

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 866
van **CATHY COUDYSER**
datum: 22 februari 2017

aan **BEN WEYTS**

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

Toeristische kwaliteitstrajecten - Stand van zaken

In zijn beleidsbrief Toerisme 2016-2017 onderstreept de minister dat hij via Toerisme Vlaanderen wil investeren in een breed toeristisch aanbod, met onder andere mystery visits voor hotels en onthaal, workshops voor organisaties met gidsenwerkingen en een uitbreiding van de toolkits voor gidsen met materiaal.

De minister gaf ook aan dat alternatieve logiesvormen zoals jeugherbergen, B&B's en campings de mogelijkheid zullen krijgen om net als hotels een kwaliteitstraject te volgen.

1.
 - a) Hoeveel trajecten werden reeds gegeven?
 - b) Wat waren de concrete thema's van deze vormingssessies?
 - c) Wie waren de deelnemers aan deze sessies?
 - d) Waaruit bestaan deze trajecten?
 - e) Door wie werden de trajecten aangevraagd/opgestart?
2. Werden bepaalde knelpunten of vragen die structurele oplossingen vereisen, vastgesteld? Kan de minister dit toelichten?
3. Hoe evalueert de minister kwaliteitstrajecten en hoe worden deze door de deelnemers bevonden?
4.
 - a) Hoe evalueert de minister de mogelijkheden om het systeem van de kwaliteitstrajecten uit te breiden?
 - b) Wat is de eventuele rol van de coaches van Toerisme Vlaanderen in deze?

ANTWOORD

op vraag nr. 866 van 22 februari 2017

van **CATHY COUDYSER**

1. a) De uitrol van het programma 'Kwaliteit in Toerisme' dat ik in 2015 heb gelanceerd, gebeurt gefaseerd. In 2016 werd gemikt op hotels, organisaties met gidsenwerking en toeristische onthaalcentra. Dit jaar komen logies die onder de toepassing vallen van het logiesdecreet, attracties en meetinglocaties aan bod.

Het aantal trajecten is niet eenduidig te beantwoorden omdat het programma een uitgebreide cluster aan instrumenten (kwaliteitstrajecten) omvat waar men als het ware à la carte gebruik kan van maken. Ik verwijs naar de tabel als bijlage die een overzicht biedt van het gevarieerd aanbod aan dienstverlening aan de toeristische bedrijven en instellingen en op welke manier de sector daar al heeft op ingespeeld.

Ten eerste zijn er de instrumenten om de klantentevredenheid en kwaliteit te monitoren: klantentevredenheidsenquêtes, mystery visits, zelfscans.

Vervolgens is er de doe-het-zelf toolkit waarbij ondernemingen en organisaties op het webplatform van 'Kwaliteit in Toerisme' terecht kunnen voor praktische instrumenten die ze in hun streven naar professionalisering en kwaliteit kunnen inzetten. Daarnaast biedt de toolkit ook inspirerende voorbeelden en informatie.

Er is ook de mogelijkheid om deel te nemen aan collectieve verbeteringstrajecten. Toerisme Vlaanderen (TVL) leidt de sector via het webplatform naar het bestaand vormings- en begeleidingsaanbod van derden of neemt zelf initiatief om dit aan te bieden, na overleg binnen de betrokken taskforce.

Door het faciliteren van netwerkmomenten willen we tenslotte ervaringsuitwisseling tussen ondernemingen en organisaties stimuleren en hun zelflerend vermogen ontwikkelen.

Alle instrumenten worden ontsloten via een laagdrempelig digitaal platform: <http://kwaliteit.toerismevlaanderen.be>. Dit is een dynamisch platform dat voortdurend wordt geactualiseerd en dat kan meegroeien naarmate de scope van het programma verruimt.

Om 'Kwaliteit in Toerisme' zo goed als mogelijk te laten aansluiten bij de noden van de verschillende doelgroepen is per actiedomein een taskforce in het leven geroepen met vertegenwoordigers en ervaringsdeskundigen uit de betrokken sectoren. Momenteel fungeren er drie taskforces: kamerlogies, organisaties met gidsenwerking en internationaal onthaal.

- b) Om de kwaliteit in toerisme te versterken was er in 2016 een ruime set aan vormingssessies voorzien. Hierna volgt het overzicht van de workshops, trainingen en netwerkbijeenkomsten:

- wake-up sessies: workshop voor de hotelsector rond hospitality en "wow-service" (6 edities; 120 deelnemers);
- lanceringsevent voor onthaalcentra, organisaties met gidsenwerking en intermediaire organisaties (140 deelnemers);
- hospitality workshop 'share-our-smile' (5 edities; 125 deelnemers);
- netwerkevent internationaal onthaal 2016 met als thema's 'onthaal na 22/3' en 'de toolkit' (22 deelnemers: managers onthaalcentra en onthaalexperthen);
- workshop sociale media voor toeristisch onthaal (20 deelnemers: managers en medewerkers onthaalcentra en onthaalexperthen);

- inspiratiedag de toekomst van het toeristisch onthaalcentrum (25 deelnemers: managers onthaalcentra en onthaalexperten);
- netwerkevent gidsenwerking met als thema 'Omgaan met superdiversiteit' (44 deelnemers: organisaties met gidsenwerking en intermediaire organisaties);
- workshops 'Kwaliteit in Gidsenwerking' in samenwerking met FARO en Herita (20 deelnemers);
- workshops sociale media voor organisaties met gidsenwerking (7 workshops; 67 deelnemers).

c) Het aantal deelnemers aan de vormingssessies is opgenomen in mijn antwoord op vraag b.

d) Ik verwijs naar mijn antwoord op de vorige vragen.

e) De vormingssessies hadden een behoorlijk bereik en werden aangevraagd door 130 hotels, 44 onthaalcentra met internationaal potentieel, 6 intermediaire organisaties en steden en provincies en hun onthaalspecialisten en tenslotte 95 organisaties met gidsenwerking.

2. Na ruim één jaar stellen we vast dat het monitoren van de klantentevredenheid en de kwaliteit van het aanbod bij de verschillende doelgroepen nog onvoldoende ingang heeft gevonden. Het beeld uit de metingen (tevredenheidsenquêtes, zelfscans, mystery visits) is daardoor vrij gefragmenteerd en onvoldoende representatief. We proberen in ieder geval de sector verder te overtuigen van het belang van monitoring en de drempels ertoe te verlagen.

Hierbij aansluitend stelden we ook vast dat de kennis van de klant vaak ontoereikend is. In 2017 worden vanuit die problematiek onder meer workshops georganiseerd voor organisaties met gidsenwerking over het verkrijgen van klantenfeedback.

Bij de verschillende doelgroepen bestaat ook de nood aan ondersteuning en begeleiding op maat. TVL informeert zoveel mogelijk over dienstverleners op dit gebied, maar voor het gros van de sector bestaande uit kleine ondernemingen en non-profit organisaties is dit aanbod financieel te hoogdrempelig. Er is slechts een beperkt aanbod dat begeleiding-op-maat gedurende een volledig kwaliteitstraject (meten-diagnose-opstellen actieplan-uitvoering) voorziet.

3. De evaluatie van het programma en instrumentarium door de respectieve taskforces is positief. Het webplatform wordt erg op prijs gesteld, net als de mogelijkheid tot ervaringsuitwisseling die tijdens de events wordt geboden.

Het voorzien van een gestructureerde monitoring van klantentevredenheid en geboden kwaliteit ervaren de doelgroepen tot hiertoe klaarblijkelijk niet als een prioriteit. De instrumenten die hiervoor beschikbaar worden gesteld, worden minder benut dan verwacht.

Voor hotels is het bereik van de doelgroep behoorlijk, maar toch lager dan verwacht. Hotels verwachten eerder een 1-op-1 benadering. Met de inzet van de logiesadviseurs (zie verder) komen we hieraan tegemoet. Afgaand op de evaluatie van de wake-up sessies en de getuigenissen over de mystery visits worden de inspirationale en vormingsacties in elk geval positief beoordeeld.

Voor onthaal is het bereik van de doelgroep gerealiseerd. De intensiteit van de participatie aan het programma is wel verschillend. Dit heeft onder meer te maken met het aanbod van andere kwaliteitsinitiatieven verstrekt door intermediaire organisaties. De waardering van de events is lager dan bij de andere doelgroepen en houdt, zo als blijkt uit de evaluaties, onder meer verband met de heterogeniteit van

de sector. Dit wordt meegenomen in de toekomstige werking (meer ruimte voor maatwerk).

Voor gidsenwerking is het bereik behoorlijk en is de participatie hoger dan verwacht bij de organisaties uit de cultuursector (cf. positieve samenwerking met koepels als Herita en Faro). Die participatie is wel lager dan verwacht bij de toeristische organisaties met gidswerking. De collectieve begeleidingstrajecten krijgen een hoge waardering.

4. a) Ik zie alvast een aantal mogelijkheden door de uitwerking van logiesdecreet vanaf 1 april 2017. Het toepassingsbereik van 'Kwaliteit in Toerisme' wordt gefaseerd uitgebreid naar 'overig kamerlogies' (naast hotels dus ook bijv. B&B's en hostels) en naar 'terreingebonden logies' (zoals campings en camperterreinen). Via de taskforce en bilateraal overleg met belanghebbenden worden de prioritaire noden en gewenste kwaliteitsacties gedefinieerd.

TVL zal in het tweede semester van 2017 een plan van aanpak opstellen voor de ondersteuning van de kwaliteit van de dienstverlening in attracties en musea en in meetinglocaties. Op die manier verzekeren we ons ervan dat de investeringen die we ondersteunen via hefboomprojecten ook gekoppeld worden aan een nog betere dienstverlening. Ook hier zullen de prioritaire noden en gewenste acties worden vastgesteld in overleg met de sector. Voor intern gebruik heeft TVL overigens een kwaliteitskader opgesteld waaraan acties op het gebied van bestemmingsontwikkeling (bijv. hefboomprojecten) en bestemmingspromotie kunnen worden getoetst op hun bijdrage aan het streven naar integrale kwaliteit.

Er moet tegelijk een onderbouwde keuze worden gemaakt over eventuele nieuwe doelgroepen waarop in de toekomst zal worden ingezet. Ik zal deze keuze laten afhangen van (i) hoe we met het gerelateerde aanbod scoren ten opzichte van de belangrijkste concurrerende bestemmingen (ii) het relatief belang van het aanbod voor de bezoekerservaring (iii) de oplossingscomplexiteit en (iv) de aansluiting bij de internationale marketingstrategie.

- b) Met het in werking treden van het logiesdecreet zullen elf logiesadviseurs de logiesuitbaters stimuleren om permanent te werken aan de kwaliteit van hun dienstverlening. De bedoeling is dat zij de uitbaters op maat begeleiden naar de producten- en dienstenportfolio van TVL, waaronder 'Kwaliteit in Toerisme'. De huidige inspecteurs doorlopen met het oog hierop een opleidingstraject.