Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 900
van **BART DOCHY**
datum: 30 juli 2020

---

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

Toeristische autonome gemeentebedrijven - Ondersteuning en toekomstvisie

Een autonoom gemeentebedrijf (AGB) is een dienst met rechtspersoonlijkheid opgericht door de gemeente en belast met een welbepaalde taak van gemeentelijk belang. Alle taken van gemeentelijk belang komen in aanmerking voor verzelfstandiging in een autonoom gemeentebedrijf. Er wordt aangegeven dat men bij een autonoom gemeentebedrijf een flexibele werking nastreeft.

Door de afzonderlijke rechtspersoonlijkheid kan een bepaalde activiteit afgezonderd worden en kan er een eigenheid gecreëerd worden los van de onmiddellijke gemeentelijke connotatie. In de toeristische sector zijn er diverse musea die de vorm van een AGB hebben aangenomen en vanuit het verleden van een vzw naar een AGB omgevormd werden.

Naar aanleiding van de coronamaatregelen hebben veel AGB's net zoals in de privésector de beslissing moeten nemen om hun uitbating te staken. Diverse musea met regionale erkenning werden gesloten. De autonome gemeentebedrijven kunnen niet over dezelfde compensatiemaatregelen beschikken als de privésector. Desondanks dient deze onderneming winst na te streven en beschikt ze vaak over personeel. Er werd voor AGB's een tijdelijke toestemming gegeven de voorwaarde van winstgevendheid uit te sluiten tijdens de crisis.

Het belang van deze regionale musea is groot indien we het binnenlandse toerisme verder willen versterken tijdens deze crisis. De museale werking werd voortgezet en we zien het bezoekersaantal aantrekken. Desondanks blijven de kosten hoog en is de personeelslast met minder inkomsten zwaar om dragen. Het zijn ook aantrekkingspolen die ervoor zorgen dat het regionale toerisme in de breedste zin van het woord versterkt zal worden tijdens deze moeilijke periode.

Diverse museale en toeristische AGB's geven al mee grote verliezen op te tekenen. De gelden van bezoekers zijn dan ook hun grootste inkomstenbron. De verliezen van een AGB kunnen weggewerkt worden met eventuele reserves of door een eenmalige werkingssubsidie van de gemeente. Voor vele gemeenten die over een toeristisch ingevulde AGB beschikken zal de kostprijs op het einde van het werkjaar heel hoog oplopen.

1. De regionale erkende musea die onder de vorm van een AGB opereren, zijn belangrijk bij de doorstart van het binnenlandse toerisme. Ze vormen een aantrekkingspool voor een bredere regio.

Welke maatregelen worden uitgewerkt om deze specifieke groep te ondersteunen in het kader van de toeristische relance?

2. Vanuit een dienstverlening opereren deze erkende musea als katalysator om het regionale toerisme te versterken. Ze worden ondersteund door de gemeente; niettemin zullen deze inspanningen zwaar worden.

   Wat is de toekomstvisie binnen de toeristische relance voor deze regionaal erkende musea, zodat deze sterke musea hun werking op een professionele manier kunnen voortzetten?

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

ANTWOORD
op vraag nr. 900 van 30 juli 2020
van **BART DOCHY**

---

1. Een toeristische beleving wordt gevormd door de aaneenschakeling van diverse elementen. De bezoeker verplaatst zich naar zijn bestemming, daar logeert hij in hotel, camping, B&B of andere logiesvorm, hij wandelt rond in de stad of streek, ontdekt het erfgoed, de natuur, onze geschiedenis, onze gewoonten… misschien dat hij ook nog een activiteit onderneemt zoals fietsen, met kano varen… en uiteraard zal hij ook genieten van het lekkere eten en drinken dat je in gans Vlaanderen vindt aan elke tafel en elke toog. Een regionaal museum kan daarbij één van de elementen zijn die deel uitmaken van de toeristische beleving van een bezoek aan een Vlaamse regio.

   In het kader van de relance zullen we de toegekende middelen inzetten op
   - Maatregelen die de volledige sector ten goede komen, en niet een enkele (sub)doelgroep;
   - Investeringen die als hefboom kunnen dienen voor een relance van andere onderdelen, en bijgevolg van de volledige toeristische sector.

   Dit sluit aan bij het beleid dat we tot heden gevoerd hebben: namelijk ondersteuning bieden die aan de ganse sector tegemoet komt.

2. Momenteel is het heel moeilijk om voorspellingen te doen over hoe het toerisme de komende weken en maanden zal evolueren. De langetermijnvisie die ik heb voor het toerisme is diegene die in mijn beleidsnota staat. Ik wil de positieve kracht van toerisme versterken, zodat Vlaanderen kan bloeien als een innovatieve, inspirerende en kwalitatieve reisbestemming ten bate van zijn bewoners, ondernemers en bezoekers.

   Ik doe dit door in te zetten op drie grote doelstellingen:
   - Ten eerste wil ik de ondersteuning voor beleidsmakers en toeristische actoren verbeteren. Met de beschikbare middelen creëer ik acties met een kwalitatief hoogstaande kritische massa, door in te zetten op Vlaanderenbrede verhaallijnen. Ik streef hierbij naar een grotere spreiding in de ruimte, met b(l)oeiende plekken in heel Vlaanderen, en in de tijd. Ik werk actief aan het garanderen van de basiskwaliteit in het Vlaams toeristisch aanbod. Vanuit de idee dat we altijd beter kunnen, ondersteun ik acties die mikken op kwaliteitsverbetering. Een degelijke onderbouwing van het beleid, leidt tot beter beleid. Ik zet volop in op innovatie. Hierbij zoek ik samenwerking tussen alle actoren die betrokken zijn bij toerisme: andere beleidsdomeinen, lokale initiatiefnemers …
     Hier zullen dus ook de regionaal erkende musea bij betrokken worden als ze zich mee wensen in te zetten voor het Reizen naar Morgen.
   - Ten tweede wil ik nieuwe, Vlaanderenbrede verhaallijnen identificeren en ontwikkelen. Ik bouw hierbij verder op de sterktes van Vlaanderen als bestemming. De verhaallijnen 'Vlaanderen, natuurlijk!', 'erfgoedbeleving', 'Vlaanderen fietsland' en 'culinair erfgoed en toekomst' bieden kapstokken om gespreid in tijd en ruimte waardevolle toeristische belevingen mogelijk te maken. Het concept 'special meeting venues' valoriseert de vele erfgoedlocaties die Vlaanderen rijk is en kapitaliseert op de groeiende markt van meetings en conferenties. Deze verschillende verhalen en troeven verbinden we in een 'global content strategie', die het merk "Vlaanderen" uitdraagt.

Zoals u merkt vertrek ik vanuit de verhaallijnen en hier kunnen alle toeristische actoren, waaronder ook regionale musea, zeker hun meerwaarde in bieden.

- Ten derde, wil ik toerisme ontwikkelen in een geest van duurzaamheid en integrale toegankelijkheid. Ik bewaak de draagkracht van bestemmingen bij het ontwikkelen van mijn beleid. Een belangrijk element hierbij is bereikbaarheid en duurzame mobiliteit.