

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 1130
van **CATHY COUDYSER**
datum: 16 juni 2021

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Impulsprogramma toeristische hefboomprojecten - Sint-Pieterskerk Leuven

Toerisme Vlaanderen lanceerde in 2015 en in 2016 een impulsoproep voor het aanmelden van toeristische hefboomprojecten met betrekking tot drie thema's: Vlaamse Meesters, kernattracties en meetinginfrastructuur.

Om in aanmerking te komen voor subsidiëring binnen het impulsprogramma Vlaamse Meesters en Kernattracties, werden volgende beoordelingscriteria in acht genomen:

- De projecten moeten een zekere schaalgrootte hebben:

Het potentieel bezoekersaantal moet in het geval van een permanente infrastructuur minstens 100 000 per jaar zijn, waarvan minstens 30% buitenlandse bezoekers.

Evenementenprojecten binnen het impulsprogramma Vlaamse Meesters moeten aantonen dat ze omvangrijk genoeg zijn uitgewerkt en de onderdelen van het thema Vlaamse Meesters met elkaar verbinden doorheen Vlaanderen.

- De projecten moeten een duurzame economische meerwaarde bieden:

Dankzij het project ontstaat er een duurzaam multiplicatoreffect. Het project leidt tot meer overnachtingen, die op hun beurt extra omzet en extra werkgelegenheid voor een langere periode genereren.

- De projecten moeten kwaliteitsvol zijn:

Het project moet van topniveau zijn zodat het zich onderscheidt van het bestaande aanbod en een geheel nieuwe toeristische beleving creëert. Daarnaast moet het project ook inspelen op de behoeftes en verwachtingen van families.

- De projecten moeten het merk Vlaanderen versterken:

Het project moet de reputatie die Vlaanderen wereldwijd nastreeft via het internationaal merkbeleid van baanbrekend vakmanschap versterken.

- De projecten moeten internationale aantrekkingskracht hebben:

Het project biedt een reden om naar Vlaanderen te komen of er langer te verblijven. Het project is daarnaast voldoende afgestemd op de noden van de internationale toerist inzake bereikbaarheid, beleving, gastvrijheid en informatievoorziening.

Toerisme Vlaanderen monitort elk betoelaagd project teneinde een zicht te hebben op het hefboomeffect dat de projecten genereren. In het kader van deze monitoring verzamelt het agentschap in samenspraak met de projectpartner informatie over de bezoekers (aantallen, verblijfplaats, type, socio-demografische kenmerken, tevredenheid, motivatie bezoek) en de bedrijfsactiviteiten (omzet zowel qua tickets als verkoop museumshop of producten gelieerd aan tentoonstelling alsook tewerkstelling). Deze informatie wordt gegenereerd aan de hand van analyse van de gegevens in het kassasysteem en online ticketingsysteem en via een korte bevraging aan de uitgang in combinatie met een langere bevraging online.

Midden september 2017 maakte toenmalig bevoegd minister Weyts bekend dat hij via Toerisme Vlaanderen 568.674 euro zou investeren in de toeristische ontsluiting van de Sint-Pieterskerk in Leuven. Begin maart 2020 opende de vernieuwde Sint-Pieterskerk haar deuren.

1. Hoeveel bezoekers heeft de kerk sinds de heropening en met nieuwe toeristische ontsluiting tot op heden mogen ontvangen? Graag een opsplitsing tussen het aantal nationale en internationale bezoekers (met vermelding van de herkomstlanden indien mogelijk) enerzijds en naargelang van het type toerist (recreatieve toerist, zakentoeurist, dag- of verblijfstoeurist) anderzijds.
2. Welke doelstelling heeft de projectindienaar vooropgesteld inzake na te streven jaarlijks bezoekersaantal (inclusief vooropgesteld aandeel aan buitenlandse bezoekers)? Hoe werd deze doelstelling bijgesteld naar aanleiding van de coronacrisis?
3. Is het M Museum er tot op heden in geslaagd om het (bijgestelde) vooropgestelde aantal bezoekers voor wat de Sint-Pieterskerk betreft te bereiken (inclusief aandeel buitenlandse bezoekers)?
4. Tot welke economische meerwaarde heeft het project tot op heden concreet geleid? Kan de minister een inschatting geven van de extra werkgelegenheid en omzet die werden gegenereerd?
5. Hoeveel bezoekers namen tot nog toe deel aan de korte bevraging aan de ingang ter plaatse evenals aan de langere bevraging via internet na hun bezoek?
6. Hoe ervaren de bezoekers de vernieuwde ontsluiting van de Sint-Pieterskerk? Wat zijn de bevindingen van de families die de kerk tot op heden bezocht hebben rond het familievriendelijke karakter van het aanbod van de Sint-Pieterskerk?
7. Hoeveel van het totale subsidiebedrag werd tot op heden uitbetaald? Kan de minister verduidelijken waarvoor de Vlaamse hefboomsubsidie door de begunstigde, M Museum, concreet is aangewend?
8. Acht de minister de hefboomwaarde van dit project tot nog toe voldoende gerealiseerd? Zo niet, welke bijstellingen acht de minister noodzakelijk?

ANTWOORD

op vraag nr. 1130 van 16 juni 2021

van **CATHY COUDYSER**

1. De Sint-Pieterskerk in Leuven ontving sinds de heropening op 7 maart 2020 102.980 bezoekers waarvan 51.179 in 2020 (maart-december) en 31.887 in 2021 (jan-mei).

Uit de tevredenheidsbevragingen blijkt dat 94% de beleving bezocht in het kader van de vrije tijd, 1% in het kader van een opleiding, en 5% voor andere redenen. Er waren geen bezoekers die aangaven de beleving te bezoeken als zakentoeerist.

39% van de bezoekers is inwoner, 54% dagtoerist en 8% verblijfstoerist.

99% van de bezoekers kwam uit België. Een aantal bezoekers kwam uit Nederland en Frankrijk.

2. De oorspronkelijke doelstelling was 65.000 bezoekers tegen 2024 waarvan 50% buitenlandse bezoekers voor de Kerk (wat een verdrievoudiging is ten opzichte van het aantal bezoekers van voor de restauratie en heropening). Het project en dus ook de hefboomwaarde, aantrekkingskracht en het bezoekersaantal werd echter ruimer beoordeeld dan enkel de Kerk. De publieksontsluiting van deze site werkt immers met diverse verhaallijnen die ook een directe link hebben met de andere USP's in de stad Leuven en de ruimere regio. Door deze verbindingen te maken kan het bezoekersaantal hoger ingeschat worden.

Een nieuwe doelstelling werd nog niet vooropgesteld. Aangezien het om een permanent project gaat, is hier ook nog voldoende tijd voor.

3. Zoals hierboven vermeld ontving de Sint-Pieterskerk in 2020 sinds de heropening 51.179 bezoekers. Omwille van Covid-19 was de kerk gesloten voor bezoekers in de maanden april, mei, juni en november en werden bijna geen buitenlandse bezoekers geregistreerd.
4. Voor de Sint-Pieterskerk is nog geen ROI rapport gemaakt. Door de impact van de corona-crisis is het ook heel moeilijk om een ROI te berekenen, tenzij als een theoretische oefening. De maatregelen hebben er immers voor gezorgd dat het uitgavenpatroon dat aan de basis ligt voor het berekenen van de bestedingen van bezoekers, niet meer klopt.
5. Bevraging van bezoekers werd enkel georganiseerd via mail na het bezoek. Daaraan namen tussen augustus 2020 en mei 2021 467 mensen deel. Omwille van Covid-19 werden geen bevragingen ter plaatse afgenomen.
6. Bij de NPS score wordt de vraag gesteld hoe waarschijnlijk bezoekers de tentoonstelling zouden aanraden aan vrienden en familie. Het aandeel van de criticasters (score 0 tot 6) wordt afgetrokken van de promotoren (score 9-10).

De bezoekers van de beleving in de Sint-Pieterskerk gaven tot nu toe een NPS score van 47. 9% van de bezoekers gaf een score van 6 of minder en 57% gaf een score van 9 of 10. Voor de familievriendelijkheid ligt de NPS score van de beleving in de kerk op 31.

7. Het totale subsidiebedrag bedraagt 568.674 euro, waarvan tot nu enkel het voorschot van 170.602 euro werd uitbetaald.

Deze subsidie is bestemd voor:

- ☐ Infrastructuurwerken (beveiliging, uitlichting, scenografie, art-handling, technische installaties, signalisatie, inrichtingswerken, onthaalbalie)
- ☐ Digitale producten (o.a. hardware, software, content, audioguides)
- ☐ Projectleider
- ☐ Publicaties
- ☐ Vorming
- ☐ Toegankelijkheid

8. Het doel van het project heeft in ieder geval al hefboomwaarde voor de stad en de regio. Immers, de gerestaureerde Sint-Pieterskerk vormt het decor dat je meeneemt in het boeiende verhaal van de prachtige kerk en je opnieuw laat kennismaken met haar kunstschaten en de verhalen daarbuiten.

Dieric Bouts ("Het Laatste Avondmaal") is het boegbeeld van het project, maar de Sint-Pieterskerk zelf, de stad Leuven en Vlaams-Brabant worden ook meegenomen in het verhaal (Bouts als uithangbord/hefboom, Sint-Pieterskerk als hernieuwde parel, Leuven als bucketlistbestemming). De topstukken in de Sint-Pieterskerk vertonen één voor één een historische band met de stad Leuven en met de regio. De bezoekers worden gestimuleerd om deze plaatsen in de stad te gaan ontdekken. Deze verhalen en linken worden ook meegenomen in de beleving. De kunstschaten en de verhalen buiten de stad komen tot leven in een krachtige en innovatieve ervaring.

Op vlak van cijfers kunnen nu nog geen algemene conclusies getrokken worden met betrekking tot de hefboomwaarde.