

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 982

van **KRISTOF SLAGMULDER**

datum: 4 september 2020

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Toeristisch aanbod - Applicatie 'YouFlanders'

Op 5 juni 2020 werd de applicatie 'YouFlanders' beschikbaar gesteld voor het grote publiek. De app heeft tot doel een overkoepelend zicht te geven op het toeristische aanbod in Vlaanderen. Het is in eerste instantie een handige tool voor de vele Vlamingen die er deze zomer - met de uitbraak van het coronavirus in het achterhoofd - voor opteerden om hun vakantie in eigen land door te brengen.

Volgens een bevraging van Toerisme Vlaanderen opteerde een derde van de Belgische bevolking voor een vakantie in eigen land. Maar liefst 80% stelde druk bevolkte plaatsen liever links te laten liggen. Om de coronamaatregelen goed in acht te kunnen nemen en aan deze bezorgdheden tegemoet te komen, werd er ook een druktebarometer aan de app toegevoegd. Zo kunnen toeristische uitbaters, maar ook bezoekers, aangeven hoe druk het is in een toeristische uitbating.

1. Hoeveel keer werd de applicatie sinds de lancering gedownload? Hoe percipieert de minister deze cijfers? Liggen deze cijfers binnen de verwachtingen of waren er meer of minder downloads dan verwacht?
2. Zijn er problemen gemeld sinds het beschikbaar stellen van de applicatie? Zo ja, om welke problemen ging het en zijn deze ondertussen verholpen?
3. Werkte de druktebarometer naar behoren? Zijn er steekproeven uitgevoerd om te kijken of de in de app gemelde drukte overeenstemde met de werkelijkheid?
4. Gebruikt de druktebarometer naast de meldingen van uitbaters en bezoekers nog andere data om weer te geven hoe druk het ergens is?
5. Werd er voornamelijk door de uitbaters zelf gemeld dat het druk was of was hun aandeel verwaarloosbaar in het totaal aantal meldingen?
6. Volgens Toerisme Vlaanderen zijn de logies die in de app zijn opgenomen gebaseerd op de databank van Logeren in Vlaanderen Vakantieland. De musea en toeristische attracties zijn dan weer gebaseerd op de databank Riebedebie.
Is de minister van oordeel dat er op deze manier een voldoende compleet overzicht kan geboden worden van de toeristische uitbatingen in Vlaanderen?
7. Zijn er voorwaarden verbonden aan het opgenomen worden in één van bovenvermelde databanken? Zo ja, welke en zijn hier klachten over gemeld geweest?

8. Wat is de toekomstvisie van de minister op de applicatie? Zijn er nog plannen om de app verder uit te bouwen? Indien zo, wat staat er concreet gepland? Indien niet, waarom niet?

ANTWOORD

op vraag nr. 982 van 4 september 2020

van **KRISTOF SLAGMULDER**

1. De YouFlanders applicatie werd meer dan 46.000 maal gedownload op 3 maanden tijd sinds 05/06/2020. Dat is helemaal niet slecht voor een startende app.

Ik meen echter dat het potentieel veel groter is. Toerisme Vlaanderen ambieert een groei naar 100.000 downloads tegen eind 2020, dit ondersteund door een breed gedragen communicatietraject.

2. Sinds het beschikbaar stellen van de applicatie zijn er 2 punctuele storingen geweest:
 - Op 1/8 vanuit de YouFlanders app zelf: door een ongeplande maar positief ontvangen referentie (+26% downloads op 2 dagen tijd) door Dr. Marc Van Ranst (Twitter, en dan VRT NWS) kreeg de app op een zaterdagmiddag veel meer aandacht dan gewoonlijk. De ondersteunende servers hebben de capaciteit van de gebruikers punctueel niet kunnen opnemen. Met als gevolg dat de app niet 100% functioneel was op die dag. Het probleem werd op zondag opgelost en nieuwe maatregelen werden technisch toegepast om dergelijke situaties naar de toekomst te vermijden.
 - Op 27/8 vanuit een externe partner: door een storing bij onze leverancier van drukte informatie werden de heatmaps gedurende enkele uren niet weergegeven. Dit probleem is intussen opgelost, en een aanpassing wordt nu uitgevoerd door de partner om onze gebruikers beter te bedienen in geval van een storing.
3. De app wordt geëvalueerd vanuit de volgende dimensies:
 1. Algemeen gebruikersgedrag en adoptie: 'store analytics' (bij Apple en Google respectievelijk) laten ons toe een aantal basisdoelstellingen op te volgen (maken genoeg mensen van de app gebruik, zijn ze tevreden met wat de app aanbiedt, doen mensen mee aan het delen van informatie, etc.). Wij volgen de nodige KPI's (aantal downloads, aantal uninstalls, aantal crashes, gemiddelde sessie per toestel, gemiddelde lengte van de sessie) op deze manier op.
 2. Uitbaters specifieke adoptie: wij volgen ook actief op hoeveel en welke uitbaters actief met de app bezig zijn (geweest): zijn de maatregelen van toepassing aangevinkt, wordt drukte/rust door uitbaters aangegeven, in welke type uitbatingen, etc.).
 3. Functionaliteiten & gebruik ervan: hoe wordt drukte gebruikt, en hoe kunnen deze functionaliteit verbeteren? Welke filter categorieën worden het meest gebruikt? .
 4. Kwaliteit rond content: verschillende controles worden met de content partners (Logeren in Vlaanderen, Riebedebie, Natuur & Bos, Nodemapp, Herita) uitgevoerd om datakwaliteit zo hoog mogelijk te krijgen.
4. De druktebarometer gebruikt twee bronnen:
 - een daarvan is crowd-sourced, op basis van de meldingen die door gebruikers (uitbaters of bezoekers) worden ingegeven,

- de andere zijn de heatmaps. De heatmaps worden weergegeven dankzij telecomdata. Deze data geeft de algemene drukte van het afgelopen half uur weer, om de 5 minuten. Drukke wordt dan berekend tegenover het drukste moment sinds midden juni.
5. In totaal werden meer dan +3200 drukte/rustmeldingen ingevoerd op de app. 9% daarvan werd door uitbaters ingestuurd.
Ik geef u ook mee dat 83% van de meldingen die werden ingevoerd (door alle gebruikers) aangaven dat het 'rustig' was.
6. Logeren in Vlaanderen en Riebedebie waren inderdaad de eerste partners waar YouFlanders mee aan de slag ging.
Sindsdien zijn meer partners aan boord gekomen om content voor te stellen die relevant is voor de gebruikers. Dat zijn intussen (naast logies, musea en attracties) ook
- fiets- en wandelroutes,
 - natuurlandpunten,
 - sportactiviteiten en
 - erfgoedsites.

In totaal stelt YouFlanders nu meer dan 4600 toeristische punten voor over gans Vlaanderen. Alle toeristische uitbaters die uitreiken naar het YouFlanders team (info@youflanders.be) kunnen zich via het supportteam ook direct en gratis inschrijven om opgenomen te worden in YouFlanders.

7. Voor alle **logies** in Vlaanderen stelt Logeren in Vlaanderen een gratis inschrijving voor in 2020, en commissieloze boekingen.
Dezelfde regel geldt voor **musea & attracties** via Riebedebie in 2020.
Een uitbater is ten allen tijde vrij om zich na die periode uit te schrijven bij beide partners.
Toeristische uitbaters kunnen ook gratis terecht bij Toerisme Vlaanderen indien zij niet behoren tot bovenstaande categorieën en zichtbaar wensen te zijn op YouFlanders.
Hierover zijn geen klachten binnengekomen bij Toerisme Vlaanderen.
8. YouFlanders is ontstaan vanuit de kortetermijnbehoeftes van zowel de sector als van de bezoekers bij het begin van de lockdown. Sindsdien bedient de app enerzijds de bezoekers (en uitbaters er aan gelinkt) die graag op ontdekking gaan, nieuwe plekken ontdekken, in de context van vakantie in eigen land. Anderzijds bedient de app ook burgers die vooral interesse hebben in de drukte dimensie (heatmaps).

De langetermijnstrategie moet dus eerst helder krijgen waar de huidige context naar toe gaat evolueren, en wat dat betekent voor de app (gaat de interesse rond drukte informatie blijven?).

Op korte termijn (tot en met eind 2020) voorziet de roadmap van YouFlanders vooral bijkomend in te zetten op de evenementensector, die meer dan ooit van extra ondersteuning en zichtbaarheid kan genieten. Mogelijk worden andere bronnen van informatie toegevoegd om een zo compleet mogelijk aanbod aan te bieden. Bepaalde functionaliteiten zullen toegevoegd of verbeterd worden om de ervaring van de gebruiker te verbeteren. Dit wordt ondersteund door een bevestiging bij de doelgroep, om zeker te zijn dat aankomende upgrades dan ook gevalideerd worden. Extra focus zal gelegd worden op partners in het toeristisch landschap om de app meer te verspreiden. Daaruit kunnen ook nieuwe behoeftes ontstaan die zowel een toegevoegde waarde aanbieden aan de bezoekers als aan de uitbaters. Tevens wordt er naar gekeken hoe popup-initiatieven een plaats kunnen krijgen in de app.

De langetermijnstrategie wordt intussen ook voorbereid – en zal zich buigen over de volgende punten:

- Hoe kan de app de 'Reizen Naar Morgen'-visie van Toerisme Vlaanderen ondersteunen?
- Hoe kan de app de toeristische troeven van Vlaanderen op een andere manier brengen bij de bezoeker?
- Hoe kan de app beter op maat gemaakt advies geven aan de bezoeker (voor families, sporters, natuurliefhebbers, of een combinatie van, etc.)
- Hoe kan de app meer inspirerende content leveren aan de gebruikers, hoe kan de app bestaand promotioneel materiaal hergebruiken in de app?
- Hoe kan de app gedragen worden door de volledige sector, als één bindende tool, waar alle bezoekers zich in terug kunnen vinden als het gaat over het bezoeken en ontdekken van Vlaanderen?
- Hoe kan de app naast het huidige, binnenlandse publiek ook nieuwe, buitenlandse bezoekers aanspreken? Welke aanpassingen aan het platform en/of de inhoud zijn daarvoor nodig?