

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 25
van **CATHY COUDYSER**
datum: 29 september 2017

aan **BEN WEYTS**

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

Herdenking 100 jaar Grote Oorlog - Bezoekers

In de periode 2014-2018 wordt 100 jaar Grote Oorlog herdacht. Aangezien deze oorlog een gebeurtenis was met wereldwijde impact, brengt de herdenkingsperiode grote internationale toeristenstromen op gang.

De Vlaamse overheid zet in op internationale promotie om zo veel mogelijk toeristen naar Vlaanderen te halen.

1. a) Wat is het concrete bezoekersaantal van de WOI-sites in de Westhoek voor het jaar 2016? Welke omzetcijfer vertegenwoordigt dit bezoekersaantal? Graag een uitsplitsing naar binnenlandse en buitenlandse toeristen.

b) Kan de minister reeds een summier overzicht geven van het bezoekersaantal van de WOI-sites in de Westhoek voor het jaar 2017 tot op heden?
2. In welke mate ging dit gepaard met overnachtingen in de Westhoek en daarbuiten? Graag een omstandige toelichting.
3. 2016 was een moeilijk jaar op toeristisch vlak.
In welke mate heeft dit voor het oorlogstoerisme meegespeeld? Wat zijn de oorzaken? Is er reeds een kentering zichtbaar?
4. Welke inspanningen leverde Toerisme Vlaanderen om specifiek het oorlogstoerisme in de Westhoek te promoten?
5. Hoe ondersteunt Toerisme Vlaanderen de Westhoek verder in het ontwikkelen van producten, los van het oorlogstoerisme?
6. Hoe ondersteunt Toerisme Vlaanderen de Westhoek verder op promotioneel vlak in het buitenland, en specifiek in die landen die tijdens WOI hier gevochten hebben?

BEN WEYTS

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

ANTWOORD

op vraag nr. 25 van 29 september 2017

van **CATHY COUDYSER**

1. Hieronder vindt u de gevraagde cijfers inzake bezoekersaantal en omzet. Deze cijfers zijn afkomstig uit het monitoringonderzoek dat Westtoer uitvoert met de steun van Toerisme Vlaanderen (TVL). Het omzetcijfer werd geraamd op basis van de bestedingen uit 2015, maar berekend in functie van het aantal bezoekers in 2016.

Aantal herdenkingstoeristen Westhoek in 2016	447 600	100%
Aantal binnenlandse bezoekers	194 900	44%
Aantal buitenlandse bezoekers	252 700	56%
Verenigd Koninkrijk	154 400	34%
Nederland	45 100	10%
Verre markten (AUS, NZ, USA, CDN)	27 000	6%
Overige markten	26 200	6%
Geraamde omzet herdenkingstoerisme 2016	45 miljoen euro	100%

Op basis van hetzelfde onderzoek kan momenteel enkel een raming gegeven worden van het aantal herdenkingstoeristen in de Westhoek in de eerste jaarhelft van 2017. Voor de periode januari – augustus 2017 wordt dit geschat op 334 000. Dit aantal ligt ongeveer 10% hoger dan in de vergelijkbare periode van 2016.

2. Eveneens op basis van het onderzoek door Westtoer, met de steun van TVL, kan deze vraag voor 2016 geraamd worden. Voor 2017 zijn nog geen gegevens beschikbaar omdat het veldwerk nog loopt.
- De cijfers van de FOD Economie over aankomsten en overnachtingen zijn hier niet rechtstreeks bruikbaar, omdat deze enkel uitspraak doen over het totaal aantal aankomsten en overnachtingen in de regio, niet over het aantal dat specifiek kan worden toegewezen aan het herdenkingstoerisme.
- Het onderzoek maakt onderscheid tussen bezoekers die verblijven in de Westhoek, en zij die buiten de Westhoek verblijven.

a) Bezoekers WO I herdenkingstoerisme die verblijven in de Westhoek

Raming verblijfstoerisme Westhoek	Raming aankomsten in Westhoek	Raming overnachtingen in Westhoek	Aandeel overnachtingen in Westhoek
Totaal 2016	188 800	402 000	100%
Binnenland	53 700	119 000	30%
Buitenland	135 100	283 000	70%

- b) Bezoekers WO I-herdenkingstoerisme die verblijven buiten de Westhoek
- Verblijfstoeristen die buiten de Westhoek logeren, komen voor hun bezoek aan het WO I-erfgoed de facto 'op daguitstap' naar de Westhoek. Binnen het

onderzoek wordt daarom één nacht van hun verblijfsduur toegewezen aan het herdenkingstoerisme. Dit heeft tot gevolg dat de raming van het aantal aankomsten en overnachtingen gelijk is.

Raming verblijfstoerisme buiten de Westhoek	Raming aankomsten	Raming overnachtingen	Aandeel overnachtingen
Totaal 2016	114 300	114 300	100%
Binnenland	33 300	33 300	29%
Buitenland	81 000	81 000	71%

- c) Totale aantal overnachtingen in de Westhoek gegenereerd door herdenkingstoerisme

Bovenstaande gegevens kunnen worden opgeteld, wat de volgende globale raming van het aantal overnachtingen in 2016 oplevert:

Raming WOI-verblijfstoeristen	Raming overnachtingen	Aandeel overnachtingen
Totaal 2016	516 300	100%
Binnenland	152 300	29%
Buitenland	364 000	71%
In de Westhoek	402 000	78%
Buiten de Westhoek	114 300	22%

Het aantal overnachtingen gegenereerd door buitenlandse WO I-bezoekers in de Westhoek ligt dus beduidend hoger dan dat van de binnenlandse bezoekers, die daarentegen vaker op dagtrip komen. Ongeveer één op vijf overnachtingen door bezoekers aan het WO I-erfgoed in de Westhoek vindt plaats buiten de Westhoek.

3. Reeds voor de aanvang van '100 Jaar Groote Oorlog' was ingeschat dat het jaar 2016 geen topjaar zou worden voor Vlaanderen in de herdenkingsperiode. De Slagen van Verdun en de Somme vormden dat jaar immers de belangrijkste historische referenties, en beide richtten de aandacht op Frankrijk.

De aanslagen in Parijs en in Brussel hebben in deze daling een rol gespeeld, maar uit de beschikbare onderzoeksgegevens voor 2016 is niet af te leiden hoe groot deze impact is. Op basis van de gegevens vermoeden we dat dit vooral speelde voor de Britten en de verre landen. De Nederlandse markt daarentegen vertoonde een lichte stijging. Opvallend is dat het aantal binnenlandse toeristen een stevige daling vertoonde, wat minder toegeschreven kan worden aan de gebeurtenissen in Brussel of de terreurdreiging algemeen.

Zoals ik bij vraag 1 al heb meegegeven, vertoont 2017 opnieuw een positieve trend, met een geraamde stijging van +10% voor de eerste acht maanden van het jaar. De herdenking van 'Passchendaele' (de Derde Slag bij Ieper) brengt Vlaanderen opnieuw voor het voetlicht, zowel in het buitenland als in het binnenland.

4. TVL engageerde zich om gedurende de eeuwherdenking van de Groote Oorlog een consistente internationale communicatiecampagne te voeren in een aantal landen. Dit werd in 2016 en 2017 verdergezet, en staat ook voor 2018 in de planning. Sinds de herfst van 2016 zet deze campagne sterk in op 'Passchendaele', een zeer bekend begrip in de landen van de Commonwealth. Hoewel het zwaartepunt van deze herdenking in de zomer en herfst van 2017 valt (de Slag duurde officieel van 31

juli tot en met 10 november 1917), werd al eerder een communicatieve aanloop genomen.

- Zo leidde een 'vroegboek' actie op sociale media in Australië en Nieuw-Zeeland via een opeenvolging van emotionele en informatieve boodschappen naar een concreet reisaanbod van enkele touroperators. 268.137 personen bekeken de introductievideo over de herdenking in Vlaanderen, en kregen daarna informatieve en commerciële boodschappen over reizen naar 'Flanders Fields' voorgesteld. Van de geïnteresseerden klikten 1050 (Australië) en 571 (Nieuw-Zeeland) door naar de websites van touroperators met een concreet reisaanbod naar Vlaanderen.
 - Een gelijkaardige 'vroegboek'-actie in het Verenigd Koninkrijk in 2017 gaf nog betere resultaten. De video werd bekeken door 293.106 personen, op de daaropvolgende boodschappen werd 15.844 keer geklikt, waaronder 3.469 naar de websites van touroperatoren.
 - Alle informatie over de Slag bij Passchendaele werd verzameld op een specifieke deelsite www.flandersfields1418.com/passchendaele.
 - Op 25 juli 2017 vond in Londen een communicatie-actie plaats met als thema 'the Mud Soldier', verwijzend naar de iconische beelden van soldaten in het modderige slagveld van Passchendaele. Via een tijdelijke installatie werd belangstelling van de Britse media gegenereerd. De installatie was ook het startpunt voor een ruime digitale actie, die zich niet enkel op de UK, maar ook op Ierland, Nieuw-Zeeland, de Verenigde Staten en Nederland zal richten.
 - In september onthulde TVL onder ruime mediabelangstelling een street-art kunstwerk met thema Passchendaele in Melbourne, Australië.
 - Dankzij contacten van TVL in Canada werd het beeldenproject 'Coming World x Remember Me' uitgenodigd naar Halifax en Toronto. Andermaal werd hier persaandacht gegenereerd en vormt dit de start van een digitale actie gericht op het Canadese publiek.
 - Ook in de reguliere pers- en tradewerking lag de focus op 'Passchendaele', met onder meer studiereizen door trade-professionals uit Australië, Nieuw-Zeeland, Canada, het Verenigd Koninkrijk en Ierland. Vanuit deze landen, en ook Nederland, de Verenigde Staten en Frankrijk werd in de herfst van 2016 en de lente van 2017 aan ruim 50 journalisten de kans geboden om reportages te komen maken met de herdenking, en in het bijzonder Passchendaele, als thema.
 - Veel bezoekers van de Noord-Franse herdenkingssites beseffen niet dat de WO I-sites in Vlaanderen vlakbij zijn. Er is ter plekke weinig informatie beschikbaar. Daarom verspreidde TVL vanaf de zomer van 2016 informatie in Noord-Frankrijk. In eerste instantie werd gekozen voor een brochure. Sinds april 2017 bieden we daarnaast digitale boodschappen aan over de WOI-bestemming Vlaanderen aan mensen die in Noord-Frankrijk op reis zijn.
 - Sinds 2013 beschikt TVL ook over een succesvol en zeer actief facebookkanaal www.facebook.com/flandersfields1418. De pagina telt begin oktober 2017 144.000 overwegend buitenlandse fans.
5. De Westhoek wordt vooral in beeld gebracht in de thematische promotie rond WO I. Daarnaast wordt de regio meegenomen in de algemene toeristische ontwikkeling van de bestemming Vlaanderen door TVL. In kader van de hefboomprojecten ondersteunt TVL "The Homeland of Cycling" voor een totaalbedrag van 399.067 euro. Een gedeelte van dit project, met name Heuvelland en de Kemmelberg, situeren zich in de Westhoek. Concreet gaat het om in totaal 750 kilometer fietsroute met 85 zogenaamde "Lion Challenges". Ook in de Westhoek komt er nieuwe route-infrastructuur.
6. In 2018 zet TVL de communicatiecampagne onverminderd verder. De nauwe samenwerking met Westtoer en de lokale spelers blijft daarbij een hoeksteen. De grote lijnen zijn al vooropgezet:

- a) In de eerste helft van 2018 zet TVL nog sterk in op het genereren van boekingen. Dit is immers de laatste keer dat er gewerkt kan worden vanuit een 'sense of urgency' waarbij de eeuwherdenking kan worden uitgespeeld.
- b) Drie verhaallijnen zullen de communicatie schragen:
- Het eindoffensief, waarbij de historische militaire gebeurtenissen de leidraad vormen, tot en met de wapenstilstand;
 - De kost van de oorlog: wat heeft de oorlog in zijn geheel betekend, welke sporen heeft hij nagelaten;
 - Nooit 'the Last Post': ook na 2018 gaat de herdenking verder; met focus op persoonlijke verhalen van mensen die dit mogelijk maken, zoals de Last Post, de CWGC, de gidsen, archeologen... Ook de eventuele erkenning van het oorlogserfgoed door de UNESCO kan hieraan gekoppeld worden.

Na 2018 zal Vlaanderen verder blijven inzetten op het herdenkingstoerisme. Hoe dit zich concreet zal vertalen is voorwerp van een plan dat tegen eind 2018 operationeel moet zijn. TVL zal daarbij rekening houden met de opgedane ervaring, met andere mogelijke internationale opportuniteiten en met de visie van de lokale en regionale spelers. Zowel Ieper als de Westhoek hebben in hun beleidsplan voor de komende jaren aangegeven dat zij op het herdenkingstoerisme zullen blijven inzetten, maar dat zij ook willen diversifiëren door andere thema's te versterken.