

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 635
van **CATHY COUDYSER**
datum: 8 mei 2020

aan **ZUHAL DEMIR**

VLAAMS MINISTER VAN JUSTITIE EN HANDHAVING, OMGEVING, ENERGIE EN TOERISME

Strategienota Vlaanderen - Nederland - Toerisme

Op 7 juli 2017 keurde de Vlaamse Regering een nieuwe strategienota Vlaanderen - Nederland goed. In deze strategienota ligt eveneens de Vlaamse ambitie vervat om Vlaanderen te blijven promoten als toeristische topbestemming voor de Nederlanders.

Daartoe worden volgende concrete acties en/of initiatieven naar voren geschoven:

- De reputatie van Vlaanderen als kwalitatieve toeristische bestemming verder uitbouwen en opdrijven van de Duitse boekingen naar en overnachtingen in Vlaanderen.
- Stimuleren van de samenwerking met Nederlandse partners inzake toerisme (journalisten en bloggers, spelers uit de reisindustrie) via joint promotions, om met name de Nederlandse culturele meerwaardezoekers en meetings/congressen aan te trekken.

In de strategienota wordt ook verwezen naar de verdere uitwerking van de intentieverklaring die Toerisme Vlaanderen in juli 2016 afgesloten heeft met NBTC Holland Marketing om via samenwerking tussen beide toeristische diensten toeristen van over de hele wereld naar Vlaanderen en Nederland te lokken. De samenwerking zou vooral ingezet worden in de promotie van Vlaanderen en Nederland op verre markten zoals Rusland, Brazilië en Zuid-Oost Azië. Een eerste concrete invulling werd naar voren geschoven, zijnde de gezamenlijke promotie van de Vlaamse en Hollandse Meesters.

In het antwoord van toenmalig minister van Toerisme op mijn schriftelijke vraag nr. 41 van 20 september 2016 wordt verduidelijkt dat NBTC en Toerisme Vlaanderen aan deze samenwerking vorm zouden geven via de uitwerking van een gemeenschappelijke verhaallijn op het gebied van de gezamenlijke rijke historie van de Noordelijke en Zuidelijke Nederlanden. Het verhaal van de hoogtijdagen van de Vlaamse cultuur in de 15e en 16e eeuw zou gekoppeld worden aan de Nederlandse Gouden Eeuw. Later raakt bekend dat er een Old Mastersroute zou worden opgezet doorheen Vlaanderen en Nederland met haltes in o.a. Antwerpen, Amsterdam, Brugge, Brussel, Delft, Den Haag, Dordrecht, Enkhuizen, Gent, Haarlem, Hoorn, Leiden, Mechelen en Middelburg.

Uit mijn vervolgvraag nr. 581 van 26 januari 2018 bleek dat het project rond de Old Mastersroute zou geheroënteerd worden. Daarnaast is er wel sprake van heel goede samenwerking tussen beide toeristische diensten inzake promotie van de Vlaamse Meesters.

In mei 2018 gaf de toen bevoegde minister in zijn antwoord op mijn schriftelijke vraag nr. 1072 aan dat de Old Mastersroute als such niet meer zou ontwikkeld worden en dat er wordt gewerkt aan een alternatief project, waarvoor onderhandelingen toen nog lopende waren.

1. Kan de minister duiden hoe groot het aandeel overnachtingen en aankomsten vanwege Nederlandse toeristen precies is in verhouding tot het totaal aantal buitenlandse overnachtingen en aankomsten? Hoe is dit aandeel de voorbije tien jaar precies geëvolueerd?

Graag een inschatting voor zowel heel Vlaanderen als specifiek voor de kust.

2. Welke acties en/of initiatieven heeft Toerisme Vlaanderen het voorbije jaar ondernomen om Vlaamse toeristische troeven bij de Nederlandse toerist in de kijker te zetten?
3. Welke promotionele acties had Toerisme Vlaanderen op de Nederlandse markt oorspronkelijk vooropgesteld voor dit jaar?
4. De uitbraak van de coronacrisis en de beperkende maatregelen ter zake zorgen ervoor dat Toerisme Vlaanderen overweegt de middelen waarin voorzien voor buitenlandse promotie grotendeels te heroriënteren naar binnenlandse promotie.

Welke van de promotionele acties waarin voorzien op de Nederlandse markt zullen vooralsnog dit jaar worden uitgevoerd?

5. Kan de minister een overzicht geven van de structurele partnerships die Toerisme Vlaanderen heeft met relevante actoren uit Nederland?
6. Kan de minister het alternatief project rond de gezamenlijke rijke historie van de Noordelijke en Zuidelijke Nederlanden waarvan sprake geweest is ter vervanging van de Old Mastersroute kort toelichten? Werd dit project effectief uitgevoerd? Zo niet, waarom niet?
7. Eind dit jaar loopt het driejarige evenementiële programma rond de Vlaamse Meesters in Vlaanderen in principe ten einde.

Is er reeds nagedacht over een nieuwe concrete invulling voor de gezamenlijke promotie van Vlaanderen en Nederland op verre markten?

ANTWOORD

op vraag nr. 635 van 8 mei 2020

van **CATHY COUDYSER**

1. Op basis van de voorlopige cijfers voor aankomsten en overnachtingen van 2019, maakten de Nederlandse aankomsten
 - 28% uit van alle buitenlandse aankomsten in het Vlaams gewest en
 - ruim 20% van de buitenlandse aankomsten aan de kust.

Wat overnachtingen betreft is dat aandeel respectievelijk

- 28% in het Vlaams gewest en
- 19% aan de kust.

Het is moeilijk om die cijfers één op één te vergelijken met cijfers van 2010, aangezien er toen anders geregistreerd werd. Maar het is wel duidelijk dat het aandeel Nederlandse aankomsten en overnachtingen toen groter was ten opzichte van het totale buitenland, ook al tekenden we sindsdien een stijging op van de absolute cijfers wat Nederlandse aankomsten betreft.

2. Toerisme Vlaanderen zette ook in 2019 efficiënte en effectieve acties en communicatiecampagnes op die specifiek gericht zijn op de Nederlandse markt en mikken op reputatie en kwaliteitsvolle en duurzame conversie. Die acties en initiatieven lopen samengevat over twee sporen: B2B naar Nederlandse pers, media, reisbranche en andere relevante partners en (B2)B2C gericht op de Nederlandse consument. De promotie in Nederland focust op de gekende strategische thema's, die we vertalen naar Vlaamse regio's en bestemmingen. De klemtoon ligt op het culturele/historische erfgoed (waaronder de Vlaamse Meesters, maar ook talrijke sites, musea, monumenten, ...) in de (kunst)steden, dorpen en regio's zoals de Vlaamse kust en Limburg, culturele evenementen, bourgondisch genieten (lekker eten, heerlijke speciaalbieren, typische streekproducten, unieke volkscafés en restaurants, ...), fietsen en wandelen en genieten, de nabijheid en makkelijke bereikbaarheid van Vlaanderen, ...

Aangezien we ons vooral richten op de Nederlandse culturele meerwaardezoekers zetten we in 2019 sterk de Vlaamse Meester Bruegel in de kijker met een doorgedreven pers-, trade- en campagnewerking. Ook bv. de heropening van het Gruuthusemuseum in Brugge, de tentoonstelling rond Bernard van Orley in Brussel, de opening van het Afrikamuseum, bierfietsroutes in West-Vlaanderen, culinaire festivals, de Vlaamse kust, fietsen en genieten in Limburg ... kwamen uitvoerig aan bod.

Daarnaast voerde Toerisme Vlaanderen in 2019 ook het hele jaar door reguliere promotie voor Vlaanderen in Nederland via individuele en groepspersreizen, gerichte communicatie naar de pers, joint promotions met media en trade partners, e-trainings, communicatie gericht naar de reiziger ...

3. Zoals elk jaar had Toerisme Vlaanderen voor de Nederlandse markt een promotieplan klaar met zowel B2B- als B(2B)2C-acties. Nogal wat acties die in het voorjaar gepland waren, werden geannuleerd of uitgesteld naar het najaar van 2020 (of naar 2021) vanwege de coronacrisis.

Tijdens de eerste maanden van 2020 draaide de promotie in Nederland nog op volle toeren, het beloofde ook een succesvol jaar te gaan worden met alles wat op stapel

stond.

De focus lag in die periode op de promotie van Vlaamse Meester Van Eyck en het Van Eyck-jaar, zo namen bv. twintig Nederlandse journalisten deel aan de internationale persreis naar Gent en Brugge, waarna er diverse specials en vele publicaties verschenen over het themajaar Van Eyck en het omvangrijke programma.

Daarnaast liep de reguliere promotie ook gewoon door uiteraard, tot half maart. Vanaf dat moment werden een hoop promotionele acties on hold gezet, geannuleerd of uitgesteld (net als de betrokken projecten, evenementen, ... zelf).

Het project 'Beleef Ensor in Oostende' zou bv. via persbewerking, joint promotions met Nederlandse partners en samenwerking met Nederlandse mediapartners worden aangekondigd en gepromoot. Er waren ook nog acties gepland rond Sacred Books in Brugge, Floraliën 2020, Flandrien Challenge, opening KBR Brussel (in combinatie met promotie Bourgondische stadspaleizen), heropening Plantentuin Meise, World's 50 Best Restaurant Awards, World Choir Games ...

Het is de bedoeling om de uitgestelde evenementen en projecten vanaf het najaar van 2020 (en verder in 2021) opnieuw een volwaardige plaats te geven in onze promotie. Flexibel inspelen op opportuniteiten is mogelijk op de Nederlandse markt en we plannen daar ook maximaal gebruik van te maken. Uiteraard is het openen van de landsgrenzen voor toeristische verplaatsingen de belangrijkste voorwaarde om grote promotionele acties op te zetten.

4. In de periode waarin er niet gereisd kan worden tussen Nederland en Vlaanderen, volgen we de van kracht zijnde maatregelen van nabij op, alsook de (bilaterale) ontwikkelingen ter zake. Wanneer de grenzen weer opengaan voor toeristisch verkeer, zal een en ander alleszins bilateraal (of in Schengenverband) moeten afgesproken worden. Wij kunnen daar ook meteen op inhaken, we houden voldoende flexibiliteit in onze planning en zijn er ook klaar voor.

In de tussentijd onderhouden we goede contacten met al onze partners in Nederland, om hen zo goed mogelijk te informeren en te ondersteunen waar mogelijk en relevant. Die ondersteuning is overigens wederzijds. Onze partners zijn er zich van bewust dat ze het in een eerste fase – wanneer internationaal reizen weer kan – van de buurlanden zullen moeten hebben, in eerste instantie Vlaanderen/België (en ook Duitsland).

In die periode haken we ook maximaal in op alle globale projecten, acties en content. Zo wordt de 'Stay at Home Museum'-reeks zeer goed onthaald, zowel in Nederlandse (vak)media als bij de Nederlandse culturele meerwaardezoeker. Niet enkel positief voor de reputatie van Vlaanderen en de Vlaamse Meesters, maar ook voor de reputatie van Toerisme Vlaanderen, in deze uitzonderlijke crisissituatie ook niet onbelangrijk.

Meer dan op andere markten, zullen wij in Nederland ook gebruik maken van alle mogelijke content die ontwikkeld wordt in het kader van Vlaanderen Vakantieland 2.0, hoewel in eerste instantie bedoeld voor de Vlaming/Belg zelf, ook inzetbaar voor de Nederlandse markt, niet in het minst op het moment dat reizen over de grens weer mogelijk wordt. Het is duidelijk dat wij de Nederlandse bezoeker ook maximaal en meer dan ooit willen spreiden over heel Vlaanderen, in ruimte en in tijd, met respect voor alle op dat moment geldende maatregelen, voor de plek en voor de bewoner.

Een greep uit mogelijke lokale acties en activiteiten (in principe vanaf september 2020, eerder als het kan, voorbereiding aan de gang):

Uiteraard altijd rekening houdend met de op dat moment geldende maatregelen in Vlaanderen en Nederland zelf.

2020

Algemeen/consument

- Partnership met ANWB, ANWB Ledenreizen (en *Pharos Reizen van ANWB*) rond Van Eyck/Vlaamse Meesters, focus op reputatie, verlenging Van Eyck-jaar en verblijfstoerisme Gent, Brugge, ... (ook nog in het voorjaar 2021)
- Contacten en overleg met NS International om elkaar op de hoogte te houden van (herstel)acties betreffende reizen naar Vlaanderen en mogelijkheden bekijken voor eventuele gezamenlijke 'recovery' campagne
- Partnerships en native content deals met diverse Nederlandse (online) media en platforms, zoals via Newskoolmedia (vanaf september) en opvolging opportuniteiten voor joint promotions, ...
- Social media management en klantenmanagement (reputatiegericht en evenement-georiënteerd), incl. nieuwsbrieven (telkens naar circa 50.000 Nederlandse klanten) en gerichte consumentencommunicatie
- Evenementenplatform: weer aanjagen vanaf september, continue aanpassing nieuwe data (of verwijdering afgelaste evenementen) zodra bekend

Pers en media

Focus op volgende thema's (ook rekening houdend met spreiding in ruimte en tijd):

- Fietsen en wandelen in regio's en aan de kust (natuurbeleving) – i.c.m. erfgoed
- Stilteplekken in de stad (en elders) i.c.m. erfgoed
- Nazomer en uitwaaien aan de kust
- Musea, tentoonstellingen en (culturele) evenementen (Feniks 2020, ...)
- Culinair genieten, culinaire festivals
- Kunst in de openbare ruimte
- Abdijen en kastelen, bierbrouwerijen
- Kunst in situ (erfgoed)
- Fietsroutes en -mogelijkheden in, rond en uit de stad

Enkele geplande acties/activiteiten:

- Verdere perscommunicatie rond Vlaamse Meester Van Eyck en het Van Eyck-jaar, tentoonstellingen en -programma
- Communicatie naar aanleiding van de opening van het Bezoekerscentrum Plantentuin Meise (indien mogelijk ook groepsreis met contacten natuur/tuinen)
- Cycling communicatie: focus op 'Brabantse Pijl' en Flandrien Challenge
- Groepsreis Ensor en de opening van het belevingscentrum in Oostende (mogelijk oktober/november) – i.c.m. cultureel Oostende
- Opening KBR eventueel in combinatie met Bourgondische Stadspaleizen
- Kunst- en cultuurcommunicatie lopende tentoonstellingen en evenementen in het najaar, zoals Memling Now, Dieric Bouts (bezoekerscentrum Leuven), Feniks

Trade

- Updaten en boosten van bestaande e-learnings ter inspiratie en informatie reisbranche
- Continu onderhouden contacten met vakpers trade, delen van relevante informatie en (actueel) nieuws over Vlaanderen als toeristische en culturele kwaliteitsbestemming. Ook (een selectie van) de Nederlandse trade hiervan persoonlijk en op regelmatige basis op de hoogte houden.
- Voortzetting partnership Vlaamse Meesters (Van Eyck) met ANWB Ledenreizen en Pharos Reizen van ANWB (zie ook eerder onder consumentenluik vanwege dubbele insteek)
Input onder andere programma verlengde/verplaatste activiteiten Van Eyck-jaar zoals expo's, Floraliën Gent (2021) met thema 'Mijn Paradijs, mijn Wereldse Tuin', opening bezoekerscentrum Sint-Baafskathedraal, ...

- Joint promotions culturele evenementen en tentoonstellingen, bv.: activiteiten Van Eyck, opening Ensorhuis in Oostende, Memling Now, Dieric Bouts, ...
 - Joint promotions voor najaar en winter in Vlaanderen
5. Toerisme Vlaanderen onderhoudt in Nederland meerdere relevante partnerships, die dankzij het brede netwerk en de expertise van onze mensen goede resultaten opleveren. De meeste van die partnerships zijn projectgebonden.

In het geval van een aantal actoren kun je ook spreken van een structureel partnership:

- NS International, om samen promotie te voeren voor onze treinbestemmingen en het gemak en comfort van het reizen met de trein naar Vlaanderen, ook vanuit duurzaamheidsoogpunt uiteraard. NS International ondersteunt ons ook bij persreizen en famtrips voor trade.
 - ANWB en ANWB Reizen: de 'Koninklijke Nederlandse Toeristenbond' ANWB is een vereniging die met een unieke mix van beïnvloedende en dienstverlenende activiteiten de belangen van haar leden behartigt op het gebied van mobiliteit, vakantie en vrije tijd. Bij dat werk wil de ANWB een bijdrage leveren aan een duurzame ontwikkeling van de samenleving. Met circa 4,5 miljoen leden een ideale partner voor Toerisme Vlaanderen.
 - NBTC: ook met onze Nederlandse collega's van NBTC onderhouden we uiteraard goede banden, vooral op het vlak van kennisuitwisseling en gezamenlijke promotie op verre markten.
6. De Vlaamse en Hollandse Meesterstrein is er niet gekomen omdat de Nederlandse Spoorwegen niet wenste door te gaan met de plannen.
7. NBTC heeft zijn werking op de verre markten gestaakt sinds einde 2019.