Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 838
van **CATHY COUDYSER**
datum: 3 juli 2020

---

aan **ZUHAL DEMIR**
VLAAMS MINISTER VAN JUSTITIE EN HANDHAVING, OMGEVING, ENERGIE EN TOERISME

Binnenlands toerisme - Promotiekanalen

In het persartikel "Taksforce én Tom Waes moeten binnenlandtoerisme aanzwengelen", dat is verschenen in Het Belang van Limburg d.d. 22 april, stelt de woordvoerder van de minister dat Toerisme Vlaanderen strikt genomen alleen promotie mag voeren in het buitenland, maar dat gezien de uitzonderlijke omstandigheden het agentschap samen met de provinciale toeristische organisaties en de kunststeden promotionele acties zal opzetten om het binnenlands toerisme aan te zwengelen. Daarvoor gaat het agentschap in zee met verschillende media, waaronder de VRT, waarbij medewerking wordt verleend aan het tv-programma Reizen Waes.

Tom Waes zal deze zomer uitzonderlijk Vlaanderen afspeuren naar bijzondere locaties, ongewone gewoontes, straffe verhalen en boeiende figuren. Hij lanceerde daarvoor eind april een oproep tot het publiek naar tips. De reeks zou in het najaar uitgezonden worden.

In haar antwoord van begin juni op mijn schriftelijke vraag nr. 601 van 29 april 2020 naar o.a. de concrete mogelijkheden die de minister ziet voor verdere samenwerking met de VRT rond toeristische beleidsprioriteiten, gaf de minister aan dat er verschillende gesprekken bezig zijn met de VRT over concrete programma's. Gelet op de omstandigheden gaat het vooral om opportuniteiten inzake het stimuleren van toerisme in eigen land de komende maanden. Afgezien van een expliciete verwijzing naar het programma "Reizen Waes in Vlaanderen", was het nog te vroeg om deze opportuniteiten bij naam te noemen.

Daags nadat de Nationale Veiligheidsraad op 3 juni jl. het licht op groen zette voor recreatieve uitstappen in eigen land, stelde de minister van Toerisme de inspiratiecampagne Vlaanderen Vakantieland voor die via de hashtag #welkomterug de toeristische troeven van Vlaanderen bij de Vlaming zelf in de kijker zal zetten. Deze campagne speelt in op de verschillende reismotivaties van de Vlaming (of men nu op zoek is naar avontuur, cultuur of rust) en zorgt voor inspiratie en informatie omtrent het beschikbare toeristische aanbod op maat. Deze campagne wordt gekoppeld aan een doordacht plan rond bezoekersmanagement gericht op de spreiding van bezoekers in tijd en ruimte. In het persbericht dat de minister hierover uitgestuurd heeft, wordt vermeld dat "om de Vlaming de eigen streek volop te laten waarderen, deze zomer alle unieke plekken in Vlaanderen op televisie getoond zullen worden in samenwerking met de Belgische media".

1. Kan de minister verduidelijken welke bijdrage Toerisme Vlaanderen precies levert tot Reizen Waes Vlaanderen? Gaat het daarbij louter over het aanleveren van input inzake verborgen toeristische pareltjes of draagt het agentschap ook financieel bij tot dit programma?
2. In geval van financiële bijdrage, over hoeveel middelen gaat het precies en welke voorwaarden koppelt Toerisme Vlaanderen daar concreet aan? Is er (daarnaast ook) sprake van een financiële bijdrage vanwege de PTO's en/of kunststeden voor wat dit format betreft en zo ja, hoe groot is deze bijdrage?
3. De spot van de inspiratiecampagne is intussen veelvuldig te zien op de Vlaamse buis.

   Welk kostenplaatje hangt precies vast aan de creatie van de spot evenals aan het inkopen van publiciteitsruimte? Worden deze kosten gedeeld door de betrokken partners en zo ja, kan de minister verduidelijken hoe groot het aandeel van elke partner in dezen precies is?
4. Kan de minister daarnaast nog andere concrete opportuniteiten aankondigen die Toerisme Vlaanderen/het samenwerkingsverband Vlaanderen Vakantieland samen met de VRT op korte termijn zal opzetten om het binnenlands toerisme te promoten?
5. Welke acties worden eventueel opgezet met andere Belgische media (andere televisiezenders, radio-omroepen, digitaal enz.)?

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

ANTWOORD
op vraag nr. 838 van 3 juli 2020
van **CATHY COUDYSER**

---

1. Tot nu toe gaat de samenwerking louter over het aanleveren van input inzake verborgen toeristische pareltjes. Iedereen kon dergelijke tips aanleveren. En het is ook de redactie die beslist wat in het programma komt. Hiervoor is uiteraard geen financiële bijdrage geleverd.

   Gelet op de grote interesse en appreciatie voor het programma -in Vlaanderen én in Nederland- is Toerisme Vlaanderen i.h.k.v. het Samenwerkingsverband Vlaanderen Vakantieland 2.0. wel gestart met gesprekken over hoe we dit programma en het toerisme in eigen land kunnen versterken door een verder doorgedreven samenwerking. Er liggen verschillende scenario's van samenwerking op de tafel.

2. Op dit moment is er geen financiële bijdrage.

3. Er zijn twee TV-spots gemaakt:
   - De eerste spot 'we hebben jullie gemist' kostte 45.000 euro aan productie en 103.000 euro aan mediaruimte op VAR en VTM.
   - De tweede spot kostte 60k euro aan productie en 345k euro aan mediaruimte (dit laatste is ook inclusief de mediaruimte op radio). De laatste spot liep tot de eerste week van september.

   Deze advertenties worden betaald vanuit het budget dat bijeen werd gelegd door de verschillende partijen die samenwerken in Samenwerkingsverband Vlaanderen Vakantieland 2.0. Het totaal bedrag bedraagt 1.700k euro en is alvast verdeeld:
   - Toerisme Oost-Vlaanderen: 100.000 euro
   - Toerisme Provincie Antwerpen: 100.000 euro
   - Toerisme Limburg: 100.000 euro
   - Toerisme Vlaams-Brabant: 100.000 euro
   - Westtoer: 100.000 euro
   - Kunststeden Vlaanderen: 250.000 euro
   - Logeren in Vlaanderen: 100.000 euro
   - Toerisme Vlaanderen: 850.000 euro

4. Naast Reizen Waes, werken we op dit moment al samen met VRT in het kader van
   - De Stoel,
   - Vive la Vié,
   - Radio 2 (zomerprogramma),
   - Klara en
   - Vlaanderen Fietsland,
   - 'Kunst op de kaart', en
   - Dwars door België dat vanaf september op de buis komt.

   Na de goede samenwerking i.h.k.v. Vive la Vie, zullen we ook samenwerken i.h.k.v. Vive le vélo aangezien zij in België opnames zullen doen voor de Ronde van Frankrijk (tenminste als die doorgaat).

5. Langs Franstalige zijde is er is een samenwerking met RTL/BEL RTL waarin journalist Christophe Deborsu bezoek brengt aan verschillende plaatsen in Vlaanderen. We werken samen met Rossel en nodigen binnenkort ook Franstalige influencers uit.

   Langs Vlaamse zijde is er naast VRT, ook een samenwerking met DPG, onder meer rond het programma de zomer van (Eric Goens), maar ook een actie rond #dewarmstezomer waarbij we het Iedereen verdient vakantie-fonds bekend maken.

   Er wordt ook op verschillende manieren samengewerkt met Mediahuis.

   Eerder hebben we al met alle Belgische kranten samengewerkt in het kader van de sensibiliseringsbijlage.

   Voor het najaar 2020 bekijken we -zowel langs Vlaamse als Franstalige zijde- nog extra opportuniteiten.