

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 986
van **KRISTOF SLAGMULDER**
datum: 7 september 2020

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Toerisme - Promotie van Vlaanderen in het buitenland

Vlaanderen heeft enorm veel troeven in huis om een heuse toeristische trekpleister te zijn. Onze rijke geschiedenis spreekt niet alleen tot de verbeelding van de Vlaming zelf. De historische centra van onze steden, de rijke Vlaamse kunst en onze culinaire tradities kunnen jaarlijks heel wat buitenlandse bezoekers bekoren. Toch blijkt ook dat natuurwaarden en landschappen tot ons potentieel behoren. Die leiden namelijk tot een hogere associatiegraad met Vlaanderen dan bijvoorbeeld de Wereldoorlogen, de Kust en onze bieren. In de beleidsnota Toerisme wordt gesteld dat Vlaanderen meer en meer bekendheid geniet bij potentiële internationale toeristen. Het aantal internationale reizigers dat Vlaanderen als bestemming kent is gestegen van 68% (2014) naar 72% (2019).

1. Lopen er op dit moment specifieke campagnes om een bepaald deelaspect van Vlaanderen in de kijker te zetten en zo een specifieke groep buitenlandse toeristen aan te trekken?

Zo ja, welke, en hoe worden deze promoties concreet gevoerd (tv-spotjes, affiches, webreclame,...)?

Zo niet, waarom niet, en staan er in de toekomst nog dergelijke promotiecampagnes gepland?

2. Hoeveel wordt er jaarlijks geïnvesteerd in de internationale promotie van Vlaanderen als toeristische bestemming? Is dit bedrag de afgelopen jaren gewijzigd? Graag een overzicht van de uitgaven voor internationale toeristische promotie voor de afgelopen 5 jaar.

3. Werden er de afgelopen 5 jaar promofilmpjes over Vlaanderen uitgezonden in het buitenland?

Zo ja, op welke buitenlandse zenders werden deze promofilmpjes uitgezonden? Hoe vaak werden die promofilmpjes uitgezonden? Graag een opsplitsing per land en per zender.

Zo niet, waarom niet, en staat dit nog gepland?

4. Graag had ik de inhoud van deze promofilmpjes gezien.

Kan de minister de digitale link naar de promofilmpjes bezorgen die werden uitgezonden de afgelopen 5 jaar alsook van degene die eventueel gepland staan?

5. Wat is de totale kostprijs van de buitenlandse promofilmpjes (kostprijs productie + kostprijs promotie per promofilmje per tv-zender) van de afgelopen 5 jaar? Graag een opsplitsing per jaar.

ANTWOORD

op vraag nr. 986 van 7 september 2020

van **KRISTOF SLAGMULDER**

1. Toerisme Vlaanderen blijft ook in tijden van crisis internationaal communiceren over de troeven van onze regio. Dit doen we elke dag via onze eigen kanalen (website, social media) door de juiste content aan onze doelgroepen aan te bieden.

Daarnaast zetten we ook in op grotere promotiecampagnes zoals volgende voorbeelden:

- Naar aanleiding van het vernieuwde Ensorhuis in Oostende zal midden oktober de eigen reproductie van De Baden van Oostende, een werk dat James Ensor in 1890 maakte, toegevoegd worden in het Ensorhuis aan de originele ets. Deze gebeurtenis, de remake van dit meesterwerk door kunstfotograaf Athos Burez, zullen we in oktober ook internationaal bekendmaken aan de culturele en lifestyle pers en via social media om de culturele reiziger en kunstliefhebber te bereiken.
- Naar aanleiding van De Ronde op 18/10 zal er tegelijkertijd internationaal een nieuwe productbeleving gestart worden rond fietstoerisme, met name de Flandrien Challenge. Via video-advertising bij internationale wielersites (Strava, Rouleur, Roadbike, ...) zullen we wielervanaten wereldwijd aanmoedigen om Vlaanderen op hun bucketlist te zetten en de bekendste kasseistroken in minder dan 3 dagen te komen rijden.
- De "Stay at Home"- museumreeks waarbij we via kwalitatieve video's onze topmusea tot in de woonkamers van cultuurproevers wereldwijd brengen, kent in oktober en november een vervolg op Canvas. Toerisme Vlaanderen zal de nieuwe episodes ook internationaal promoten via een doelgroepgerichte YouTube-advertisingcampagne (De eerste reeks van 5 episodes die we in april en mei lanceerden bereikten 2,5 miljoen kijkers en deze blijven nog steeds beschikbaar en ook bekeken op onze internationale kanalen, bij VRT.nu, ...)
- In juni zijn er ook tal van campagnes opgestart met internationale spoorwegmaatschappijen en touroperators (waaronder onder andere Deutsche Bahn, het Duitse Urlaubsguru, het Nederlandse ANWB Reizen en Pharos Reizen, HotelSpecials, het Franse Oui.sncf, ...) maar die zijn na enkele weken stopgezet omwille van de tweede COVID-19 golf in Vlaanderen en in onze buurlanden. Zodra de situatie gunstiger is en zowel de reisintenties van buitenlanders én de reisrestricties naar onze regio positief evolueren, kunnen we deze acties opnieuw verderzetten.

2.

	Internationale Promotie	
2016	€ 9 000 000,00	
2017	€ 8 020 000,00	
2018	€ 9 092 000,00	
2019	€ 8 325 000,00	
2020	€ 7 882 000,00*	*waarvan al 1,750mio verschoven is naar herstelactiviteiten voor het binnenlands toerisme

3. Toerisme Vlaanderen zendt in het buitenland geen promofilmjes uit op TV-zenders. Dergelijke acties stroken niet met de strategie van Toerisme Vlaanderen. Dergelijke advertering op buitenlandse TV-zenders is zeer duur, met een beperkte en onzekere return bij de doelgroepen die Toerisme Vlaanderen wil bereiken.

We maken enkel content ter verspreiding op onze eigen VISIT**FLANDERS**-kanalen en op kanalen van buitenlandse partners zoals touroperators en media.

4. Zoals hierboven vermeld, voert Toerisme Vlaanderen geen promotie via promofilmjes op buitenlandse TV-zenders.
5. Zoals hierboven vermeld, voert Toerisme Vlaanderen geen promotie via promofilmjes op buitenlandse TV-zenders.