Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 971
van **JOHAN VERSTREKEN**
datum: 14 maart 2017

---

aan **BEN WEYTS**
VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

Toerisme Vlaanderen - Resultaten Awareness-onderzoek WO I

In 2013 voerde Toerisme Vlaanderen een Awareness-onderzoek uit rond WO I om na te gaan in hoeverre Vlaamse WO I-bestemmingen bekend zijn in binnen- en buitenland. In 2016 herhaalde Toerisme Vlaanderen dit onderzoek om na te gaan of de herdenking enig effect heeft gehad op het bewustzijn rond de Groote Oorlog. Dit geeft een basis om gerichter campagne te voeren in het buitenland.

Het onderzoek toont een aantal positieve trends zoals een toename in de naamsbekendheid van de Vlaamse slagvelden, behalve in het VK, Duitsland en de VS. Er is ook meer vertrouwdheid met Flanders Fields, behalve in Frankrijk, Nieuw-Zeeland en Duitsland (Nordrhein-Westfalen) en een toegenomen belangstelling voor de herdenking van de Eerste Wereldoorlog.

Het onderzoek toont ook enkele 'werkpunten' aan. Wat betreft de reisintentie antwoordt de helft van de Australische respondenten resoluut geen reis naar Europa te overwegen. Ook de Fransen zijn weinig geïnteresseerd in een reis naar Vlaanderen, Duitsland is fifty-fifty verdeeld.

1. Op welke manier gaat de minister aan de slag met de conclusies van het Awareness-onderzoek 2016 rond WO I?
2. Welke invloed hebben deze conclusies op de buitenlandpromotie van Toerisme Vlaanderen?
3. Australië scoort slecht wat betreft de reisintentie om naar Europa te reizen. In de beleidsbrief Toerisme 2016-2017 staat vermeld dat de Australische markt voornamelijk in het kader van de herdenking van de Groote Oorlog benaderd zal worden.

   Welke maatregelen heeft de minister al genomen of plant hij nog om de Australische markt te benaderen?

BEN WEYTS
VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

ANTWOORD
op vraag nr. 971 van 14 maart 2017
van **JOHAN VERSTREKEN**

---

1. Eén van de doelstellingen die we vooropstelden bij de start van de herdenking van de Groote Oorlog is het versterken van de bekendheid van Vlaanderen in het buitenland. Via het awareness-onderzoek is het mogelijk om deze doelstelling te monitoren.

   De voorlopige conclusie van de resultaten is zeker bemoedigend, maar het werk is nog niet af. De resultaten maken duidelijk dat zelfs in die landen die sterk op WO I zijn georiënteerd nog 'groei' mogelijk is m.b.t. de kennis en de reputatie van de Vlaamse slagvelden. Het potentieel om verder te groeien is dus aanwezig. Daarom heb ik aan Toerisme Vlaanderen (TVL) gevraagd om naar volgend jaar toe na te gaan hoe we de opgebouwde aandacht kunnen vasthouden na de herdenkingsperiode. TVL zal hiertoe in overleg gaan met de voornaamste betrokken actoren.

2. De buitenlandpromotie zal zich blijven focussen op het herdenkingstoerisme. Er dienen zich rond dit thema nog opportuniteiten aan waarop TVL sterk zal inzetten: de herdenking van de Mijnenslag en Passendale later dit jaar en in 2018 de eindoffensieven en de langverwachte vrede.
   Verder zal TVL de specifieke opportuniteiten per doelmarkt nader onderzoeken. Het onderzoek biedt hierbij aanknopingspunten. Ik geef een voorbeeld. Meer en meer mensen beseffen dat zij via hun voorouders een persoonlijke toegang hebben tot het wereldomvattende verhaal van de Groote Oorlog. TVL was al eerder aan de slag met dit 'verwantschap'-gegeven. Deze invalshoek zal nog sterker worden aangewend in de verschillende landen die we met het herdenkingstoerisme willen bereiken.

3. De vraag naar de reisintentie was toegevoegd aan de studie van 2016. De aanleiding van deze toegevoegde vraag was de terreuraanslagen in Parijs en daarna Brussel.
   Het awareness-onderzoek werd ongeveer twee maanden na de aanslagen in Brussel uitgestuurd en bood een gelegenheid te peilen naar de effecten van de aanslagen.

   Specifiek voor Australië gaven de respondenten op dat ogenblik aan dat hun reisintentie naar Europa zeer laag was. Ook andere bronnen bevestigden het negatieve beeld over de veiligheid in Europa. Specifiek voor reizen in functie van de herdenking speelde ook het negatieve reisadvies van de overheid een rol, evenals het feit dat het Education Departement in die periode geen toelating verleende aan scholen voor reizen richting Frankrijk of België. De negatieve sfeer ebde pas weg in het najaar van 2016.

   Het was echter niet zo dat de fundamentele interesse voor herdenkingstoerisme was verdwenen. Daarom startte TVL opnieuw voluit met promotionele acties. Ik geef hierna enkele voorbeelden.

   - Brendan Nelson, oud-ambassadeur in België en nu directeur van het Australian War Memorial, verleende zijn medewerking aan een filmpje dat oproept om naar aanleiding van de herdenking van Passendale naar 'Flanders Fields' af te reizen. https://www.youtube.com/watch?v=goJR3KwwNzA

- Een digitale promotiecampagne tijdens het Australische 'early bookers' seizoen bereikte 38.000 geïnteresseerden en bracht onder meer specifieke reisformules onder de aandacht.

- In de komende weken staat een studiereis naar Vlaanderen op het programma rond Passendale, gericht op touroperators en Australische media.