weerhouden waar het thema toegankelijkheid aan bod komt. Er werd één nieuw dossier ingediend, specifiek voor de realisatie van een nieuw zorgverblijf.

In de 80 subsidiedossiers die begin 2012 ingediend werden bij de Impulsfondsen worden de richtlijnen toegankelijkheid toegepast. Nieuw in 2012 was dat organisatoren van evenementen die een subsidie aanvroegen, een toegankelijkheidsplan moesten opmaken dat geadviseerd werd door vzw Intro.

In functie van het nieuwe logiesdecreet vroeg één vakantiewoning een premie voor toegankelijkheidswerken aan.

Het project 'Groote Oorlog: toegankelijk voor iedereen' wordt financieel ondersteund door Toerisme Vlaanderen en de provincie West-Vlaanderen om de hele vakantieketen in de Westhoek toegankelijk te maken.

Op 25 juni 2012 ondertekenden Toerisme Vlaanderen en het Vlaams Agentschap voor Personen met een Handicap een samenwerkingsovereenkomst. Bedoeling van de overeenkomst is om kansarmen met een handicap te laten genieten van de sociale tarieven voor vakanties. Het Steunpunt Vakantieparticipatie van Toerisme Vlaanderen bemiddelt hierover met de toeristische sector. Het VAPH sensibiliseert en informeert mensen met een handicap en alle erkende Vlaamse voorzieningen en diensten voor mensen met een handicap over dit vakantie-aanbod aan verminderde tarieven.

Beleidsopties 2012-2013

VAKANTIES MET ZORG

In het najaar van 2012 wordt een denktank omtrent vakantie met Zorg opgestart waar vanuit de ervaringen van huidige uitbaters van zorgverblijven en hun welzijnsaanbieders (hulpmiddelen, assistentie, medische ondersteuning) lacunes worden gedetecteerd die aangepakt dienen te worden. Doel is ook het inspireren en activeren van lokale netwerken die instaan voor een toegankelijke vakantieketen. We werken aan het bundelen van informatie over ‘vakantie met zorg’ op een centraal punt.

TOEGANKELIJK REIZEN

Verdere uitbouw van de werking van het Infopunt Toegankelijk Reizen, inclusief de inzet op de sociale media en de verdere realisatie van een Gis-project waarbij alle beschikbare én betrouwbare toegankelijkheidsinfo ook op kaart kan weergegeven worden. Daarnaast zetten we in op het vergroten van de kennis en vaardigheden van gidsen en reisleiders, van baliepersoneel in infokantoren, verblijfaccommodaties en recreatiepunten, via onder andere infosessies en cursusmateriaal in print en digitaal.

Omdat reizen meer is dan een overnachting moet gestreefd worden naar de toegankelijkheid van de volledige vakantieketen: toeristische informatie en onthaal, mobiliteit, toeristische attracties, evenementen, bezienswaardigheden etc. Toerisme Vlaanderen zal het toegankelijkheidslabel dat nu enkel uitgereikt wordt aan logies dan ook uitwerken tot een label dat ook aan andere toeristische relevante infrastructuren kan uitgereikt worden. Vanaf de tweede helft van 2012 tot einde 2013 zullen de vier erkende adviesbureaus een driehonderdtal toegankelijkheidscreenings uitvoeren. In de eerste helft van 2013 zullen de toegankelijkheidslabels voor infokantoren en bezoekerscentra uitgereikt worden. Intussen zal een overleg gestart worden met verschillende beleidsdomeinen (Erfgoed, Cultuur etc.) om een breder draagvlak te creëren voor het label. Een geïntegreerde aanpak en samenwerking tussen verschillende sectoren is ook noodzakelijk om Vlaanderen te ontwikkelen als toegankelijke bestemming. Toerisme Vlaanderen gaat hierover in overleg met Gelijke Kansen in Vlaanderen, dat inzake toegankelijkheid een coördinerende opdracht heeft.

De toegankelijkheidsrichtlijnen zullen integraal deel blijven uitmaken van de subsidievoorwaarden bij subsidies die door Toerisme Vlaanderen worden uitgereikt.

Op basis van de analyse van de toegankelijkheid van de volledige vakantieketen in het kader van het “Groote Oorlog”-project in de Westhoekgemeenten (informatie, onthaal, horeca, recreatie, vervoer, openbare ruimte, ...), zal gedetecteerd worden waar er nog lacunes zijn en welke middelen dienen ingezet te worden om deze weg te werken. Het is belangrijk dat dit project niet los staat van alle andere initiatieven die er in de Westhoek genomen worden op vlak van productontwikkeling, imago en promotie. Het moet er in geïntegreerd worden, en zo een versterking bieden. Nauwe samenwerking met de trekkers en betrokken actoren (Westtoer, Toerisme Westhoek, Westhoekgemeenten, De Lijn,...) is dan ook noodzakelijk.

In het kader van het herijken Toerisme voor Allen wordt de toegankelijkheidswerking geëvalueerd en worden actuele behoeften in kaart gebracht. Dit om in de toekomst nog efficiënter en doeltreffender in te kunnen spelen op de noden van wie drempels ondervindt om met vakantie te kunnen gaan.

Budget 2013

Naast een budget van 238.000 euro voor de toegankelijkheidswerking, zit de financiële ondersteuning van investeringen in toegankelijkheid vervat in de Toerisme voor Allen-subsidies en in de verschillende impulsprogramma's.

4.3. Een ruimer aanbod voor jeugd

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In de loop van 2011 werden 13 bijkomende erkenningen afgeleverd aan jeugdverblijven. Eind 2011 waren er 437 jeugdverblijven met een definitieve erkenning. 135 daarvan beschikken over het jeugdlabel type A, 141 dragen het jeugdlabel type B en 141 verblijven kregen het jeugdlabel C. 20 centra dragen het label hostel. In de eerste jaarhelft van 2012 ontving Toerisme Vlaanderen bijkomend 27 nieuwe erkenningsaanvragen voor sociaal-toeristische verblijven, zowel van bestaande als voor nieuw op te richten accommodaties.

Er werd eveneens werk gemaakt van de kwaliteit van jeugdverblijven en vakantiehuizen via subsidies. In 2011 werden in totaal 73 subsidieaanvragen goedgekeurd. Van de 4,1 miljoen financiële ondersteuning die werd toegekend in 2011, was er 32% bestemd voor moderniseringswerken, 26% voor toegankelijkheidswerken, 17% voor aanpassingen op vlak van duurzaamheid en zorgtoerisme, 14% voor brandveiligheidswerken en 11% voor nieuwbouw.

Toerisme Vlaanderen investeerde in een eerste ronde in 2012 ruim 1,2 miljoen euro in 49 infrastructuurprojecten in Vlaanderen. Het gaat om 46 jeugdverblijven, 2 sociaal-toeristische verblijven voor volwassenen en 1 erkende sociaal-toeristische camping. In opvallend veel dossiers zijn investeringen gepland op het vlak van duurzaamheid. Heel wat uitbaters willen minder energie verbruiken. En dat is ook belangrijk voor de gasten, want de energieprijzen heeft een directe weerslag op de prijs die zij betalen voor hun verblijf. Ook moderniseringswerken, investeringen in brandveiligheid en in kindvriendelijke maatregelen komen vaak terug in de goedgekeurde dossiers. In september 2012 volgt een tweede subsidieronde, waarbij vooral de dossiers van nieuwbouwprojecten aan bod komen.

Op basis van ingediende jaarplannen en bijbehorende kostenramingen werd aan de 10 erkende managementondersteuningspunten 330.202 euro subsidie toegekend voor werkings- en realisatiekosten. Tevens werd een bedrag van 177.875 euro toegekend als tussenkomst in de loonkost van de coördinatoren van deze ondersteuningspunten.

Op 20 april 2012 hechtte de Vlaamse regering op mijn voorstel haar goedkeuring aan het bestek voor een nieuwe jeugdhherberg in de Spoorwegstraat aan het station in Hasselt. Deze beslissing past in de inhaalbeweging jeugdverblijfsinfrastructuur. De nieuwe jeugdhherberg in Hasselt zal een capaciteit hebben van een 120-tal bedden op een bovengrondse oppervlakte van 2500 m².

In december 2011 werd door het aanstellen van een architectenbureau de start gegeven voor de bouw van een nieuwe jeugdhherberg te Kortrijk. De renovatie past in de inhaalbeweging voor het jeugdtoerisme en in de plannen van de Stad Kortrijk om het aanwezige overnachtingsaanbod inzake sociaal toerisme uit te breiden. De vernieuwde jeugdhherberg van Kortrijk zal een capaciteit van 116 bedden hebben en aansluiten bij de actuele jongerencultuur.

De Vlaamse regering gaf op 28 oktober 2011 groen licht voor de realisatie van de uitbreiding van het jeugdverblijfscentrum Brueghel in Brussel. Ondertussen werd de stedenbouwkundige bouwaanvraag van dit project ingediend en is de aanbestedingsprocedure opgestart.

De nieuw te bouwen jeugdhhostels te Oostende en Brugge werden eind 2011 gegund via een Design, Build, Finance (DBF)-formule. Het jeugdhhostel te Oostende zal voltooid zijn in september 2013. Tegen najaar 2014 zullen we ook een nieuw jeugdhhostel kunnen openen in Brugge.

Een ander project dat valt binnen de inhaalbeweging is de renovatie van een deel van het Zwartzusterklooster te Lier tot een nieuw jeugdverblijf. In de eerste helft van 2012 werden de voorbereidingen getroffen om dit project eveneens via DBF-formule aan te besteden.

Ook de voorbereidingen voor het nieuwe jeugdverblijf in Brasschaat werden verdergezet in 2012.

Er wordt momenteel een studie uitgevoerd om de haalbaarheid van een nieuw jeugdverblijf op de citadelsite in Diest in kaart te brengen.

Sinds november 2011 zijn de uitvoeringswerken gestart aan het nieuwe jeugdverblijfscentrum De Hagaard in Overijse. Dit gebouw zal geopend worden in de zomer van 2013.

In het kader van het actieplan jeugdverblijfscentra werden de gemeenten geïnformeerd over de problematiek van de jeugdverblijven; werd de inventaris zonevreemde jeugdverblijven 2011 geüpdatet en werd een eerste aanzet tot afwegingskader voor de zonevreemde jeugdverblijven opgemaakt en voorgelegd aan de taskforce.

Alle erkende jeugdverblijfcentra van het type C en de hostels kregen de mogelijkheid om opgenomen te worden op de consumentenwebsite van Toerisme Vlaanderen.

Toerisme Vlaanderen sloot met Tourist Info for Young People vzw in 2012 een samenwerkingsovereenkomst, met engagements naar het internationaal toeristisch onthaal van jongeren. Ik heb daartoe een subsidie van 80.000 euro toegekend aan de betrokken vzw.

Beleidsopties 2012-2013

Het project herijken Toerisme voor Allen werd in het voorjaar 2012 opgestart. Het projectplan voorziet in het opmaken van een participatiefoto van de doelgroep kinderen en jongeren (reisgedrag/behoefte...) tegen eind december 2012. Tegelijkertijd worden in dit project de bestaande Toerisme voor Allen-instrumenten (subsidies voor animatie en jeugdverblijven, ondersteuning aan de managementondersteuningspunten) geëvalueerd op basis van hun effectiviteit naar het wegnemen van drempels voor kansengroepen, waaronder voor de doelgroep kinderen en jongeren. Deze evaluatie-oefening dient te leiden tot een scherper beeld van de actuele behoeften en oriëntering van de in te zetten instrumenten. Ik blijf verder werken aan het bewaken van de kwaliteit van het bestaande aanbod aan jeugdverblijven en ik zal daarbij met het oog op het aflopen van de overgangperiode van het logiesdecreet bijzondere aandacht schenken aan de toeleiding van de niet-erkende jeugdverblijven naar erkenning.

Ik blijf de professionalisering van de Toerisme voor Allen verblijven stimuleren via ondersteuning aan de managementondersteuningspunten. Toerisme Vlaanderen werkt een methode uit om hun werking en actieplannen op een strategischer niveau te brengen en voor een gestructureerde rapportering.

Ten einde meer jeugdverblijfplaatsen in Brussel te realiseren zal Toerisme Vlaanderen een brief richten naar de Nederlandstalige jeugdverenigingen in Brussel om hen te informeren over de mogelijkheden en te stimuleren om initiatief te nemen.

Na het verkrijgen van de bouwvergunning kunnen ook de werken voor de nieuwe jeugdherberg Bruegel te Brussel opgestart worden.

Ik voorzie in de verdere ondersteuning van de vzw Tourist Info for Young People.

Ik zal het afwegingskader voor de zonevreemde jeugdverblijven verder uitwerken.

De opdracht voor het ontwerp en de realisatie van het nieuwe jeugdhostel te Lier zal nog dit jaar gegund worden. Het einde van de werken is voorzien in de zomer van 2014.

De gunningsfase voor het ontwerp en de realisatie van het nieuwe jeugdhostel te Hasselt werd opgestart door de stad Hasselt en zal binnenkort voltooid worden. De werken zijn voorzien in 2013 – 2014.

Dit jaar zal het bestek ingediend worden voor de jeugdherberg Brasschaat. Het is de bedoeling om tegen de zomer 2013 de gunningsbeslissing te nemen. De bouwvergunning zou tegen eind 2013 verleend kunnen worden.

Op basis van het resultaat van de haalbaarheidsstudie voor een nieuw jeugdverblijf op de citadelsite in Diest zal ik een beslissing nemen over de realisatie van het project.

Budget 2013

Op de begroting 2013 van Toerisme Vlaanderen heb ik 3.900.000 euro uitgetrokken voor subsidies voor de modernisering van erkende jeugdverblijfinfrastructuur in het kader van de uitvoering van het decreet Toerisme voor Allen.

Voor de uitvoering van de lopende beheersovereenkomsten werd een budget van 292.000 euro voorzien voor de ondersteuning van de werkings- en realisatiekosten van de erkende managementondersteuningspunten en 171.000 euro voor de subsidie voor de loonkost van de coördinatoren van de MOP's.

Via het mechanisme van eigen investeringen trek ik 701.000 euro uit op de begroting van Toerisme Vlaanderen voor jeugdverblijfsinfrastructuur.

4.4. Een aantrekkelijk aanbod voor gezinnen met kinderen

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Het onderzoek naar het 'Reisgedrag der Belgen' werd afgerond in het voorjaar 2012. Momenteel loopt een bijkomende analyse naar het reisgedrag van specifieke doelgroepen, waaronder gezinnen met kinderen. Dit wordt afgerond in augustus 2012.

In heel wat aanvragen voor de animatiesubsidies 2011 kwamen kinderen en gezinnen als een duidelijke doelgroep naar voren. Aan 46 verblijven werd een totaal bedrag van 143.000,00 euro toegekend voor het uitbouwen van een betekenisvol belevenisaanbod. Een kangoeroeproject aan de kust werd als goed praktijkvoorbeeld gepresenteerd aan de Managementondersteuningspunten.

Bij de aanvragen voor infrastructuursubsidie in 2012 werd één aanvraag ingediend voor het verhogen van de kindvriendelijkheid van het verblijf (inrichten van een sanitaire ruimte op maat van kleine kinderen).

Beleidsopties 2012-2013

Het project herijken Toerisme voor Allen werd in het voorjaar 2012 opgestart. Het projectplan voorziet in het opmaken van een participatiefoto van de doelgroep gezinnen met kinderen (reisgedrag/behoefte...) tegen eind december 2012.

Ook in de oproep 2013 voor animatiesubsidies leg ik nadruk op kind- en gezinsvriendelijke projecten.

Budget 2013

Op de begroting van Toerisme Vlaanderen heb ik 150.000 euro uitgetrokken voor subsidies voor gezinsvriendelijke animatie in sociaal-toeristische verblijven in het kader van de uitvoering van het decreet Toerisme voor Allen.

4.5. Een duurzaam patrimoniumbeleid van Toerisme Vlaanderen

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Met de opening van de jeugdherberg van Antwerpen voegde Toerisme Vlaanderen 162 bedden toe aan de capaciteit van zijn patrimonium. Toerisme Vlaanderen is eigenaar van 27 domeinen met een erkenning Toerisme voor Allen, met een totale capaciteit van 3441 bedden. De meeste zijn jeugdlogies, maar er zijn ook vier campings bij. De Kompas camping in Oudenaarde werd verkocht. Vier domeinen hebben een Groene Sleutel. 13 domeinen zijn basistoegankelijk (A-label), waarvan 2 het label in 2011 verwierven. Bij nieuwe projecten en grondige renovaties zijn duurzaamheid en toegankelijkheid basisvoorwaarden.

In het kader van de verdere vervreemding van de eigendommen van Toerisme Vlaanderen heb ik de Villa Maritza in Oostende verkocht.

Beleidsopties 2012-2013

Toerisme Vlaanderen beschikt over een ruim patrimonium van voornamelijk jeugdverblijven, campings en recreatiedomeinen. Toerisme Vlaanderen zal een Patrimoniumplan ontwikkelen. Het Patrimoniumplan zal ook nagaan of de domeinen en gebouwen nog steeds voldoende toeristische meerwaarde bieden. Patrimonium waar de toeristische meerwaarde niet kan worden aangetoond kan worden verkocht en de opbrengsten kunnen worden geherinvesteerd in nieuwe toeristische projecten. Bij nieuwe projecten en grondige renovaties blijven duurzaamheid en toegankelijkheid basisvoorwaarden.

5. De efficiëntie en effecten van het werk van de toeristische overheden verhogen

5.1. Herstructureren van het toeristisch beleid op Vlaams niveau

5.1.1. Agentschap Toerisme Vlaanderen herstructureren

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Op 2 december 2011 keurde de Vlaamse regering het laatste regelgevende aspect goed inzake de herstructurering van Toerisme Vlaanderen. Met deze beslissing gaat het toeristische vergunningen-beleid naar het departement internationaal Vlaanderen. Omgekeerd zijn alle subsidies en ondersteuning van de toeristische sector ondergebracht bij Toerisme Vlaanderen. Door de herstructurering schep ik een duidelijke taakverdeling tussen Toerisme Vlaanderen en het Departement internationaal Vlaanderen. Er ontstaan twee herkenbare loketten: een voor vergunningen bij DiV en een voor (financiële) ondersteuning bij Toerisme Vlaanderen.

Geïnspireerd door het programma Slagkrachtige Overheid voorzag de herstructurering van Toerisme Vlaanderen ook in de fusie van de ondersteunende diensten (personeel, financiën, IT en logistiek) van het agentschap met de gelijkaardige diensten van de MOD DAR-iV. Tegelijk schakelde Toerisme Vlaanderen zich in in de organisatiebrede systemen Vlimpers en VONet. Zo worden mogelijkheden gecreëerd tot efficiëntiewinsten binnen de Vlaamse overheid.

Bovenstaande structurele wijzigingen hadden ook een ingrijpende impact op het personeelsbestand van het agentschap. In de maand november 2011 verhuisden de personeelsleden van de afdeling Kwaliteitszorg van Toerisme Vlaanderen naar het Departement internationaal Vlaanderen, en de personeelsleden van de ondersteunende diensten naar de MOD DAR-iV.

De overdracht van de datagegevens van het Steunpunt Toerisme en Recreatie naar Toerisme Vlaanderen werd eind 2011 gerealiseerd.

Op 27 oktober 2011 stelde de Vlaamse Regering op mijn voordracht een nieuw Raadgevend Comité voor Toerisme Vlaanderen aan. De installatievergadering vond plaats op 20 december 2011 en in het voorjaar 2012 volgden de eerste gewone vergaderingen. Daarnaast verbreedde Toerisme Vlaanderen zijn belanghebbendenmanagement door middel van 9 gespecialiseerde fora, die in het voorjaar 2012 alle reeds minstens éénmaal overleg pleegden. Voor elk forum is een specifieke relatiebeheerder aangeduid bij het agentschap. Voor hun agendapunten laten zowel het Raadgevend Comité als de fora zich inspireren door het Strategisch Beleidsplan Toerisme in Vlaanderen-Brussel.

Onder begeleiding van specialisten van onder meer het Agentschap voor het Overheidspersoneel heeft Toerisme Vlaanderen zijn interne werking in de diepte hertekend. Op 1 januari 2012 ging het agentschap van start met een nieuw organogram, geïnspireerd door de nieuwe strategie en taakstelling. Als sluitstuk van de herstructurering stelde Toerisme Vlaanderen een nieuw personeelsplan op met horizon 2015, dat in juni 2012 door de vakbondsvertegenwoordigers positief werd geadviseerd.

Beleidsopties 2012-2013

De herstructurering zal verfijning vergen. Een belangrijke uitdaging nog is de overschakeling van de boekhouding Toerisme Vlaanderen naar het organisatiebrede Orafin. Deze is in onderzoek en voorbereiding.

5.1.2. Kennis uitbouwen

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Naar aanleiding van het bezoek van Taleb Rifai, secretaris-generaal van de UNWTO stelde in de resultaten voor van de Vlaamse toeristische satellietrekening. Een van de belangrijkste verwezenlijkingen van UNWTO voor het toerisme wereldwijd is de ontwikkeling van een methodologie om de economische waarde van het toerisme te meten: de Toeristische Satellietrekeningen (TSA).

Uit het strategisch beleidsplan toerisme in Vlaanderen-Brussel 2020 kwam duidelijk naar voor dat het verzamelen en ontsluiten van kennis fundamenteel zijn voor een goede beleids- en bedrijfsvoering. Toerisme Vlaanderen heeft daarom een kennisagenda opgesteld. In overleg met diverse actoren zijn de indicatoren die nodig zijn voor de beleids- en bedrijfsvoering in kaart gebracht.

Beleidsopties 2012-2013

Het marktonderzoek naar de recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden, de kust en de Vlaamse regio's wordt voorgesteld aan de sector. Tevens worden de resultaten met de diverse deelsectoren daar waar nuttig besproken en beleidsconclusies getrokken.

De kennisagenda moet verder aangevuld worden met concrete afspraken tussen de partners over de verzameling en ontsluiting van de kennisindicatoren. De kennisagenda van toerisme in Vlaanderen wordt gevormd door het geheel van kennisindicatoren, de afspraken met de toeristische partners en leveranciers rond verzameling en verwerking van kennis en de (tijds)afspraken rond ontsluiting en communicatie tussen deze partners. Kennis betreft alle indicatoren en analyses die nodig zijn voor de toeristische beleids- en bedrijfsvoering door Toerisme Vlaanderen en de partners in de toeristische sector. Deze indicatoren worden gestructureerd in 3 clusters: 'Sector', 'Toerist', 'Omgeving'. Ik draag Toerisme Vlaanderen op om de regisseursrol op te nemen en in samenspraak met de partners een concrete timing op te maken van de kennisindicatoren en uitvoering te geven aan de verzameling en verspreiding van deze indicatoren.

De barometers die door het Steunpunt Toerisme werden ontwikkeld zijn overgenomen door Toerisme Vlaanderen. In nauwe samenwerking met de Plantijn Hogeschool, de diverse hotelverenigingen van de kunststeden en de kunststeden zelf en de provinciale toeristische organisaties werk ik aan de vereenvoudiging van de hotelbarometer. In 2013 moet dit leiden tot een grotere participatie aan de hotelbarometer en aan een feedback afgestemd op de wensen van de deelnemende hotels en het beleid.

5.1.3. Vlaamse subsidiekanalen bundelen en integreren in impulsprogramma's

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In het najaar van 2012 hechte de Vlaamse Regering haar principiële goedkeuring aan een kaderbesluit voor toerismesubsidies. Het besluit wil de doelmatigheid van de subsidiëring in de toeristische sector te verhogen. Zo dient de ondersteuning van toeristische projecten enerzijds afgetoetst te worden aan de beleidsprioriteiten van de Vlaamse Regering zoals die in de beleidsnota toerisme worden geformuleerd en anderzijds aan het strategisch beleidsplan voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel. Om die reden wordt naast een financiële verantwoording ook een inhoudelijke (functionele) verantwoording van de aanwending van de subsidies gevraagd. Het aanvragen, het toekennen en het verantwoorden van een subsidie gaat gepaard met administratieve lasten voor zowel de ontvanger als de verstrekker. De lastendruk wordt door dit besluit zoveel mogelijk beperkt. Het biedt een antwoord op de aanbevelingen van het Rekenhof over de subsidiestromen in toerisme (parlementair stuk 37 (2010-2011) nr. 1) en wil de uniformiteit en de rechtszekerheid voor toeristische subsidies bevorderen. Er werd dan ook voorzien in de mogelijkheid om beroep aan te tekenen tegen de niet-ontvankelijkheid van de aanvraag alsook tegen de subsidiebeslissing. Dit besluit zal voortaan de leidraad zijn voor het toekennen van financiële steun aan toeristische projecten.

Beleidsopties 2012-2013

Uitvoering van het kaderbesluit toerismesubsidies.

5.1.4. Duurzaam toerisme

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen en Bond Beter Leefmilieu reikten op 21 maart 2012 een 'Groene Sleutel' uit aan 89 toeristische ondernemingen. 29 ondernemers ontvingen het kwaliteitslabel voor milieuvriendelijke logies en attracties voor de eerste keer. Nieuw is dat ook meetinglocaties en congrescentra de Groene Sleutel kunnen ontvangen..

Groene sleutel per type onderneming en per provincie:

	Antwerpen	Oost-Vlaanderen	West-Vlaanderen	Vlaams-Brabant	Limburg	Totaal
<i>Attracties</i>	7	-	-	-	1	8
<i>Campings</i>	4	3	2	-	2	11
<i>Gastenkamers</i>	-	7	3	1	-	11
<i>Hotels</i>	8	5	5	2	4	24
<i>Jeugdlogies</i>	12	5	7	1	2	27
<i>Vakantiecentra</i>	-	1	-	-	-	1
<i>Meetinglocaties</i>	-	2	1	3	1	7
<i>Totaal</i>	31	23	18	7	10	89

Onder de naam 'TransitBar' met slogan ePositieve groei creëren door positieve samenwerking, werden tussen 30 mei 2012 en 20 juni 2012 vier workshops georganiseerd op vier verschillende locaties. Na een theoretische uiteenzetting over de trends en innovatiemogelijkheden in toerisme gingen de ondernemers zelf aan de slag om te ontdekken hoe creatieve samenwerking kan leiden tot duurzame innovatie. In totaal namen 100 vakantiemakers deel aan de workshops.

Er vonden 4 studiedagen plaats in het kader van het Lerend Netwerk Duurzaam Toerisme. Volgende thema's kwamen aan bod: Duurzaam bestemmingsmanagement, Nationale parken en duurzaam toerisme, Duurzame luchtvaart en Interculturaliteit.

In samenwerking met de nethoofden van het secundair onderwijs werd een traject uitgestippeld om duurzaamheid te integreren in het secundair onderwijs. Er werden 3 studienamiddagen 'Introductie tot duurzaam toerisme' georganiseerd. In een tweede fase werd een training van vier dagen ontworpen waar ingegaan wordt op de thema's Planet, People, Profit en Leisure en het bijhorende didactische materiaal. De reeks van 4 vormingsdagen werden op drie verschillende locaties gegeven. In totaal namen er 172 leerkrachten uit 27 scholen deel.

De werkgroep Duurzaam Recreatief Vervoer, een initiatief van Toerisme Vlaanderen, met vertegenwoordigers uit toerisme en de mobiliteitssector werkte een nota uit met beleidsaanbevelingen rond recreatief verkeer in Vlaanderen.

Beleidsopties 2012-2013

De werking van de Groene Sleutel wordt herbekeken en nieuw marketingmateriaal wordt ontwikkeld.

Er wordt een actieplan opgesteld rond het thema streekproducten en toerisme.

Het Lerend Netwerk Duurzaam Toerisme wordt uitgebreid met leerkrachten uit het secundair onderwijs en er wordt gezocht naar een digitaal lerend platform.

Budget 2013

Ik heb op de begroting een budget van 74.000 euro uitgetrokken voor specifieke acties in het kader van duurzaam toerisme.

5.2. Afstemmen, overleggen en samenwerken met lokale besturen

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In januari 2012 ondertekenden onder meer lokale en provinciale besturen het Toerismepact 2020 en het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen – Brussel. Ook startte Toerisme Vlaanderen in december 2011 het vernieuwde Raadgevend Comité op (cf. 5.3. Strategisch beleidsplan).

Beleidsopties 2012-2013

Binnen het vernieuwd belanghebbendenmanagement van Toerisme Vlaanderen behoud ik een duidelijke positie voor de lokale en provinciale besturen voor, en geef ik aan Toerisme Vlaanderen de opdracht om de wederzijdse engagementen, beschreven in het strategisch beleidsplan, jaarlijks op te volgen.

Daarnaast hebben de lokale en provinciale besturen een belangrijke adviesfunctie bij het uitzetten van de subsidiebundeling in impulsprogramma's. Het strategisch beleidsplan is daarbij de toetssteen.

5.3.Strategisch beleidsplan

Realisatie beleidsopties 2011-2012

In januari 2012 ondertekenden meer dan 150 vertegenwoordigers van de hele toeristische sector het Toerismepact 2020. Daarmee engageren ze zich om samen bij te dragen aan de duurzame ontwikkeling van het toerisme in, naar of vanuit Vlaanderen en Brussel met het oog op meer economisch rendement, tewerkstelling en welzijn.

Het Toerismepact 2020 stelt 6 krachtlijnen voorop. De toeristische actoren scharen zich achter die zes krachtlijnen als centrale waarden die tot een gemeenschappelijk beleid moeten leiden: (1) klantgericht werken: denken vanuit de klant in plaats van vanuit het eigen product; (2) positioneren: de sector zelf of de eigen inbreng, maar ook onze bestemming sterker positioneren; (3) macro-economisch denken: een macro-economische benadering van het toerisme hanteren met het oog op tewerkstelling en rendabiliteit; (4) professionaliseren en innoveren: de sector nog meer professionaliseren en een innovatietraject uitbouwen; (5) samenwerken: het nastreven van meer samenwerking en complementariteit en (6) duurzame ontwikkeling: alles met voldoende oog voor duurzaamheid en participatie.

Het Raadgevend Comité van Toerisme Vlaanderen vervult de rol van stuurgroep ten aanzien van het Strategisch Beleidsplan. Dit Raadgevend Comité werd in functie van de herstructurering van het agentschap vernieuwd.

Beleidsopties 2012-2013

Het Strategisch Beleidsplan bepaalt per actie welke actoren hierin welke rol spelen, het is dus aan deze actoren om voor de uitvoering ervan in te staan.

Voor de globale opvolging werd zoals hoger vermeld het Raadgevend Comité van het agentschap als stuurgroep aangesteld. Deze vergadering zal verder samenkomen volgens de afgesproken agenda. Bovendien zal jaarlijks een Staten-Generaal van het Toerisme worden georganiseerd, waar een globale stand van zaken zal worden gepresenteerd en actuele thema's bediscussieerd kunnen worden met het oog op een verdere uitvoering van het Strategisch beleidsplan. De Staten-Generaal zal voor het eerst georganiseerd worden in de loop van 2013.

5.4.Flankerend beleid

Realisatie beleidsopties 2011-2012

Het departement Ruimtelijke Ordening Woonbeleid en Onroerend Erfgoed organiseerde een reeks partnerdialogen die stuk voor stuk stapstenen zijn in de aanloop naar het nieuwe Beleidsplan Ruimte. Op 6 oktober 2011 werd een derde partnerdialoog georganiseerd waarbij moest nagedacht worden over mogelijke vormen voor de organisatie van de ruimte vertrekkend vanuit bepaalde uitdagingen. De resultaten van de verschillende partnerdialogen hebben mee input gevormd voor het verdere denkwerk rond de opmaak van het groenboek voor het beleidsplan ruimte. Intussen ligt het Groenboek van het Beleidsplan Ruimte voor en dit stelt een nieuwe ruimtelijke visie op Vlaanderen voor. Op 19 juni 2012 werd er nog een partnerdialoog georganiseerd rond dit Groenboek. Toerisme Vlaanderen volgde de verschillende partnerdialogen.

Beleidsopties 2012-2013

Het forum mobiliteit, dat samenkomt in het kader van het belanghebbendenmanagement van Toerisme Vlaanderen, werkt aan een analyse van de huidige situatie op diverse transportplaatsen. Deze analyse resulteert in een reeks van aanbevelingen om een attractief, hedendaags en kwalitatief onthaal op verschillende transporthubs te garanderen en optimaliseren.

Het Groenboek is een goed document met zeer goede uitgangsprincipes, maar voorlopig komt toerisme en recreatie te weinig aan bod. Toerisme Vlaanderen zal, samen met de provinciale toeristische partners en de vzw Vlaamse Kunststeden, het Groenboek grondig doornemen en aangeven wat deze uitgangsprincipes kunnen betekenen voor toerisme en recreatie. Vanuit dit gegeven zal een standpunt gevormd worden vanuit de toeristische sector op dit Groenboek. Dit standpunt zal in het najaar van 2012 overgemaakt worden aan het departement ruimtelijke ordening. Daarnaast engageer ik mij actief om de OCM-Gelijke Kansendoelstellingen te realiseren. Concrete acties m.b.t. het toegankelijk maken van het toeristisch aanbod voor mensen met een handicap en het bevorderen van het holebivriendelijk imago van Vlaanderen zijn opgenomen onder punt 1.3 en punt 4.2 van deze beleidsbrief.

Geert Bourgeois
Viceminister-president van de Vlaamse Regering en
Vlaams minister van Bestuurszaken, Binnenlands Bestuur, Inburgering, Toerisme en Vlaamse Rand.

IV. REGELGEVINGSAGENDA

Regelgevingsagenda Beleidsbrief Toerisme - Beleidsprioriteiten 2012-2013

Titel van het initiatief	Betrokken regelgeving	Eventuele wettelijke deadline	Korte samenvatting van de beleidsdoelstelling(en)	Timing	Wordt er een RIA opgesteld?
Kaderbesluit toerismesubsidies	Besluit van de Vlaamse Regering van 2 april 2004 betreffende de erkenning en financiële ondersteuning van toeristisch-recreatieve projecten en strategische plannen	Geen	Een efficiënt financieringskader scheppen voor de subsidiëring van toeristische projecten	einde 2012	Ja

Besluit klaverbladfinanciering	Decreet lokale diensteneconomie	Geen	Creëren van een reglementair kader voor het toekennen van subsidies in het kader van de klaverbladfinanciering	Einde 2012	Nog te bepalen
Ministerieel besluit tot vaststelling van de subsidieabele uitgaven voor de toekenning van toerismesubsidies	Kaderbesluit toerismesubsidies	Geen	Bepalen van de subsidieabele uitgaven die in aanmerking voor het toekennen van toerismesubsidies	Einde 2012	Niet van toepassing
Ministerieel besluit tot vaststelling van de subsidieabele uitgaven voor de toekenning van investeringssubsidies aan vergunde logiezen	Besluit investeringssubsidies toeristische logiezen	Geen	Bepalen van de subsidieabele uitgaven die in aanmerking voor het toekennen van investeringssubsidies aan vergunde logiezen	Onbepaald	Niet van toepassing

BIJLAGE

V. SAMENVATTING VAN DE BELEIDSINTENTIES 2012-2013

- 1. De aantrekkings- en belevingswaarde van de toeristische bestemming(en) (in) Vlaanderen vergroten**
 - Internationale toeristische promotie voor de herdenking van 100 jaar Grote Oorlog
 - Sluiten van twee samenwerkingsovereenkomsten met VisitBrussels
 - Starten met de voorbereiding van een kustmarketingplan
 - Internationale promotie van de viering van 100 jaar Ronde van Vlaanderen
 - Ontwikkelen van erfgoedtoeristische standaarden
 - Realiseren van een studie over de meetingindustrie
- 2. Stimuleren van toeristisch ondernemerschap**
 - Verdere ontwikkeling van de VLIS-databank
 - Afwerken van een sectormonografie toerisme in het kader van tewerkstelling
 - Aangaan van partnerschappen om innovatie te stimuleren bij de toeristische ondernemer
- 3. Realiseren van een krachtadig marketingbeleid per macroproduct in functie van het verhogen van het economisch rendement**
 - Uitvoeren van de internationale marketingstrategie
 - Implementeren van de vernieuwde werking op de binnenlandse markt
- 4. De volwaardige participatie aan toerisme voor iedere Vlaming mogelijk maken**
 - Evaluatie van de werking van het Steunpunt Vakantieparticipatie
 - Verdere uitbouw van het Infopunt Toegankelijk Reizen
 - Evaluatie van de toegankelijkheidswerking
 - Verder realiseren van actieplan jeugdverblijfcentra
 - Ontwikkelen van een patrimoniumplan
- 5. De efficiëntie en effecten van het werk van de toeristische overheden verhogen**
 - Aanvullen van de kennisagenda toerisme
 - Uitvoeren van het nieuw kaderbesluit toerismesubsidies
 - Organiseren van een Staten-generaal van het Toerisme

VI. UITVOERING REGEERAKKOORD - RESOLUTIES - MOTIES

1. Uitvoering Regeerakkoord “Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden”

Regeerakkoord	Opvolging – Uitvoering
Toerisme biedt kansen tot ontmoeting, persoonlijke verrijking, verdieping van het gezinsleven, natuur- en cultuurbeleving. Toerisme en vakantie dragen zo bij tot het maatschappelijk welzijn. Alle Vlamingen moeten op een volwaardige en door henzelf gekozen wijze kunnen participeren aan het toerisme.	
Vlaanderen moet ervoor zorgen dat er kwalitatieve en betaalbare vormen zijn voor jongeren-, groeps- en gezinslogement, zoals familiehotels, gastenkamers, hoevertoerisme, plattelandstoerisme, jeugdkampplaatsen, kampeerplaatsen. De inhaalbeweging voor jeugdverblijfinfrastructuur wordt voortgezet: we realiseren dus het investeringsplan voor	De inhaalbeweging jeugdverblijfinfrastructuur via directe investeringen en alternatieve financiering door Toerisme Vlaanderen is op kruissnelheid. Op 20 april 2012 hechtte de Vlaamse regering op mijn voorstel haar goedkeuring aan het bestek voor een nieuwe jeugdherberg in de Spoorwegstraat aan het station in Hasselt. In december 2011 werd door

toeristische jeugdverblijfinfrastructuur.	het aanstellen van een architectenbureau de start gegeven voor de bouw van een nieuwe jeugdherberg te Kortrijk De Vlaamse regering gaf op 28 oktober 2011 groen licht voor de realisatie van de uitbreiding van het jeugdverblijfcentrum Brueghel in Brussel. De nieuw te bouwen jeugdhostels te Oostende en Brugge werden eind 2011 gegund via een Design, Build, Finance (DBF)-formule. In Lier werd de start gegeven voor de renovatie van een deel van het Zwartzusterklooster tot een nieuw jeugdverblijf. Ook de voorbereidingen voor het nieuwe jeugdverblijf in Brasschaat werden verdergezet in 2012. Sinds november 2011 zijn de uitvoeringswerken gestart aan het nieuwe jeugdverblijfcentrum De Hagaard in Overijse.
We voorzien in een voldoende groot aanbod aan sociaal toerisme in eigen land en investeren in kleinschalige projecten voor specifieke doelgroepen van mensen die in armoede leven en mensen met beperkingen, zoals zorgvakanties. We bouwen het steunpunt Vakantieparticipatie verder uit.	Ik heb 'zorgvakanties' als prioritair thema inzake toegankelijkheid naar voor geschoven. Nieuwe projecten voor zorgvakantieverblijven krijgen financiële steun via subsidies Toerisme voor Allen en directe investeringen door Toerisme Vlaanderen. Ik investeerde in de uitbouw van infrastructuur voor vakanties met zorg: De Kleppe in Brakel (250.000 euro in 2011 en een lopende aanvraag voor 2012 van 227.382€), De Dielis in Hamont-Achel (148.800 euro in 2011) en De Pupiter (Oude Kwaremont) in Kluisbergen (441.923 euro in 2011).
Vlaanderen moet de toeristische infrastructuur ontwikkelen en aanpassen, rekening houdend met kind- en gezinsvriendelijkheid en toegankelijkheid	Bij het toekennen van de animatiesubsidies leg ik nadruk op kind- en gezinsvriendelijke projecten
Vlaanderen moet een vernieuwend strategisch beleidsplan Toerisme ontwikkelen om zich als duurzame toeristische bestemming op de internationale kaart te zetten. We concretiseren dat plan in een impulsprogramma voor de Vlaamse kust, de kunststeden en de verschillende regio's.	De Vlaamse Regering keurde op 15 juli 2011 het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel goed. Eind januari 2012 hebben zowat alle organisaties uit het toeristisch veld het Toerismepact 2010 ondertekend. Eind 2011 vond de eerste oproep plaats voor het nieuwe geïntegreerde systeem van de impulsprogramma's. Op 26 juni maakte ik de 80 projecten bekend die subsidies ontvangen in het kader van de drie geografische en twee thematische impulsprogramma's van de oproep 2012.
Op de Europese en mondiale markten wordt de troef van de Vlaamse hoofdstad Brussel sterk uitgespeeld. We promoten onze Vlaamse kunststeden als één internationaal toeristisch top-product.	. Het specifieke profiel van onze hoofdstad is verwerkt in het nieuwe Internationale Marketingplan van Toerisme Vlaanderen. Brussel werd ook actief betrokken bij de opmaak van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel
We verhogen welvaart en tewerkstelling door en met toerisme tegen 2020, door de verhoging van de middelen voor toerismebeleid.	
Vanuit de internationale ambitie van Vlaanderen zetten we de marketingmiddelen voor het zaken-	Ik maak een nieuwe studie over de meetingindustrie

en congretoerisme (MICE) efficiënter in. Voor de verdere uitbouw van het MICE-toerisme in en naar Vlaanderen maken we een actieplan op.	
We zorgen voor een afstemming van het toerismebeleid tussen de verschillende Vlaamse overheidsniveaus en voor samenwerking tussen de private sector en de overheden.	Ik heb met ruime inspraak van diverse partners waaronder de lokale en provinciale besturen het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel afgewerkt. In het Witboek Interne Staatshervorming legde ik de krijtlijnen voor de toekomstige rolverdeling tussen de verschillende overheidsniveaus vast. Op het vlak van de binnenlandse toeristische marketing bereikte ik een akkoord met de provinciale, lokale en private partners over de taakverdeling tussen hen en het Vlaamse overheidsniveau.
Vlaanderen zal het toeristisch ondernemerschap versterken en verder inzetten op de professionalisering van de lokale publieke en private sector. Om zijn internationale ambities te blijven waarmaken en aan te sluiten bij de moderne consument stimuleren we innovatie, durf en originaliteit.	Op 12 december 2011 vond de Ronde Tafel 'Innoverend ondernemen in toerisme' plaats, een project in kader van Vlaanderen in Actie. Zij was bedoeld om samenwerking en innovatie in de toeristische sector te stimuleren. –Ik zal partnerschappen aangaan om innovatie te stimuleren bij de toeristische ondernemer
In het kader van een slagkrachtige overheid in Vlaanderen moet er gekozen worden voor een herstructurering van Toerisme Vlaanderen, waarbij het op korte termijn moet uitgroeien tot een sterke, dynamische en minder ambtelijke overheidsinstantie.	In het Belgisch Staatsblad van 8 augustus verscheen het decreet van 8 juli 2011 tot wijziging van de verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen.
De Vlaamse Regering zal, in het kader van een beleidsdomeinoverschrijdend plan rond '100 jaar Groote Oorlog', initiatieven in Vlaanderen nemen en ondersteunen die inspelen op de eeuwherdenking van de Eerste Wereldoorlog specifiek in de frontstreek.	Op de begroting 2010 trok ik 15 miljoen uit voor investeringen ter voorbereiding van de herdenking van WOI. In de begroting 2012 reserveerde ik een bedrag van 5 miljoen euro voor de ondersteuning van evenementen in de periode 2014-2015.
Onze rijke eet- en tafelcultuur en de conservatie, restauratie en ontsluiting van ons erfgoed benutten we als toeristische troeven.	In 2010 sloot Toerisme Vlaanderen een samenwerkingsovereenkomst met de vzw Tafelen in Vlaanderen. Op 9 juni 2011 presenteerde ik het strategisch actieplan voor de Vlaamse eet, drink- en tafelcultuur.
Vlaanderen blijft investeren in fietsroutes en fietsvriendelijke logies en wendt zijn wereldberoemd koerserfgoed, met de Ronde van Vlaanderen op kop, maximaal aan om het fietstoerisme in Vlaanderen internationaal te promoten.	Ik ontwikkel een overkoepelend concept met internationale uitstraling voor de viering van 100 jaar Ronde van Vlaanderen in 2013. Voor het impulsprogramma Wiel(er)erfgoed en De Ronde 100 heb ik 3 miljoen euro vrijgemaakt om projecten te ondersteunen.
Vanuit de Task Force Jeugdverblijven zoekt men naar passende oplossingen voor de zonevreemde jeugdverblijven. Tot slot wordt de sector van en het decreet over de jeugdverblijfsinfrastructuur geëvalueerd en bijgestuurd.	In januari 2010 werd de task force jeugdtoerisme terug opgestart. Op 23 juli 2010 keurde de Vlaamse Regering het verfijnde actieplan jeugdverblijven goed. De Task Force komt meerdere keren per jaar samen om de uitvoering van het actieplan op te volgen.

2. Beleidsnota Toerisme 2009-2014: Met redenen omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering bij de uitvoering van de beleidsnota Toerisme 2009-2014 zoals geformuleerd in het regeerakkoord 2009-2014:

Motie	Opvolging – Uitvoering
1° het IVA Toerisme Vlaanderen te herstructureren tot een krachtige en goed presterende overheidsinstelling;	In het Belgisch Staatsblad van 8 augustus verscheen het decreet van 8 juli 2011 tot wijziging van de verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen. Per 1 januari 2012 worden de taken met betrekking tot de uitvoering van het statuut van de reisbureaus en de logiesverstrekkende bedrijven overgeheveld naar het Departement internationaal Vlaanderen. De ondersteunende diensten van Toerisme Vlaanderen worden met ingang van dezelfde datum geïntegreerd in de MOD DAR-iV.
2° waar mogelijk en nuttig samenwerking na te streven tussen alle betrokken actoren in én buiten het toeristische werkveld;	Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel legt de basis voor een doorgedreven samenwerking tussen de actoren binnen en buiten het toeristisch werkveld en kwam tot stand na intense samenwerking en overleg tussen die actoren.
3° toeristische impulsprogramma's op te stellen en daarvoor de nodige financieringsmechanismen vanuit het beleidsveld Toerisme in te zetten en daarbij: a) de nodige aandacht te besteden aan het 'battlefieldtoerisme' bij de herdenking van '100 jaar Groote Oorlog'; b) ook de Vlaamse kunststeden, inclusief Brussel, flink te promoten; c) daarnaast een klemtoon te leggen op de Vlaamse kust; d) de Vlaamse regio's met toeristisch potentieel op de kaart te zetten, met prioriteit voor de provincie Limburg;	Op de begroting 2010 trok ik 15 miljoen uit voor investeringen ter voorbereiding van de herdenking van WOI en in de begroting 2012 een bedrag van 5 miljoen euro voor de ondersteuning van evenementen in de periode 2014-2015. In 2010 werd het impulsprogramma Vlaamse Kust opgestart De uitvoering van de verschillende impulsprogramma's wordt geïntegreerd in de werking van Toerisme Vlaanderen.
4° een patrimoniumplan van Toerisme Vlaanderen op te stellen met het oog op een duurzaam patrimoniumbeleid en de opbrengst van een eventuele verkoop aan te wenden voor verdere investeringen in verblijfsinfrastructuur in het kader van Toerisme voor Allen.	Vier eigendommen (Kompascamping Oudenaarde, Villa Maritza, recreatiegronden in Berlare, manege Polderwind) werden te koop aangeboden. De camping is in 2011 verkocht. De Gemeenschapszone De Grasduinen in Bredene kreeg een recreatieve functie en ging officieel open in 2011. Het domein Polderwind krijgt een herbestemming in het kader van zorgvakanties.

3. Met redenen omklede motie over de kritiek van het Steunpunt Toerisme en Recreatie op de toeristische marketing van de Vlaamse overheid en over de sterke terugval van buitenlandse toeristen in Vlaanderen in 2009

Motie	Opvolging – uitvoering
1° snel werk te maken van een nieuw toeristisch marketingplan voor binnen- en buitenland en hierbij onze troeven voluit uit te spelen zoals de eet- en tafelcultuur, kunst, mode enzovoort;	Het nieuwe internationaal toeristisch marketingplan is af en wordt sinds begin 2012 uitgevoerd. Voor de binnenlandse toeristische marketing heb ik, mee in uitvoering van het Witboek Interne Staatshervorming, een nieuw samenwerkings-

	model afgesproken met de provinciale toeristische organisaties, de kunststeden en de FTI.
2° het Kunststedenactieplan verder uit te voeren met bijzondere aandacht voor innovatieve projecten;	Het kunststedenactieplan is in 2011 omgevormd tot een impulsprogramma voor de Vlaamse Kunststeden en Brussel.
3° de werking van het Steunpunt Toerisme en Recreatie van de K.U.Leuven te onderwerpen aan een grondige evaluatie.	Op de Vlaamse regering van 27 mei 2011 werd het evaluatierapport van alle Steunpunt (dus ook van het Steunpunt Toerisme en Recreatie) gepresenteerd. Ik heb beslist om geen derde generatie steunpunt voor toerisme en recreatie te realiseren, maar volledig in te zetten op de nieuwe rol van Toerisme Vlaanderen als toeristisch innovatie- en kenniscentrum voor Vlaanderen.

4. Beleidsnota Jeugd 2009-2014: Met reden omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering:

Motie	Opvolging – Uitvoering
2° via de Task Force en in samenwerking met andere bevoegde ministers en administraties een toekomstperspectief uit te werken voor jeugdtoerisme en jeugdverblijven	In januari 2010 werd de task force jeugdtoerisme terug opgestart. Op 23 juli 2010 keurde de Vlaamse Regering het verfijnde actieplan jeugdverblijven goed.

5. Beleidsnota Cultuur 2009-2014: Met reden omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering, bij de uitvoering van de beleidsnota Cultuur 2009-2014:

Motie	Opvolging – Uitvoering
9° afstemming te realiseren tussen de bevoegde ministers voor operationele samenwerking en tussen de verschillende Vlaamse spelers op het internationale toneel, zoals Internationaal Vlaanderen, Flanders Investment & Trade (F.I.T.) en Toerisme Vlaanderen voor de informatie-uitwisseling;	De Vlaamse Regering hechtte in 2010 haar goedkeuring aan de oprichting van het managementcomité internationaal cultuurbeleid – culturele diplomatie waarin alle samenwerking van de verschillende Vlaamse spelers op de internationale Bühne op elkaar worden afgestemd en waarin een visie voor een geïntegreerd Vlaams toevenementenbeleid wordt ontwikkeld.

6. Beleidsnota Onroerend Erfgoed 2009-2014: met reden omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering bij de uitvoering van het beleid inzake het onroerend erfgoed:

Motie	Opvolging – Uitvoering
7° de zorg voor het onroerend erfgoed te integreren in de samenleving en zo een maatschappelijke inbedding te stimuleren en daarbij: a) te focussen op hergebruik en herbestemming; b) synergieën te zoeken met andere beleidsvelden (Cultuur, Onderwijs, Toerisme, Ruimtelijke Ordening, Sociale Economie enzovoort);	Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel is afgetoetst bij de erfgoedsector. In de uitvoering van mijn toeristische impulsprogramma's blijft erfgoed een belangrijke plaats innemen (Het Paleis op de Meir in Antwerpen, de Stroopfabriek in Borgloon, C-Mine in Genk, Fort Liefkenshoek, het bezoekerscentrum voor de Lambiekbieren, het museum-schip Mercator,...). Via het impulsfonds "Groote Oorlog" wordt het oorlogserfgoed voorbereid op een optimale toeristische ontsluiting.

7. Actualiteitsmotie over het onderzoek van het Rekenhof naar de vier budgettair belangrijkste subsidiestromen in het beleidsveld Toerisme

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering:

Motie	Opvolging – Uitvoering
1° de aanbevelingen van het Rekenhof in zijn verslag over de subsidiestromen Toerisme ter harte te nemen; 2° hierbij rekening te houden met de beschikbare mensen en middelen binnen dit beleidsdomein; 3° een werkbaar regelgevend kader uit te werken voor alle subsidiestromen in het toerisme; 4° beslissingen die afwijken van voorstellen van de administratie of van adviesraden en dergelijke uitdrukkelijk te motiveren.	In september het najaar van 2012 hechtte de Vlaamse Regering haar principiële goedkeuring aan een kaderbesluit voor toerismesubsidies. Het besluit wil de doelmatigheid van de subsidiëring in de toeristische sector te verhogen. Zo dient de ondersteuning van toeristische projecten enerzijds afgetoetst te worden aan de beleidsprioriteiten van de Vlaamse Regering zoals die in de beleidsnota toerisme worden geformuleerd en anderzijds aan het strategisch beleidsplan voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel. Om die reden wordt naast een financiële verantwoording ook een inhoudelijke (functionele) verantwoording van de aanwending van de subsidies gevraagd. Het aanvragen, het toekennen en het verantwoorden van een subsidie gaat gepaard met administratieve lasten voor zowel de ontvanger als de verstrekker. De lastendruk wordt door dit besluit zoveel mogelijk beperkt. Het biedt een antwoord op de aanbevelingen van het Rekenhof over de subsidiestromen in toerisme (parlementair stuk 37 (2010-2011) nr. 1) en wil de uniformiteit en de rechtszekerheid voor toeristische subsidies bevorderen. Er werd dan ook voorzien in de mogelijkheid om beroep aan te tekenen tegen de niet-ontvankelijkheid van de aanvraag alsook tegen de subsidiebeslissing. Dit besluit zal voortaan de leidraad zijn voor het toekennen van financiële steun aan toeristische projecten.

8. Motie van aanbeveling tot besluit van de in commissie besproken beleidsbrief Toerisme 2010-2011

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering:

Motie	Opvolging – Uitvoering
1° een ‘Strategisch beleidsplan voor het Toerisme in Vlaanderen 2020’ op te stellen;	Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel werd door de Vlaamse Regering op 15 juli 2011 goedgekeurd. Eind januari hebben zowat alle organisaties uity het toeristische veld het Toerismepact 2020 ondertekend.
2° alle impulsprogramma’s binnen Toerisme decretaal te verankeren in een regelgevend kader als antwoord op de opmerkingen van het Rekenhof, en de uitvoering ervan toe te vertrouwen aan Toerisme Vlaanderen;	In het najaar van 2012 hechtte de Vlaamse Regering haar principiële goedkeuring aan een kaderbesluit voor toerismesubsidies. Het besluit wil de doelmatigheid van de subsidiëring in de toeristische sector te verhogen. Zo dient de ondersteuning van toeristische projecten enerzijds afgetoetst te worden aan de beleidsprioriteiten van de Vlaamse Regering zoals die in de beleidsnota toerisme worden geformuleerd en anderzijds aan het strategisch

	beleidsplan voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel. Om die reden wordt naast een financiële verantwoording ook een inhoudelijke (functionele) verantwoording van de aanwending van de subsidies gevraagd. Het aanvragen, het toekennen en het verantwoorden van een subsidie gaat gepaard met administratieve lasten voor zowel de ontvanger als de verstrekker. De lastendruk wordt door dit besluit zoveel mogelijk beperkt. Het biedt een antwoord op de aanbevelingen van het Rekenhof over de subsidiestromen in toerisme (parlementair stuk 37 (2010-2011) nr. 1) en wil de uniformiteit en de rechtszekerheid voor toeristische subsidies bevorderen. Er werd dan ook voorzien in de mogelijkheid om beroep aan te tekenen tegen de niet-ontvankelijkheid van de aanvraag alsook tegen de subsidiebeslissing. Dit besluit zal voortaan de leidraad zijn voor het toekennen van financiële steun aan toeristische projecten.
3° het project '100 jaar Groote Oorlog' verder uit te bouwen en daarbij een visienota over het evenementenbeleid en een transparant toetsings- en financieringskader op te stellen;	Op de begroting van Toerisme Vlaanderen trok ik 5 miljoen euro uit ter ondersteuning van evenementen die in het kader van de herdenking van WO I in de periode 2014-2015 georganiseerd worden. Toerisme Vlaanderen en het project-secretariaat ontwikkelden een denk- en toetsingskader voor de ondersteuning van evenementen.
4° het huidige kunststedenactieplan om te vormen tot een volwaardig impulsprogramma voor de Vlaamse kunststeden;	Het huidige kunststedenactieplan is in 2012 omgevormd tot een volwaardig impulsprogramma.
5° het Steunpunt Vakantieparticipatie verder te ontwikkelen om aan de stijgende vraag tegemoet te komen en een kwalitatieve vakantiebemiddeling op maat van de doelgroep te kunnen behouden;	
6° in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen de nodige decreetswijzigingen voor te leggen aan het Vlaams Parlement.	In het Belgisch Staatsblad van 8 augustus verscheen het decreet van 8 juli 2011 tot wijziging van de verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen.