

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 207
van **CATHY COUDYSER**
datum: 17 december 2019

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Geïntegreerd platform 'Iedereen verdient vakantie' - Evaluatie

Om het recht op vakantie voor elke Vlaming te garanderen, startte Toerisme Vlaanderen in 2017 het proefproject 'Vakantieschakel' op. Dit is een online platform waarbij vakantiegangers met een specifieke drempelvraag in contact gebracht worden met het beschikbare aanbod van toeristische ondernemers die inspelen op speciale noden. Door vraag en aanbod met elkaar te matchen, werd tegemoetgekomen aan de noodzaak aan een benadering op maat van elke individuele vakantieganger. Het proefproject wierp al snel zijn vruchten af (in het eerste werkingsjaar van de tool konden 570 matches gerealiseerd worden tussen vakantiegangers met een drempel en toeristische aanbieders) en dus besliste het agentschap om dit initiatief permanent uit te rollen.

In zijn antwoord op mijn schriftelijke vraag nr. 622 van 1 februari 2018 stelde de toenmalige bevoegde minister dat er tot op dat moment nog geen formeel evaluatiemoment had plaatsgevonden, wat te wijten was aan de realisatie van een verregaande integratie van 'Vakantieschakel' in de website www.iedereenverdienvakantie.be. Daar het onderscheid van de werking van 'Vakantieschakel' en het Steunpunt Vakantieparticipatie voor de gebruiker niet zo duidelijk bleek te zijn, werd beslist om alle dienstverlening rond sociaal toerisme onder te brengen in éénzelfde portaal 'Iedereen verdient vakantie'. De intentie was om dit geïntegreerde platform in de loop van maart 2018 operationeel te hebben.

In het jaarondernemingsplan 2019 van Toerisme Vlaanderen wordt melding gemaakt van een verbetering van de dienstverlening en het aanbod voor Vlamingen die een drempel ervaren in de vakantieketen door een versterking van het netwerk 'Iedereen verdient vakantie'. Als gewenst resultaat wordt o.m. naar voren geschoven dat minstens 90% van de vragen gesteld via dit platform leidt tot een oplossing binnen de maand na het stellen ervan. Inzake bekendmaking van het aanbod, voorziet het jaarondernemingsplan erin dat ongeveer 1500 potentiële vakantiegangers die een drempel ervaren om op vakantie te gaan (en die niet eerder gebruik maakten van het aanbod), zijn geïnformeerd en gesensibiliseerd over het aanbod van het platform om op vakantie te gaan. Tot slot dient per jaar een vijftal complexe vragen te worden beantwoord door een cocreatief traject op te zetten en te begeleiden met alle voor die vraag relevante partners uit het netwerk.

In haar beleidsnota Toerisme 2019-2024 maakt de minister melding van 5993 mensen die sinds de lancering van het platform ervan gebruikgemaakt hebben en 836 vakantiegangers met speciale behoeftes die konden gematcht worden aan een oplossing op maat.

1. Werd de werking van het geïntegreerde 'Iedereen verdient vakantie'-platform (inclusief 'Vakantieschakel') reeds aan een evaluatie onderworpen? Zo ja, kan de minister de belangrijkste bevindingen die hieruit naar voren gekomen zijn kort toelichten? Zo neen, wat is de termijn voor de oplevering van de resultaten van deze evaluatie?
2. Ingeval de evaluatie reeds plaatsvond, in welke mate zal ze aanleiding geven tot een bijsturing van het geïntegreerde platform? Welke concrete aanpassingen zullen worden doorgevoerd?
3. In hoeverre is Toerisme Vlaanderen erin geslaagd om de hierboven geschetste vooropgestelde indicatoren te behalen?
4. Voor welke complexe vragen werd het afgelopen jaar een oplossing op maat uitgewerkt op basis van het cocreatief traject?
5. Kan de minister verduidelijken via welke acties het agentschap het afgelopen jaar ingezet heeft om het aanbod van het platform beter bekend te maken bij het doelpubliek?

ANTWOORD

op vraag nr. 207 van 17 december 2019

van **CATHY COUDYSER**

1. De evaluatie van Vakantieschakel werd uitgevoerd in de periode juni 2019-november 2019.

De belangrijkste bevindingen hiervan zijn

- a) Vakantieschakel is en blijft een **relevante aanvulling** aan het bestaande aanbod van het netwerk Iedereen Verdient Vakantie.

Haar gebruikers zijn positief over hun ervaringen en waarderen de **persoonlijke aanpak** en positieve communicatie met de Vakantieschakelaars.

Het vernieuwde platform en de stroomlijning van Vakantieschakel met Iedereen Verdient Vakantie zorgt voor een verhoogd gebruiksgemak en een meer intuïtief eerste contact met het platform.

- b) Na drie jaar is Vakantieschakel er echter nog niet in geslaagd zich onmisbaar te maken. **Wat is haar impact?** Het is onduidelijk welke vragen er via Vakantieschakel dan wel via andere kanalen opgelost worden, en de succesverhalen worden onvoldoende uitgespeeld. Gebruikers en partners in het netwerk Iedereen Verdient Vakantie moeten nog te vaak herinnerd worden aan het bestaan van Vakantieschakel.

Vakantieschakel is dus **vooral nog een 'nice to have', eerder dan 'the place to be'** wanneer het gaat over het faciliteren van vakantievrage.

- c) Een grotere zichtbaarheid zal leiden tot een grotere slagkracht in de sector. Onbekend is immers nog steeds onbemand.

Een quick win hierbij is het communiceren van succesverhalen: welke succesvolle verbindingen werken er gemaakt? Een quote of getuigenis van een vakantieganger is krachtiger dan alle statistieken samen.

Het is essentieel dat hier ook een bredere marketingcampagne aan gekoppeld wordt. Wanneer ook het brede publiek het belang van 'vakantie voor iedereen' beseft, kan de vakantiegangers met drempels sneller de weg vinden naar Vakantieschakel. Deze publieke campagne heeft intentionaliteit, en de bijhorende financiële middelen nodig.

- d) Vakantieschakel zet vandaag maar zeer beperkt aan tot innovatie in de sector. Om deze ambitie waar te maken zal Vakantieschakel haar natuurlijke rol als **verbinder in het netwerk** verder moeten uitspelen. Dit start met het in kaart brengen én samenbrengen van haar gebruikers en hen samen het ecosysteem van Vakantieschakel tot leven laten brengen.

Na drie jaar wordt het tijd dat Vakantieschakel zich niet meer laat wegdrücken door de dagelijkse routine en andere urgenties die zich stevast opdringen. Zodra Vakantieschakel de intentionele aandacht, zichtbaarheid en middelen krijgt die zij verdient, kan het van een 'nice to have' uitgroeien tot dé speler die

vakantiedrempels wegwerkt en zodoende 'Iedereen Verdient Vakantie' werkelijk tot leven laten komen. Van een platform met vraag en aanbod, naar een echte verbinder en innovator in het netwerk Iedereen Verdient Vakantie.

Uiteraard wordt de evaluatie meegenomen om verdere concrete aanpassingen door te voeren. We voorzien eind januari 2 workshopdagen om de evaluatie door te vertalen in concrete acties. Tijdens deze 2 workshopdagen willen we vooral acties plannen en bedenken die het groeipotentieel benutten.

- e) Hoe kunnen we vakantieschakel laten groeien van een 'nice to have' tot een evidentie?
 - i. Vakantieschakel top of mind in het netwerk
 - ii. Specifieke doelgroepen en intermediaire organisaties doelgericht bereiken
gerichte marketingcampagne vanuit de merknaam vakantieschakel als tool in het netwerk Iedereen Verdient Vakantie.

- f) Hoe kunnen we voldoende interne slagkracht garanderen om Vakantieschakel duurzaam te laten groeien ?

Vakantieschakel is een opdracht die grotendeels is uitbesteed. Om het groeipotentieel optimaal te benutten is er een intensievere opvolging noodzakelijk.

- g) Hoe kunnen we geslaagde verbindingen beter inzetten om nog meer geslaagde verbindingen te bekomen?

Er dient nagedacht te worden over een manier waarop geslaagde verbindingen zichtbaar gemaakt kunnen worden. Door deze succesverhalen in een positief daglicht te stellen wordt de impact van vakantieschakel zichtbaar voor partners in het netwerk.

- h) Meer zichtbaarheid rond wie er allemaal gebruik maakt van het platform kan de participatie versterken.
- i) Impact delen via een dynamisch jaarverslag bv. Na de zomer of op het einde van elk jaar. Hier kunnen succesverhalen, quotes en ervaringen van gebruikers en medewerkers, relevant cijfermateriaal Vakantie meer tot leven brengen.

2. Ik verwijs naar mijn antwoord op vraag 1.

In hoeverre is Toerisme Vlaanderen erin geslaagd om de hierboven geschetste vooropgestelde indicatoren te behalen? In 2019 werden er in totaal 451 onderwerpen (vragen of ideeën) ingediend door vakantiegangers, sociale lidorganisaties en toeristische partners. Die 451 onderwerpen leidden tot 578 'verbindingen'. Concreet betekent dit dat 578 gereageerd werd op een onderwerp. Soms wordt er meerdere keren gereageerd op een onderwerp. Van de 451 onderwerpen zijn er 261 die betrekking hebben op een vakantie vraag. 214 vragen werden in 2019 afgerond met een geslaagde verbinding. Dit zijn onderwerpen waarbij er een match is tussen de vraagsteller en het mogelijke antwoord. Dit is een percentage van 82%. Een kanttekening hierbij is wel dat een aantal vragen nog in 2020 worden opgenomen. We merken dat er in op 86% van de onderwerpen binnen de maand wordt gereageerd. De gemiddelde tijdsduur van een verbinding op een onderwerp ligt op 15 dagen.

4. Voorbeeld 1:

Voor een 6-jarig jongetje uit de regio Brussel werd een vrijwilliger/begeleider/buddy gezocht voor activiteiten tijdens de vakantieperiodes. Nadat de vraag open werd gezet in Vakantieschakel, leidden diverse reacties vanuit verschillende partners toch niet tot

een geslaagde verbinding omdat er geen of onvoldoende match was tussen de vraagsteller en een mogelijk antwoord. Na overleg met de vraagsteller werd een oplossing gevonden buiten het netwerk Iedereen Verdient Vakantie via vrijwilligersmatcher Give a Day. Via Give a Day zijn 3 kandidaten gevonden en uit het laatste contact met de begeleidster van het gezin hebben we vernomen dat er nog steeds wordt afgesproken met één van hen.

Voorbeeld 2:

Enkele maanden geleden zijn we door een jonge sportieve man uit Limburg gecontacteerd. Deze zeer slechtziende man die in een rolstoel zit was op zoek naar een aangepaste groepsreis of een buddy waarmee hij op vakantie kan gaan. Door zijn visuele beperking heeft hij sturing en ondersteuning nodig wanneer hij op niet-vertrouwde plaatsen komt. Vzw Kompaan (vrijwilligerswerking van WeTravel2) deelde al snel onze vrijwilligersvraag en vond maar liefst 4 passende kandidaten.

3 andere organisaties stelden eveneens aangepaste groepsreizen voor waardoor de man een nog breder aanbod kon worden voorgesteld.

In 2019 werd één toegangsportaal gecreëerd, waarbij de communicatie van Iedereen Verdient Vakantie en Vakantieschakel eengemaakt werd waardoor gemakkelijker toegang kan gevonden worden naar de dienstverlening van Vakantieschakel. De focus wordt hier verlegd naar de noden van de gebruiker/vakantieganger.

Om dit toegangsportaal kenbaar te maken werden in alle provincies infosessies georganiseerd voor partners uit het netwerk 'Iedereen Verdient Vakantie' waardoor bijna 350 deelnemers werden bereikt. Naast de infosessies met specifieke aandacht voor het nieuwe portaal wordt het vakantieschakelprincipe toegelicht in de maandelijkse infosessies voor nieuwe sociale lidorganisaties die partner worden in het netwerk Iedereen Verdient Vakantie.

Het aanbod van het platform werd in 2019 verder bekend gemaakt op volgende events:

- a) Deelname aan de Reva beurs op 25,26 en 27 april
Reva is een informatiebeurs voor personen met een beperking, professionals rond dienstverlening en hulpmiddelen.
- b) Infostand op Rock for Specials op 26 en 27 juni
- c) Een pop- en rockfestival voor personen met een beperking en hun ouders en of begeleiders.
- d) Infostand op Bootseafestival op 12 september
- e) Bootsea is een betaalbaar en toegankelijk dance festival in Oostende dat zich richt op personen met een (verstandelijke) beperking.