Vlaams Parlement

***SCHRIFTELIJKE VRAAG***

nr. 1083
van **STEFAAN SINTOBIN**
datum: 8 juni 2021

---

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

---

*Kunststeden - Promotiecampagne naar buitenlandse toeristen*

Toerisme Vlaanderen lanceert een campagne om buitenlandse toeristen opnieuw naar de Vlaamse kunststeden te lokken. Die steden hebben het bijzonder zwaar gehad omdat ze het in hoofdzaak moeten hebben van buitenlandse toeristen en zakenreizigers, aldus de minister.

De gerichte campagne zal drie jaar lopen en de troeven van Brugge, Gent, Antwerpen, Mechelen en Leuven internationaal in de kijker zetten. De minister trekt er 3 miljoen euro voor uit, afkomstig uit de relancepot van de regering. In een eerste fase wordt gemikt op de buurlanden, later in de zomer zal Toerisme Vlaanderen ook in de Spaanse en Italiaanse vijver vissen.

Spaanse toeristen zijn een groot deel van de toeristen die Brugge bezoeken, alsook Aziaten.

1. Onderschrijft de minister dat de Spaanse markt heel belangrijk is voor het toerisme in onze kunststeden en in het bijzonder Brugge?
2. Waarom werd Spanje en in mindere mate Italië niet meegenomen in deze gerichte campagne?
3. Welk budget wordt uitgetrokken om later in de zomer in de Spaanse en Italiaanse vijver te vissen? Welke campagne wordt het?
4. Wanneer wordt de markt van het Verre Oosten opnieuw 'bewerkt'? Welke plannen liggen op tafel?
5. Ook steeds meer Oost-Europeanen bezoeken Brugge.

   Liggen daar campagnes in het verschiet?

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

---

**ANTWOORD**
op vraag nr. 1083 van 8 juni 2021
van **STEFAAN SINTOBIN**

---

1. Toerisme Vlaanderen analyseert op basis van de gegevens die de FOD Economie aanlevert, de herkomst van verblijfstoeristen. Deze zijn online terug te vinden op de website van Toerisme Vlaanderen: https://www.toerismevlaanderen.be/toerisme-cijfers-gegevens-verblijfstoerisme.
   Op basis van deze gegevens is het duidelijk dat Spanje voor de Covid-periode een belangrijke herkomstmarkt was. Ter illustratie geef ik hieronder de top 10 mee van herkomstmarkten in 2019 (op basis van aankomsten). Hieruit blijkt dat Spanje zowel voor de kunststeden als geheel, als voor Brugge in het bijzonder, de zesde belangrijkste buitenlandse herkomstmarkt is.
   De Spaanse markt is dus inderdaad belangrijk voor onze kunststeden, maar het grootste potentieel ligt wel degelijk bij onze buurlanden.

| **Kunststeden** | | | **Brugge** | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **Herkomstland** | **Aankomsten** | | **Herkomstland** | **Aankomsten** |
| 1 | België | 2.146.767 | 1 | België | 294.611 |
| 2 | Nederland | 760.355 | 2 | Verenigd Koninkrijk | 182.103 |
| 3 | Frankrijk | 727.781 | 3 | Frankrijk | 137.913 |
| 4 | Verenigd Koninkrijk | 565.263 | 4 | Nederland | 118.479 |
| 5 | Duitsland | 544.618 | 5 | Duitsland | 102.429 |
| 6 | Verenigde Staten | 365.709 | 6 | Verenigde Staten | 72.564 |
| 7 | Spanje | 335.461 | 7 | Spanje | 58.889 |
| 8 | Italië | 217.235 | 8 | Italië | 30.552 |
| 9 | China | 124.075 | 9 | Rusland | 28.493 |
| 10 | Onbepaald | 101.847 | 10 | Mexico | 16.770 |

2. Deze keuze werd gemaakt op basis van voorafgaandelijk onderzoek. Uit dit onderzoek blijkt dat deze zomer Europeanen vooral geneigd zijn om op vakantie te gaan in eigen land of in de omringende landen. In Spanje en zeker Italië is dit bovendien nog meer het geval dan in onze buurlanden.
   Op het moment van het inplannen van de campagne bestond zeker ook grote terughoudendheid voor vliegvakanties. Mensen verplaatsen zich deze zomer vooral met de wagen in eigen land of naar een buurland. Deze tendens lijkt ook bevestigd te worden door de gegevens van vliegtuigboekingen waarover Toerisme Vlaanderen beschikt.
   Samen met de kunststeden zelf, werd daarom beslist om de uitrol van de campagne in mei en deze zomer te focussen op de buurlanden.

3. We spreken hier over de focus voor najaar 2021 en verder. Zowel budget als campagne zijn nog niet bepaald. Dit wordt verder verfijnd einde juli op basis van reisintenties voor Spanjaarden en Italianen in het najaar 2021.
   De evolutie van de gezondheidstoestand in Spanje (dat sinds 8 juli 2021 opnieuw bijna volledig een rode zone is volgens de ECDC) laat trouwens vermoeden dat zeker voor Spanje deze reisintenties beperkt zullen zijn.

4. We spreken hier over de focus voor najaar 2021 en verder. Zowel budget als campagne zijn nog niet bepaald. In die zin is er ook nog geen uitsluitsel in hoeverre de Aziatische regio zal betrokken zijn in deze campagne.
   Evenwel, de kunststeden en Vlaamse regio's zijn een permanente focus in onze werking in Azië. Er is in die zin ook geen sprake van het "opnieuw" bewerken van het Verre Oosten: de initiatieven en activiteiten van Toerisme Vlaanderen in Azië pasten zich aan aan de globale context, met veel aandacht voor reputatie-opbouw in deze periode waarin reizen niet evident bleek. Met een heropening van de reisstromen, zal Toerisme Vlaanderen dan ook weer meer inzetten op conversie.

5. Opnieuw, we spreken hier over de focus voor najaar 2021 en verder. Zowel budget als campagne zijn nog niet bepaald. Dit wordt verder verfijnd einde juli op basis van reisintenties vanuit Centraal-Europa in het najaar 2021.