

VLAAMSE RAAD

ZITTING 1992-1993

4 FEBRUARI 1993

BELEIDSNOTA

Toerisme in Vlaanderen

VERSLAG

**namens de Commissie voor Cultuur
uitgebracht door de heer F. Cauwenberghs**

Samenstelling van de Commissie :

Voorzitter : de heer L. Peeters.

Vaste leden : de heren F. Cauwenberghs, S. De Clerck, L. Goutry,
L. Martens, M. Van Peel ;

de heren J. De Bremaeker, P. Hostekint, L. Peeters, W. Seeuws ;

de heren P. Chevalier, J. Demeulenaere, P. Dewael ;

de heer F. De Man ;

de heer H. Lauwers ;

de heer L. Dierickx.

Plaatsvervangers:

mevrouwen S. Creyf, A. Leysen, de heer H. Marsoul, mevrouw
T. Merckx-Van Goey, de heer J. Vandeurzen ;

de heren L. Hancké, R. Landuyt, A. Schellens, G. Swennen ;

de heer P. Berben, mevrouw A.-M. Neyts-Uyttebroeck, de heer
D. Ramoudt ;

de heer J. Spinnewyn ;

de heer H. Olaerts ;

de heer J. Geysels.

Zie :

168 (BZ 1992)

— Nr. 1 : Beleidsnota

DAMES EN HEREN,

De Commissie voor Cultuur besprak deze beleidsnota op haar vergaderingen van 24 juni en 10 juli 1992 en van 26 januari 1993. Op deze vergaderingen waren de Commissaris-generaal en de Voorzitter van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme aanwezig. Tijdens de eerste twee vergaderingen werden opmerkingen geformuleerd door de leden en werden een aantal bijkomende vragen gesteld aan de beleidsverantwoordelijken. Dit resulteerde in een omstandige nota die door de studiedienst van het VCGT werd opgesteld. Die nota wordt integraal in dit verslag opgenomen en kan worden beschouwd als een belangrijke aanvulling bij de beleidsnota.

Tijdens de derde vergadering werden er ter afronding van het debat over de beleidsnota, een aantal aanbevelingen met betrekking tot het toeristisch beleid geformuleerd door de Commissie.

Ondertussen werd ook de begroting van het VCGT voor 1993 besproken in het kader van de bespreking van de begroting voor cultuur. Deze bespreking moet in samenhang met de discussie over de beleidsnota worden gelezen. We verwijzen hiervoor naar het verslag van de begrotingsbesprekingen uitgebracht door de heer J. De Bremaeker (Stuk 15-A (BZ 1992) — Nr. 6-C).

1. Inleidende uiteenzetting

De minister verklaart dat deze beleidsnota moet gezien worden in het kader van de algemene opties voor het cultuurbeleid, waarvan tijdens de besprekingen van de begroting voor 1992 de grote lijnen werden uiteengezet. Omdat het toerismebeleid afhangt van een autonome pararegionale, gaat het hier om een beleidsnota die toch een op zichzelf staand geheel vormt. De nota is voor het overige volledig door het VCGT uitgewerkt. Het is daarom dat de Voorzitter en de Commissaris-generaal van het VCGT het beleid zelf zullen toelichten.

De minister wijst verder op het belang van dit debat in de Vlaamse Raad. Vanuit het parlement kunnen nuttige ideeën voor het beleid naar voor worden gebracht. Uit de discussie in de Raad zullen de nodige conclusies worden getrokken.

De Voorzitter van het VCGT beklemtoont dat deze beleidsnota eenparig werd goedgekeurd door de vorige Raad van Bestuur van het Commissariaat-generaal. Het economisch belang van het toerisme in Vlaanderen is de laatste jaren zeer sterk toegenomen. Het was de bedoeling dat deze beleidsnota de krachtlijnen zou schetsen van de uitbouw van een volwaardig toeristisch beleid naar het jaar 2000 toe.

Vervolgens geeft de Commissaris-generaal een overzicht van de inhoud van de beleidsnota

2. Bespreking en bijkomende vragen

Enkele vragen en opmerkingen werden tijdens de vergaderingen onmiddellijk beantwoord door de minister of door de verantwoordelijken van het VCGT. Voor de antwoorden op de andere vragen, verwijzen we naar de nota van de studiedienst van het VCGT.

Er wordt door enkele leden gesteld dat dit een belangrijke en goede beleidsnota is, waarvan het bovendien verheugend

is vast te stellen dat ze met eenparigheid door het bestuur van het VCGT is goedgekeurd.

Men is het er ook over eens dat de Commissie voor Cultuur meer aandacht moet besteden aan het toerisme. Deze nota heeft de verdienste een aantal knelpunten, waarvoor nieuwe decreten nodig zijn, onder de aandacht van de Vlaamse Raad te brengen. Er worden reeds een aantal jaren nieuwe decreten aangekondigd. Zijn er naast het ontwerp op de openluchtrecreatieve verblijven nog andere ontwerpen in voorbereiding ?

Zo wordt er gepleit voor een decreet op de subsidiëring van gemeentelijke toerismefunctionarissen, naar analogie van gelijkaardige regelingen voor cultuur- en sportfunctionarissen. Ook wordt gevraagd dat er een decreetgevend initiatief zou zijn voor wat de reisbureaus aangaat. De reglementering betreffende het statuut van de reisbureaus dateert, aldus een lid, nog van 1965 en moet dringend worden geactualiseerd.

Er wordt door enkele leden gevraagd welke bevoegdheid de minister nog heeft in verband met het toerisme, nu het beleid in handen is van een autonome pararegionale.

Het VCGT pleit voor geïnstitutionaliseerd overleg met departementen en overheidsdiensten en -instellingen, die bij het toerisme betrokken zijn of er invloed op uitoefenen. Hoe moet dit concreet worden georganiseerd ?

Het percentage van de middelen dat besteed wordt aan wetenschappelijk onderzoek (0,14 %) is volgens een lid wel erg mager. Is er ook onderzoek van andere instanties (universiteiten en dergelijke), dat onmiddellijk bruikbaar is ? Misschien is het ontbreken van wetenschappelijk onderzoek de oorzaak van de vaagheid van sommige onderdelen van de beleidsnota.

Een volgende spreker vraagt hoe ver het staat met vormingsprogramma's in de toeristische sector. Is er overleg met het VIZO ? Misschien kunnen er initiatieven in samenwerking met het VIZO worden ontwikkeld. Dit is belangrijk omdat in de toeristische sector zeer veel KMO's actief zijn.

Een lid pleit voor een volledige overheveling van de bevoegdheden in verband met het toerisme naar de gemeenschappen.

Cultuur en economie worden als spanningsvelden gezien. Dit zou niet het geval mogen zijn. Het VCGT zou eens precies moeten aanduiden wat het economische belang van de sector is. Bestaat er hierover betrouwbaar wetenschappelijk onderzoek ? Het blijkt dat de toeristische sector slechts 4 % van het BNP vertegenwoordigt. In de buurlanden ligt dat rond de 5,5 % . Dus is er hier zeker nog groei mogelijk.

Een lid vraagt of er een overzicht kan worden gegeven van de toeristische ontvangsten in Vlaanderen.

Over de promotie voor het toerisme in Vlaanderen wordt uitgebreid gedebatteerd.

Een aantal vragen worden gesteld. Kunnen er bij het openen van buitenlandse markten geen testgebieden worden uitgetest ? Hoe wordt de promotie in het buitenland op dit ogenblik geëvalueerd ? Waarom is er op het vlak van promotie in het buitenland niet meer samenwerking met de diplomatieke missies ?

Enkele leden wijzen op het belang van de promotie in de andere gemeenschappen van België en in de buurlanden

De Commissaris-generaal zegt dat de promotie inderdaad voornamelijk op deze gebieden gericht is. Met name Nederland is een prioritaire markt. Er zijn jaarlijks ongeveer 5 miljoen overnachtingen van Nederlanders in België, waarvan Vlaanderen 60 procent voor zijn rekening neemt.

Verder zijn er volgens de Commissaris-generaal nog vertegenwoordigers in Milaan, Barcelona, via een **SABENA**-vertegenwoordiging en Stockholm. Wat Scandinavië betreft, moet worden vastgesteld dat Vlaanderen voor toeristen uit deze landen op de doorgangsweg naar het zuiden ligt. Vooral de kampeerterreinen worden door de Scandinaven bezocht. Op dit ogenblik gaan nog heel wat toeristen uit deze regio **aan** ons land voorbij. Daarom is promotie in de Scandinavische landen zeker nuttig .

Voor de onmiddellijke toekomst zijn Wenen en **Zuid-Duitsland** belangrijk. Wenen is niet alleen belangrijk voor de Oostenrijkse markt, maar geldt ook als bruggehoofd naar Hongarije en Tsjechië. Met beide landen zijn er vanuit Wenen goede verbindingen.

Zuid-Duitsland wordt een steeds belangrijkere markt. De kunststeden en de kust kennen veel succes bij een beter gesitueerde klasse in dit gebied.

Noord-Amerika en Japan vormen belangrijke markten voor Europa. De promotie in deze gebieden wordt door 24 Europese landen samen gevoerd in het kader van de **European Travel Commission**. Deze gebieden zijn belangrijk voor het cultuur- en zakentoeisme. Er is concreet een aanwezigheid in New York en Tokio. Qua overnachtingen is **Noord-Amerika** de vijfde markt. Japanse toeristen zorgen voor ongeveer 150.000 overnachtingen. Beide markten mogen dus niet worden verwaarloosd.

Een lid wijst op de mogelijkheden van de onontgonnen Oost-Europese markten. Zijn hier geen speciale kredieten voorzien door de Vlaamse Regering ?.

De minister antwoordt dat die fondsen er inderdaad zijn. Het VCGT kan eventueel een speciale toelage vragen voor specifieke projecten naar Oost-Europa toe. De minister zou dit in de Executieve kunnen aankaarten.

Een lid vraagt of er gestreefd wordt naar eigen Vlaamse toerismebureaus. Dit zou een belangrijke evolutie zijn in het promotiebeleid. Dit betekent wel dat zulks belangrijke budgettaire consequenties heeft. Een ander lid merkt in dit verband op dat de personeelskosten voor promotie wel bijzonder hoog liggen.

Er wordt ook gepleit voor het afsluiten van **samenwerkingsakkoorden** tussen de gemeenschappen zodat er naar een eenvormigheid in de promotie kan worden gestreefd. Hoe worden de bestaande samenwerkingsakkoorden geëvalueerd ?

Blijkbaar probeert men door de promotie de **naambekendheid** van Vlaanderen in het buitenland te verbeteren. Een lid vraagt zich af of men daar wel in kan slagen. Er moet immers vastgesteld worden dat België zelf nauwelijks bekend is in het buitenland. Waarom zouden Vlaanderen en Wallonië dat dan zijn ?

De Commissaris-generaal stelt dat het toeristisch produkt van Vlaanderen en dat van Wallonië verschillend is. Vlaanderen pakt uit met de kust en de kunststeden, terwijl het toerisme in Wallonië voornamelijk op de Ardennen is toegepast.

Tot hiertoe waren de toeristische bureaus in het buitenland gezamenlijke initiatieven van het VCGT en het OPT. De

samenwerking is niet altijd even vlekkeloos. Meestal wordt het bureau geleid door een directeur van de ene **taalrol** en een adjunct van de andere **taalrol**. Dat kan soms tot eigenaardige situaties leiden. Zo wordt het bureau in Nederland geleid door een persoon van de Franse Gemeenschap. Dit schept op dit ogenblik onder andere moeilijkheden voor de promotie van Antwerpen Culturele Hoofdstad in Nederland.

Toch moet volgens de Commissaris-generaal worden gesteld dat over het algemeen de relaties met het OPT goed zijn. Er zal geval per geval moeten worden onderzocht of er zich problemen stellen. Wat bijvoorbeeld Barcelona aangaat, is het zo dat het OPT niet geïnteresseerd is in deze standplaats. Daarom zal dit een exclusief Vlaams bureau worden.

Meerder leden dringen aan op het afsluiten van **samenwerkingsakkoorden** met de Franse Gemeenschap en met andere regio's.

Is het voorstel om een bestemmingsbelasting op te leggen aan het toeristisch bedrijfsleven, om de overheid meer middelen voor de toeristische promotie te geven, wel realistisch ? Er wordt ook gevraagd of dit voorstel al aan concretisering toe is. Een lid verzet zich tegen een bijkomende belasting voor de toeristische bedrijven voor het voeren van promotie. De sector betaalt volgens hem reeds genoeg belastingen.

Zijn de inkomsten uit sponsoring in het globale budget voor promotie inbegrepen ? Wat is de evolutie in de verhouding tussen de inbreng van de overheid en die van de bedrijven in het promotiebudget ? Kan het Vlaams budget voor promotie de vergelijking met dat van de andere Europese landen doorstaan ? Een lid zegt geen tegenstander te zijn van sponsoring van de promotie. Die sponsoring mag echter niet in tegenspraak zijn met de doelstellingen van het VCGT.

Op pagina 7 van de beleidsnota, in het punt over de toeristische promotie is er sprake van joint-ventures. Een lid vraagt over welk soort bedrijven het hier gaat. Wordt er door het VCGT daadwerkelijk geparticipeerd in die bedrijven ?

Het antwoord op deze laatste vraag wordt gegeven in de nota van de studiedienst van het VCGT.

Wat reservatie betreft, wordt gevraagd of er een Vlaamse hotelgids is, die in binnen- en buitenland wordt verspreid. Het reserveringssysteem staat in Vlaanderen zeker niet op punt. In Groot-Brittannië kan men in de plaatselijke **VVV's** reserveren voor de wijde omtrek van het gebied. Dit is in Vlaanderen nog niet mogelijk.

Een spreker merkt op dat de promotiespot, die door CNN werd uitgezonden, de nadruk legt op het verblijf in Brussel, van waaruit Vlaanderen gemakkelijk bereikbaar is. Hij merkt hierbij op dat er toch nog andere steden zijn, die voldoende mogelijkheden hebben om toeristen op te vangen.

Deze spreker stelt dat de kunststeden een zeer belangrijke troef zijn voor het toerisme in Vlaanderen. Het meerdaags toerisme moet hier worden bevorderd, hetgeen inhoudt dat er niet alleen tophotels mogen ter beschikking staan.

Wat de kunststeden aangaat, bestaat er volgens de minister reeds een overleg tussen de overheid en de schepenen van cultuur van Gent, Brugge en Antwerpen. Dit is zeer positief.

De minister stelt verder dat ook Brussel als een kunststad moet worden gepromoot. Naar de buitenlandse toeristen toe moet op systematische wijze worden beklemtoond dat Brussel ook de hoofdstad van Vlaanderen is.

Volgens een lid heeft Vlaanderen veel toeristische mogelijkheden, maar ze worden onvoldoende benut. Zo zijn vele

monumenten te weinig toegankelijk. Een nauwere samenwerking met de administratie voor monumenten en landschappen zou in dit opzicht zeer nuttig zijn, onder andere wat de planning voor het restaureren van monumenten betreft.

Er wordt daarom gepleit voor een ingrijpende kwaliteitsverbetering van het cultureel toeristisch aanbod. Met name in de museumsector schort er heel wat. Dikwijls zijn onze musea zeer publieksonvriendelijk en niet marktgericht. De vergelijking met het buitenland doet het schrijnende van deze situatie nog beter uitkomen. In plaats van drempelverlagend te werken, maakt men het in Vlaanderen de bezoekers eerder moeilijk. Er moet van worden uitgegaan dat ons **kunstpatrimonium** onze belangrijkste toeristische troef is. De musea moeten hier op inspelen. Misschien is de scheefgetrokken situatie te wijten aan het feit dat onze museumdirecteurs geen managers maar wetenschappers zijn.

In verband met de tewerkstelling wordt gezegd dat de toeristische industrie 177.000 werknemers telt. Een groot aantal hiervan zijn ongetwijfeld werknemers in de horeca en aanverwanten. Over welk soort werknemers gaat het hier ? Hoeveel werken er het hele jaar door in de toeristische sector ? Zijn er hierbij veel deeltijdse werklozen ? Is het mogelijk een volledige doorlichting van de tewerkstelling in de sector te maken ?

In dit verband kan de vraag worden gesteld wat de situatie van de werkstudenten is. Hier zijn er ongetwijfeld erg veel wantoestanden. Kan het VCGT hier optreden ? Dit moet toch mogelijk zijn, omdat heel wat bedrijven steun van het het Commissariaat-generaal ontvangen.

Volgens een lid moet er zeker een einde komen aan de wantoestanden bij de werknemers in de sector, maar dit is niet eenvoudig. Volgens hem is hiervoor ook medewerking van de jobstudenten zelf nodig.

Dat er in de toeristische sector lage lonen worden uitbetaald is volgens een lid verklaarbaar, omdat dit nodig is om te kunnen blijven concurreren met andere bedrijven.

Ook over de verhouding tussen het sociaal en het commercieel toerisme wordt uitvoerig van gedachten gewisseld.

Meerdere sprekers zeggen dat het belangrijk is dat er een consensus is over de verdeling van de middelen in de sector van het sociaal toerisme.

Een lid wijst er op dat de verhouding tussen de sociale en de commerciële sector toch moeilijk ligt. Wat houdt de consensus die tussen beide sectoren is bereikt, precies in ? Wat is de verhouding tussen commerciële en sociale sector wat de besteding van de middelen betreft ?

Een lid stelt dat het sociaal toerisme er blijkbaar op is gericht om veel geld naar de zuilorganisaties door te sluizen. Volgens de spreker wordt de commerciële sector gediscrimineerd tegenover het sociaal toerisme. Terwijl het sociaal toerisme heel wat toelagen krijgt, moet de particuliere sector al zijn investeringen zelf betalen. Dat is de reden waarom de commerciële sector duurder blijft dan het sociaal toerisme. Bovendien kan men zich afvragen of het sociaal toerisme zijn doel niet voorbijstreeft. Wie kan er van genieten ? Blijkbaar kan iedereen er terecht. Hier moeten zeker beperkingen worden ingebouwd, zodat het sociaal toerisme bestemd wordt voor **degenen** die het echt nodig hebben. Hetzelfde geldt voor het jeugdtoerisme. Heel wat volwassenen maken gebruik van jeugdherbergen.

De volgende spreker is echter van oordeel dat om de goede verstandhouding tegenover de commerciële sector te verbeteren, er nieuwe decretale initiatieven nodig zijn voor het sociaal toerisme. In tegenstelling tot wat in de vorige tussenkomst werd beweerd, is de sociale sector eerder benadeeld. De commerciële bedrijven genieten bovendien zelf van heel wat tegemoetkomingen.

Volgens een ander lid krijgen nog steeds te weinig mensen de gelegenheid om echt op vakantie te gaan. Hier moet aan gedacht worden bij het opmaken van de toekomstplanning. Het scheppen van nieuwe toeristische mogelijkheden, zeker in de sociale sector, is nodig. Democratisering van het toerisme betekent dat het scala van wat wordt aangeboden zeer breed moet zijn.

Een lid pleit verder voor het betrekken van het sociaal toerisme in de promotie, door opname in de toeristische brochures en uitnodigingen voor de vakbeurzen. Gebeurt dit nu al ?

Wat is het sociaal profiel van de gebruikers van het sociaal toerisme ? Is deze sector nog concurrentieel tegenover de commerciële sector ? Zijn er nog middelen voor eventuele nieuwe infrastructuur voor het sociaal toerisme.

Er wordt meer toelichting gevraagd over het nieuw vijfjarenplan voor het sociaal toerisme. Dit punt is volgens sommige leden in de beleidsnota niet voldoende uitgewerkt.

Een lid is van oordeel dat punt 3.1.6. van de beleidsnota over het jeugdtoerisme eveneens meer moet worden gespecificeerd. In het vage blijft of er op het vlak van jeugdtoerisme enige samenwerking is met de administratie voor het jeugdwerk van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Wordt er iets gedaan aan de verder uitbouw van de jeugdhoeven ?

Er wordt door een lid gevraagd naar een evaluatie van de vakantiespreiding, die men nu poogt te organiseren met de paasvakantie. Blijkbaar wordt dit door de toeristische sector niet als positief ervaren.

De Commissaris-generaal antwoordt dat de vakantiespreiding pas zal gaan renderen als die al een aantal jaren is ingeburgerd en de sector er zich heeft aan aangepast. Het experiment van de gespreide paasvakantie duurt nu twee jaar en de voorlopige balans is globaal genomen positief. Bijvoorbeeld zijn de vakantieparken nu voor drie weken volgeboekt. In elk geval kan vakantiespreiding, ook gezien de evoluties in de buurlanden, niet worden ontlopen.

Enkele vragen worden gesteld over de uitvoering van het decreet op de logiesverstrekkende bedrijven.

Wat gebeurt er met de logiesverstrekkende bedrijven die nog niet in orde zijn met het decreet ?

Volgens een lid stellen er zich blijkbaar een aantal problemen in de hotelsector. Sommige exploitanten zijn tamelijk traag bij het zich in orde stellen met de reglementering. Kan er een overzicht worden gegeven van de huidige toestand ? Hoeveel hotels zijn nog niet in orde en worden er nog veel uitzonderingen, onder andere op het vlak van de brandveiligheid, toegestaan ?

Over de toestand van de hotelsector zegt de Commissaris-generaal dat er een 800-tal hotels in orde zijn met het decreet. Nog ongeveer 200 hotels zijn in discussie. Er zijn inderdaad een aantal uitzonderingen op de reglementering mogelijk, bijvoorbeeld als het om geklasseerde gebouwen gaat. De Commissaris-generaal is verder van oordeel dat als het

VCGT **PV's** opstelt, daar door de parketten gevolg aan moet worden gegeven. In Brugge zou het parket nu bereid zijn vervolgingen in te stellen, wat kan leiden tot sluiting van hotels. Zulks zou een signaalfunctie kunnen hebben, wat de hotels er toe zou moeten aanzetten zich in orde te stellen. Dat er **PV's** worden opgesteld wijst er in elk geval op dat de inspectiediensten goed werk leveren.

De Commissaris-generaal verduidelijkt verder dat er een vergunning vereist is vanaf vier kamers. Er zijn echter **rand**-gevallen van inrichtingen met slechts drie kamers die een vergunning vragen. De consequentie hiervan is dat ook deze bedrijven moeten worden gesubsidieerd. Deze problematiek komt meer en meer aan het licht nu het plattelands- of hoevetoerisme in de lift zit. Ook de individuele **kamerver**-huur is niet geregeld. Waarschijnlijk dringt zich een wijziging van het decreet op in het licht van de evoluties in de sector.

De minister verklaart dat hij reeds heeft gepleit voor een aanpassing van het decreet, door het inlassen van een paragraaf over het plattelandstoerisme. Hij zegt geen voorstander te zijn van een eigen decreet voor deze specifieke vorm van toerisme. Het moet in de globale decreetgeving worden ingebouwd.

De Commissaris-generaal wijst in dit verband ook nog op het probleem van de investeringen in de grote hotels, die deel uitmaken van internationale ketens, zoals Sheraton of Hilton. De middelen voor subsidiëring zijn eerder beperkt en ze zijn in feite voornamelijk bedoeld om de particuliere hotelhouder te ondersteunen.

Een lid stelt dat het invoeren van een kwaliteitslabel voor appartementen wenselijk is, maar hij heeft vragen bij de concrete haalbaarheid van zulke maatregel.

Er wordt gevraagd dat het decreet op de **openluchtrecree**-atieve verblijven snel van kracht zou worden. Wat de campings betreft moet er volgens een spreker dringend iets gedaan worden aan de „bidonvillisering”. De accommodaties van de kampeerterreinen moeten up to date zijn. Tegelijkertijd moeten ze betaalbaar blijven voor rondtrekkende toeristen.

Een lid is van oordeel dat er een contradictie kan zijn tussen toerisme en de zorg voor natuurbehoud. Werkt mas-satoerisme niet natuurvernietigend ?

De Commissaris-generaal stelt dat er moet worden gestreefd naar een evenwicht tussen ecologie en economie. Dit is voor het VCGT in elk geval een stelregel. Binnen het VCGT komt overigens ook het alternatief toerisme, met oog voor natuur en natuurbehoud aan bod.

Tenslotte vraagt een lid nog hoever het staat met de **uitvoe**-ring van de Europese richtlijn inzake pakketreizen.

3. Aanbevelingen van de Commissie

Na het omstandig antwoord van het VCGT wordt er gedebatteerd over het opstellen van aanbevelingen van de Commissie, die als leidraad voor het beleid kunnen dienen. Na bespreking stelt de Commissie het volgende **twaaalfpunten**-programma voor het toerisme in Vlaanderen voor :

1. Voorrang moet gegeven worden aan de promotie van Vlaanderen en Brussel als toeristische bestemming. Daarom moet men Vlaanderen als vakantieland voornamelijk bij de eigen bevolking blijven promoten. De nadruk wordt vooral gelegd op korte vakanties in eigen land het hele jaar door. Deze promotie van Vlaanderen moet ook gevoerd worden in de Franse en Duitse Gemeenschap.

2. Daarnaast moet de nadruk gelegd worden op de promotie in de buurlanden : Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Luxemburg en Nederland. Het oprichten van eigen Vlaamse toerismebureaus is hiertoe de aangewezen en noodzakelijke stap en zal het beeld van een zelfstandig Vlaanderen verder bevorderen. Vanuit de Vlaamse eigenheid kunnen voor de promotie samenwerkingsakkoorden worden gesloten met de Franse Gemeenschap en met andere regio's.

Deze strategie moet verder worden uitgebouwd in de overige Europese landen en vooral in die landen en regio's waarmee in het kader van het Vlaamse beleid, een bijzondere relatie ontwikkeld kan worden samen met andere partners uit de economische, sociale, culturele en politieke wereld. Concreet kan gedacht worden aan Wenen als bruggehoofd naar Oost-Europa, aan Milaan, Barcelona, Zuid-Duitsland en Scandinavië. In harmonie met het actieplan van de Europese Gemeenschap is promotie in Noord-Amerika en Japan wenselijk.

3. In het kader van deze promotie moet het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme streven naar meer eigen middelen via sponsoring en joint-ventures in samenwerking met de privésector. Dit moet gebeuren in overeenstemming met de opdracht en de doelstellingen van het VCGT. In de geest van rationalisatie en efficiëntie moeten de eigendommen van het VCGT gevaloriseerd worden en waar nodig verkocht worden om de promotie te ondersteunen of om inzake investeringen als voorbeeldfunctie te dienen.

4. De Vlaamse Executieve waakt erover dat het decreet op de logiesverstreckende bedrijven nauwkeurig wordt uitgevoerd. De evoluties in de sector maken ook een aanpassing van het decreet noodzakelijk. Met name moet een decretale regeling voor het plattelands- en hoevetoerisme worden uitgewerkt.

Het decreet op de openluchtrecreatieve verblijven moet leiden tot sanering van de sector en moet een gevoelige kwaliteitsverbetering tot 'gevolg hebben.

5. De verhuur van appartementen en vakantiewoningen is gebaat met een degelijke informatie van de gebruiker over het aanbod. Het invoeren van een kwaliteitslabel in deze sector komt hier aan tegemoet. Het VCGT moet initiatieven voor de invoering van een kwaliteitslabel stimuleren en ondersteunen.

6. De toegankelijkheid van het toerisme in het algemeen en van de infrastructuur in het bijzonder moet prioritair worden nagestreefd. Een speciale inspanning moet gedaan worden voor personen met een handicap.

7. Samenwerking tussen overheid en privé-initiatief is noodzakelijk op diverse vlakken van het toerisme. Meer in het bijzonder wordt gedacht aan :

- de uitbouw van de infrastructuur zoals hotels, vakantiedorpen, centra voor jeugdtoerisme en sociaal toerisme, openluchtrecreatieve verblijven ;
- de verdere uitbouw van het toeristisch produkt ;
- het voeren van gezamenlijke promotie ;
- het verzorgen van de ontvangst.

8. Het toerisme heeft beleidsmatig raakvlakken met diverse departementen. Het is dan ook meer dan wenselijk dat er een vorm van interdepartementele samenwerking tot stand komt. In het bijzonder wordt gedacht aan ruimtelijke ordening , milieu, economie en werkgelegenheid, cultuur, internationale relaties, verkeer, . . .

Het toerisme moet op het vlak van infrastructuur, **produkt-**vorming en promotie streven naar milieuvriendelijkheid. Dit betekent onder meer de samenwerking met de daartoe geëigende departementen en adviesraden.

9. Er moet aandacht zijn voor de speciale band tussen Vlaanderen en Brussel. Als Europese en Vlaamse hoofdstad heeft Brussel een bijzondere betekenis in de promotie van Vlaanderen in het buitenland. Vooral voor de verre markten is Brussel de poort waardoor men het Vlaamse land verder ontdekt. Het VCGT heeft dan ook als taak in gans haar promotie Brussel als bijzondere attractiepool te benadrukken en er initiatieven te nemen.

10. Het cultuurtoerisme moet worden beschouwd als een van de belangrijkste aantrekkingspolen van het toerisme in Vlaanderen. Daarom moet bijzondere aandacht worden besteed aan de promotie van de Vlaamse kunststeden. In het kader van het cultuurtoerisme moeten ook de musea een meer actieve politiek voeren in het aantrekken van toeristen uit binnen- en buitenland.

11. De kwaliteit van de tewerkstelling in de toeristische sector moet een permanente zorg zijn. Er moet worden geijverd voor een degelijk sociaal statuut van de werknemers in de sector. Speciale aandacht moet hier uitgaan naar het statuut van de werkstudenten.

12. Het recht op vakantie moet voor alle groepen van de bevolking worden gegarandeerd. Daarom moet het sociaal toerisme blijvend worden ondersteund. Het sociaal toerisme moet ook worden gepromoot als een volwaardig alternatief voor de commerciële sector. Het sociaal toerisme moet daarbij aan dezelfde kwalitatieve normen kunnen voldoen als het commercieel toerisme. Het is in dit kader belangrijk dat er ook voldoende middelen zijn voor het verzekeren van het onderhoud van de sociaal-toeristische infrastructuur.

Deze aanbevelingen worden eenparig aangenomen.

De verslaggever,

F. CAUWENBERGHS

De voorzitter,

L. PEETERS

BIJLAGE

Nota van de studiedienst van het VCGT

INHOUDSTAFEL

ECONOMISCHE BETEKENIS VAN HET TOERISME IN VLAANDEREN	14
PROBLEMATIEK VAN DE GEGEVENSVERZAMELING	14
Te weinig gegevens	14
Te weinig middelen	14
Enkele onderzoeken en hun frequentie	14
European Travel Monitor ; WES-vakantieonderzoek ; Onderzoek bij tweede verblijvers ; Logiesinventarisatie V.C.G.T.-O.P.T. ; Dagtochtonderzoek ; Grenstelling ; Bestemmingsonderzoek met referentiegroep ; Bestedingsonderzoek op bestemming — verblijfstoerisme ; Bestedingsonderzoek op bestemming dagrecreatie ; Onderzoek bij de reissector	17
De overnachtingen	18
De bestedingen	20
Uitgaven voor toeristische doeleinden door Belgen in België ; Uitgaven voor toeristische doeleinden door buitenlanders in België ; Uitgaven voor toeristische doeleinden door Belgen in het buitenland ; Omzet	20
Tewerkstelling	21
HET ECONOMISCHE IMPACT VAN HET TOERISME	22
Inleiding	22
Factoren	22
Het economische belang van het toerisme : schatting	23
Opbrengst voor de overheid	24
WETGEVING I.V.M. HET TOERISME	24
Bevoegdheid van de Gemeenschapsminister van Cultuur	24
Decretale initiatieven	24
Statuut van de reisbureaus	24
Europese richtlijn inzake pakketreizen	24
Vergunningen van logiesverstreckende bedrijven	25
„Bidonvillisering” in de kampeersector	25
Kwaliteitslabel voor appartementen	25
Tewerkstelling	26
INVESTERINGEN IN HET COMMERCIEEL EN SOCIAAL, VOLWASSENEN- EN JEUGDTOERISME	26
INLEIDING	26
SOCIAAL TOERISME	26
Sociaal toerisme versus commercieel toerisme	26
Middelenverdeling voor het Sociaal Toerisme	27
Vijfjarenplan voor het Sociaal Toerisme	28
JEUGDTOERISME	28
Samenwerking met de Jeugddienst van de Vlaamse Gemeenschap	28
Uitbouw van de jeugdherbergen	28
INVESTERINGEN IN HET TOERISTISCH AANBOD	29
PROMOTIE	29
INLEIDING	29
TOERISTISCH ONDERZOEK EN STUDIEWERK	29
Te weinig	29
Vakantieparticipatie in België en het buitenland	29
Naambekendheid van Vlaanderen/België	31
Onderzoeken ; Nut van naambekendheid voor Vlaanderen	31
Testmarketing	31
Evaluatie van de gevoerde promotie	32
FINANCIERING VAN DE PROMOTIE	32
Personeelskosten buitenland	32
Bestemmingsbelasting	32

PROMOTIECAMPAGNES EN SAMENWERKINGSVERBANDEN	33
Hotelgids	33
Musea	33
Noordse landen	33
Tendens van de Noordse toeristische markt naar ons land ; Publieksinformatie ; Evenementen, workshops en beurzen ; Contacten met de schrijvende pers, radio en televisie ; Verkoopsontwikkeling	33
Sociaal toerisme	34
Open monumentendag	34
C.N.N.-reclamespotje	35
Samenwerkingsakkoorden tussen de gemeenschappen	35
Samenwerking binnen de Vlaamse Gemeenschap	35
Jointventures	35
BIJLAGEN	37

1. ECONOMISCHE BETEKENIS VAN HET TOERISME IN VLAANDEREN

A. Problematiek van de gegevensverzameling

1. Te weinig gegevens

Bij het nagaan van de economische impact van het toerisme stuiten we al gauw op het probleem van de beperkte en/of onnauwkeurige informatie. Dit is een gevolg van een schromelijke onderschatting van het belang van een wetenschappelijk ondersteund management toen de personeelsformatie werd vastgelegd.

Verschillende studies en rapporten die toch onderzocht konden worden om een globaal beeld te verkrijgen van de economische betekenis en van de tewerkstelling in de toeristische sector, klagen het gebrek aan accurate cijfers trouwens vaak aan.

Zij maken ook het verwijt dat vele gegevens niet nauwsluitend genoeg de toeristische sector omvatten. Bovendien wordt in deze studies soms sterk getwijfeld aan de nauwkeurigheid van de gegevens.

In de volgende paragrafen zullen de verschillende basisgegevens voor toeristisch onderzoek kritisch doorgelicht worden.

2. Te weinig middelen

Zoals hiervoren reeds vermeld, beschikt het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme over te weinig middelen om zelf systematisch aan onderzoek te doen. Deze beperktheid uit zich zowel in personeels- als in tijds- en geldgebrek. „De Studiedienst is sinds jaren schromelijk onderbemand, zodat het zelfs niet mogelijk is om het voorhanden informatiemateriaal door desk research te exploiteren¹.” Daarom wordt de economische impact van het toerisme vaak onderzocht aan de hand van studies, uitgevoerd door derden zoals het WES (Westvlaams Economisch Studiebureau), andere GOM's (Gewestelijke Ontwikkelingsmaatschappijen) en de SERV (Sociaal-Economische Raad van Vlaanderen).

Bij dit onderzoek wordt ook gebruik gemaakt van de basisgegevens van andere instellingen. Hierbij denken wij dan vooral aan de N.B.B. (Nationale Bank van België), de R.S.Z. (Rijksdienst voor Sociale Zekerheid) en de R.S.V.Z. (Rijksinstituut voor de Sociale Verzekeringen der Zelfstandigen). Nagenoeg alle gegevens die deze instellingen verspreiden, zijn evenwel niet accuraat genoeg om zonder verregaande interpretatie bruikbaar te zijn.

3. Enkele onderzoeken en hun frequentie

Slechts een deel van de gegevens waarmee de economische betekenis van het toerisme is te achterhalen, is beschikbaar. Bovendien laat vaak de periodiciteit te wensen over, zodat we geen continu zicht krijgen op de toeristische sector in België en onze voornaamste buitenlandse markten. Voor een aantal andere onderzoeken, die ons een gedetailleerder beeld zouden kunnen geven van het toerisme, ontbreken de financiële middelen om ze volledig uit te voeren.

In opdracht van de SERV' werd een overzicht opgesteld van de noodzakelijke geachte toeristische onderzoeken, met vermelding van de gewenste periodiciteit. Hieruit citeren wij vrij : „Per marktsegment worden een aantal bronnen of onderzoekswijzen aangestipt die of complementair aan mekaar zijn (c) en bijgevolg allen nodig zijn om de economische betekenis van dit marktsegment te berekenen, of een alternatief (a) voor mekaar vormen. In dit laatste geval moet afhankelijk van de wenselijkheid van de soort informatie en het ter beschikking staande onderzoeksbudget een keuze tussen de verschillende onderzoekswijzen gemaakt worden.

In de tabellen [hierna] werden met sterren de prioriteit aangeduid.

¹ „Beleidsnota : Toerisme in Vlaanderen” ; maart 1992 ; pag. 38.

² A. Bogaert en P. Boerjan : „Onderzoek naar de economische betekenis van het toerisme in Vlaanderen” ; Antwerpen ; TFPA ; mei 1991.

TABEL A :

Benodigde bronnen voor de berekening van het aantal toeristen

Marktsegment	Belgen in Vlaanderen	Inkomend : buitenlanders in Vlaanderen	Uitgaand : Vlamingen in buitenland
Recreatief reisverkeer met verblijf in commerciële logiesvormen	* N.I.S.-statistiek * * *	* N.I.S.-statistiek * * *	* European * Travel * Monitor
(Korte) vakan- ties in tweede verblijven	** Onderzoek bij tweede verblijvers (c) Logies inventaris V.C.G.T.-O.P.T. (c) Belastingsohieren tweede verblijven (c)	* Onderzoek bij tweede verblijvers (c) * Logies inventaris V.C.G.T.-O.P.T. (c) Belastingsohieren tweede verblijven (c)	* European Travel Monitor (c) WES- vakantie- onderzoek (c)
(Korte) vakan- ties bij V.F.K.	* Te integreren bij dagtochtonderzoek	* Te integreren bij dagtochtonderzoek	* European Travel Monitor WES- vakantieonderzoek
Zakelijk reisverkeer met verblijf in commerciële logiesvormen	* N.I.S.-statistiek * * *	* N.I.S.-statistiek * * *	* European * Travel * Monitor
Dagrecreatie	* Dagtochtonderzoek * *	* Grenstelling (a) * Bestemmings-onderzoek * met referentiegroep (a)	* Dagtocht-on- derzoek
Aanschaf van recreatie- goederen	* Te integreren in dagtochtonderzoek (a) of bestedings- onderzoek (a) of WES vakantie-on- derzoek (a)	* Te integreren in dagtochtonderzoek (a) of bestedings- onderzoek (a) of WES-vakantie-on- derzoek (a)	

(a) alternatieve bronnen

(c) complementaire bronnen

TABEL B :
Benodigde bronnen voor de berekening van de toeristische bestedingen

Marktsegment	Belgen in Vlaanderen	Inkomend : buitenlanders in Vlaanderen	Uitgaand : Vlamingen in buitenland
Recreatief reisverkeer met verblijf in commerciële logiesvormen	* Bestedingsonderzoek * op bestemming *	* Bestedingsonderzoek * op bestemming *	* Onderzoek * reissector *
(Korte) vakan- ties in tweede verblijven	** Onderzoek bij tweede verblijvers	* Onderzoek bij tweede verblijvers	* Onderzoek reissector (c) WES- vakantie- onderzoek (c)
(Korte) vakan- ties bij V.F.K. Zakelijk reisverkeer met verblijf in commerciële logiesvormen	* Te integreren bij dagtochtonderzoek * Bestedingsonderzoek op bestemming	* Te integreren bij dagtochtonderzoek * Bestedingsonderzoek op bestemming	* WES-vakantie- onderzoek * Onderzoek reissector
Dagrecreatie	* Dagtochtonderzoek (a) Bestedingsonderzoek op bestemming (a)	* Bestedingsonderzoek op bestemming (a) * Grenstelling (a)	* Dagtochtonderzoek
Aanschaf van recreatie-goe- deren	* Te integreren in dagtocht- onderzoek (a) of bestedings- onderzoek (a) of WES vakantie-onderzoek (a)	* Te integreren in dagtocht- onderzoek (a) of bestedings- onderzoek (a) of WES-vakantieonderzoek (a)	

(a) alternatieve bronnen

(c) complementaire bronnen

a. European Travel Monitor

Jaarlijks worden in bijna alle Europese landen zes mondelinge ondervragingsronden georganiseerd. De informatie heeft enkel betrekking op internationale reizen met minimaal één overnachting. Er wordt gepeild naar de basiskennmerken van reis en verblijf, zoals :

- aantal reizen
- motief
- bestemming
- logiesvorm
- organisatievorm
- verblijfsduur.

De grootte van de gestratificeerde steekproef ligt op minstens 2.000 personen.

Actuele periodiciteit : tweemaandelijks

Wenselijke periodiciteit : tweemaandelijks

b. WES-vakantie-onderzoek

Het recreatieve gedrag van de Belgen (m.a.w. vakanties, korte vakanties en dagtochten) wordt **periodisch** onderzocht in het Vakantie-onderzoek van het Westvlaams Economisch Studiebureau. Ongeveer 6.000 Belgen worden op exhaustieve wijze ondervraagd over het vakantiepatroon en de dagtochtdeelname tijdens een opeenvolgende zomer en winterperiode.

Actuele periodiciteit : driejaarlijks (2 ondervragingen)

Wenselijke periodiciteit : driejaarlijks ³

c. Onderzoek bij tweede verblijvers

De specificiteit van de (korte) vakantie met verblijf in tweede verblijven vereist een onderzoek dat speciaal geënt is op dit marktsegment. Het **WES-onderzoek** naar de economische betekenis van tweede verblijven kan als voorbeeld van dergelijk onderzoek gehanteerd worden.

Actuele periodiciteit : éénmalig uitgevoerd in 1991

Wenselijke periodiciteit : vijfjaarlijks

d. Logiesinventarisatie V. C. G. T. -0. P. T.

Sinds 1989 zijn er met betrekking tot de inventarisatie van het logiesaanbod door het V.C.G.T. ruime inspanningen geleverd. Jaarlijks wordt deze logieslijst geactualiseerd.

Actuele periodiciteit : jaarlijks

Wenselijke periodiciteit : jaarlijks

e. Dagtochtonderzoek

Tijdens het onderzoeksjaar zouden tien onderzoeksperioden met elk een duur van 14 dagen geselecteerd worden. Telefonisch zou dan informatie opgevraagd worden met betrekking tot het dagtochtpatroon en de (korte) vakanties van V.F.K. (Vrienden, Familie en Kennissen) in het domicilie van de respondent. De analyse van deze informatie op het niveau van de Belgen en de regio's Vlaanderen, Brussel en Wallonië vergt een steekproef van 2.000 respondenten. Indien men echter deze informatie op het niveau van de provincies wil ter beschikking stellen, moet men het steekproefaantal minimaal opdrijven tot 3.000.

Actuele periodiciteit : niet bestaand in België

Wenselijke periodiciteit : vijfjaarlijks

f. Grenstelling

Bij de grensovergangen tussen België en de buurlanden zouden de buitenlanders ondervraagd moeten worden over het eventuele dagtochtgedrag. Voor dit soort onderzoek bestaat het alternatief uit een op de bestemming uitgevoerd onderzoek bij de buitenlandse bezoekers van toeristisch-recreatieve bestemmingen. (cfr. g).

Actuele periodiciteit : niet bestaand in België

Wenselijke periodiciteit : vijfjaarlijks

³ Dit is de frequentie die het Comité du Toerisme van de OESO voor enkele jaren als richtlijn opgaf. De SERV adviseert een jaarlijks onderzoek. Het nut daarvan lijkt ons niet op te wegen tegen de kosten.

g. Bestemmingsonderzoek met referentiegroep

Op de belangrijkste toeristisch-recreatieve bestemmingen in Vlaanderen (incl. Brussel) zouden aan de hand van het relatieve aandeel van de niet-Belgen het aantal buitenlanders, onderscheiden naar herkomstregio absoluut berekend kunnen worden.

Actuele periodiciteit : niet bestaand in België
Wenselijke periodiciteit : vijfjaarlijk

h. Bestedingsonderzoek op bestemming – verblijfstoerisme

Een bestedingsonderzoek dient uitgevoerd te worden bij de verblijvers in de verschillende logiesvormen. Het quotastaal wordt bepaald door middel van de N.I.S.-gegevens van de overnachtingen. In dit onderzoek moet een vergelijk voorzien worden met betrekking tot de indirecte uitstappen van de verblijvers.

Actuele periodiciteit : niet bestaand in België
Wenselijke periodiciteit : vijfjaarlijks

i. Bestedingsonderzoek op bestemming – dagrecreatie

Aan de hand van de informatie verkregen uit het dagtochtonderzoek (cfr. f) kan het relatieve belang van de verschillende toeristisch-recreatieve bestemmingen voor wat het bezoek van het Belgische publiek betreft, berekend worden. Hieruit volgt logischerwijze het kwotastaal per bestemming.

Actuele periodiciteit : niet bestaand in België
Wenselijke periodiciteit : vijfjaarlijks

j. Onderzoek bij de reissector

Bij de reissector kan info verkregen worden over het aandeel van de reisbemiddeling en de transportkosten " voor zover zij gegenereerd worden in Vlaanderen „ in het totale bestedingsbudget.

Actuele periodiciteit : niet bestaand in België
Wenselijke periodiciteit : vijfjaarlijks"

De beschikbare gegevens moeten bovendien heel omzichtig worden gebruikt. In de volgende paragrafen onderwerpen we achtereenvolgens de gegevens m.b. t . de overnachtingen, de bestedingen en de tewerkstelling aan een kritisch onderzoek. Tevens proberen we door bronnenvergelijking te komen tot een zo getrouw mogelijke raming van de werkelijkheid.

4. De overnachtingen

De gegevens m.b.t. de overnachtingen worden verzameld en verwerkt door het N.I.S. (Nationaal Instituut voor de Statistiek) en weergegeven in de statistiek van het toerisme en het hotelwezen. Dit geschiedt maandelijks, aangevuld met een jaarlijks overzicht. Normaliter ontvangt het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme reeds na 2 maanden voorlopige resultaten. Door een aanpassing van deze statistiek aan onze moderne informatienoden, is de gegevensverzameling sinds oktober 1991 veranderd van inhoud en procedure, en is het N.I.S. er sindsdien nog niet in geslaagd informatie te produceren.

Verschillende auteurs noemen de overnachtingscijfers zoals die door het N.I.S. verspreid zijn, onnauwkeurig en vooral onderschat. Uit een studie van de T.F.P.A. (Toeristische Federatie Provincie Antwerpen) en de GOM Antwerpen kunnen wij het volgende citeren : „Door het feit dat het statische materiaal overnachtingen betreft, komt uiteraard alleen het verblijfstoerisme aan bod. Het betreft zowel het recreatieve toerisme als het zaken- en congresverkeer. Een onderscheid tussen deze vormen kan niet worden gemaakt. Wel onderscheidt het N. 1. S. de verschillende commerciële logiesvormen (andere zijn niet opgenomen), de verdeling volgens het land van herkomst en de overnachtingen per gemeente. Combinaties van deze elementen zijn slechts in beperkte mate mogelijk, omdat men al te snel stuit op de N.I.S.-interpretatie van de statistische geheimhoudingsplicht.

Het grootste nadeel van het N.I.S.-materiaal bestaat echter in zijn onbetrouwbaarheid. Vergelijking met andere, partiële statistieken leert dat het N.I.S. het reële aantal overnachtingen onderschat. De afwijking verschilt bovendien volgens logiesvorm,

plaats en periode, zodat zelfs een vertekening van de evolutie en de structuur van de vraag waarschijnlijk is. Jammer genoeg is een nauwkeurige bepaling van de onderschatting en vertekening niet **mogelijk**⁴.

Anderen hebben nochtans wel geprobeerd om de grootte van de vertekening van de overnachtingscijfers in kaart te brengen. In de volgende tabel vindt u voor enkele nationaliteiten de overnachtingscijfers van het N.I.S. met daarnaast de schatting gebaseerd op marktstudies door verschillende studiebureaus.

Land van herkomst	Jaar	Overnachtingen			Foutfactor
		N.I.S.	Ander	onderzoek	Andere bron
		n	n	Bron	N.I.S.
België	1988	21.897.679	38.300.000	WES ⁵	1,7
Frankrijk	1988	1.010.721	1.609.000	OPT/INSEE	1,6
Groot-Brittannië	1989	1.183.534	5.200.000	OPT/BTA/IPS ⁽³⁾	4,4
Nederland	1989	4.484.153	28.700.000	OPT/NRIT/NBT ⁽³⁾	6,4
Duitsland	1989	1.959.329	4.000.000	OPT ⁽³⁾	2,0
Italië	1990	390.089	468.000	ECONSTAT ⁷	1,2
USA + Canada	1985	892.542	1.410.000	OPT ⁽³⁾	1,6

Het rekenkundige gemiddelde van al deze foutfactoren bedraagt 2,7. De studiedienst van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme neemt voortaan aan dat de werkelijkheid dus dichtbij 2,7 maal het N.I.S.-aantal moet liggen.

Uit mondelinge getuigenissen⁸ en eigen waarneming kan zelfs worden afgeleid dat de onderschatting van het reële aantal overnachtingen in sommige logiesvormen nog veel drastischer is dan de gemiddelde factor, in andere dan weer minder. Waarschijnlijk is de kwaliteit van de gegevens het best bij de hotels en sociale-vakantie-inrichtingen, terwijl de campings het sterkst onderschat zijn. Van de overige logiesvormen „ waarvan vooral de appartementen en andere vakantie woningen een niet onaanzienlijk deel uitmaken ” is het ons moeilijker om een goed gefundeerd oordeel te vellen. De verbazend grote discrepantie tussen de gegevens over de Nederlanders van het N.I.S. en van het N.R.I.T. (640 %!) is o.a. te verklaren door het grote succes van het kampeertoerisme (minstens 42 % , in werkelijkheid wellicht eerder 60 % . . .) bij onze noorderburen.

⁴ Dirk Yzewyn en Guido De Brabander : „Toerisme, recreatie en economie, de provincie Antwerpen als voorbeeld” ; pag. 28 — 3.1 De overnachtingsstatistieken ; Leuven-Apeldoorn ; Garant ; 1992 ; eerste druk ; ISBN 90-5350-125-8

⁵ WES : „Reisgedrag en -opinions van de Belgen, 1988”, deel 2 : De vakanties in 1988 ; WES (Westvlaams economisch studiebureau), afdeling toeristisch onderzoek ; 1989 ; reeks vakantie-onderzoeken

⁶ Deze schattingen werden voornamelijk gebaseerd op WES- en eigen studies, gebruik makend van gegevens van het INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques, Frankrijk), NRIT (Nederlands Research Instituut voor het Toerisme), NBT (Nederlands Bureau voor Toerisme), BTA (Britisch Tourist Authority), IPS (International Passenger Survey, Groot-Brittannië) en van het WES zelf.

⁷ ECONSTAT : „IOTA '91 Survey — Italian outgoing tourism analysis” ; Bologna ; 1991

⁸ De directeur van de VVV Lommel beweert dat in zijn gemeente al meer overnachtingen in campings plaats hebben dan in de NIS-statistiek zijn terug te vinden voor de hele Kempen !

De oorzaak voor deze grove onderschatting ligt evenwel niet op de eerste plaats bij het N.I.S. Het is de logiesverstrekker die al te vaak enkele gasten „vergeet” te tellen en aan het N.I.S. aan te geven. Het N.I.S. noch het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme bleken totnogtoe bij machte deze fraude te beteugelen.

Enig cijferen leert ons dus dat tegenover elke 100 overnachtingen die het N.I.S. registreert, er reëel 270 plaatsvinden. De raming van het totale aantal overnachtingen maken we uiteindelijk aan de hand van enerzijds de meest betrouwbare bron voor de Belgen „het WES, gebaseerd op twee onderzoeken bij een gestratificeerde steekproef van elk 6.000 personen, wat een erg hoge betrouwbaarheid oplevert ” en anderzijds door de gegevens van de enig beschikbare bron „het N.I.S. ” te vermenigvuldigen met de gemiddelde foutfactor (2,7), zoals we hem hiervoren hebben berekend :

Waarschijnlijke aantal overnachtingen in België (raming V.C.G.T.-studiedienst)

1990	N.I.S. 1990 (x 10 ⁶)	Groefactor NIS 1988-1990 Foutfactor	WES 1988 (x 10 ⁶)	Resultaat 1990 (x 10 ⁶)
Belgen	(24,5)	1,118	38,3	42,8
Buitenlanders	12,9	2,7	—	34,8
Totaal	(37,5)	—	—	77,6

5. De bestedingen

a. Uitgaven voor toeristische doeleinden door Belgen in België

De informatie over de Belgische bestedingen op daguitstappen is sedert het vakantieonderzoek 1991 van het WES beter gedocumenteerd (zie²).

De uitgaven van de Belgen in eigen land zijn de som van drie componenten : de uitgaven ter gelegenheid van daguitstappen, die voor korte en tenslotte de bedragen besteed aan lange vakanties. De laatste twee werden door het WES berekend, en zijn opgenomen in de tabel op blz. 21.

Het uitgavenvolume gegenereerd door daguitstappen werd door de studiedienst van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme berekend als produkt van het aantal daguitstappen x de gemiddelde daguitgave. In een steekproef van 4.236 daguitstappen werd gepeild naar de gemiddelde besteding van de Belg op daguitstappen, opgesplitst naar zowel binnenlandse als buitenlandse bestemmingen. Het WES kwam tot de conclusie dat de Belg gemiddeld 918 BF spendeerde op een binnenlandse daguitstap. Dit brengt ons dus op 23,1 miljoen (daguitstappen)¹⁰ x 918 BF = 21,2 miljard BF.

b. Uitgaven voor toeristische doeleinden door buitenlanders in België

Voor de inkomsten en uitgaven van de buitenlanders in België en de Belgen in het buitenland baseert de studiedienst van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme zich op gegevens van de Nationale Bank van België. Deze informatie wordt opgenomen in de algemene betalingsbalans op transactiebasis onder de rubriek reisverkeer. Doch ook hier rijzen problemen met de betrouwbaarheid van de cijfers. Een internationale vergelijking door de OESO heeft destijds aan het licht gebracht dat de uitgaven meestal onderschat en de inkomsten meestal overschat zijn. Enerzijds heeft de N.B.B. immers al te vaak geen weet van het doel van het geld dat het land verlaat. Anderzijds is het vreemde geld dat in toeristische regio's wordt uitgegeven niet steeds voor toeristische doeleinden gebruikt. Daar komt nog bij dat niet elke toerist betaalt in de munt van zijn eigen land¹¹.

⁹ Gegevens strikt vertrouwelijk tot eind 1993.

¹⁰ WES : „Reisgedrag en -opinions van de Belgen, 1991”, deel 6, p. VI.25 ; Brugge ; 1992 Reeks Vakantieonderzoeken.

¹¹ De uitgaven van een Pool, die op zondagmorgen een Volkswagen komt kopen op de Anderlechtse automarkt en die in Duitse Marken betaalt, zouden wel eens kunnen beschouwd worden als uitgaven voor toeristische doeleinden, gedaan door een Duitser. Merk op dat hier noch van een Duitser noch van een toeristische uitgave kan gesproken worden : de Pool zal wellicht in de autocar of bij vrienden geslapen hebben, en zijn honger zal hij misschien wel gestild hebben met van thuis meegebracht lunchpakketten !

Volgens de rubriek reisverkeer van de algemene betalingsbalans op transactiebasis van de Nationale Bank van België gaven de buitenlanders in 1990 de globale som van 124 miljard BF uit aan toerisme. Rekening houdend met de berekende overnachtingscijfers betekent dit dat per man per dag een bedrag wordt uitgegeven van 3.563 BF¹². We mogen evenwel aannemen dat het vooropgestelde bedrag van de Nationale Bank van België lichtjes overdreven is, aangezien het gedeeltelijk een restpost is. Toch nemen wij dit getal over om de totale toeristische bestedingen in ons land te berekenen, omdat ons over toeristische bestedingen door buitenlanders meer nauwkeurig en gedetailleerd cijfermateriaal ontbreekt.

c. Uitgaven voor toeristische doeleinden door Belgen in het buitenland

Het passief van de subbalans „reisverkeer” van de N.B.B. drukt de geldhoeveelheid uit die België heeft verlaten voor toeristische motieven. Zoals in bijna elk Noord-Europees land is dit bedrag groter dan wat het toerisme in eigen land opbrengt. Tegenover de 124 miljard BF inkomsten staan immers 182 miljard BF uitgaven. Dit is te verklaren door het feit dat de „trek” van Noord-Europa na Zuid-Europa de grootste toeristische flux is ter wereld.

d. Omzet

De omzet van het toerisme is de som van alle voormelde factoren : alle uitgaven voor toeristische doeleinden door Belgen eender waar en door de buitenlanders in België.

Componenten van de toeristische omzet	Bedrag (in 1991)
— Inkomsten uit lange vakanties in België door Belgen ¹³	29,0 miljard BF
— Inkomsten uit korte vakanties in België door Belgen ¹⁴	6,7 miljard BF
— Inkomsten uit daguitstappen in België door Belgen	21,2 miljard BF
Subtotaal inkomsten uit het toerisme in België door Belgen	56,9 miljard BF
— Inkomsten uit het toerisme in België door buitenlanders	124,0 miljard BF
Subtotaal inkomsten uit het toerisme in België	181,9 miljard BF
— Uitgaven voor toerisme in buitenland door Belgen	190,6 miljard BF
Totale omzet	372,5 miljard BF

6. Tewerkstelling

Een volledig en gedetailleerd overzicht van de tewerkstelling in de toeristische sector is niet voorhanden.

De gegevens die de R.S.Z. (Rijksdienst voor Sociale Zekerheid) verzamelt, zijn te algemeen om volledig toe te schrijven aan het toerisme. Deze gegevens omvatten de tewerkstelling van de volledige sector, bv. de Horeca, terwijl de tewerkstelling in deze sector gedeeltelijk geen verband houdt met toerisme (bv. zakenlunches). Daarnaast worden ook sectoren opgenomen die niet of nauwelijks iets te maken hebben met het toerisme, zoals radio en televisie, filmproductie etc. Dit maakt de aantallen dus iets overschat.

Anderzijds moet gewezen worden op het feit dat de tewerkstelling in het toeristisch-recreatief produkt een samengesteld karakter heeft¹⁵. Hiermee wordt bedoeld dat toerisme tewerkstelling genereert in sectoren die slechts onrechtstreeks met het toerisme te maken hebben en bijgevolg ook niet opgenomen worden in de toeristische statistieken. Men denke hierbij vooral aan de sectoren kleinhandel, bouw, vervoer en verkeer evenals aan een aantal activiteiten in de sfeer van de persoonlijke en commerciële dienstverlening. Dit leidt dan weer tot onderschatting.

¹² 124.000.000.000 BF : 34.800.000 (overnachtingen) = 3.563 BF/p/d.

¹³ WES : „Reisgedrag en -opinionen van de Belgen, 1991”, deel 2, p. II.199 ; Brugge ; 1992 Reeks Vakantieonderzoeken.

¹⁴ Op. cit., deel 4, p. IV.79.

¹⁵ Dirk Yzewyn en Guido I. Brabander ; „Toerisme, recreatie, de provincie Antwerpen als voorbeeld” ; pag. 79 ; Leuven Apeldoorn Garant 1992.

Bij gebrek aan meer accurate gegevens kunnen we dus aannemen dat de onderschattende en overschattende fouten mekaar grotendeels wederzijds opheffen, en de R.S.Z.-gegevens globaal als een goede benadering van de realiteit kwalificeren.

De R.S.Z. beschikt niet over gegevens betreffende de deeltijdse werkloosheid, noch over het verschijnsel seizoenarbeid noch over het uitgeoefende beroep (zie³).

Wat het aantal voltijdse werklozen betreft, kunnen wij verwijzen naar het Simona-rapport van 27 juni 1989¹⁶, waarvan een uittreksel in volgende tabel is opgenomen.

Situatie op de arbeidsmarkt

Studierichting	Uitkeringsgerechtigde voltijdse werklozen	Vacatures
Toerisme S.O.	112	6
Onthaal (P.R.) S.O.	36	—
Reisleider S.O.	9	—
Toerisme HOB	55	7
Hotel L.S.O.	292	51
Hotel H.S.O.	124	144
Hotel Middenstandsopleiding	424	17
Hotel HOB	5	—

B. Het economische impact van het toerisme

1. Inleiding

Het economische belang van het toerisme bestaat uit rechtstreekse en onrechtstreekse componenten. De economie van ons land wordt rechtstreeks beïnvloed door de tewerkstelling in de toeristische sector (Horeca, bouw, enz.) en door de geldstromen die Belgen en buitenlanders veroorzaken voor hun vakantie in ons land (logies, vervoer, uiteten e.a. vertier, enz.). Onrechtstreeks vindt onze economie baat bij de extra uitgaven door de toeristen gedaan om op vakantie te kunnen gaan (17) en de extra uitgaven door de aanbieders verricht met het inkomen dat bij hen door de toeristen werd besteed.

Bij gebrek aan gegevens over de onrechtstreekse factoren zullen we ons beperken tot de rechtstreekse factoren van het economische belang van het toerisme. Bij gebrek aan voldoende juiste gegevens zullen we ons hiervoor behelpen met een schattingstechniek. We ramen het economische belang van het toerisme door het gemiddelde te berekenen van alle beschikbare berekeningswijzen. Deze — helaas niet-wetenschappelijke — benaderingswijze moet ons toch een resultaat opleveren dat in grootte-orde de werkelijkheid het best benadert.

2. Factoren

Onze inkomsten uit het toerisme zijn de som van de toeristische uitgaven in België enerzijds van alle buitenlanders en anderzijds van alle Belgen. De buitenlanders zijn overwegend verblijfstoeristen, al is het excursietoerisme door personen met verblijfplaats op maximum 100 km. van de Belgische grens niet geheel zonder belang, maar onvoldoende gekend.

Bij personen met verblijfplaats in België daarentegen is zowel het verblijfstoerisme als het dagtoerisme van groot belang. Het aandeel van de Belgen in de toeristische omzet van ons land kan vrij nauwkeurig bepaald worden aan de hand van de vakantieonderzoeken van het WES. Telkens worden in deze rapporten nauwkeurige gegevens vermeld over het aantal overnachtingen, de gemiddelde bestedingen, het aantal daguitstappen enz. Afrondend worden dan globale cijfers gegeven voor de Belgische

¹⁶ Luc Henau : „Eindverslag en beleidssuggesties” ; Toerisme-onderwijs, Rijksinspecteur S. O. en H.O. ; december 1989

¹⁷ Bv. frequentere aankoop nieuwe wagen, vakantiekleidij, sportuitrusting, enz.

bestedingen op korte en lange vakanties. Om het economische impact van de daguitstappen te berekenen, kan het totale aantal daguitstappen vermenigvuldigd worden met de gemiddelde dagbesteding per persoon.

3. Het economische belang van het toerisme : schatting

Het economische belang van het toerisme wordt vaak uitsluitend uitgedrukt aan de hand van de reisverkeersbalans, berekend door de Nationale Bank en met gegevens over het binnenlands toerisme, berekend door het WES.

De tabel op p. 21 geeft hiervan een mooi overzicht, waarvan we vooral de twee inkomstentotalen onthouden : 182 miljard BF inkomsten en een totale omzet van 373 miljard BF.

Dit reeds indrukwekkende bedrag moet nog verhoogd worden met de investeringen in het toerisme. Alleen van de provincie Antwerpen beschikken we hiervoor over betrouwbare gegevens (18) : „Spijtig genoeg staan weinig systematische gegevens ter beschikking over de investeringen. We hebben gepoogd ze aan te vullen door een enquête bij de diverse overheidsniveaus. Alleen de provincie en de gemeenten verleenden een voldoende medewerking. De resultaten zijn dan ook gebaseerd op hun investeringsinspanningen, samen met die van de commerciële privé-sector. Het gaat om een totaal bedrag van 2,5 tot 5 miljard frank (incl. BTW) in 1988”. Als we ervan uitgaan dat de investeringen in toerisme en recreatie in Antwerpen representatief zijn voor alle Belgische provincies — West-Vlaanderen en Brabant zullen wellicht veel hoger scoren, Oost-Vlaanderen, Limburg en de Waalse provincies wellicht wat lager — dan leidt deze redenering ons naar een investeringsvolume in de toeristisch-recreatieve sector in heel België van 22,5 miljard BF tot 45 miljard BF, hetzij gemiddeld 33,75 miljard BF.

De studiedienst van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme durft daarom zonder schroom te stellen dat het toerisme in België goed is voor¹⁹ :

Aard van de bestedingen	Omzet
Investeringsbestedingen	34 miljard BF
Consumptieve bestedingen	182 miljard BF
Totale economische impact van het toerisme in België	216 miljard BF

Als we dit nu vergelijken met het belang van andere sectoren²⁰, dan blijkt het toerisme belangrijker dan bv. :

— de hele extractieve nijverheid	16,8 mil ard BF
— de kleding- en schoeiselindustrie	33,8 mil ard BF
— de hout- en meubelindustrie	63,2 mil ard BF
— de klei, ceramiek, glas en cementind	58,9 mil ard BF
— de textielnijverheid	6,2 mil ard BF
— de papier, drukkerij en uitgeverij	95,5 mil ard BF
— de ijzer- staal- en non-ferro-nijverheid	109,2 mil ard BF
— de landbouw, bosbouw en visserij	124,3 mil ard BF
— de chemische en aanverwante industrieën	157,6 mil ard BF
— de volledige energiesector	198,9 mil ard BF

Sectoren als handel (1.366,7 miljard BF), vervoer en verkeer (529,0 miljard BF) en diensten (1.928,0 miljard BF) zijn weliswaar veel groter dan het toerisme. Niettemin moet rekening gehouden worden met het feit dat drie voornoemde sectoren een samengesteld karakter hebben, zodat wij kunnen stellen dat in elk van deze drie rubrieken „in mindere of meerdere mate” zich nog een deel bestedingen bevinden die aan het toerisme toe te schrijven zijn.

¹⁸ Dirk Yzewyn en Guido De Brabander ; „Toerisme, recreatie en economie, de provincie Antwerpen als voorbeeld” ; pag. 188-189 ; Leuven-Apeldoorn Garant 1992.

¹⁹ Het OPT raamt het economisch impact van het toerisme in België op 281 miljard BF

²⁰ Bruto Binnenlands Produkt in 1990 tegen marktprijzen, volgens de Nationale Bank van België

4. Opbrengst voor de overheid

Toerisme is een activiteit die de overheid geen windeieren legt ! Elke 1.000 frank aan bestedingen levert immers 227 frank op aan directe fiscale en parafiscale ontvangsten. De indirecte ontvangsten bedragen nog minstens 84 frank, zodat bijna een derde van de bestedingen in overheidsinkomen wordt omgezet. Het is bijgevolg geen grote stap om het stimuleren van toeristisch-recreatieve activiteiten door de overheid niet alleen te beschouwen in termen van kosten, maar ook in terugverdieneffecten. M.a.w. heeft het toerisme een rendement van 22,7 % , wat ongeveer alle andere **nijverheidstakken** het nakijken geeft. De overheid verdient dus elk jaar opnieuw 22,7 % van 216 miljard BF = ruim 49 miljard aan het toerisme in België.

Als de toeristische sector evenveel overheidsmiddelen zou kunnen inzetten als deze economisch minder opbrengende nijverheidstakken voor zijn eigen ontwikkeling en promotie, zou de ontwikkeling ervan nog beter kunnen worden ondersteund. Het feit dat toerisme zgn. onzichtbare export is (er worden immers vreemde deviezen mee verdiend), en dat hiertegenover nauwelijks import staat, maakt het ontbreken van meer middelen nog schrijnender : toerisme zou nl. in nog veel sterkere mate kunnen bijdragen tot de overschotten op de handelsbalans, en dus tot het afbetalen van een deel van de staatsschuld.

II. . WETGEVING I.V.M. HET TOERISME

A. Bevoegdheid van de Gemeenschapsminister van Cultuur

In het decreet van 29 mei 1984, houdende de oprichting van een Vlaams Commissariaat-generaal voor toerisme staat beschreven welke de bevoegdheden van de Gemeenschapsminister van Cultuur zijn en op welke manier hij deze kan uitoefenen.

Samengevat kan de Gemeenschapsminister van Cultuur beleidsopties suggereren aan en laten realiseren door de Raad van Beheer van het Vlaams Commissariaat-generaal voor toerisme. Bovendien houdt de Vlaamse regering toezicht op de wettelijkheid van deze beslissingen door middel van haar gemeenschapscommissarissen. Deze commissarissen gaan vooral na of deze beslissingen **kaderen** in de taakomschrijving van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme, zoals opgenomen in bovenvermeld decreet.

B. Decretale initiatieven

In verband met de vragen over de decretale initiatieven, zowel deze betreffende de subsidiëring van gemeentelijke toerismefunctionarissen als andere, wordt verwezen naar de Gemeenschapsminister van Cultuur, die voor deze materie bevoegd is.

C. Statuut van de reisbureaus

Binnen de drie gemeenschappen is een werkgroep opgericht met het oog op de uitwerking en verbetering van de statuten van de reisbureaus. Het is evenwel niet uitgesloten dat uit de consensus tussen de Gemeenschappen eerlang een bevoegdheidsverschuiving groeit naar het Gewest.

D. Europese richtlijn inzake pakketreizen

Deze richtlijn behoort tot de bevoegdheid van de federale regering. De federale Minister van Economische Zaken moet hiertoe immers een voorstel indienen tot omzetting van deze Europese richtlijnen naar Belgisch recht.

Een nationale werkgroep houdt zich momenteel bezig met de omzetting van de richtlijn naar een Koninklijk Besluit. Die omzetting zou geënt worden op de Wet op de Handelspraktijken.

Tot op heden (september 1992) is er echter geen wetgevend initiatief geweest van de Minister van Economische Zaken.

Senator Luc Martens van zijn kant heeft een wetsontwerp ingediend, houdende de

regeling van het optreden van reisorganisators en reisbemiddelaars, met de bedoeling de Europese richtlijn te vertalen naar een Belgische wet.

E. Vergunningen van logiesverstrekkende bedrijven

Uit het informatieblad (21) van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme citeren wij : „Het V.C.G.T. wil de toeristische sector ook inlichten over het aantal niet-vergunde logiesverstrekkende bedrijven.

Het V.C.G.T. beschikt over een inventaris van deze bedrijven en is momenteel bezig met het verbaliseren van de overtredingen op het decreet. Het aantal bedrijven dat in orde is t.o.v. het parallelle circuit verschilt van plaats tot plaats. In vele gevallen gaat het hier om kleine bedrijven met een beperkt aantal kamers. Voor de niet-vergunde bedrijven kunnen we enkel de raad geven liever het geld in een investering van het bedrijf te stoppen dan af te dragen als een boete.

Het V.C.G.T. volgt hierbij een specifieke strategie.

Alle niet-vergunde bedrijven werden in gebreke gesteld waardoor overtredingen met terugwerkende kracht worden vastgesteld. De **burgemeesters** werden als verantwoordelijken voor de veiligheid in hun gemeente op dezelfde datum op de hoogte gebracht van de bedrijven die niet aan de veiligheidscriteria voldeden. De verantwoordelijkheid van de burgemeester is in dit geval vrij groot.

Op het vlak van de promotie beslisten het V.C.G.T. en alle toeristische diensten geen niet-vergunde logiesverstrekkende bedrijven op te nemen in de brochures. Toeristische diensten die dit toch zouden doen worden uitgesloten van deelname aan de beurzen en de distributie van brochures zal verhinderd worden.

Tot slot worden momenteel systematisch de overtredingen geverbaliseerd en voor verder gevolg overgemaakt aan het parket.”

F. „Bidonvillisering” in de kampeersector

In verband met de zogenaamde bidonvillisering van de kampeersector wordt verwezen naar de **beleidsnota**²² : „Het huidige aanbod in de kampeersector is zeer ongelijk van kwaliteit. Er is daarenboven weinig goede kwaliteit. Een viersterren-camping is eerder een uitzondering. Met de huidige infrastructuur kan geen goed toeristisch imago worden opgebouwd. Er moet dringend gesaneerd worden om de bidonville-vorming uit te schakelen.

Een nieuw decreet is dringend en noodzakelijk om :

- de problematiek van de illegale kampeerterreinen op te lossen
- de brandveiligheid te waarborgen
- de kwaliteit te verbeteren
- de overheidsondersteuning op financieel vlak te verhogen om tot een betere infrastructuur te komen
- de nodige plaatsen vrij te houden voor trekkers.

Ook de weekendverblijfparken worden in de decreetgeving verwerkt.

Al deze maatregelen op het vlak van de infrastructuur moeten leiden tot een beter produkt, een hogere bezettingsgraad en een verantwoorde spreiding in ruimte en tijd. De financiële inspanningen van de overheid om de realisatie van de infrastructuur te verbeteren moeten aangepast zijn aan het type infrastructuur en aan de diverse sectoren.”

G. Kwaliteitslabel voor appartementen

Het invoeren van een kwaliteitslabel voor appartementen zou een realistisch opzet kunnen zijn. De voorwaarden voor de verschillende categorieën kunnen vastgesteld worden in samenspraak met de C.I.B. (Confederatie der Immobiliënberoepen). Dit kan slechts ingevoerd worden per decreet.

²¹ Informatieblad 18; VCGT ; maart-april 1992 ; pag. 10

²² Beleidsnota: „Toerisme in Vlaanderen” ; pag. 23-24

H. Tewerkstelling

Er zijn heel wat wantoestanden in de toeristische sector in verband met werkstudenten. Het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme is echter niet bevoegd voor materies die de werkgelegenheid en/of -omstandigheden aangaan. Wel zou geopteerd kunnen worden om via een aanpassing van het premiestelsel voor logiesverstrekkende bedrijven het lot van de werkstudenten te verbeteren.

Inderdaad, de wet voorziet dat het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme toelagen kan verlenen. De Raad van Beheer zou dus extra voorwaarden kunnen koppelen aan subsidieverlening, zoals een schriftelijke belofte werkstudenten een minimale rechts- en sociale zekerheid te gunnen. Bij betrapping op niet naleving ervan zou de premie terugvorderbaar kunnen zijn.

Wat de lage lonen in de toeristische sector betreft is het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme evenmin bevoegd. Het loonbeleid wordt immers paritair geregeld tussen werknemers en werkgevers. Dit behoort, voor wat de overheid betreft, tot de bevoegdheid van de Minister van Arbeid en Tewerkstelling.

III. INVESTERINGEN IN HET COMMERCEEL EN SOCIAAL, VOLWASSENEN- EN JEUGDTOERISME

A. Inleiding

In dit hoofdstuk worden de vragen behandeld betreffende de investeringen van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme in het Sociaal, Volwassenen- en jeugdtoerisme evenals in andere sectoren. Daarnaast worden ook de vragen behandeld die aanverwant zijn met de investeringen in het Sociaal en Jeugdtoerisme.

B. Sociaal Toerisme

1. Sociaal toerisme versus commercieel toerisme

Uit de beleidsnota „Toerisme in Vlaanderen” kunnen we paragraaf 3. 1.5²³ citeren, waarin uitdrukkelijk staat vermeld dat de discriminatie tussen de sociale en commerciële sector moet weggewerkt worden en voor welke items dit zal gebeuren.

„Er is veel geïnvesteerd in de uitbouw van de centra voor sociaal toerisme. Het drempelverlagende effect heeft vakantie nemen toegankelijk gemaakt voor velen. Er is in deze sector, dank zij de overheidssteun, een waardevol patrimonium opgebouwd. De discussie tussen het commercieel en het sociaal toerisme heeft er binnen het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme toe geleid dat de problematiek grondig is bestudeerd in commissies en werkgroepen. Uiteindelijk heeft dit geleid, via overleg en gesprekken, tot een vergelijk. De beleidslijnen voor het sociaal toerisme vanuit het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme komen in grote lijnen hierop neer :

— In afwachting van een nieuwe beleidsvisie, zowel inzake begripsinhoud als op wetgevend gebied, dient over een periode van 5 jaar een 50/50 verhouding gerespecteerd te worden in de verdeling van de budgettaire middelen voor de betoelaging van infrastructuurwerken, met dien verstande dat er, naargelang de noodzaak, van de strikte verdeling per jaar kan afgeweken worden.

— Het bestaande patrimonium van het sociaal toerisme is waardevol en blijft behouden. Binnen het budget van reële behoeften en binnen bepaalde criteria van management wordt het patrimonium door middel van vernieuwbouw aangepast aan de eisen van de consument.

— Er wordt een nieuw vijfjarenplan sociaal toerisme opgesteld 1991-1995. Het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme peilt naar de behoeften, zowel in de volwassenen- als in de jeugdsector. De werkgroep pleit ervoor om economische

²³ „Beleidsnota : Toerisme in Vlaanderen” ; pag. 20-21.

criteria te hanteren bij de opstelling van het vijfjarenplan en de verdeling van het budget sociaal toerisme. Subsidies moeten beantwoorden aan reële behoeften.

— In principe komen er geen nieuwe gesubsidieerde centra. Nieuwe gesubsidieerde centra kunnen slechts tot stand komen ten uitzonderlijken titel. Dit houdt telkens een beraadslaging in van de Raad van Beheer op basis van een door een derde deskundig opgemaakt rapport nopens de sociale en financiële verantwoording en op basis van een door de inspectie opgemaakte grondige verantwoordingsnota.

De nieuwe gesubsidieerde centra zijn bij voorrang bestemd voor bepaalde doelgroepen zoals jeugd, gehandicapten, zieken, herstellenden, . . . en beogen in sterke mate een drempelverlagend effect.

— In het huidige concept moeten de discriminaties tussen het sociaal en het commercieel toerisme geleidelijk aan worden afgebouwd. Op middellange termijn geldt dit onder meer voor de volgende items :

- vrije prijsvorming
- B.T.W.-tarieven
- promotie van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme
- vrij verkeer van alle Europese burgers
- brandpreventienormen
- subsidieregeling

— De sociale sector zal parallel daaraan de mogelijkheid krijgen om te participeren aan vakbeurzen, studiereizen en workshops. Vanaf 1993 dient de sociale sector opgenomen te worden in Vlaanderen Vakantieland.

Bovendien dient onderzocht te worden, eventueel via voorlichting en documentatie over het aanbod, op welke wijze de sociale sector aan bod kan komen in de B.T.O.'s".

2. Middelenverdeling voor het Sociaal Toerisme

Overeenkomstig het K.B. van 24 december 1980, kan door het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme subsidie worden toegekend voor de bevordering van de arbeidervakantie en het volkstoerisme. Over deze verdeling van de middelen in de sector van het sociaal toerisme vindt er overleg plaats binnen het bevoegde technisch comité (Sociaal, Volwassenen- en Jeugdtoerisme).

De kredieten werden in 1991²⁴ aangewend voor :

Bestemming van de kredieten	Bedrag (in BF)
Verbouwingswerken vakantiehuis Iepenburg (Schoten)	25.800.000
Sportacentrum Tongerlo : congresinfrastructuur	5.355.000
Bouw jeugdvakantiehuis Tongeren (2 ^o schijf)	13.500.000
Verbouwingswerken vakantiehuis De Linde (Retie)	8.723.000
Verbouwingswerken vakantiehuis Hengelhof (fase 1) te Houthalen	3.000.000
Camping het Veen (fase 1) te Brecht	10.000.000
Aankoop jeugdvakantiehuis De Karmel (Brugge)	3.375.000
Jeugdvakantiehuis De Brink (Herentals) : uitbreiden dagverblijf en keuken en aanleg riolering	7.606.000
Afbraak en heropbouw vakantiehuis De Liberty (Blankenberge)	15.000.000
Betonsaneringswerken vakantiehuis De Blauwe Distel (De Panne)	1.000.000
Verbouwingswerken vakantiehuis De Bosberg (fase 1) te Houthalen	2.000.000

De verdeling per provincie gebeurde als volgt :

PROVINCIE	SUBSIDIE 1991	
	BF	AANDEEL
Antwerpen	57.484.000	60 %
Brabant	—	—
Limburg	18.500.000	19 %
Oost-Vlaanderen	3.375.000	4 %
West-Vlaanderen	16.000.000	17 %
TOTAAL	95.359.000	100 %

²⁴ VCGT Studiedienst ; Jaarverslag „Toerisme 1991” ; op heden nog niet verschenen bij gebrek aan statistische informatie over de overnachtingen.

3. Vijfjarenplan voor het Sociaal Toerisme

Het vijfjarenplan voor het sociaal toerisme wordt opgesteld volgens het principe dat de investeringen in het sociaal (en commercieel) toerisme worden gestuurd door de vraag. De Raad van Beheer wacht nog op het definitief advies van het Technisch Comité.

C. Jeugdtoerisme

1. Samenwerking met de Jeugddienst van de Vlaamse Gemeenschap

Het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme maakt deel uit van de Interdepartementale Commissie Jeugdzaken die bij de beslissing van de Vlaamse Executieve van 29 april 1992 werd opgericht. Deze commissie heeft de bedoeling een coherent jeugd-beleid binnen de Vlaamse Gemeenschap mogelijk te maken.

2. Uitbouw van de jeugdherbergen²⁵

Jeugdherbergen en andere jeugdaccommodatie worden verder uitgebouwd. De prioriteiten terzake worden bepaald in overleg tussen de V.J.H.C. en het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme. De beschikbare financiën bepalen mee de mogelijkheden.

Het bestaande patrimonium van jeugdlogies buiten de commerciële sector wordt overkoepeld door het Centrum voor Jeugdtoerisme en groepeert ruim 100 accommodaties. Deze worden verder uitgebouwd en gemoderniseerd o.m. met de steun van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme. Dit investeert zelf rechtstreeks in een beperkt aantal jeugdaccommodaties die beheerd worden door de V.J.H.C., C.J.T. of Infra Fos. Voorbeelden zijn De Lork in Kemmel, Jeugdherberg Breugel in Brussel, De Fiertel in Ronse, de Jeugdherberg De Veurs in Voeren, De Ploate in Oostende, Het Laathof in Hingene..

In 1990 werden volgende kredieten vrijgemaakt :

- 16.000.000 BF voor de bouw van een jeugdvakantiehuis in Tongeren
- 22.340.000 BF voor de bouw van een jeugdherberg te Gent.

Momenteel worden de jeugdherbergen van Tongeren en Gent afgewerkt in samenwerking met de V.J.H.C. In 1991 werd daartoe een tweede schijf van 13.500.000 BF vrijgemaakt voor het Jeugdvakantiehuis te Tongeren.

Verder werden in 1990 kredieten voor Directe Investerings verleenend voor uitbreidings- en verbouwingswerken aan het Jeugdvakantiehuis De Lork (Kemmel-Heuveland) en voor de brandveiligheidswerken bij Jeugdherberg De Ploate (Oostende).

In 1991 werd het Jeugdvakantiehuis De Karmel te Brugge aangekocht (3.375.000 BE). Verder werd een krediet gegeven van 7.606.000 BF aan Jeugdvakantiehuis De Brink (Herentals) voor de uitbreiding van het dagverblijf, de keuken en de aanleg van riolering.

Verder werden in 1991 kredieten voor directe investeringen vrijgemaakt voor :

- Jeugdherberg 't Schipke te Geraardsbergen : fase 3 en brandveiligheidswerken
- Jeugdvakantiehuis Laathof te Hingene brandveiligheidswerken en bouw tweede zaal
- Jeugdherberg De Ploate te Oostende : brandveiligheidswerken
- Jeugdvakantiehuis De Fiertel te Ronse, De Lork (Kemmel-Heuveland) en Jeugdherberg te Nijlen : brandveiligheidswerken
- Jeugdvakantiehuis De Fiertel te Ronse : buitenaanleg.

We wijzen er verder op dat in het vijfjarenplan 1985-1990 voor het Sociaal Toerisme 22.340.000 BF werd vrijgemaakt voor de Vlaamse Jeugdherbergcentrale.

²⁵ VCGT Studiedienst ; Jaarverslag „Toerisme 1991” ; op heden nog niet verschenen bij gebrek aan statistische informatie over de overnachtingen.

D. Investerings in het toeristische aanbod

Het toeristische aanbod in Vlaanderen is omvangrijk en gediversifieerd. Ten bewijze daarvan getuigt het grote aantal brochures met logiesmogelijkheden, toeristische attracties, bezienswaardigheden en andere toeristische produkten.

Het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme beschikt echter slechts over een beperkte mogelijkheid om toeristische produkten zelf te ontwikkelen en erin te investeren. De taak van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme bestaat er vooral in om reeds ontwikkelde toeristische produkten verder te promoten. Bij toeristische produktontwikkeling treedt het echter op in de functie van stimulus-katalysator.

In dit kader kan tevens de rol van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme besproken worden aangaande haar beleid betreffende het watertoerisme. Het watertoeristisch aanbod is slechts attractief als een degelijke infrastructuur voorhanden en toegankelijk is en als het water een goede kwaliteit heeft. Voor geen van beide aspecten echter is het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme bevoegd. De inspanning van de Vlaamse Gemeenschap om ook tijdens de weekends een aantal waterwegen open te houden, wordt evenwel naar waarde geschat.

Hierbij willen wij wel aanstippen dat de toegevoegde waarde van het riviertoerisme marginaal is. De uitgaven van „riviertoeristen” beperken zich hoofdzakelijk tot het aankopen van levensmiddelen, die dan aan boord verbruikt worden. Bovendien is hun aantal relatief gering.

IV. PROMOTIE

A. Inleiding

In punt B. wordt dieper ingegaan op wat de basis zou moeten zijn van alle toeristische promotie, nl. onderzoek en studiewerk. Effectieve promotie voor de Vlaamse toeristische produkten kan immers maar gevoerd worden als er een degelijke kennis bestaat van de potentiële toeristische markt. Ook wordt dieper ingegaan op de evaluatie van de gevoerde promotie.

Punt C. behandelt daarna de financiering en de kosten van de promotie van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme.

Tenslotte worden in punt D. alle vragen behandeld over de promotie van diverse deelgebieden van het toerisme en m.b.t. de samenwerking met andere al dan niet toeristische diensten.

B. Toeristisch onderzoek en studiewerk

1. Te weinig

Wij kunnen stellen dat ook het toeristische basisonderzoek voor het voeren van een degelijke promotie te lijden heeft van de financiële beperkingen. In dit verband kunnen wij bijna integraal verwijzen naar de suggesties die de GOM-Antwerpen en de SERV doen inzake de periodiciteit van de te voeren onderzoeken²⁶.

Een aantal onderzoeken die het opstellen van een coherent marketing- en promotiebeleid toelaten verliezen langzamerhand hun waarde door de lage frequentie waarmee ze uitgevoerd worden.

2. Vakantieparticipatie in België en het buitenland

De netto vakantieparticipatie drukt het procentuele aandeel van de bevolking uit dat op reis gaat gedurende een tijdspanne van één jaar. De bruto vakantieparticipatie daarentegen drukt het gemiddelde aantal vakanties uit per 100 inwoners in een tijdspanne van één jaar. De vakantiefrequentie drukt het gemiddelde aantal keer uit dat een persoon gedurende een tijdspanne van één jaar op vakantie gaat (= bruto/netto).

²⁶ Zie voetnoot 2

In onderstaande tabel vindt u een overzicht van de evolutie van de vakantieparticipaties en frequenties van de Belgen.

Vakantieparticipatie²⁷ van de Belgen²⁸

Jaar	Netto vakantieparticipatie	Bruto vakantieparticipatie	Vakantiefrequentie
1967	35 %	38 %	1,07
1972	42 %	45 %	1,06
1976	47 %	63 %	1,34
1979	54 %	79 %	1,46
1982	48 %	64 %	1,33
1985	48 %	67 %	1,40
1988	56 %	83 %	1,48
1991 ²⁹	61 %	97 %	1,60

De globale trend is dat zowel de netto als de bruto vakantieparticipatie en de vakantiefrequentie stijgen. Dit kan wellicht verklaard worden door de gelijkaardige trend van het beschikbaar inkomen. Uit het WES-vakantieonderzoek³⁰ halen we volgende verklaring : „De relatie tussen het inkomen en het nemen van vakantie is, om meerdere redenen, een bijzonder belangrijk gegeven. In de eerste plaats kan men uit tabel 1³¹ de zeer enge relatie afleiden tussen de vakantieparticipatie en het inkomen. Interessant is in dit verband de grote variatiebreedte. Immers, de netto vakantie-intensiteit varieert van 10,7 % in de laagste inkomensklasse tot 78,6 % in de hoogste inkomensklasse. Ten aanzien van de bruto vakantieintensiteit schommelen de uitersten van 11,2 % tot 106,5 %. In de tweede plaats is het inkomen een kwantitatieve grootheid. Aldus leent de relatie vakantieparticipatie-inkomen zich gemakkelijk tot kwantitatieve relaties. Belangwekkend in dit verband zijn de inkomenselasticiteiten van de vakantieintensiteit. Tenslotte is het inkomen in de praktijk van het sociaal-economisch leven een betrouwbare en gemakkelijk beschikbare grootheid. De kennis van de relatie tussen het inkomen en de vakantieparticipatie samen met de kennis van de verwachte evolutie van het inkomen laat toe een raming op te stellen van het toekomstig verloop van de vakantieintensiteit .”

Ten opzichte van andere Europese landen stellen we vast, dat wat de vakantieparticipatie betreft, dezelfde relatie bestaat met het beschikbaar inkomen en het B.N.P. per capita. Wij citeren uit het WES³²-rapport : „In het geheel van de beschouwde Westeuropese landen steekt het hoge niveau inzake vakantieparticipatie van Zweden, Noorwegen en Zwitserland schrill af met dit van de andere landen. Voornoemde landen vormen eveneens de top 3 voor wat betreft het B.N.P. per capita. Nederland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk vertonen in vergelijking met het B.N.P. per capita een relatief hoge participatiegraad. West-Duitsland en Oostenrijk noteren daarentegen een relatief lage participatiegraad in verhouding met hun B.N.P. per capita.” (Zie ook tabel pag 11.3) (zie bijlage 4).

Omdat België aan de staart bengelt van Europa qua vakantieparticipatie kunnen we dus gerust stellen dat er nog geen saturatie is bereikt. Dit wordt trouwens bevestigd door een onderzoek van het WES uit 1975 : „... Pragmatisch zouden we hieruit kunnen afleiden dat het saturatieniveau van de netto vakantie-intensiteit zich situeert rond circa 80 % . Dit betekent dat, zelfs indien de “inkomensrem,, op de (netto)vakantie-intensiteit zou vervallen, nog steeds 20 % van de Belgische bevolking geen vakantie zou nemen omwille van gezins- en familieomstandigheden, te hoge leeftijd, enz... Merk aan dat het Centraal bureau voor de Statistiek³³, op basis van een geheel andere redeneringswijze tot eenzelfde verzadigingsniveau komt voor de Nederlandse bevolking . . .”

²⁷ In sommige studies worden de termen vakantieparticipatie en vakantie-intensiteit door elkaar gebruikt.

²⁸ Uit diverse Vakantie-onderzoeken van het WES (Westvlaams Economisch Studieonderzoek)

²⁹ Zie bijlagen 1, 2.

³⁰ WES (Westvlaams Economisch Studiebureau) ; „Resigedrag en -opinions van de Belgen, 1988” ; 2. De Vakanties in 1988 ; Brugge ; 1989 Reeks vakantie-onderzoeken

³¹ NVDR ; bedoeld is tabel 2 van voormelde WES-studie

³² WES (Westvlaams Economisch Studiebureau) ; „Reisgedrag en -opinions van de Belgen, 1988” ; 2. De Vakanties in 1988 ; pag. 2 ; Brugge ; 1989, Reeks vakantie-onderzoeken

³³ CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek) ; „Vakantie-besteding in Nederland” ; Mededelingen nr. 1119, augustus 1972 ; p. 8-10

„. . . Het aangeven van een saturatieniveau voor de bruto vakantie-intensiteit lijkt ons een veel gewaagder zaak. In de eerste plaats is hier theoretisch geen absolute limiet aan te geven. Bovendien mag men aannemen dat hier niet alleen het inkomen, maar ook andere factoren, zoals de toename van de vrije tijd, een zeer belangrijke rol spelen. . . ”³⁴

3. Naambekendheid van Vlaanderen/België

a. Onderzoeken

Naar de toeristische naambekendheid van Vlaanderen en/of België werden al meerdere onderzoeken verricht. Uit verschillende onderzoeken van het WES halen we volgende cijfers :

Land van oorsprong	BELGIE	VLAANDEREN
Frankrijk ³⁵	90,4 %	51,1 %
Duitsland ³⁶	65,1 %	geengegevens
Groot-Brittannië ³⁷	67,0 %	63,0 %

België is goed gekend bij onze zuiderburen. Vlaanderen daarentegen blijkt er slechter te scoren. Bij de Britten zou de indruk gewekt kunnen worden dat de naambekendheid van Vlaanderen het niet zo slecht doet. Niets is minder waar, want in het vermelde percentage werden onbeduidende associaties³⁸ niet op genomen.

In Duitsland is de naambekendheid van Vlaanderen vermoedelijk nog kleiner dan dat van België. Concrete informatie over Vlaanderen kunnen we echter vinden in het EMNID-onderzoek. Een aantal elementen worden door de Duitsers positiever geassocieerd met Vlaanderen dan met België. Als voornaamste elementen sommen wij uit de Emnid-studie op : vlakten en ruimte ; groene weiden, bossen, velden en landschappen ; rust, ontspanning, herstel (Erholung), sport ; keuken ; properheid ; gebouwen, architectuur en kunst ; fietsen ; enz.

Wat de naambekendheid van België en Vlaanderen betreft in Nederland zitten we volgens diezelfde WES-rapporten wel goed.

b. Nut van naambekendheid voor Vlaanderen

Niettegenstaande de naambekendheid van Vlaanderen heel wat beperkter is dan de naambekendheid van België, moeten we toch vaststellen dat aparte promotie zinvol is, omwille van de eigenheid van het Vlaamse toeristische produkt.

Om een eigen toeristisch imago te kunnen opbouwen dat zich voldoende onderscheidt van onze naaste burens en concurrenten, in casu Wallonië en de buurlanden, is een eerste vereiste dat het produkt Vlaanderen gekend is. De positieve associaties die we wensen te verwezenlijken bij de potentiële toeristen moet dan bereikt worden door doelgerichte imagocampagnes en uiteraard ook door positieve reiservaringen van de toeristen hier. De naam België wordt nog steeds gekoppeld aan Vlaanderen daar waar de naambekendheid van Vlaanderen ontoereikend is.

4. Testmarketing

Testmarketing is niet uitgesloten voor een klein gebied, dat bij eventueel succes zou kunnen uitgebreid worden. Deze manier van werken veronderstelt echter dat er twijfels bestaan over het marktpotentieel in dat gebied.

³⁴ WES : „Structuur en ontwikkeling van het vakantiepatroon van de Belgische bevolking 1967-1972” ; p. 41-42 ; Brugge ; 1975 ; Reeks Toeristisch-Economisch Onderzoek

³⁵ WES : „Marketingstrategie voor de Franse toeristische markt” ; Brugge ; februari 1990

³⁶ WES : „Marketingstrategie voor de Duitse toeristische markt” ; Brugge ; 1988

³⁷ WES : „Marketingstrategie voor de Britse toeristische markt” ; Brugge ; 1986

³⁸ Onbeduidende associaties met Vlaanderen zoals, Moll Flanders (een sprookjesfiguur) of John Flanders (de helft van een in Groot-Brittannië beroemd presentatorsduo) werden niet opgenomen in het percentage dat Vlaanderen niet kent. Samen maken zij zo een 15 % uit van de respondenten.

Wij vinden het echter verstandiger om vooraf te investeren in marktonderzoek, om dan op basis van de resultaten daarvan te beslissen of een bepaald gebied al dan niet promotioneel zal bewerkt worden.

Onderzoek wijst uit dat Vlaanderen grote kansen laat liggen op het Iberisch schiereiland en in Zuid-Duitsland, waar bij gebrek aan financiële middelen voorlopig geen activiteiten kunnen ontplooid worden.

5. Evaluatie van de gevoerde promotie

Evaluatie van de gevoerde promotie is een delicate zaak. De bestemmingskeuze van de toeristen hangt immers niet alleen af van louter toeristische motieven, laat staan van promotie. Hierbij kunnen wij verwijzen naar de terugval van het aantal Japanse en Amerikaanse toeristen bij gebeurtenissen zoals de Golfcrisis, Tsjernobyl en in mindere mate de burgeroorlog in Joegoslavië.

Aan de hand van een onderzoek, uitgevoerd door het Duitse Adpoint Werbeagentur GmbH, kunnen we toch een evaluatie maken van de gevoerde promotie in Duitsland. Zo is bv. in de periode januari — mei van 1990, 1991 en 1992 het aantal schriftelijke reacties op onze Vlaanderen-campagne per coupon gestegen van 3.665 over 8.882 tot 13.682 aanvragen.

C. Financiering van de promotie

1. Personeelskosten buitenland³⁹

	1991	1992	1993
Art. 523.01			
Promotie	202.072.413	200.050.000	200.000.000
Art. 511.02			
Personeel buitenlandse bureaus	42.062.924	42.135.000	44.000.000

Het totale aantal personeelsleden in de buitenlandse bureaus bedraagt 40.

De verhouding tussen personeelskosten en de totale kosten van het werk door de BTO's is moeilijk te becijferen omdat, bij gebrek aan extra middelen, in alle niet-buurlanden, van dure promotionele activiteiten moet afgezien worden. In alle BTO's worden relaties onderhouden met de toeristische bedrijfswereld op een arbeidsintensieve maar goedkope manier. Dit resulteert dan in een snel toenemen van het aantal reisprogramma's dat buitenlandse reisorganisators in hun land op de markt brengen. Dit zorgt ervoor dat de cost efficiency van het ingezette personeel nauwelijks verbeterd kan worden. Hierbij moet ook opgemerkt worden dat België in vergelijking met de ons omringende landen het minst aantal bureaus in het buitenland heeft. Daarenboven behoren wij tot de slechtst betalende N.T.O.'s (National Tourist Office). Al deze factoren dragen ertoe bij om zonder schroom te kunnen stellen dat onze buitenlandse bureaus erg rendabel zijn. De grafieken in⁵, berekend en in beeld gebracht door de studiedienst van het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme, illustreren overtuigend hoe goed vooral die B.T.O.'s het er af brengen die voldoende geldelijke middelen ter beschikking hebben om hun inspanningen bij de toeristische bedrijfswereld te ondersteunen met publiekgerichte reclame.

2. Bestemmingsbelasting

Het voorstel om een bestemmingsbelasting op te leggen aan het toeristisch bedrijfsleven is niet meer dan een denkpiste. Het is echter niet zo maar een denkpiste.

In de provincie Limburg is zo'n belasting in voege ter ondersteuning van de toeristische promotie (Limagocampagne). In de provincie West-Vlaanderen is een dergelijk voorstel na heel wat discussie uiteindelijk teruggetrokken. De idee wordt aan de verkozenen enkel ter overweging meegegeven.

³⁹ Boekhouding 1991

D. Promotiecampagnes en samenwerkingsverbanden

1. Hotelgids

Ieder jaar wordt een hotelgids voor Vlaanderen uitgegeven en verspreid. In 1991 werd deze op 260.000 exemplaren verspreid in onze eigen info-kantoren in Brussel en Zaventem, in onze buitenlandse bureaus, in de V.V.V.-kantoren, de toeristische federaties, via de N.M.B.S., toeristische publieks- en vakbeurzen e.d. Op aanvraag kunnen ook ambassades en consulaten die bekomen.

Voor de reservaties kunnen wij verwijzen naar BTR (Belgium Tourist Reservation). Bij BTR kunnen individuen lange tijd op voorhand reservaties maken. Groepen daarentegen kunnen in alle omstandigheden reserveren. In principe verlopen alle reservaties schriftelijk.

Onze diensten in de info-kantoren op de Grasmarkt en op Zaventem bieden bovendien een reservatieservice aan net zoals de meeste toeristische diensten en V.V.V.-kantoren. Bij deze toeristische diensten en V.V.V.-kantoren dienen wij evenwel volgend probleem te vermelden : Veel logiesaanbieders verkiezen hun reservaties zelf te boeken dan dit over te laten aan de toeristische dienst of de V.V.V. Zo ontwijken zij de commissie die afgestaan moet worden. Zo geven zij bv. 's morgens door dat hun hotel volgeboekt is, in de hoop de laatste reservaties overdag zelf te kunnen boeken. Pas in de late namiddag, als zij merken dat hun opzet niet zal slagen, verwittigen zij nog de toeristische dienst of V.V.V. dat nog kamers beschikbaar zijn. Op deze manier is noch de dienstverlening aan de toerist noch de ondersteuning van de hotelsector efficiënt te organiseren.

2. Musea

Momenteel worden musea door ons op verschillende wijzen promotioneel gesteund. Er wordt steun verleend bij het opzetten van grote tentoonstellingen zoals Europalia en tentoonstellingen in Musea voor Schone Kunsten en Musea voor Kunst en Geschiedenis. Activiteiten van diverse musea worden bovendien opgenomen in onze evenementenkalender en er worden persberichten verspreid, naar zowel de vakpers als naar de algemene publiekspers toe, die de toeristische aspecten van de manifestaties in de verf zetten.

Met de stelling dat onze musea al te vaak publieksonvriendelijk en niet marktgericht zijn, kunnen wij het eens zijn. Voor deze problemen zou een samenwerkings- of adviesverband moeten groeien waarbij alle belanghebbende partijen betrokken zijn.

3. Noordse landen⁴⁰

a. *Tendens van de Noordse toeristische markt naar ons land*

In 1990 verslechterde de economische situatie in Zweden . De inflatie bedroeg 11,4 % en de Zweedse Kroon was onderhevig aan een speculatiegolf. Het nieuwe B .T.W.-tarief van 25 % op toeristische diensten veroorzaakte een prijsstijging van 20 %. Deze prijsstijging deed het binnenlands toerisme met een 7 % dalen, wat uiteraard ten goede kwam aan het toerisme naar het buitenland.

In Denemarken blijkt België steeds belangrijker te worden als buitenlandse bestemming voor een tweede of derde vakantie.

De Finse en Noorse toeristen vertonen dezelfde kenmerken : een kleine bevolking die steeds meer reist en die steeds meer geld heeft te spenderen.

b. *Publieksinformatie*

In 1991 werden door ons bureau in Kopenhagen 12.000 vragen om informatie verwerkt : 61 % van de vragen kwam uit Denemarken, 32,5 % uit Zweden, 3,5 % uit Finland en 3 % uit Noorwegen. Sinds de sluiting van het kantoor in Stockholm in juni worden de briefwisseling en de telefonische oproepen automatisch afgeleid naar het BTO Kopenhagen.

⁴⁰ VCGT Studiedienst ; Jaarverslag „Toerisme 1991” ; nog niet verschenen wegens het ontbreken van statistische informatie over de overnachtingen.

c. Evenementen, workshops en beurzen

In maart werd een Belgische week georganiseerd in de IKEArestaurants, en in september door het NYHAVN 71-restaurant. In juli was het BTO aanwezig op het jaarlijkse Pitea-Festival, dat 50.000 bezoekers telde. In oktober organiseerde ons bureau, in samenwerking met BECIB en Sabena, een meeting met de reisbureaus.

In december tenslotte werd, samen met Sabena, de traditionele „glögg” georganiseerd „dit is een drink met Zweedse warme wijn” voor vaklui uit de toeristische sector.

Tijdens de MATKA-beurs in Helsinki organiseerde BTO Kopenhagen een workshop met 41 deelnemers. De Belgische stand op MATKA ontving ongeveer 3000 bezoekers. Ons bureau was ook aanwezig op de TUR-vakbeurs in Göteborg, die door 60.000 mensen bezocht werd.

Tenslotte werden er contacten gelegd met Legoland, in verband met een eventuele vestiging in België.

d. Contacten met de schrijvende pers, radio en televisie

In de pers verschenen 61 artikels over België. De verdeling per land was als volgt : 29 artikels in de Deense pers, 25 artikels in de Zweedse, 4 artikels in de Finse en 3 artikels in de Noorse pers.

In totaal werden 13 persreizen georganiseerd, waaronder 4 met Deense deelnemers, 6 met Zweedse, 2 met Finse en 1 met Noorse deelnemers. Daarnaast werden twee persconferenties georganiseerd, telkens in Kopenhagen.

e. Verkoopontwikkeling

De interesse van de Denen voor de Belgische kust stijgt. De resultaten van het verhuurprogramma van Stena-Line, met daarin de Belgische kust, was evenwel ontgoochelend.

Daarentegen nam de Zweedse chartermaatschappij Always (SASgroep) Brussel op in haar programma en hoopt 4.000 plaatsen te kunnen verkopen.

Aantal overnachtingen Noordse Landen 1986-1990

	DENEMARKEN	ZWEDEN	NOORWEGEN
1986	71.924	93.175	57.014
1987	85.031	97.565	49.636
1988	90.042	108.774	58.086
1989	104.872	143.998	60.789
1990	115.555	150.834	66.927

4. Sociaal toerisme

Het sociaal toerisme wordt sinds 1992 opgenomen in de Sales Guide en sinds meer dan 15 jaar in de brochure Flanders Budget Holidays. Vanaf de campagne 1993 worden de instapmogelijkheden voor het sociaal toerisme uitgebreid naar het volledige promotiepakket waaronder ook de succesvolle brochure „Vlaanderen Vakantieland.” In een tweede fase zal dan ook aan het sociaal toerisme de kans geboden worden om deel te nemen aan vakbeurzen en workshops.

5. Open monumentendag

Een belangrijk element van ons toeristisch produkt zijn onze monumenten. Samen met de Koning Boudewijnstichting wordt samengewerkt naar aanleiding van de „Open Monumentendag”.

Er zijn besprekingen aan de gang om als themajaar voor een van de volgende jaren „De Monumenten” te nemen. De restauratie ligt echter niet binnen onze bevoegdheid. Wij zijn er stellig van overtuigd dat een themajaar rond de musea zowel een nieuw elan zou kunnen betekenen voor deze sector als het toerisme zou kunnen stimuleren.

6. C.N.N.-reclamespotje

Het C.N.N.-spotje werd vroeger gemaakt voor de Amerikaanse markt, vandaar de nadruk op Brussel. Onze enige luchthaven met een verbinding naar de Verenigde Staten is immers Zaventem. Brussel is bovendien de enige stad in ons land die op de verre markten gekend is. Bovendien wordt deze spot niet op onze vraag uitgezonden. Op een voor ons onverklaarbare wijze is deze spot bij C.N.N. terecht gekomen, die de spot nu gratis uitzendt.

7. Samenwerkingsakkoorden tussen de gemeenschappen

Samenwerkingsakkoorden tussen de gemeenschappen inzake promotie zijn inderdaad noodzakelijk op die (verre) markten waar gescheiden promotiecampagnes voor Vlaanderen en Wallonië geen effect zouden ressorteren.

Op markten waar Vlaanderen op zich een begrip is, kan gescheiden promotie succesvoller zijn. Hierbij denken we vooral aan de buurlanden en aan Italië waarmee een sterke culturele band bestaat. Een gescheiden promotiecampagne is op die markten efficiënter omdat het eenvoudiger is een homogeen Vlaams imago te promoten dan een heterogeen Belgisch imago.

Tot nu toe verloopt deze samenwerking, die gebaseerd is op intermenselijke relaties en op politieke soepelheid, heel vlot. Deze basis kan op zeer korte termijn verstoord worden. Wij streven naar een toeristische promotie waarbij de verschillen van de Vlaamse en Waalse producten goed tot uiting komen.

8. Samenwerking binnen de Vlaamse Gemeenschap

Vooreerst zou een inventaris opgemaakt moeten worden van alle elementen die het toerisme in Vlaanderen beïnvloeden : bv. milieu, vervoer, monumentenzorg, enz. Daarna kunnen kaderleden uit besturen, die voor deze materies bevoegd zijn, opgenomen worden in een werkgroep die ernaar zou streven rekening te houden met elkaars behoeften bij het vaststellen van de beleidsopties.

9. Joint-ventures

Er is samenwerking, joint-ventures met de Nationale Loterij, de A.S.L.K., de N.M.B.S., de Post, Sabena, de B.R.T., K.M.O.'s en verschillende verenigingen.

De Nationale Loterij komt tussen voor 20 miljoen frank voor de promotie van de arrangementenbrochure „Vlaanderen Vakantieland”.

De A.S.L.K. staat in voor de financiering van de TV-spot over de brochure „Vlaanderen Vakantieland” via Escovi (waarde 1.500.000 BF). Daarnaast stellen de A.S.L.K. en de Post hun kantoren ter beschikking voor de gratis verspreiding van de brochure „Vlaanderen Vakantieland”.

Van V.C.G.T.-participaties in deze bedrijven is er geen sprake. Wel worden soms gezamenlijke acties op het getouw gezet. Zo heeft de N.M.B.S. speciale tarieven voor toeristische attracties waarvoor het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme promotie voert. In die promotie wordt dan uiteraard de medewerking van de N.M.B.S. vermeld.

De N.M.B.S. cofinanciert het televisieprogramma „Vlaanderen Vakantieland” voor een waarde van ongeveer 8 miljoen BF.

Sabena stelt tickets aan gereduceerde prijs ter beschikking in het kader van toeristische promotie (bv. ontvangst van journalisten) en samen met Sabena worden promotionele acties opgezet om het toerisme in de media aan bod te laten komen.

Met verenigingen als Touring Wegenhulp, de V.Z.W. Toeristische Attracties e.a. worden samen campagnes opgezet. Dit jaar bijvoorbeeld wordt voor het thema Toeristische Attracties samengewerkt met de V.Z.W. Toeristische Attracties.

Bedrijven in de toeristische sector kunnen samen met het Vlaams Commissariaat-generaal voor Toerisme op beurzen en workshops promotie voeren tegen betaling.

PROMOTIEBUDGET VLAAMS COMMISSARIAAT-GENERAAL VOOR TOERISME 1990-1992 (in miljoenen BEF)						
	Absolute gegevens			Procentuele verdeling		
	Overheid	Privé	Totaal	Overheid	Privé	Totaal
1990	165	14	179	92 %	8 %	100 %
1992	185	15	200	93 %	7 %	100 %

BIJLAGEN

1. Brief dd. 17 augustus 1992 van de heer Melchior Wathelet, Minister van Economische Zaken.
2. Brief dd. 1 september 1992 van het **WES** m.b.t. confidentialiteit en auteursrecht van onderzoeksgegevens 1991.
3. Brief van de RSZ dd. 6.8.1992 betreffende de tewerkstelling in de Horeca en aanverwante sectoren
4. **WES** : „Reisgedrag en -opinies van de Belgen, 1988”, tabel II.1 : Vakantieparticipatie in enkele West-Europese landen, **WES-enquête** 1989
5. Evolutie van de marktaandelen van onze **BTO's** in vergelijking met die van onze belangrijkste concurrenten.

BIJLAGE 1

MINISTERIE VAN ECONOMISCHE ZAKEN

1000 BRUSSEL. de 17 -08. 1992



NATIONAAL INSTITUUT VOOR DE STATISTIEK

De Heer U. **CLAEYS**
Commissaris-generaal voor Toerisme
Vlaams Commissariaat-generaal voor
Toerisme
Grasmarkt 61

1000

BRUSSEL

Betreft: statistiek van het **toerisme** en het hotelwezen.

Geachte Heer Commissaris-generaal,

In antwoord op uw brief van 15 juli jl., moet ik U tot mijn spijt meedelen dat de jaarresultaten van 1991 en de voorlopige maandresultaten van januari tot april 1992, wegens de **materiële** beperkingen die zich bij de gegevensverwerking voordeden inderdaad nog niet zijn uitgewerkt.

Ik ben mij inderdaad terdege bewust van het belang van de statistiek van het toerisme, die U graag aangepast zag.

Ik zal dan ook zeker de nodige maatregelen nemen om de situatie van de statistiek van het toerisme en het hotelwezen te verbeteren.

Hoogachtend,
De Minister van Economische Zaken,

Melchior WATHELET

BIJLAGE 2



WESTVLAAMSEKONOMISCH STUDIEBUREAU VZW

Aan de heer U. Claeys
Kommissaris-Generaal
VCGT
Grasmarkt 61
1000 BRUSSEL

Brugge, 1 september 1992

Mijnheer de Kommissaris-Generaal,

Als bijlage vindt U de zeven rapporten in het kader van het WES-vakantieonderzoek "Reisgedrag en -opinions van de Belgen, 1991".

Wij willen U wijzen op het auteursrecht van het WES en de verbintenis die alle participanten door hun inschrijving hebben aangegaan om de resultaten van het onderzoek gedurende een periode van twee jaar, dus tot eind 1993, uitsluitend voor intern gebruik te benutten en noch gans noch in delen aan derden te geven of openbaar te maken. Wij verzoeken U en uw medewerkers met nadruk de overeengekomen deelnamevoorwaarden te respecteren.

Mocht U nog vragen, opmerkingen of voorstellen hebben in verband met dit onderzoek, dan kunt U hiervoor steeds terecht bij de heer R. De Keyser, Adjunkt-Direkteur.

Wij danken U voor het gestelde vertrouwen en rekenen erop U opnieuw als participant te mogen begroeten voor de volgende editie van het WES-vakantieonderzoek in 1994.

Met de meeste hoogachting,

Dr. N. VANHOVE
Beheerder-Direkteur

BIJLAGE 3

RIJKSDIENST VOOR SOCIALE ZEKERHEID
OPENBARE INSTELLING ONDER TOEZICHT VAN DE MINISTER VAN SOCIALE VOORZORG

Vlaams Commissariaat-Generaal
voor Toerisme
t.a.v. dhr. Johan TUYTTE
Grasmarkt 61
1000 BRUSSEL

BETREFT : Tewerkstelling in Horeca en aanverwante sectoren

Mijnheer,

In bijlage laat ik u de indeling van de werknemers per regio worden, wat de Horeca en de toeristische sector betreft. Deze indeling geschiedt op basis van de NACE-code (4 cijfers) en volgens de plaats van tewerkstelling.

Er moet bijgevoegd worden dat de R.S.Z. niet over gegevens beschikt over deeltijdse werkloosheid, noch over het verschijnsel seizoenarbeid noch over het uitgeoefende beroep.

Hoogachtend,

De Administrateur-generaal,
In opdracht,

P. DMITREVSKY,
Adjunct-Adviseur.

BIJLAGE 4

Tabel II.1 : De vakantieparticipatie in enkele Westeuropese landen, WES-enquête 1989

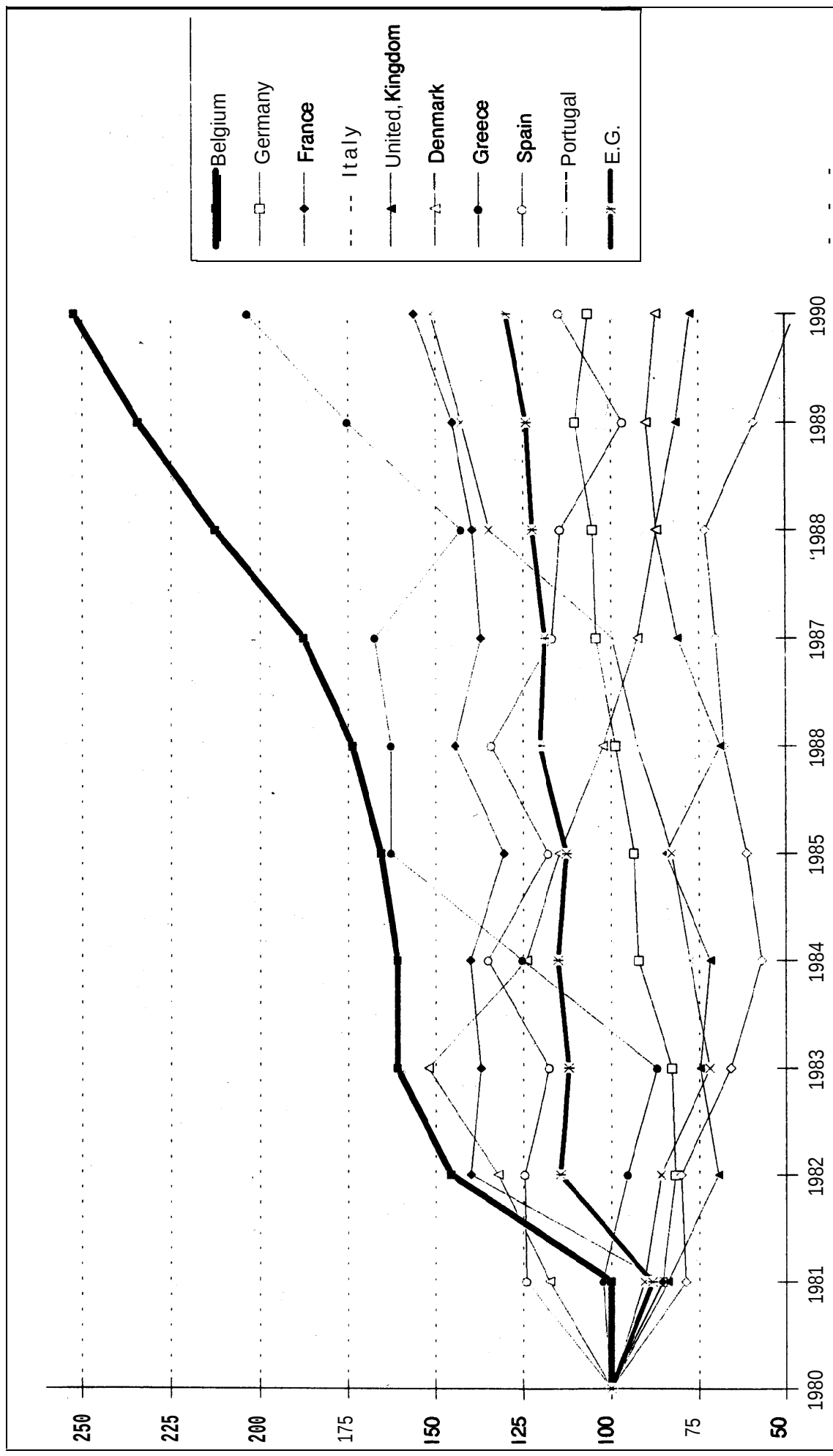
Land	Totale bevolking (x 1 mil- joen) (a)	BNP per capita (US \$) (a)	Netto vakantie- participatie (in %)	Bruto vakantie- participatie (in %)	Rangorde BNP per capita	Rangorde bruto va- kantie- participatie	Referentie- periode	Populatie
West-Duitsland	60,9	12.080	57,1	66,8	6	10	1985	14 jaar en meer
Italië	57,2	8.550	46,0	52,4	12	12	1985	Totale bevolking
Verenigd Koninkrijk	56,7	8.870	61,0	93,3	11	6	1985	16 jaar en meer
Frankrijk	55,4	10.720	59,0	112,7	7	5	1988	Totale bevolking
Spanje	38,7	4.860	45,0	65,3	13	11	1986	16-65 jaar
Nederland	14,6	10.020	69,5	114,1	8	4	1988	Totale bevolking
België	9,9	9.230	56,0	83,1	10	9	1988	Totale bevolking
Zweden	8,4	13.160	71,4	202,0	3	1	1987	15-70 jaar
Oostenrijk	7,6	9.990	38,1	49,5	9	13	1984	Totale bevolking
Zwitserland	6,5	17.680	75,2	156,8	1	3	1986	Tot 75 jaar
Denemarken	5,1	12.600	60,0	91,2	4	7	1985	16 jaar en meer
Finland	4,9	12.160	49,7	85,5	5	8	1985	15-74 jaar
Noorwegen	4,2	15.400	78,0	159,1	2	2	1986	16-79 jaar

(a) 1986.

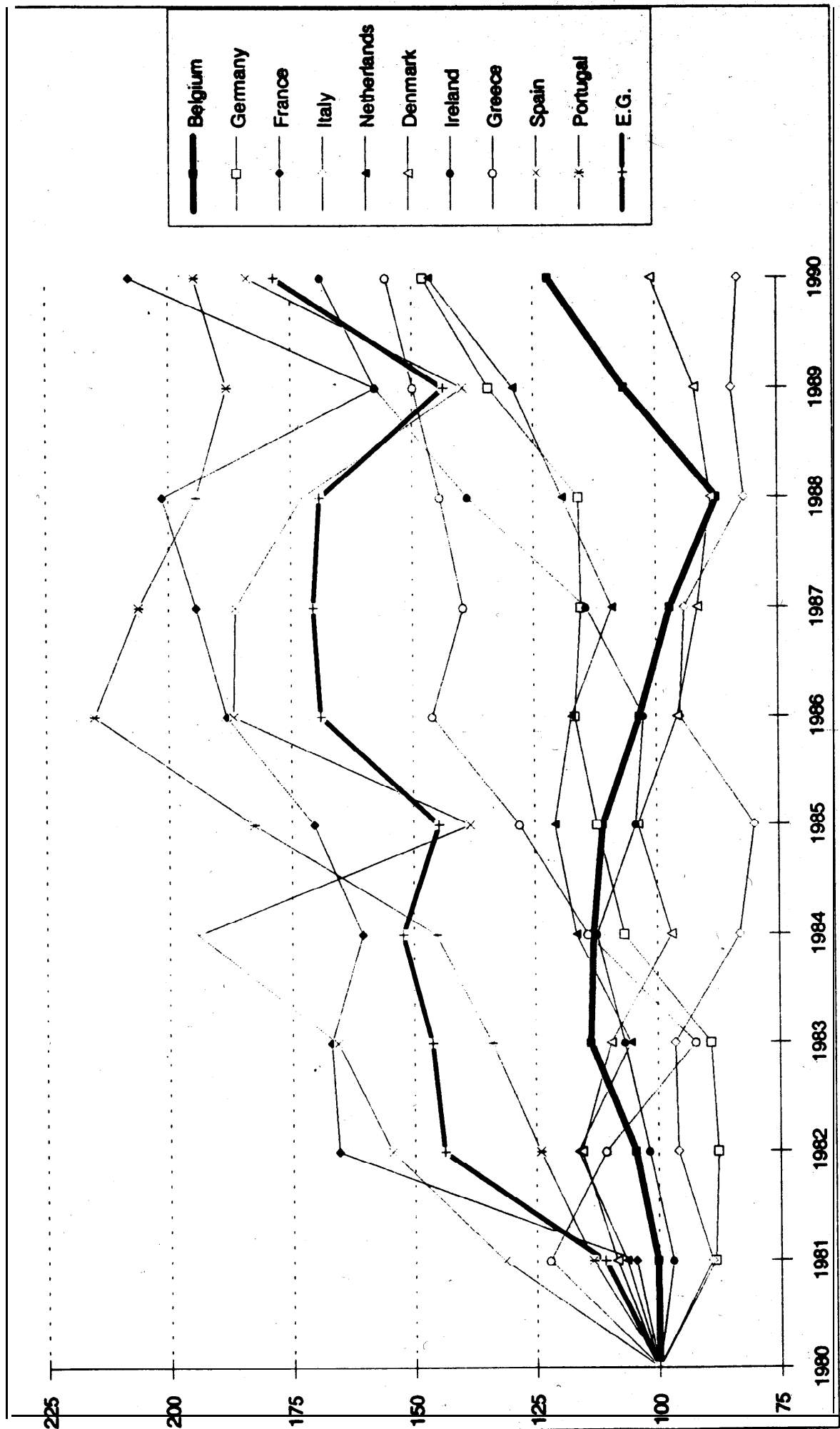
Bronnen

- World Bank, World Development Report 1988, Oxford University Press, New York, 1988.
- OECD, Les marchés touristiques nationaux, 1988.
- British Tourist Authority, London, 1988.
- INSEE, Présentation de l'enquête sur les vacances des Français, Paris, 1988.
- THR, Barcelona, 1987.
- WES, Brugge, 1988.
- Swedish Tourist Board, Stockholm, 1987.
- NRIT, Trendrapport Toerisme, 1988.

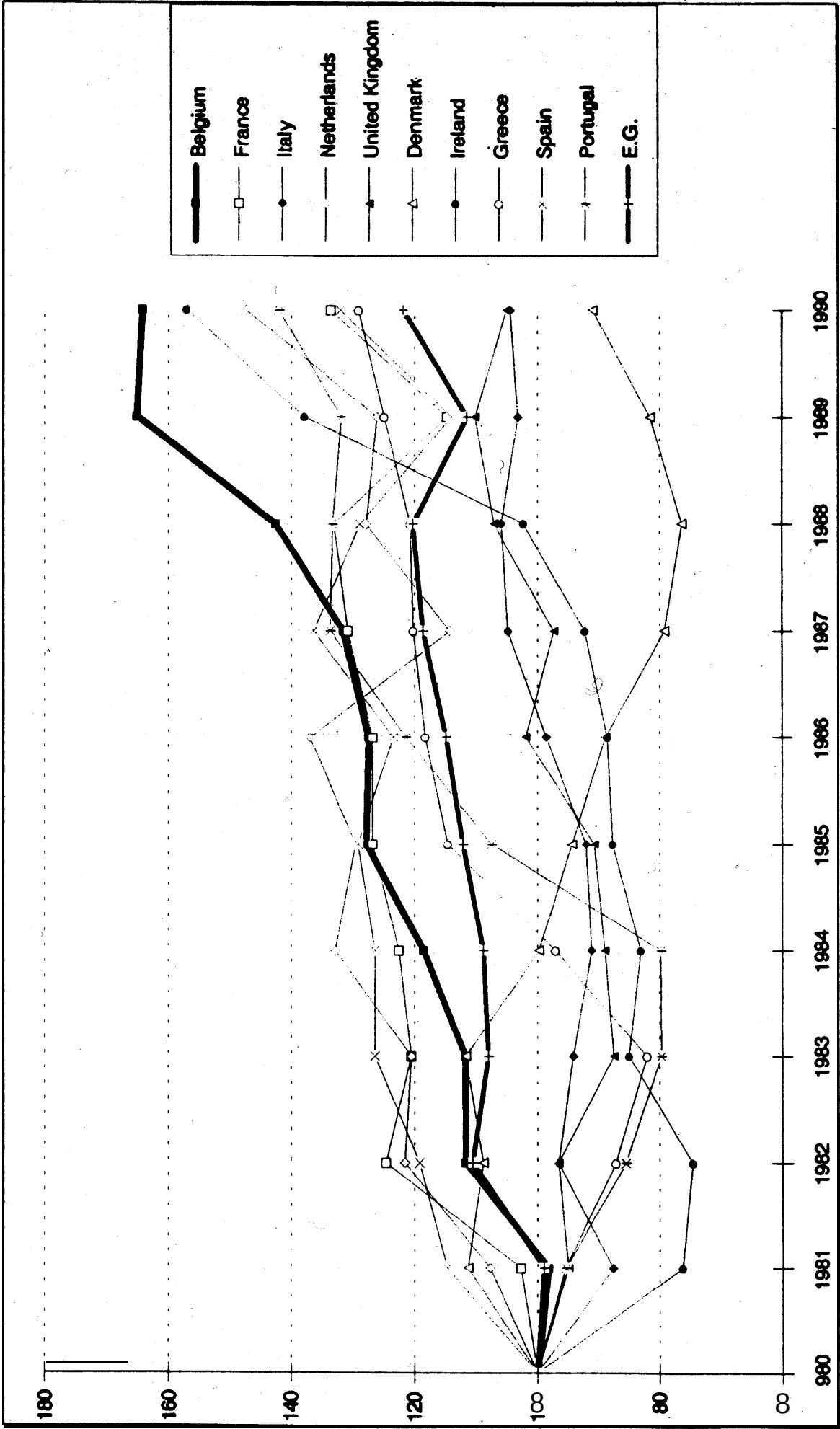
Evolutie van de Nederlandse markt naar België en andere E.G.-landen



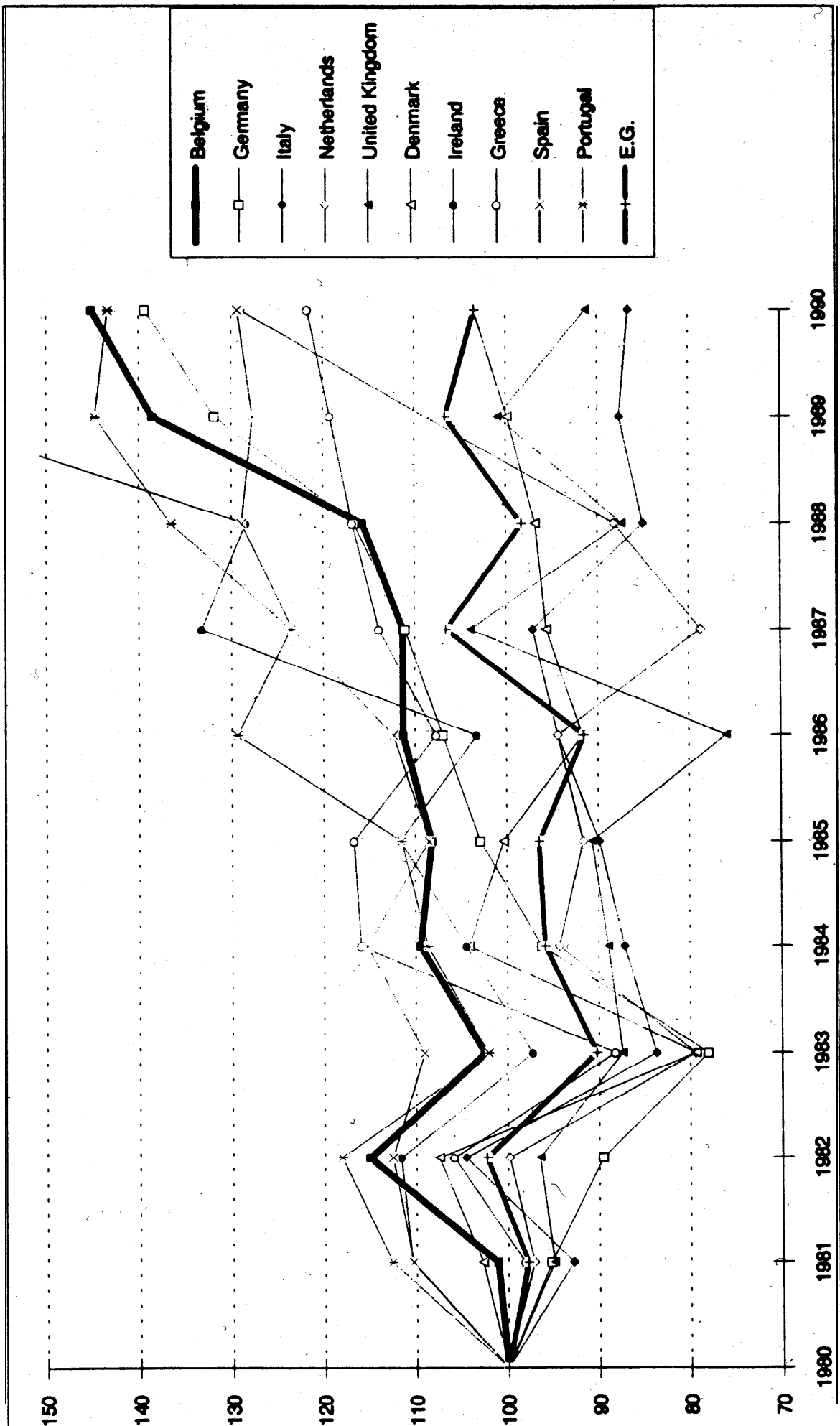
Evolutie van de Britse markt naar België en andere E.G.-landen



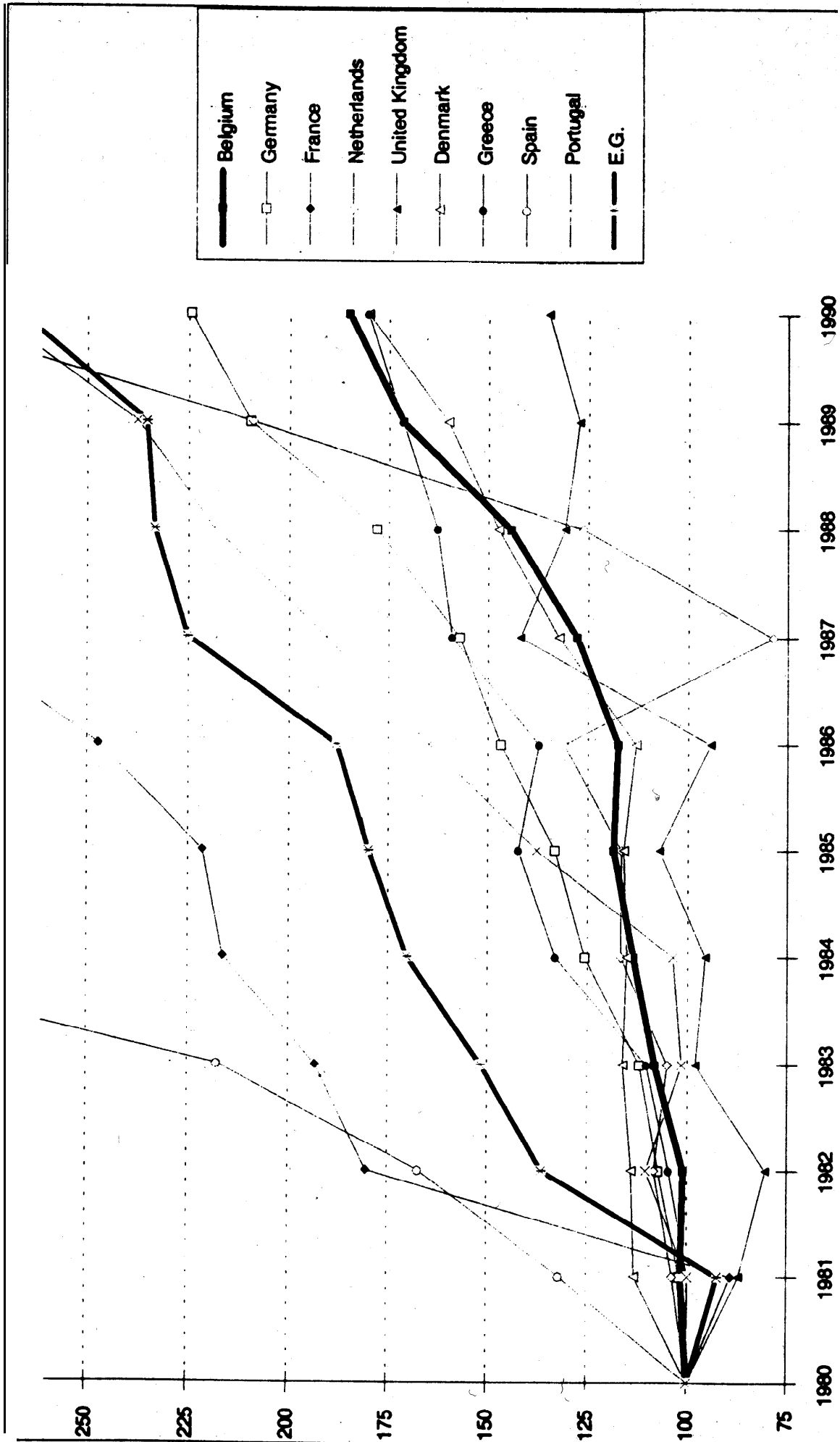
Evolutie van de Duitse markt naar België en andere E.G.-landen



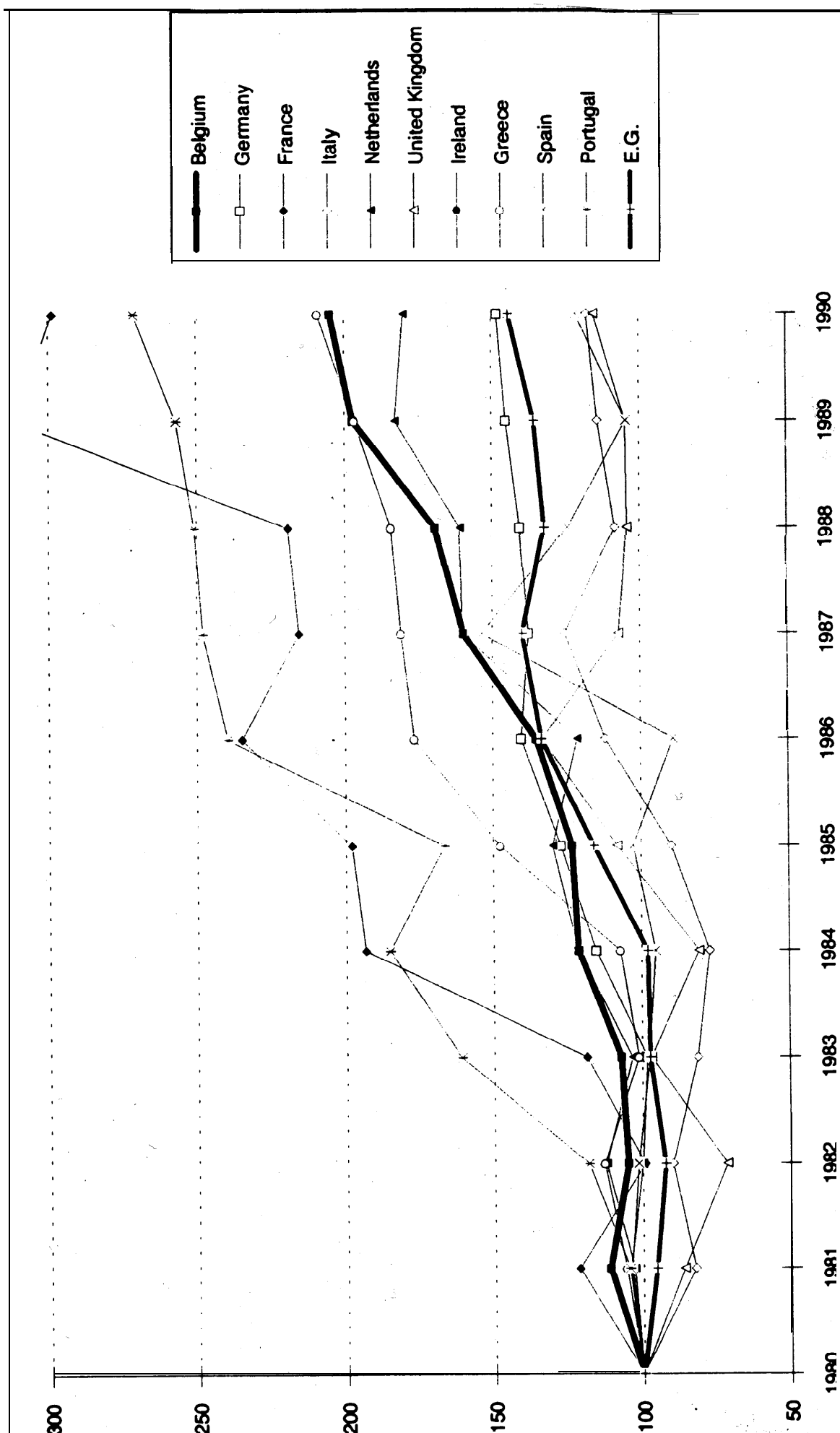
Evolutie van de Franse markt naar België en andere E.G.-landen



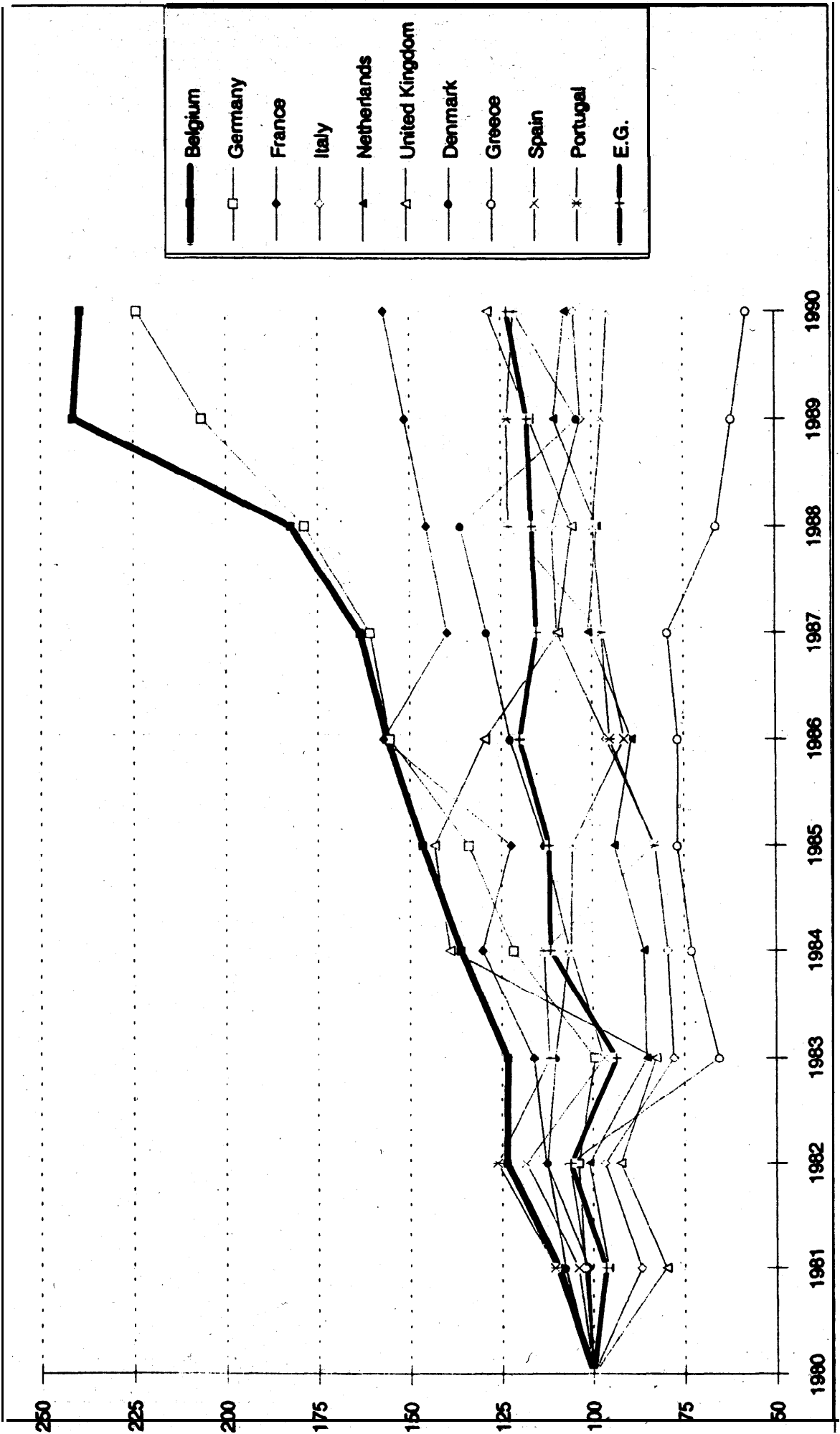
Evolutie van de Italiaanse markt naar België en andere E.G.-landen



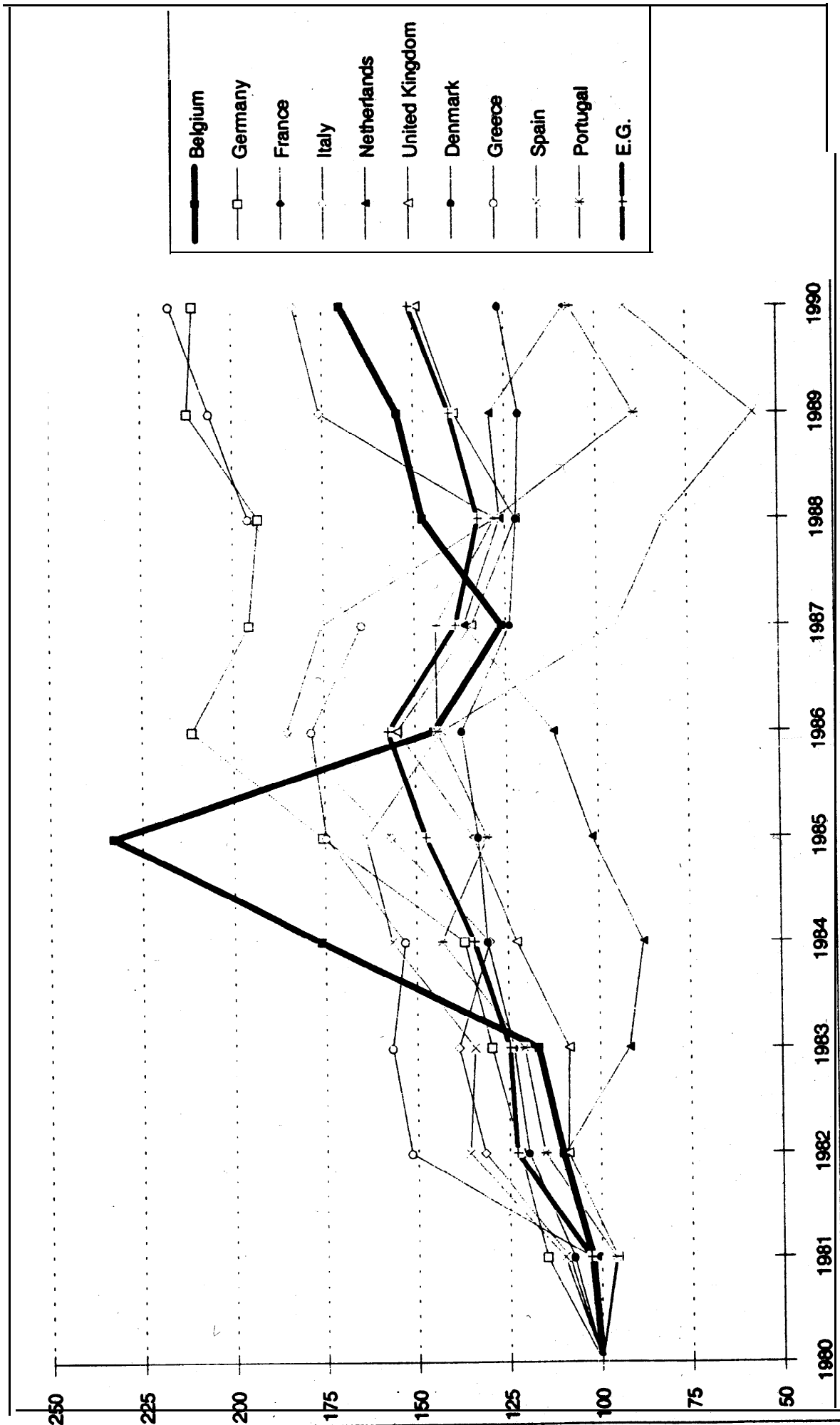
Evolutie van de Deense markt naar België en andere E.G.-landen



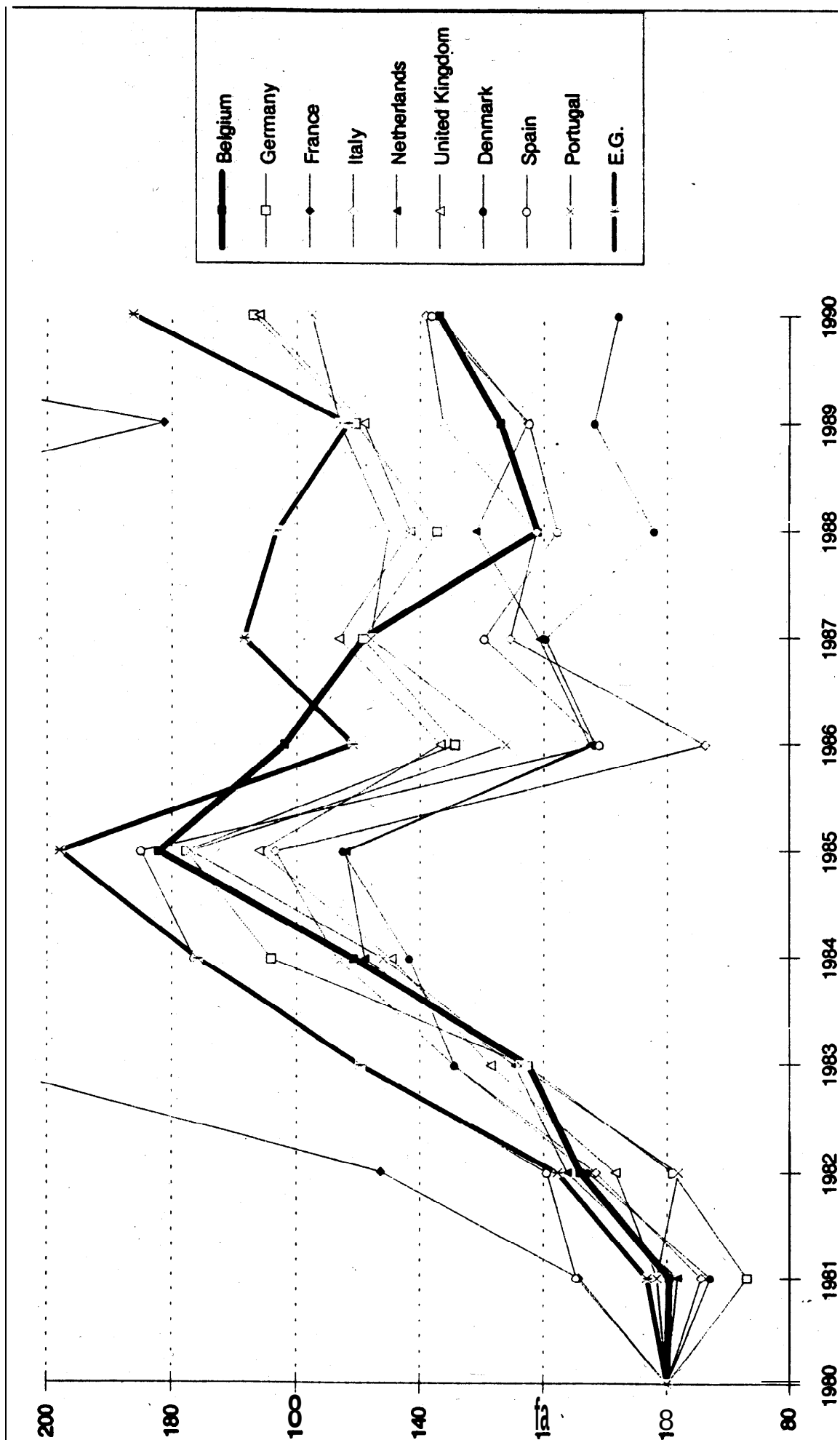
Evolutie van de Zweedse markt naar België en andere E.G.-landen



Evolutie van de Noorse markt naar België en andere E.G.-landen



Evolutie van de Noord-Amerikaanse markt (V.S. + Canada) naar België en andere E.G.-landen



Evolutie van de Japanse markt naar België en andere E.G.-landen

