Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 255
van **FILIP BRUSSELMANS**
datum: 19 november 2020

---

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

Toerisme Vlaanderen - Digitaal project rond Jan Van Eyck

De Vlaamse musea hebben, gedwongen door de bijzondere omstandigheden van deze barre coronatijden, hun digitale tools in de kijker gezet en van de nood een deugd gemaakt om meer in te zetten op een digitale publiekswerking.

Een van de meest in het oog springende projecten was zonder twijfel de ontsluiting, in samenwerking met Toerisme Vlaanderen, van de expo rond Jan Van Eyck in het MSK (Museum voor Schone Kunsten) in Gent, voor een internationaal publiek via het online evenement Stay at Home Museum waarin de curatoren de bezoekers rondgidsen in het museum. Graag had ik gepeild naar het succes van dat project.

1. Hoeveel geïnteresseerden hebben van dat digitale aanbod gebruikgemaakt? Is er zicht op de internationale samenstelling van de gebruikers, meer specifiek de nationaliteit?
2. Waaruit bestond de inbreng van Toerisme Vlaanderen in het project precies?
3. Zal het project worden geëvalueerd? Zo ja, wanneer en met welke criteria?
4. Plant Toerisme Vlaanderen zelf of in samenwerking met andere actoren nog bijkomende initiatieven in het raam van de digitale ontsluiting van het museale aanbod in Vlaanderen?

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

ANTWOORD
op vraag nr. 255 van 19 november 2020
van **FILIP BRUSSELMANS**

---

1. Het "Stay At Home Museum" was een wereldwijd succes. Op onze eigen kanalen waren meer dan 2,5 miljoen kijkers uit bijna 100 landen de eregast op virtuele rondleidingen langs de werken van Vlaamse Meesters.

   Ongeveer de helft van de kijkers is internationaal met een grote interesse uit o.a. UK, Frankrijk, Duitsland, Rusland, Italië, Spanje, Nederland en China.
   Momenteel zijn we in volle lancering van seizoen 2.

2. Toerisme Vlaanderen heeft samen met het communicatiebureau Bowling het concept bedacht, volledig in productie gebracht en de promotie errond gevoerd.
   En dit ondersteund door de kennis en medewerking van de verschillende musea en partners.

   Voor het tweede seizoen werd een partnerschap met de VRT afgesloten die de productie en binnenlandcommunicatie heeft overgenomen.

3. De campagne van het "Stay At Home Museum" is intussen geëvalueerd. De achterliggende doelstelling van deze campagne was De drie voornaamste criteria om met deze campagne reputatieversterkend te werken tijdens de corona crisis zijn: het bereik, het engageren en het verbinden van de nationale en internationale culturele meerwaardezoeker.

4. VRT heeft de afleveringen van het "Stay At Home Museum" beschikbaar gemaakt op VRT.NU en heeft in september initiatief genomen om seizoen 2 te verfilmen: de "Flemish Masters Museum Tour".

   Deze afleveringen zijn intussen vertaald en worden nu actief ingezet op onze eigen kanalen, gericht naar de internationale culturele meerwaardezoeker.
   Op dit ogenblik zijn er geen andere projecten gepland.