

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 1387

van **CATHY COUDYSER**

datum: 23 september 2021

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Toerisme - Impact tv-format Vlaanderen Vakantieland

Begin dit jaar kondigde de VRT aan dat dit voorjaar een eerste reeks afleveringen van een nieuwe versie van Vlaanderen Vakantieland op Eén te zien zou zijn waarbij bekende en minder bekende Vlamingen ons Vlaanderen vakantieland leren ontdekken. Op die manier wil de omroep inspiratie bieden aan de Vlaming voor reizen in eigen regio. Een brede waaier aan bestemmingen, ervaringen en activiteiten uitsluitend in Vlaanderen zullen daarin aan bod komen. Toerisme Vlaanderen ondersteunt het programma zowel inhoudelijk, logistiek als financieel.

Op mijn vraag om uitleg nr. 1738 van 23 februari antwoordde de minister dat het tv-programma de locomotief zal zijn van de marketingcampagne die door het samenwerkingsverband Vlaanderen Vakantieland 2.0 is uitgewerkt om ook in 2021 mensen te overtuigen een vakantie in Vlaanderen te nemen, in eerste instantie gericht op Vlamingen en Walen maar ook Nederlanders worden daarin meegenomen. De marketingcampagne, zo verduidelijkte de minister, omvat twee golven die parallel met de voorjaars- en najaarsprogrammatie van het tv-format uitgerold zullen worden zodat beide op elkaar kunnen worden afgestemd en de boodschappen elkaar wederzijds kunnen versterken. De eerste aflevering van Vlaanderen Vakantieland werd uitgezonden op 1 mei.

Tijdens de meest recente gedachtewisseling rond corona in de bevoegde commissie d.d. 25 mei gaf de minister aan dat het tv-programma zijn start niet heeft gemist en dat het goed onthaald is door de belangrijkste toeristische stakeholders. Op dat moment was het evenwel nog te vroeg om de impact en het langetermijneffect van het programma op het toerisme in Vlaanderen te kunnen aantonen. De voorjaarsprogrammatie omvatte finaal acht afleveringen die tussen 1 mei en 19 juni op zaterdagavond te zien waren op Eén. Sedert afgelopen zaterdag is de najaarsprogrammatie van Vlaanderen Vakantieland van start gegaan.

1. Heeft de minister zicht op de kijkcijfers van de voorjaarsprogrammatie van Vlaanderen Vakantieland (inclusief uitgestelde kijkers)? Hoe kijkt de minister naar deze cijfers? In welke mate beantwoorden deze kijkcijfers al dan niet aan de vooropgestelde verwachtingen?
2. Heeft Toerisme Vlaanderen in samenspraak met de VRT de voorjaarsprogrammatie op heden al aan een evaluatie onderworpen? Zo ja, wat zijn de voornaamste conclusies en/of aandachtspunten die daaruit naar voren zijn gekomen? Zo niet, is vooralsnog in een evaluatie voorzien?

3. Welke feedback heeft de minister of haar agentschap op heden ontvangen vanwege toeristische bestemmingen en betrokken actoren nadat deze aan bod zijn gekomen in een van de uitzendingen?
4. Hoe precies beoogt het agentschap de impact en het langetermijneffect van het tv-programma op het toerisme in Vlaanderen te meten? Welke methodologie is daarvoor voorhanden en tot welke (voorlopige) bevindingen heeft dit op heden geleid?

ANTWOORD

op vraag nr. 1387 van 23 september 2021

van **CATHY COUDYSER**

1. Het programma haalde gemiddeld 428.000 kijkers per uitzending (live + 7 dagen uitgesteld). Over alle uitzendingen heen werd 23,6% van de Vlamingen bereikt, circa 1,4 miljoen mensen dus.

Dat zijn goede kijkcijfers voor het voorjaarsblok tussen 18 en 19u op zaterdag, die beantwoorden aan de vooropgestelde verwachtingen.

Op het aantal Nederlandse kijkers hebben we geen zicht.

2. Die evaluatie is effectief gebeurd en was algemeen positief.

Het was geen sinecure om een dergelijk programma op te starten in volle coronacrisis, met alle beperkingen en praktische problemen die daarbij horen, maar de VRT is daar zeker in geslaagd, in goede samenwerking met alle betrokken actoren.

Vanaf het najaar 2021 wordt de zendtijd van het programma uitgebreid met 3 minuten (tot 18 minuten per aflevering). Dit zal de format ook ten goede komen.

3. De tv-ploeg werd overal even hartelijk onthaald, de samenwerking met de betrokken bestemmingen en actoren verliep uitstekend en de reacties achteraf – voor zover die ons bereikten – waren eenduidig positief.

Vanuit de provinciale en lokale toeristische organisaties is de feedback eveneens positief. De terugkeer van 'Vlaanderen Vakantieland', dankzij de financiering door Toerisme Vlaanderen, wordt ervaren als een belangrijke realisatie. Het programma biedt een Vlaanderenbreed medium om hun acties onder de aandacht te brengen, maar ook een kapstok om gerichte acties aan op te hangen.

4. Uit het impactonderzoek, gevoerd door de VRT, kunnen we volgende interessante gegevens halen:

- 43% van de kijkers leerde iets bij dankzij het programma, dat komt neer op 16% van alle Vlamingen (16+);
- 30% van de kijkers kreeg dankzij het programma zin om een trip of vakantie in Vlaanderen te plannen, ruim 11% van alle Vlamingen;
- 19% van de kijkers heeft extra informatie opgezocht over de getoonde activiteiten of plekken, circa 7% van alle Vlamingen;
- 73% van de kijkers geeft aan dankzij het programma nieuwe plekken of activiteiten te hebben ontdekt in Vlaanderen.

In totaliteit had het programma een of andere vorm van impact op 32% van alle Vlamingen (16+), wat neerkomt op 87% van de mensen die het programma bekeken hebben.

Het programma heeft ongetwijfeld ook een positief effect gehad op het binnenlandse toerisme, al speelden de coronasituatie en -maatregelen daarin nog een veel grotere rol uiteraard.

Sinds begin juni (na o.a. de heropening van restaurants en cafés) gaan de boekingen in Vlaamse logies weer in stijgende lijn. Op basis van de boekingsgegevens van hotels en B&B's in het Vlaams Gewest maakte Toerisme Vlaanderen ook een inschatting van de boekingscijfers van de zomermaanden juli en augustus. Daaruit blijkt dat de binnenlandse boekingen met ruim 40% toenamen in vergelijking met 2020. Ook de Nederlanders lijken de weg naar Vlaanderen weer gevonden te hebben.