Vlaams Parlement

vergadering **C17**
zittingsjaar 2015-2016

Woordelijk Verslag

Commissievergadering

Commissie voor Buitenlands Beleid, Europese Aangelegenheden, Internationale Samenwerking, Toerisme en Onroerend Erfgoed

van 13 oktober 2015

INHOUD

VRAAG OM UITLEG van Johan Verstreken aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over het gebrek aan parkeerplaatsen voor kampeerauto's
– 2610 (2014-2015)
VRAAG OM UITLEG van Steve Vandenberghe aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over het flankerend beleid voor de uitbouw van kampeer-autoterreinen
– 2795 (2014-2015) 3

VRAAG OM UITLEG van Steve Vandenberghe aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over de promotiecampagne 'Rue de la Flandre' in Parijs
– 2793 (2014-2015) 9

VRAAG OM UITLEG van Steve Vandenberghe aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over de keuze voor een beperkt aantal toeristische hef-boomprojecten
– 26 (2015-2016) 12

VRAAG OM UITLEG van Johan Verstreken aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over het gebrek aan parkeerplaatsen voor kampeerauto's
– 2610 (2014-2015)

VRAAG OM UITLEG van Steve Vandenberghe aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over het flankerend beleid voor de uitbouw van kampeerautoterreinen
– 2795 (2014-2015)

Voorzitter: de heer Rik Daems

De voorzitter: De heer Verstreken heeft het woord.

Johan Verstreken (CD&V): De mobilhome of kampeerauto is een populair toeristisch transportmiddel. Dat blijkt uit cijfers van de sectororganisatie European Caravan Federation. In een jaar tijd is de verkoop met 10 procent gestegen. Niet alleen kapitaalkrachtige 50-plussers maar ook jongeren zijn steeds meer gewonnen om er met een mobilhome of een gelijkaardig voertuig op uit te trekken.

– Jan Van Esbroeck treedt als voorzitter op.

Ik heb deze vraag voor de zomer ingediend, maar ook voor de toekomst lijkt het me niet onbelangrijk om dit te blijven opvolgen zodat een en ander kan veranderen.

Aan het begin van het toeristische seizoen werden we opnieuw geconfronteerd met het gebrek aan aangepaste parkeerplaatsen voor mobilhomes. Vooral aan de kust is er een groot tekort maar ook elders in Vlaanderen zijn er niet voldoende parkeerplaatsen, ondanks vele vragen in de commissie Toerisme, resoluties en een actieplan inzake kampeerautotoerisme.

De problematiek werd onlangs nogmaals aangekaart op Radio 2 West-Vlaanderen. Deze problematiek doet zich overal voor. Mobilhomes worden geweerd uit stadscentra, maar aan de kust is er nog een ander specifiek probleem.

Toerisme Vlaanderen en de kampeersector lanceerden samen het nieuwe label 'kampeerautovriendelijke logies' maar voorlopig is de lijst met deelnemende campings nog vrij beperkt. In Oost-Vlaanderen gaat het om één camping en in West-Vlaanderen om slechts twee campings.

Minister, u verklaarde in de beleidsnota Toerisme 2014-2019 dat faciliteiten voor kampeerauto's extra stimulansen zouden krijgen. U wilt bovendien aan de lokale overheden vragen om het aantal parkeerplaatsen voor kampeerauto's uit te breiden.

Minister, wat is de stand van zaken in verband met het gebrek aan parkeerplaatsen voor kampeerauto's? In welke mate hebt u daarover al overleg gehad met de (kust)burgemeesters? Zijn er al maatregelen gepland om het aantal parkeerplaatsen uit te breiden? Indien ja, welke? Ik krijg heel veel klachten. Die mensen gaan ook naar de lokale horecazaken, verteren geld, doen terrasjes, maar om de haverklap krijgen ze verkeersboetes voor overtredingen.

In hoeverre worden bestaande campings gestimuleerd om kampeerplaatsen voor te behouden voor kampeerwagens? Hoe komt het dat er nog weinig campings het label kampeerautovriendelijke logies hebben? Ik weet dat mensen bereid zijn om geld uit te geven om op een goede plaats te staan maar ze worden vaak wandelen gestuurd.

Welke inspanningen worden er geleverd om het aantal kampeerautovriendelijke logies te doen stijgen?

De voorzitter: De heer Vandenberghe heeft het woord.

Steve Vandenberghe (sp·a): Ik ben blij dat de heer Verstreken, die ook aan de kust woont, niet ver bij mij vandaan, partijoverschrijdend deze problematiek wenst aan te pakken.

In de voorbije jaren is de verkoop van kampeerauto's sterk toegenomen. Helaas blijft het voor de eigenaars een moeilijke zaak om er in Vlaanderen mee op reis te trekken, want het aantal kampeerautoplaatsen blijft beperkt. Vooral aan de kust, toch een kampeerbestemming bij uitstek, blijft het aanbod zeer klein. Ook in Bredene, de campinggemeente bij uitstek aan de Vlaamse kust, worden we met die problematiek geconfronteerd.

Dat heeft te maken met een aantal factoren die men onder andere terug kan vinden in het eindrapport van de studie 'Kampeerautotoerisme aan de Vlaamse Kust' uit 2008. Deze studie werd uitgevoerd in opdracht van Toerisme Vlaanderen en de toenmalige minister van Toerisme, Geert Bourgeois. Een van de voornaamste knelpunten die beletten dat er meer plaatsen voor kampeerauto's worden gecreëerd aan de kust, is de lage bereidheid van eigenaars van kampeerauto's om op vergunde plaatsen te staan. Het gaat dan over één op twee eigenaars. Redenen daarvoor zijn het verlies aan vrijheidsgevoel, de hoge kostprijs van de overnachtingen op een vergunde plaats en de aanwezigheid van eigen faciliteiten in de kampeerauto.

Een tweede knelpunt is dat er bij de campingexploitanten koudwatervrees bestaat om over te stappen op aangepaste voorzieningen. Ik heb daarover overleg gepleegd met een aantal kampeeruitbaters uit mijn eigen gemeente.

Slechts twee campings aan de kust halen momenteel het label van kampeerautovriendelijk logies: de campings Kompas in Nieuwpoort en Westende.

Redenen hiervoor zijn onder andere de benodigde investeringen in extra verharding op het terrein, de enorme weersafhankelijkheid van deze logiesvorm en het feit dat deze plaatsen eigenlijk goedkoper verhuurd zouden moeten worden. Bovendien moet de sector afrekenen met oneigenlijke concurrentie als gevolg van wijdverbreid wildkamperen.

Een derde knelpunt is het feit dat de kust een dichtbevolkt gebied is met dure grondprijzen. Hierdoor is het niet evident om een geschikte plaats te vinden voor de aanleg van een nieuw kampeerautoterrein, laat staan om het op korte termijn enigszins rendabel uit te baten.

Kort samengevat, de internationale campingsector is in volle evolutie, maar Vlaanderen dreigt door talrijke knelpunten de boot te missen. Men zou dan verwachten dat de Vlaamse overheid een krachtig flankerend beleid voert dat de toekomst van de kampeersector aan de kust op zijn minst probeert te vrijwaren. Wat lees ik echter als enige maatregel in de beleidsnota Toerisme hierover? Ik citeer: "Bovendien vraag ik de lokale overheden om het aanbod aan kampeerautoterreinen te vergroten in de omgeving van jachthavens of langs de groenblauwe netwerken."

Minister, ik kan u garanderen dat er meer acties nodig zullen zijn om de vele problemen op te lossen waar deze sector mee te maken heeft. Ik zie de lokale overheden trouwens ook niet bij machte om dit probleem eigenhandig en alleen aan te pakken. Ik wil dan ook vragen dat Vlaanderen zijn verantwoordelijkheid opneemt en zelf ook de nodige stimulansen geeft om de uitbouw van het autokampeertoerisme aan de kust aantrekkelijk, financieel haalbaar en rendabel te maken.

Ik had daarom drie concrete vragen voor u. Welke concrete overkoepelende maatregelen zult u nemen om als Vlaamse overheid deze problematiek inzake de beperkte parkeerplaatsen voor kampeerauto's op te lossen?

Wat zult u doen om campings ertoe aan te zetten om maatregelen te nemen of om hun terreinen in te richten specifiek voor kampeerauto's?

Wat zult u doen om de lokale overheden ertoe aan te zetten om kampeerautoterreinen aan te leggen?

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Voorzitter, laat me beginnen met u allebei ietwat gelijk te geven, maar de ene misschien nog wat meer dan de andere. Ik ga akkoord dat de kampeerauto een tweede leven aan het beleven is. Dat is uitermate positief. Op dit moment worden er in België driemaal meer motorhomes verkocht dan caravans. Dat is opvallend. Er zijn ongeveer 50.000 motorhomes ingeschreven. Dit zijn cijfers van de Belgian Caravan-Camping and Motorhome Association (BCCMA), en dat is 17 procent meer dan in 2012. Er is dus zeker sprake van een toenemende populariteit.

De kernvraag is of ons aanbod aan parkeerplaatsen volstaat. Ik geef u even wat cijfers hierover. In Vlaanderen beschikken we over bijna 7400 theoretische vergunde en aangemelde plaatsen voor kampeerauto's. In West-Vlaanderen zou het over ongeveer 3300 plaatsen gaan. Ik spreek natuurlijk opzettelijk over 'theoretische' kampeerplaatsen. We moeten immers een onderscheid maken tussen drie soorten plekken waar kampeerauto's in principe terechtkunnen.

In de eerste plaats zijn er de zogenaamde kampeerautoterreinen, die gedefinieerd zijn in het Logiesdecreet, zoals dat vandaag nog bestaat, en in de bijhorende uitvoeringsbesluiten. In Vlaanderen zijn er 24 vergunde en 11 aangemelde kampeerautoterreinen met in totaal 400 plaatsen. Daarvan liggen er 11 vergunde in West-Vlaanderen met in totaal ongeveer 166 plaatsen. Aan de kust zijn er twee vergunde kampeerautoterreinen: in Nieuwpoort en in Westende. Ze bieden samen plaats aan 63 mobilhomes. Ook daar is er zeker nog ruimte voor verbetering.

Een tweede element zijn de kampeerautoplaatsen op de zogenaamde openlucht recreatieve terreinen, zeg maar de campings, verblijfparken en vakantieparken. Wij hebben in heel Vlaanderen 24 kampeerterreinen met het kampeerautovriendelijk label. Het gaat om de vergunning van ongeveer 200 kampeerautoplaatsen.

Niet alle kampeerautoplaatsen zijn vergund, vandaar dat Westtoer het aantal werkelijke standplaatsen voor motorhomes in juli van vorig jaar heeft geteld. Westtoer kwam uit op 308 standplaatsen aan de kust. Sindsdien zijn er nog ongeveer 60 bij gekomen. Tellen we daar nog eens de 63 standplaatsen op de vergunde kampeerautoterreinen bij op, dan komen we uit op ongeveer 450 plaatsen. Dat is toch al een aanzienlijk cijfer.

En dan houden we nog geen rekening met het feit dat een kampeerauto in principe ook geplaatst kan worden op een zogenaamde 'toeristische kampeerplaats' of een kampeerplaats voor kortkampeerders. Iedere grote camping heeft zulke plaatsen voor kortkampeerders. Het is zo dat iedere grote camping in principe zelfs over 30 van dergelijke kampeerplaatsen voor kortkampeerders beschikt. Kleinere campings worden geacht minstens 15 procent van hun totaal aantal kampeerplaatsen als standplaatsen voor kortkampeerders te voorzien. Dat is toch wel wat capaciteit. Als we dit allemaal in rekening brengen, komen we op een theoretisch aanbod van 7400 plaatsen.

Een derde soort standplaatsen voor kampeerauto's zijn de gewone parkeerplaatsen waar het is toegelaten om een beperkt aantal nachten te overnachten, en die zijn uitgerust met een beperkt aantal voorzieningen zoals een lozingspunt en/of waterkraantje. Deze standplaatsen worden gereguleerd door de gemeente. Elke gemeente beslist autonoom over het al dan niet aanbieden van deze faciliteiten.

Wat dit laatste type kampeerplaatsen betreft, kan ik u nog meegeven dat lokale besturen, en dat geldt ook aan de kust, soms wat koudwatervrees hebben om gratis overnachtingsplaatsen op een parkeerterrein aan te bieden. Ik heb daar alle begrip voor, want op korte termijn rendeert dat niet, die bezoekers geven immers niets uit op het moment van overnachting. Toch moet ik dit nuanceren. Uit buitenlandse studies, zoals een studie van het Nederlandse Kenniscentrum Kusttoerisme blijkt dat ook een aantal gratis plaatsen moet worden aangeboden naast de betalende. Uit onderzoek blijkt dat meer dan 90 procent van de 'camperaars' kiest voor een speciaal daartoe voorziene locatie. Dat kan een camping of een specifieke overnachtingsplaats voor campers zijn. Wildkamperen is uitstervende. Daarover bestaat een misvatting. In onze contreien stellen we vast dat het wildkamperen absoluut is afgenomen. Het is natuurlijk ook zo dat ook lang niet alle gewone parkeerplaatsen in aanmerking komen als standplaats voor kampeerauto's, want je moet ook rekening houden met de verkeersafwikkeling, mogelijke overlast en dergelijke meer.

De vraag naar extra parkeerplaatsen aan de kust en bij uitbreiding in heel Vlaanderen, is niet nieuw. Ik geef u even een overzichtje van wat Toerisme Vlaanderen ter zake al gedaan heeft in de afgelopen periode.

Toerisme Vlaanderen heeft in 2008 een studie 'Onderzoek bij de kampeerautotoeristen aan de Vlaamse Kust' laten uitvoeren door Westtoer.

Wanneer Toerisme Vlaanderen om advies wordt gevraagd bij ruimtelijke uitvoeringsplannen, stimuleert het de gemeenten om in bepaalde gevallen ook in ruimte te voorzien specifiek als kampeerautoterrein.

Er is de financiële ondersteuning door Toerisme Vlaanderen van de bouw van kampeerautoterreinen en de creatie van kampeerautoplaatsen op campings. In 2012 werd de mogelijkheid geboden aan de uitbaters van vergunde recreatieve openluchtterreinen om een subsidiedossier in te dienen voor het aanleggen en inrichten van kampeerautoterreinen en de creatie van kampeerautoplaatsen op campings. Er werden toen vier dossiers ingediend, maar er was geen enkele West-Vlaamse camping bij. De mogelijkheid werd dus wel gecreëerd.

Bovendien labelt en promoot Toerisme Vlaanderen kampeerautovriendelijke kampeerterreinen. Het aantal terreinen met zo'n label is ondertussen gestegen tot 24, waarvan 7 aan de Vlaamse kust.

Ik durf gerust te stellen dat er al wel wat acties zijn ondernomen, ook met succes. Daarbij trachten we zowel ondernemers als gemeenten ertoe aan te zetten om de noodzakelijke investeringen te doen. In veel gevallen dragen we ook bij.

Concreet zijn er nog drie initiatieven die ik wil vermelden. Ten eerste subsidieert Toerisme Vlaanderen een project van Westtoer voor een bedrag van maar liefst 131.000 euro. Het project is getiteld 'Kampeerautotoerisme aan de Kust: een kampeerautovriendelijke Kust' en heeft als hoofddoelstelling het kampeerautotoerisme aan de kust te stimuleren. In een eerste fase richt het project zich op een kennisoverdracht aan de gemeenten en de ondernemers. Daarbij plaatst men de tendensen, de groeiende markt, de vraag en de economische rendabiliteit van dergelijke investeringen voor het voetlicht. Het tweede luik van het project zal zich richten op de kampeerautogebruiker zelf. Het werkt zowel op de aanbod- als de vraagzijde. Een gerichte communicatie naar de doelgroep wordt opgezet, om het aanbod bekender maken en de kust als een unieke bestemming voor kampeerautotoerisme te promoten. Uiteraard wil ik lessen trekken uit dit project en daarna bekijken hoe we de resultaten kunnen meenemen voor de rest van Vlaanderen.

Ten tweede plan ik om volgend jaar de knelpuntennota uit 2008 te actualiseren, in samenwerking met de belangrijkste stakeholders, waaronder vanzelfsprekend de

kustburgemeesters. We willen die vernieuwen en kijken naar inspirerende voorbeelden over de grens. We denken aan France Passion in Frankrijk of Fattore Amico in Italië. Op specifieke locaties bijvoorbeeld bij wijnboeren treft men voorzieningen en daarover wordt dan ook promotie gevoerd. Het is opnieuw een kwestie van beleving en authenticiteit.

Tot slot voorzie ik ook in een financiële ondersteuning. Binnen de nieuwe oproep voor logiespremies, die gepland is voor begin 2016, krijgen vergunde recreatieve openluchtbedrijven de mogelijkheid om een dossier in te dienen om kampeerautoplaatsen aan te leggen en te voorzien van de noodzakelijke faciliteiten, zoals lozingspunten. Op dit moment ligt dit voorstel ter advies voor bij het adviescomité Toeristische Logies.

U merkt dat we de problematiek van de kampeerautoterreinen en -wagens au sérieux nemen. We hebben er heel wat aan gedaan, doen dat nog en we zijn nog veel van plan. Met succes, want eind juni kondigde vzw Pasar bijvoorbeeld aan dat ze ongeveer honderd bijkomende kampeerplaatsen voor kampeerauto's wenst te realiseren op de twee Kompascampings aan de kust en het vakantiecentrum Corsendonk Duinse Polders in Blankenberge. Ook op de camping Westende en de camping Poldervallei, beide aan de kust, zou telkens een dertigtal plaatsen bijkomen voor kampeerauto's.

En uiteindelijk is dat de betrachting van ons beleid: door de juiste impulsen te geven en door te steunen willen we ervoor zorgen dat toeristische ondernemers en gemeenten initiatieven nemen en investeren. Ik heb de verschillende categorieën gegeven. De gemeente kan met redelijk beperkte investeringen desgewenst zorgen voor een gastvrij onthaal. Ze kunnen hun gemeente goed equiperen in functie van het aantrekken van kampeerwagens.

De voorzitter: De heer Verstreken heeft het woord.

Johan Verstreken (CD&V): Dank u wel, minister. Ik ben onder de indruk van uw zeer uitgebreid antwoord. Het is mooi dat u die zaak ter harte neemt. U zegt dat er nog ruimte is voor verbetering. Toerisme Vlaanderen heeft inderdaad al een en ander gedaan het afgelopen jaar, maar het is goed dat de nota van 2008 nog eens onder de loep wordt genomen. Het is ook goed dat er stimulansen worden gegeven aan uitbaters van campings, dat er overleg wordt gepleegd met de kustregio's en andere toeristische organisaties.

Die Nederlandse studie lijkt me wel interessant. Ik ga dat proberen op te zoeken op het internet, of mocht u de coördinaten kunnen doorgeven. Het is altijd goed om ideeën op te doen en te kijken hoe ze het in het buitenland aanpakken. Je kunt Vlaanderen natuurlijk niet altijd vergelijken, we hebben minder ruimte.

Bepaalde zaken realiseer je niet meteen, maar het is mooi dat er initiatieven worden genomen met het oog op de lente en de zomer van 2016. We zijn er tijdig bij. Het is goed, zeker dat u bereid bent om voor de knelpunten zaken te veranderen in positieve zin.

De voorzitter: De heer Vandenberghe heeft het woord.

Steve Vandenberghe (sp·a): Dank u wel, minister, voor uw uitgebreide toelichting. Uw nota spreekt boekdelen, u wilt er iets aan doen. Daar ben ik blij mee. Het wordt belangrijk om de kustburgemeesters er van heel nabij bij te betrekken. Zij worden geconfronteerd met de problematiek, zeker in de zomerperiode, vooral omdat veel kampeerauto's de weg naar de juiste plaats niet vinden. De flankerende maatregelen, zoals de communicatie en de coördinatie voor de gemeentebesturen, moet de Vlaamse overheid nemen, zodat de kampeerauto's hun weg vinden naar de juiste plaats.

Ik ben ook bij dat de knelpunten van 2008 onder de loep zijn genomen en dat er diverse initiatieven worden genomen. Dat item laat ik zeker op de agenda plaatsen van het eerstvolgende kustburgemeestersoverleg, zodat we ons daarmee verder kunnen bezighouden en eventueel andere problematieken aan u kunnen doorspelen.

De voorzitter: De heer De Meulemeester heeft het woord.

Marnic De Meulemeester (Open Vld): Minister, ik dank u ook voor uw uitgebreid antwoord. Het tekort aan parkeerplaatsen voor kampeerauto's is al vrij lang gekend, maar de problematiek is door de jaren heen precairder geworden, door de stijgende populariteit van de kampeerauto's de laatste jaren. Uit de studie van de European Caravan Federation blijkt dat de verkoop de laatste jaren met maar liefst 10 procent is gestegen. Dat is niet weinig, en het is opmerkelijk dat die ook is gestegen bij jongeren. Het is belangrijk dat jongeren ook die vorm van toerisme hebben gevonden.

In 2011 heb ik de problematiek ook al aan de orde gebracht bij toenmalig minister van Toerisme Bourgeois. Toen bleek dat we achterliggen tegenover de buurlanden, wat zorgt voor een concurrentiehandicap voor Vlaanderen bij de parkeerautotoeristen. Minister, het lijkt me nuttig dat, naast de in 2008 gemaakte haalbaarheidsstudie, waarvan u nu terecht zegt dat het tijd is voor actualisatie, er ook een onderzoek gebeurt naar een gericht promotiebeleid en betere communicatie. In 2011 hebben we al gepleit voor kaarten en brochures, die duidelijkheid verschaffen aan toeristen die met een kampeerauto reizen.

Ik sluit me aan bij de eis van de heer Vandenberghe om vooral de kust te voorzien van aanvullende kampeerautoplaatsen. Die is zeker terecht. Maar het mag niet enkel de kust zijn die die aandacht verdient. We hebben in het verleden ook al gepleit voor een goede spreiding van parkeerplaatsen over heel Vlaanderen.

Als u wilt inzetten, minister, op toerisme voor de kunststeden en de groene trekpleisters, toch ook belangrijk als geheel voor Vlaanderen, is een flankerend beleid enorm belangrijk om aandacht te hebben voor kampeerautoplaatsen.

Wat we moeten vermijden, zijn de illegale parkeerplaatsen voor kampeerauto's. Daar hebben we toch mee te maken. Het kan tot overlast leiden. Qua veiligheid is het ook geen goede zaak. 4 jaar geleden waren er in totaal 261 legale plaatsen en maar liefst 399 illegale plaatsen. Is die situatie ondertussen bijgesteld in de goede richting, minister? Beschikt u over concrete cijfers of er gedurende de voorbije 4 jaar verbetering is ingetreden voor de illegale plaatsen? Hopelijk zijn die verminderd.

De voorzitter: Mevrouw Coudyser heeft het woord.

Cathy Coudyser (N-VA): Het is goed dat het onderwerp vandaag aan bod komt. Er is ruimte voor verbetering wat het aantal kampeerautoplaatsen betreft. Intussen hebben Pasar en andere privéverenigingen daaraan aandacht besteed aan de kust. Het is ook belangrijk dat we dat doortrekken in heel Vlaanderen. Dat gebeurt dankzij de inspanningen van Westtoer en Toerisme Vlaanderen. Zij hebben daarop ingezet. Ik wijs vooral op het project van Westtoer om te sensibiliseren. Ze benadrukken dat zwerfwagentoeristen misschien voor die overnachting heel weinig betalen, maar wel een belangrijk return on investment genereren voor de lokale economie. Ze gaan shoppen, eten, drinken. Het is belangrijk in de toeristische sector. Dat moeten we aan de verschillende kustburgemeesters en bij uitbreiding alle burgemeesters duidelijk maken.

De lokale besturen hebben uiteraard autonomie, ook belangrijk, maar ze moeten optreden als regisseur voor de toeristische ondernemers in de brede logiessector. We hebben gesproken over kampeerautoterreinen en campings die plaatsen openstellen voor zwerfwagens. We moeten het geheel bekijken. De lokale besturen

moeten die ondernemers ertoe aanzetten om er toch in te investeren. Pasar doet dat, maar privéondernemers worden zich er ook van bewust. We gaan in de goede richting. Lokale besturen moeten hun verantwoordelijkheid nemen. Het is inderdaad niet goed om illegale plaatsen te hebben. Dan creëer je als lokaal bestuur beter legaal een aantal plaatsen.

France Passion is inderdaad een inspirerend voorbeeld, om te kijken of er in de gemeente toch geen plaatsen zijn waar mensen, ondernemers of landbouwers, ertoe kunnen worden aangezet om een graantje mee te pikken door zwerfwagentoeristen toe te laten. We moeten naar een regietaak gaan voor de lokale besturen. Een lokaal bestuur zal pas zelf investeren in eigen infrastructuur als de privésector die taak niet opneemt. Daarom is het belangrijk dat we de privéondernemers in de toeristische sector blijven aanmoedigen. Het is een belangrijk deel van het aanbieden van logies.

Ik ben benieuwd naar de knelpuntennota van 2008, die zal worden geactualiseerd met de stakeholders. Ik kijk daarnaar uit.

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Mijnheer De Meulemeester, u vraagt naar de verhouding tussen het aantal legale en illegale plaatsen. Ik heb geen recente cijfers over het aantal illegale plaatsen, wel over de legale. Dat is mijn eerste bezorgdheid. En die heb ik gegeven. We komen aan meer dan zevenduizend kampeerautoplaatsen. Er zijn er al vierhonderd op vergunde aangemelde kampeerautoterreinen.

Daarnaast zijn er nog de specifieke plaatsen voorzien in het kader van de openluchtrecreatieve bedrijven, meer bepaald campings en vakantiecentra. Er zijn ook nog eens de gewone parkeerplaatsen die rudimentair zijn uitgerust waar het voor kampeerwagens toegelaten is om ze enkele dagen te gebruiken. Er is dus enkel een waterkraantje of een lozingsput. Er is wel al een serieuze vooruitgang in vergelijking met het cijfer dat daarnet is genoemd.

De voorzitter: De vragen om uitleg zijn afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Steve Vandenberghe aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over de promotiecampagne 'Rue de la Flandre' in Parijs – 2793 (2014-2015)

Voorzitter: de heer Jan Van Esbroeck

De voorzitter: De heer Vandenberghe heeft het woord.

Steve Vandenberghe (sp·a): Minister, Toerisme Vlaanderen heeft een opmerkelijk initiatief genomen om Vlaanderen te promoten bij de Fransen. Een Vlaamse straat 'Rue de la Flandre' in de wijk Montmartre in Parijs moest de Franse toerist gedurende een week overtuigen van de troeven van Vlaanderen en meer in het bijzonder van de Vlaamse kunststeden. Terloops kwamen ook andere thema's aan bod, zoals gastronomie, design, festivals en de kust.

Volgens de berichtgeving investeerde Toerisme Vlaanderen hiervoor maar liefst 320.000 euro, een serieus kostenplaatje. Hoe verhoudt de kostprijs van de gevoerde campagne zich tot de verwachtte conversie in toeristische boekingen? Wie was de doelgroep van de campagne? Was de Rue Androuet de juiste locatie om de doelgroep te bereiken? Staat u open voor het idee om dergelijke campagnes in de toekomst ook in het noorden van Frankrijk, het zuiden van Nederland en het westen van Duitsland te voeren? Dat zijn plaatsen waar er potentiële klanten kunnen zijn om naar onze kust te komen.

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Het initiatief 'Rue de la Flandre' is niet onopgemerkt voorbijgegaan. Daarmee is al een deel van de doelstelling bereikt. De finaliteit was niet om de modale Franse toerist rechtstreeks te bereiken, maar er wel onrechtstreeks voor te zorgen dat we meer toeristen uit het buitenland naar Vlaanderen zouden halen. Het was de bedoeling om invloedrijke, opiniërende mensen uit de toeristische wereld over ons te laten schrijven, tweeten, bloggen, reportages te laten maken enzovoort. Een tweede doelstelling was om een platform te creëren om ons divers Vlaams toeristisch aanbod op een originele manier aan de Franse markt te tonen. Met de Franse markt bedoel ik in de eerste plaats diegenen die uiteindelijk de reizen verkopen aan de toerist.

Laat ik beginnen met deze laatste doelstelling. We hebben onze toeristische kroonjuwelen op een heel beperkte oppervlakte op een originele manier aangediend. Er waren een bierkelder, een modewinkel, het kleinste festival ter wereld en een popuphotel dat was aangekleed door Vlaamse designers. De focus werd steeds gelegd op onze specifiek onderscheidende kroonjuwelen. Ook onze deelbestemmingen – de kust en de vijf Vlaamse kunststeden – hebben zich op een creatieve manier gepresenteerd. Zo hebben we wat buzz veroorzaakt door garnaalvissers te paard doorheen Parijs te laten paraderen. Dat is niet onopgemerkt voorbijgegaan. Van de Vlaamse kunststeden is bijna altijd een schepen ter plaatse gegaan. Per dag werd één Vlaamse kunststad in het voetlicht geplaatst. De kunststeden hebben ook een financiële bijdrage geleverd aan het initiatief.

Een tevredenheidsenquête toont aan dat het merendeel van onze partners tevreden tot heel tevreden was en zich bereid toonde om opnieuw deel te nemen aan een eventuele volgende editie.

Voor alle duidelijkheid, het gedeelte van de actie 'Rue de la Flandre' dat in de Vlaamse pers te zien was, is maar een onderdeel van de totale actie. We hebben inderdaad in Montmartre een straat getransformeerd. Een week lang heeft Toerisme Vlaanderen alle commerciële panden gehuurd en zowel de panden als de straat aangekleed in de Vlaamse kleuren.

In het budget van 320.000 euro zitten ook heel wat andere acties vervat. Ik denk aan de organisatie van de dagelijkse animatie, samen met private en publieke partners, in de vorm van optredens, workshops, kunstenaars die ter plekke muurschilderingen maakten, de paardenvissers die door de straat stapten enzovoort. Er is ook een website opgezet om de actie online een verlengstuk te geven. Toerisme Vlaanderen organiseerde een B2B-workshop (business-to-business) voor 54 vertegenwoordigers uit de Franse MICE-industrie (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Het was een workshop die heel erg gericht was op de decisionmakers, diegenen die de reizen organiseren en zorgen voor het aantrekken van congrestoeristen. Die zijn financieel heel belangrijk voor ons. Op de workshop werden de vertegenwoordigers in contact gebracht met Vlaamse toeristische ondernemers en toeristische organisaties.

Toerisme Vlaanderen organiseerde in de Rue de la Flandre zelf 13 workshops met heel veel deelnemers. Het was een erg belangrijke doelstelling dat invloedrijke toeristische actoren over Vlaanderen zouden schrijven, praten, bloggen, tweeten en posten. Dat is ook gelukt. Het past in onze strategie om meer buzz te creëren, meer aandacht voor onze kroonjuwelen.

In 2014 bijvoorbeeld haalden we maar liefst 2292 journalisten, bloggers en touroperators uit meer dan 15 landen naar Vlaanderen. In 2015 zitten we al aan 1540 contacten uit 18 markten. Soms moet je om op te vallen, uit de band springen. Ik vind dat je daarin ook wel wat mag investeren. We koppelen kunst en cultuur – ons imago – aan genieten aan elke tafel en elke toog, aan festivals.

Het moet allemaal in een 'feel good'-kleedje worden gestopt. Er moet een positief, modern beeld van Vlaanderen worden opgehangen en niet alleen het Vlaanderen van de kunst en cultuur van eertijds. Er moet een moderne en leuke invulling zijn, gericht op beleving. Iedereen die naar het initiatief is geweest, is naar huis gegaan met een positief beeld van Vlaanderen.

De investering en de output zitten wel snor. Ik geef enkele cijfers, maar er is geen consensus onder de experts omtrent de formule voor de conversatiewaarde op sociale media. Dat is wel het geval voor de printmedia en reportages allerhande. Daar wordt een bedrag aan gekoppeld omdat het kan worden gerelateerd aan precedenten. Zo kan je berekenen hoeveel het kost om te adverteren in hetzelfde volume. Over de Advertising Value Equivalency – de advertentiewaarde – bestaat consensus voor de klassieke media maar dus niet voor de sociale media. Er wordt gewerkt met een alternatief systeem.

U vraagt wie we hebben kunnen bereiken, en verwijst naar de man in de straat. Dat is mooi meegenomen, maar daar is het ons niet om te doen. Er zijn 10.000 bezoekers geweest, maar dat was niet onze doelgroep. U zegt dat de Fransen dan zelf op vakantie zijn, maar zij vormen niet onze doelgroep. Onze doelgroep bestaat uit 9 bloggers uit de cultuurwereld die bleven overnachten in een pop-uphotel. 54 vertegenwoordigers uit de Franse MICE-industrie traden in contact met 18 aanbieders uit de Vlaamse MICE- en toeristische industrie. 80 belangrijke Franse contacten onder wie journalisten, culinaire bloggers en private partners namen deel aan het gastronomisch diner verzorgd door de meesterchefs. 54 journalisten en bloggers bezochten Rue de la Flandre, met 179 artikels, alleen al in Frankrijk, tot gevolg waaronder Le Figaro en France 3.

Er waren 4 reportages op de Franse televisie en maar liefst 163 onlineartikels over dit onderwerp. In België verschenen er ook nog eens 32 mediabijdragen. Dat is mooi meegenomen, maar niet relevant want dat is niet onze doelgroep.

17.533 mensen bezochten de website van Rue de la Flandre. Via de sociale media hebben we 122.000 contacten bereikt. De zogenaamde Twitterreach lag nog veel hoger. Wanneer men de som maakt van alle volgers per tweet, komt men op een totaal bereik van zo'n 2 miljoen tussen 1 en 19 juli.

Er is veel geïnvesteerd, 320.000 euro is veel geld, maar het is goed besteed. Het is goed dat we vernieuwende acties op het getouw zetten. Mijnheer Vandenberghe, u kunt verwijzen naar andere noden die inderdaad bestaan, maar ik denk dat we er met zijn allen wel bij varen als we ervoor zorgen dat met zulke originele acties de toeristische stroom naar Vlaanderen kan worden versterkt. Daar worden we beter van, ook financieel. Het gaat over investeringen met een sterke return on investment. Daarbij zorgen we ervoor dat meer buitenlanders naar Vlaanderen komen, net om onze economie te ondersteunen. Dat werkt economieversterkend en zorgt voor jobcreatie, vooral voor laaggeschoolde werknemers. Het gaat om een economie die per definitie niet delokaliseerbaar is en die dus hier blijft. We moeten daarmee verder gaan en ons niet terughoudend of angstvallig opstellen.

We moeten inderdaad efficiënt omspringen met onze middelen. Dat hebben we hier gedaan. Ik vind ook dat we lessen moeten trekken uit zo'n pilootproject. Ik heb aan Toerisme Vlaanderen gevraagd hoe we in de toekomst nog meer return on investment kunnen genereren met dergelijke projecten. Ik kan u zeggen dat er met enige afgunst naar die projecten is gekeken. Het is ook al ter sprake gekomen in het Waals Parlement.

Wat de perceptie en het imago van Vlaanderen betreft, hebben we in Frankrijk een serieuze stap vooruit gezet. Er zijn heel wat contacten gelegd en er zijn vier reportages geweest op de Franse televisie. Dat is niet min in verhouding tot het geïnvesteerde bedrag.

De voorzitter: De heer Vandenberghe heeft het woord.

Steve Vandenberghe (sp·a): Ik sta zeker niet afwijzend tegenover dergelijke projecten, maar daarbij moet telkens de kosten-batenanalyse goed worden bekeken. De return moet worden geëvalueerd.

Het is me wel nog altijd niet duidelijk of er in de toekomst nog dergelijke campagnes in andere zones zullen worden gehouden.

De voorzitter: Mevrouw Coudyser heeft het woord.

Cathy Coudyser (N-VA): Minister, het is absoluut noodzakelijk om dergelijke acties te organiseren, alleen al om het imago van Vlaanderen in het buitenland te versterken. Wij zijn een 'Vlaanderen vakantieland', een luilekkerland met heel veel troeven waar heel veel te beleven valt. Wanneer zulke campagnes in de toekomst nog worden opgezet, is het goed om vooraf de doelstellingen duidelijk te maken. Misschien is er hier met de perceptie iets misgelopen. Nadien kunnen we dan de return on investment bekijken, zodat we weten waar we bij volgende projecten moeten bijsturen. Maar het valt echt niet te contesteren dat de campagne 'Rue de la Flandre' dit jaar haar merites heeft gehad.

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Mijnheer Vandenberghe, we plannen inderdaad nog andere campagnes, bijvoorbeeld in het kader van de Frankfurter Buchmesse, waar Vlaanderen gastland is. Het gaat dus ook over kunst en cultuur. Wij hopen Vlaanderen op toeristisch vlak nog eens voor het voetlicht te brengen om ook de Duitsers nog meer te kunnen overhalen en verleiden om naar Vlaanderen te komen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Steve Vandenberghe aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over de keuze voor een beperkt aantal toeristische hefboomprojecten
– 26 (2015-2016)

Voorzitter: de heer Jan Van Esbroeck

De voorzitter: De heer Vandenberghe heeft het woord.

Steve Vandenberghe (sp·a): Tijdens de vorige legislatuur werd er gebruikgemaakt van twee soorten impulsprogramma's: de thematische en geografische impulsprogramma's. De thematische impulsprogramma's handelden bijvoorbeeld over wielererfgoed en de herdenking van de Groote Oorlog. De geografische impulsprogramma's hadden betrekking op de drie deelbestemmingen van Vlaanderen, waarbij elke deelbestemming een eigen subsidie-enveloppe kreeg: de kust kreeg 2,3 miljoen euro, de kunststeden 2,6 miljoen euro en de groene regio's 3,9 miljoen euro.

Minister, deze legislatuur koos u ervoor om, in tegenstelling tot de voorbije jaren, 75 miljoen euro te investeren in een beperkt aantal toeristische hefboomprojecten. U kiest daarbij voor drie grote subsidielijnen: een thematisch programma over de Vlaamse Meesters, een thematisch programma over infrastructuur voor meetings, incentives, congressen en tentoonstellingen, en een programma dat inzet op de versterking van de toeristische troeven van Vlaanderen en zijn deelbestemmingen.

Hoe de exacte verdeling van deze subsidies over de verschillende jaren zal gebeuren, is me echter niet duidelijk. Wordt deze pot gelijk verdeeld over de verschillende

jaren, namelijk ongeveer 15 miljoen per jaar? Of wordt er het ene jaar meer verdeeld dan het andere? Of is er nog een ander voorstel?

Het is koffiedik kijken of de keuze om de middelen, die 75 miljoen euro, in één grote pot te stoppen en te investeren in een beperkt aantal hefboomprojecten nadelig zal zijn voor de kust- en groene regio. Deze regio's krijgen uiteraard ook de kans om projecten in te dienen, maar zullen/kunnen dit hoofdzakelijk doen bij de laatstgenoemde subsidielijn: een programma dat inzet op de versterking van de toeristisch troeven van Vlaanderen en zijn deelbestemmingen.

De kans dat beide regio's daardoor hetzelfde budget ontvangen als met het vorige systeem lijkt mij alvast niet erg groot. Zoals het er nu uitziet, zullen vooral de kunststeden goed bedeeld worden. Er moet uiteraard ook geïnvesteerd worden in de kunststeden en deelbestemmingen, maar we kunnen niet negeren en ontkennen dat onze Belgische kust en groene regio's belangrijke toeristische troeven zijn voor ons land. Heel wat binnenlandse en buitenlandse toeristen kiezen ervoor, onder andere door de economische crisis, om hun vakantie hier te besteden.

Minister, hebt u een duidelijke afweging gemaakt van de voor- en nadelen om te werken met één grote pot subsidies? Zo ja, op basis van welke criteria hebt u deze beslissing genomen?

Hoe gebeurt de verdeling van deze grote pot subsidies? Worden zij gelijk verdeeld over de verschillende jaren? Denkt u niet dat de keuze voor een aantal grote hefboomprojecten nadelig kan zijn voor de kleinere projecten en dat deze kleinere projecten door de mazen van het net zullen glippen?

Wat is uw mening over de nadelige effecten voor de kust en groene regio's? Zult u extra inspanningen leveren en blijven investeren om de troeven van deze regio's blijvend te garanderen?

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Tijdens de vorige bestuursperiode maakten we een onderscheid tussen twee soorten impulsprogramma's. De geografische impulsprogramma's waren gericht op de drie onderscheiden macrobestemmingen: de kust, de kunststeden en de Vlaamse regio's. Het thematisch impulsprogramma ging over wielererfgoed, de 100e Ronde van Vlaanderen en de herdenking van de Groote Oorlog.

Op dat moment was er in een vast jaarlijks subsidiebudget voorzien voor de kust en voor de thematische impulsprogramma's, maar niet voor de regio's noch voor de kunststeden. Het toegekende subsidiebedrag was afhankelijk van de kwaliteit van de ingediende projecten. De bedragen die u als subsidie-enveloppe voor de macrobestemmingen aanhaalt in uw duiding, waren geen vast gegeven. In 2014 bijvoorbeeld werd de subsidie-enveloppe van 11,5 miljoen euro als volgt verdeeld: 4,2 miljoen euro voor evenementen in het teken van de herdenking van Wereldoorlog I, 2,3 miljoen euro voor projecten aan de kust, 2,5 miljoen euro voor projecten in de kunststeden en nog eens 2,5 miljoen euro voor projecten in de groene regio's. Ook mijn voorganger hanteerde dus niet voor alle impulsprogramma's vaststaande subsidie-enveloppes.

Een interne evaluatie van Toerisme Vlaanderen maakte ons duidelijk dat het budget in een bepaald programma ontoereikend was ondanks de uitstekende projecten, terwijl voor andere impulsprogramma's, waarvoor wel nog voldoende budget was, de inspiratie voor krachtige toeristische projecten eigenlijk ondermaats was. Vandaar dat men met een alternatief is gekomen, dat lijkt me ook evident.

Een verdeling van de middelen jaar na jaar kan tot hetzelfde resultaat leiden. In de eerste jaren van de legislatuur is het jaarlijkse budget ontoereikend voor kwalitatief

hoogstaande projecten, en dan moeten wij zeggen: "Sorry, the computer says no." En aan het einde van de periode zijn er dan te weinig kwalitatief hoogstaande projecten en een overschot aan middelen.

Om dat te vermijden, kies ik ervoor om de mogelijkheid te creëren om projecten vast te leggen in de eerste helft van de legislatuur en om het totale budget voor impulsprogramma's van 75 miljoen euro niet te spreiden over vijf jaar, maar naar voren te schuiven. Ik wil de middelen niet versnipperen over vijf jaar. We verkruimelen niet over allerhande initiatieven, maar we geven de kwalitatief hoogstaande alle kansen en zorgen ervoor dat ze effectief gerealiseerd worden. Zo kunnen we echt een hefboom zijn. Dat zorgt voor meer slagkracht en voor projecten met 'ampleur', die het verschil kunnen maken.

We creëren ook een momentum. In de toeristische sector is er op een bepaald moment de lancering van de 'call'. Toerisme Vlaanderen kan dan eerst potentiële topprojecten scouten om ze daarna ook effectief te begeleiden. Dat is ook een verschil. Aanvankelijk vragen we gewoon ideeën, concepten op. Die moeten daarom nog niet volledig in detail uitgewerkt zijn, maar wij reiken dan al onmiddellijk de hand om ze samen verder uit te werken. Zo kunnen we goede ideeën zelf mee gestalte geven. Een gebrek aan ervaring, kennis of kunde kan dan onmiddellijk gecompenseerd worden door een goede begeleiding via Toerisme Vlaanderen en met onze expertise.

Op 30 september waren er al 78 projecten ingediend. Uiteraard zullen niet alle 78 projecten de eindmeet halen, maar 78 is toch al prima. We kunnen erop inzetten, we kunnen al selecteren. Ik heb daarvoor al een jury aangeduid, ook van mensen van buiten de klassieke toeristische sector, mensen die er met een wat onbevangen blik naar kunnen kijken en die vooral kunnen inzoomen op het hefboomeffect.

Het is daarnaast ook mijn bedoeling om met de impulsprogramma's een economisch effect te genereren. Een economische impuls is nu nodig, we moeten daarmee niet wachten tot 2019. We kunnen nu absoluut een economische impuls gebruiken, een boost voor de economie. We moeten daarom minstens de mogelijkheid creëren om investeringsmiddelen naar voren te trekken. Ik heb een en ander ook samen met Financiën en Begroting kunnen bespreken.

Het is trouwens geen nieuwe techniek. In het verleden is dit ook gebeurd, en met succes. Toenmalig minister van Toerisme, de heer Bourgeois, heeft ervoor kunnen zorgen dat door het bundelen van middelen een serieuze boost werd gegeven en er een inhaalbeweging werd gedaan voor de jeugdherberginfrastructuur of jeugdhostelinfrastructuur – met als bijkomend voordeel dat ik nu lintjes mag knippen.

Hetzelfde hebben we in voorbije tijden ook gedaan voor het Historium in Brugge. Daarvoor hebben we direct 388.000 euro subsidie gegeven. Red Star Line in Antwerpen kreeg ook een groter bedrag toegekend, en dat werd een succes. Het ging over meer dan 600.000 euro subsidie van Toerisme Vlaanderen. Voor de vernieuwing van het In Flanders Fields Museum in Ieper hebben we zelfs een subsidie van bijna 1,5 miljoen euro toegekend. Dit zijn serieuze bedragen, maar het zijn ook serieuze hefboomprojecten die al een en ander gerealiseerd hebben. Ze hebben bewezen dat ze de investering waard waren, dat ze het vooropgestelde hefboomeffect effectief hebben gerealiseerd.

Ik wil niet alles op een weegschaaltje afwegen. De politiek makkelijkste houding zou zijn om ervoor te zorgen dat elke geografische entiteit aan zijn trekken komt en dat enkel dat als beoordelingscriterium gehanteerd wordt. Ik ben dit niet van plan. Uiteindelijk varen we met zijn allen wel bij een andere koers. Ik ben zelf afkomstig van Beersel, kunststad bij uitstek. *(Gelach)*

Ik zal me niet in eerste instantie focussen op mijn eigen regio. Ik wil vooral een sterk toeristisch beleid voor Vlaanderen. We winnen er allemaal bij, zeker gelet op het

economisch effect van het aantrekken van meer toeristen voor heel Vlaanderen, van Voeren tot De Panne – of van Opgrimbie tot De Panne zoals iemand ooit zei. *(Gelach)*

Ik had het daarnet over de Red Star Line. Mijn diensten hebben ingeschat dat die attractie 200.000 bezoekers trekt, wat leidt tot een economische impact van jaarlijks 5,7 miljoen euro aan extra bestedingen door buitenlandse toeristen. En dat komt neer op een goede 85 directe en indirecte jobs in de brede toeristische sector. We hebben daar een en ander naar voren kunnen trekken. Het was een subsidie van 600.000 euro. Als u ziet wat daar nu al de return van is, dan lijkt me dat een verstandige beslissing geweest te zijn.

In een notendop komt het erop neer dat we trachten een grotere impuls te geven en onze middelen nog efficiënter te besteden met een grotere 'return on investment' door soms te bundelen, naar voren te trekken en nu al een serieuze boost te geven. Daarbij kunnen we projecten ook nog eens beter individueel begeleiden zodat ze een groter effect ressorteren voor onze toeristische aantrekkingskracht.

De voorzitter: De heer Vandenberghe heeft het woord.

Steve Vandenberghe (sp·a): Voorzitter, minister, ik dank u voor het antwoord. Voor de duidelijkheid, de gelijke verdeling over de jaren stond in een vraag, maar ook ik ben daar niet echt voorstander van. U hebt gelijk dat we projecten moeten bekijken, niet de centen evenredig verdelen per jaar om daarna tot de conclusie te komen dat er niet voldoende geld is voor een bepaald project. Ik ben het daarover volledig met u eens.

Ik blijf wel ongerust over het feit dat de drie hefboomprojecten, de drie subsidiestromen vooral naar de Vlaamse meesters gaan. Ik denk dan in de eerste plaats aan Antwerpen. Het MICE-gebeuren (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) betreft ook de kust niet, maar vooral de kunststeden en de grote steden. Ik blijf ongerust, want de kust wordt wat stiefmoederlijk behandeld, of zelfs in de hoek gedrumd.

U hebt gezegd dat niet alles geografisch moet worden afgewogen. Ook daarover ben ik het met u eens. Maar de kust is minstens even belangrijk als de grote kunststeden en de grotere steden in Vlaanderen. De kust is belangrijk op allerlei vlak, dat is ook in de vorige vraag om uitleg aan bod gekomen. Ik vrees dat de kust wel eens het kind van de rekening zou kunnen worden van deze nieuwe manier van werken. Dat kan toch absoluut niet de bedoeling zijn.

Vandaar mijn vraag, minister, om er zeker en vast ook rekening mee te houden dat er voldoende impulsen komen voor de kust en dat er voldoende in wordt geïnvesteerd. De kust zorgt immers voor heel wat economische weerklank en meerwaarde.

De voorzitter: De heer De Meulemeester heeft het woord.

Marnic De Meulemeester (Open Vld): Voorzitter, minister, het is zo dat in het verleden de thematische en geografische impulsprogramma's meer een afbakening inhielden: dit bedrag voor dit of voor dat. Nu is het meer algemeen: 75 miljoen euro. Op zich hoeft dat niet nadelig te zijn. Uiteraard is het nogal logisch dat ook de kust en de groene regio's ten volle aan bod komen. Het zal natuurlijk altijd een kwestie van evenwichten zoeken zijn wanneer het gaat over het verdelen van de pot.

Aan de andere kant is het zo dat werken met één algemeen bedrag het mogelijk maakt om meer flexibel in te spelen. Zo ontstaat er ruimte om de projecten die zich aandienen, ook te belonen of te bedienen, terwijl we anders in een vast stramien zitten. Ook op onverwachte projecten kan beter, meer flexibel ingespeeld worden om uiteindelijk te proberen om het hefboomeffect te bewerkstelligen.

Het moet ook de bedoeling zijn dat de verdeling gaat over kwaliteit, uitstraling en uiteraard ook over economische return. De verdeling mag niet altijd afhangen van de grootte van de stad. Dat mag niet de beweegreden zijn. Het moet over de toeristische uitstraling gaan die voor de regio, maar ook voor Vlaanderen in zijn totaliteit, belangrijk is. Daar moeten we naar streven. Ik heb er alle vertrouwen in dat met het algemene bedrag de verschillende accenten zullen worden gelegd voor impulsprogramma's voor zowel de kust, de groene regio's als voor de kunststeden en voor bepaalde grote evenementen die zich aandienen. Ik denk bijvoorbeeld aan de honderdste editie volgend jaar, van Vlaanderens mooiste: de Ronde van Vlaanderen. Ik kan me maar moeilijk voorstellen dat daar niet de nodige aandacht naartoe zou gaan. Het is een van de grootste evenementen met een bijzonder grote uitstraling, zeker in het buitenland. In dat opzicht heb ik er alle vertrouwen in dat met dit ene, grote budget de nodige evenwichten zullen worden gevonden om Vlaanderen zowel in binnen- als in buitenland ten volle te promoten.

De voorzitter: Mevrouw Coudyser heeft het woord.

Cathy Coudyser (N-VA): Ik wil me graag even aansluiten. Ik ben blij dat ook de collega zegt dat we het beste afstappen van het 'poedersuikerbeleid' en dat we echt kunnen inzetten op infrastructuurprojecten met een grote uitstraling en met een belangrijke aantrekkingskracht die veel nieuwe bezoekers aantrekken.

Het is toch een misverstand dat de kust een beetje uit de boot zou vallen. Als we de subsidiestromen bekijken voor MICE en voor kunst en cultuur, dan zijn die ook aan de kust terug te vinden. Ze zijn ook belangrijk voor de kust. In verband met MICE denk ik niet alleen aan het aantrekken van heel grote internationale congressen. Het kan evengoed gaan over bedrijven in de regio die een meeting willen organiseren met overnachting. De kust is daar de ideale ruimte voor. Men kan er vergaderen, men kan er op professioneel vlak alles doen wat moet en men heeft ook de tijd en ruimte om even uit te waaien. Ook kunst en cultuur zijn aanwezig: ik denk aan Ensor en aan Delvaux. De kust kan inspelen op al die mogelijkheden. Ik hoop dat er bij de 78 projecten ook in die richting gedacht werd.

Natuurlijk moet er ook kustbreed worden nagedacht. Het burgemeestersoverleg is heel belangrijk om de tien kustburgemeesters op één lijn te krijgen. Ze mogen niet alleen nadenken over hun eigen gemeente, maar ook over hoe ze infrastructuurprojecten of grote zaken kunnen doen aan de kust die gunstig zijn voor de gehele kust, niet enkel voor een individuele gemeente. Het lijkt me belangrijk om ook dat nog eens te onderstrepen.

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Ik heb weinig toe te voegen aan de laatste spreekster. We hebben onze drie mogelijkheden: MICE, Vlaamse meesters en kernattracties. Ik ga ervan uit dat eenieder, op basis van onze ultieme focus, namelijk kwaliteit en hefboomeffect, erin wil slagen om onze toeristische aantrekkingskracht te verhogen. We doen dat via concentratie en bundeling van middelen.

Eenieder heeft de kans om projecten in te dienen. 78 entiteiten, mensen of groepen hebben dat al gedaan. Ik ga ervan uit dat eenieder met gelijke mogelijkheden aan de meet komt. En ik ga er dus ook van uit dat de kust en de groene regio's ook kwaliteitsvolle en ambitieuze dossiers kunnen indienen en effectief op tafel zullen leggen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.