

vergadering **C132**
zittingsjaar 2021-2022

Woordelijk Verslag

Commissievergadering

Commissie voor Buitenlands Beleid, Europese
Aangelegenheden, Internationale Samenwerking en
Toerisme

van 25 januari 2022

(Wegens de coronamaatregelen werd deze vergadering via videoconferentie georganiseerd.)



**Vlaams
Parlement**

INHOUD

VRAAG OM UITLEG van Tine Van den Brande aan Zuhail Demir, Vlaams minister van Justitie en Handhaving, Omgeving, Energie en Toerisme, over de duurzaamheidsambities voor de toeristische sector – 1415 (2021-2022)	3
VRAAG OM UITLEG van Loes Vandromme aan Zuhail Demir, Vlaams minister van Justitie en Handhaving, Omgeving, Energie en Toerisme, over de reputatie- en ambassadeursonderzoeken van Toerisme Vlaanderen – 1005 (2021-2022)	7

VRAAG OM UITLEG van Tine Van den Brande aan Zuhal Demir, Vlaams minister van Justitie en Handhaving, Omgeving, Energie en Toerisme, over de duurzaamheidsambities voor de toeristische sector – 1415 (2021-2022)

Voorzitter: mevrouw Cathy Coudyser

De voorzitter: Mevrouw Van den Brande heeft het woord.

Tine Van den Brande (Groen): Minister, beste collega's, duurzaamheid en duurzaam ondernemen zijn voor ons belangrijke begrippen. We dienen dringend in alle sectoren een gezondere balans te realiseren tussen onze omgeving, de mens en de economie. In de toeristische sector horen we gelukkig hoopvolle signalen. Zowel ondernemers als toeristen willen transformeren naar meer duurzame logiezen en reizen. Het bewustzijn daar groeit elke dag.

Minister, bij antwoorden op eerder gestelde vragen, onder andere door de collega's Coudyser en Tommelein, ongeveer een jaar geleden, bevestigde u dat. U stelde dat recente reistrends in de richting van een stijgende interesse in duurzame reizen en natuurbeleving wijzen. U zei ook dat private innovatieve duurzame logiezen zullen worden gepromoot onder de nieuwe verhaallijn 'Vlaanderen natuurlijk'. In verband met het Green Key Label zei u dat er in dat internationale duurzaamheidslabel voor logiezen, vergaderlocaties, attracties en restaurants meer zal worden geïnvesteerd en dat u een algemeen actieplan voor duurzaamheid zou opmaken en uitrollen, om de sector nog meer te sensibiliseren en te motiveren om in te zetten op het behalen van dat label.

Ik heb daaromtrent een aantal simpele vragen. We zijn nu een jaar later. Hoever staat het met de verhaallijn 'Vlaanderen natuurlijk'? Welke timing wordt vooropgesteld om die verhaallijn te promoten? Kunt u ons meer in detail toelichten hoe duurzame logiezen in dat plan geïmplementeerd zullen worden? Hoever staat het met het actieplan duurzaamheid? Wanneer zullen wij daarover in detail geïnformeerd worden? Welke klemtonen moeten daar volgens u zeker aanwezig zijn?

Momenteel zijn er 119 Green Keyhouders in Vlaanderen. Hoeveel daarvan zijn logiezen, vergaderlocaties, attracties en restaurants? Wat zijn uw ambities betreffende die aantallen voor 2022?

De voorzitter: Minister Demir heeft het woord.

Minister Zuhal Demir: Collega Van den Brande, het thema 'Vlaanderen natuurlijk' is een nieuw thema voor toerisme. In eerste instantie werden daarom, in overleg met de verschillende stakeholders, een visie en een aanpak uitgewerkt. Dat resulteerde in het document Flora & Labora, waarbij we een geïntegreerde aanpak in fases implementeren.

In een tweede fase wordt die aanpak dan vertaald naar een meerjarenplan, met als tijdshorizon 2030. Het plan houdt onder meer rekening met het potentieel van het thema en de mogelijke opportuniteiten en ontwikkelingen om de strategie te onderbouwen. En we kijken natuurlijk ook naar kruisbestuiving met andere thema's die van belang zijn. Ik denk bijvoorbeeld aan fietsen, het culinaire, erfgoed enzovoort. Die strategie wordt opgeleverd in het tweede kwartaal van 2022.

Parallel worden al verschillende initiatieven binnen dit thema opgestart of verdergezet. We bewaken daarbij telkens de samenhang met het meerjarenplan. Het gaat onder meer over het traject rond de Vlaamse Parken, waar Toerisme Vlaanderen ook bij betrokken is. Ik denk ook aan de versterking van het Nationaal Park, overleg rond waterrecreatie, en ook een samenwerking met het wandelplatform Komoot in Duitsland, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

Dit voorjaar lanceert Toerisme Vlaanderen ook verschillende subsidieoproepen in uitvoering van het relanceplan. Die zullen focussen op initiatieven ter verhoging van de beleving en kwaliteit van natuurtoerisme en plattelandstoerisme en rond wandelen. Het bestaande aanbod zetten we intussen ook al in de kijker, waaronder de Plantentuin in Meise, het Nationaal Park en het wandelaanbod.

In een volgende fase brengen we binnen dit thema nieuwe ontwikkelingen, komt vervolgens de promotie op kruissnelheid en wordt het thema ook nog meer beleefbaar.

Duurzaamheid en duurzame logiezen beperken zich natuurlijk niet alleen tot het thema 'Vlaanderen natuurlijk'. Ook in het actieplan duurzaamheid, dat hopelijk in april van dit jaar rond zal zijn, zullen deze logiezen gevat worden. Beide plannen, het meerjarenplan 'Vlaanderen natuurlijk' en het actieplan duurzaamheid, moeten met elkaar stroken en ook als een coherent pakket uitgevoerd worden. Ik wil dan ook graag de plannen afwachten vooraleer erop vooruit te lopen. Maar voor alle duidelijkheid: waar er intussen opportuniteiten zijn, gaan we die ook grijpen.

Het actieplan duurzaamheid wordt dus in april afgerond. De prioritaire duurzaamheidsaspecten om vanuit Toerisme Vlaanderen op in te zetten, worden geïdentificeerd. In februari wordt beslist op welke van die aspecten we deze legislatuur de focus leggen. Vervolgens wordt een actieplan uitgewerkt. Dat zal dus voor in april zijn. Zodra de onderzoekfase en het actieplan afgerond zijn, zullen we daarover in detail communiceren. Ik wil natuurlijk eerst de input van de sector en de experts daarover lezen, vooraleer ik uitspraken ga doen over de klemtonen. De gesprekken zijn bezig. We wachten ook nog op verdere input vanuit de sector en de experts. Zoals daarnet aangegeven, zullen we de komende maand de knopen doorhakken. In april zal alles afgerond worden.

Ik ben tevreden dat het aantal Green Keyhouders blijft stijgen. Begin 2022 zijn er reeds 137 in Vlaanderen: 121 logiezen, 8 attracties, 6 vergaderlocaties en 2 restaurants. Ik zal u het overzicht per categorie voor 2021 en 2022 via het commissiesecretariaat bezorgen. We zien dus dat we in 2021 op 120 stonden en begin 2022 op 137.

Het Green Keylabel is wereldwijd het sterkste duurzaamheidslabel. Degenen die dat label mogen dragen, mogen zich echt wel koplopers noemen op het vlak van duurzaamheid. Ik kan alleen maar zeggen dat het mij plezier doet om te zien dat dat aantal systematisch stijgt. Ik denk dat we daar nog een extra duw aan kunnen geven in de komende jaren. Met onze subsidieoproepen zetten we ook in op dat duurzaamheidsaspect. Ik denk dat daar ook voldoende belangstelling voor is in de sector.

Ik hoop deze groei te kunnen aanhouden en we hopen dat we, met het actieplan dat eraan komt, mogelijk ook zullen versnellen. Ik doe dit uiteraard in samenwerking met GoodPlanet, de instantie die in Vlaanderen het Green Keylabel toekent. Met Toerisme Vlaanderen werken we daar ook al heel lang mee samen. We geven hun ook een ondersteuning daarvoor. Zij geven ook aan dat zij vooral merken dat lokale besturen een grote rol spelen bij de beslissing van een ondernemer om al dan niet voor zo'n Green Keylabel te gaan. Ik wil ook bekijken hoe we de lokale besturen nog meer kunnen meepakken in het sensibiliseren daarover.

Zoals ik zei, is Green Key de koploper op het vlak van duurzaamheid. Het is belangrijk dat we de sector, die ook enorm veel belangstelling heeft, meepakken in dat verhaal.

De voorzitter: Mevrouw Van den Brande heeft het woord.

Tine Van den Brande (Groen): Hartelijk dank voor uw antwoorden, minister. Wat de verhaallijn 'Vlaanderen natuurlijk' betreft, zegt u dat u natuurbeleving en het belang van een balans tussen natuur en het toeristische en recreatieve gebruik ervan centraal wilt zetten. U spreekt daarbij over wandelen, fietsen, onze nationale parken, plattelandstoerisme, maar op zich hoor ik voorlopig weinig over hoe u die innovatieve duurzame logiezen dan bij dat verhaal gaat betrekken. Maar goed, ik versta dat u eraan aan het werken bent en dat het dan waarschijnlijk nog wel zal komen.

Ik heb nog eens een 'search' gedaan op de website van Toerisme Vlaanderen. Voorlopig vinden we daar absoluut niets van terug. En als ik het niet terugvind, ga ik ervan uit dat ook toeristische ondernemers het voorlopig niet terugvinden. En zij zullen toch wel de motor blijven die deze verhaallijn moet trekken. Het is dus echt wel nodig dat u hen hier ten volle in ondersteunt.

Intussen zijn er dus 137 Green Keylabels. Er is, zoals u zegt, een systematische stijging, maar ik durf ervan uit te gaan dat we toch met zijn allen beseffen dat dat bijzonder weinig is. We hebben in Vlaanderen vandaag 26.000 toeristische logiezen die actief zijn in ons gewest. Daarvan zijn er dan 137 die het Green Keylabel hebben gehaald. Dat is natuurlijk te weinig. Ik ga ervan uit dat iedereen het daarmee eens is.

De organisatie GoodPlanet, die achter het Green Keylabel zit, wordt inderdaad ondersteund vanuit Toerisme Vlaanderen, zoals u zei. Maar zij ontvangen vandaag een subsidie van – houd u vast – 18.800 euro op jaarbasis. Dat is natuurlijk bijzonder weinig om deze opdracht, die ons toch erg belangrijk lijkt, naar behoren te kunnen uitvoeren. Een snelle blik op hun jaarrekening leert ons meteen dat hun personeelskosten voor 1 voltijdse, 32.000 euro, en de kosten die ze maken voor de audits, 30.000 euro, daarmee al helemaal niet gedekt worden. Vanuit de hotel-sector ontvangen zij ook nog wel een bedrag van 46.000 euro, maar al bij al – we moeten daar eerlijk in zijn – is het Green Keylabel op deze manier voor hen volledig verlieslatend. Doorheen de jaren is hun subsidie elk jaar geslonken, tot dit onwerkbaar bedrag.

Dat is het financiële euvel, maar er is veel meer nodig dan alleen dat, denk ik: promotie, bekendheid en vindbaarheid. En dus wil ik u graag nog twee suggesties doen. U haalde zelf al aan hoe belangrijk de lokale besturen hierin zijn. Het zou misschien niet slecht zijn, mocht Toerisme Vlaanderen het Green Keylabel wat meer ondersteunen, bijvoorbeeld door een beeldende promotiecampagne vanuit Toerisme Vlaanderen om het label veel kenbaarder te maken naar ondernemers en toeristen. Ik zie nu dat Toerisme Vlaanderen de voorbije twee jaar geen enkel promotiefilmpje heeft gemaakt voor het Green Keylabel. Het is wellicht het moment, nu we hopelijk stilaan evolueren naar een tijdperk zonder covid, dat dit dan toch aan de orde is.

Daarnaast zou Toerisme Vlaanderen ondernemers actief kunnen informeren en engageren. Ik stel maar wat voor: een soort roadshow langs onze steden en gemeenten, in samenwerking met GoodPlanet en onze lokale besturen, omdat zij ook de knowhow bezitten over welke logiezen eventueel interesse hebben en kans maken op een label.

Het Green Keylabel is momenteel betalend, afhankelijk van het type en de omvang van het logies. Het zwaartepunt van die kosten ligt bij de audit. Vanuit uw Stimulusprogramma konden ondernemers een beroep doen op een onderdeel van de steun om die te gebruiken voor klimaatinvesteringen en het verkleinen van hun voetafdruk. Ook bij het project Toerisme Meetjesland deed Toerisme Vlaanderen zijn aandeel in de kosten bij de opstart en de screening voor het Green Keylabel.

Beide zijn intussen afgelopen. Mijn vraag is wat er nu in de plaats komt. Het lijkt er momenteel op dat de kosten een drempel zijn, vooral dan voor kleine en middelgrote ondernemers, aangezien de zichtbaarheid voor duurzame investeringen momenteel eigenlijk ook totaal onvoldoende is. De vraag is of die instapkosten en auditkosten in de toekomst verder kunnen worden gedragen door Toerisme Vlaanderen. De stad Gent is daarin zeer voorbeeldig: zij betaalt de instapkosten en de audit voor hotels terug. Dat is een fantastisch gebaar. Het getuigt van respect voor de sector. Maar andere steden en gemeenten zijn misschien niet altijd in die mogelijkheid en kunnen de hulp vanuit Vlaanderen dan ook goed gebruiken.

Ik heb dus twee bijkomende vragen, minister. Komt er een vervolg aan de financiële ondersteuning van de duurzame ondernemers bij de instap van Green Key? En kunt u de organisatie GoodPlanet voldoende ruggensteun geven in de toekomst om haar job naar behoren te doen?

De voorzitter: Mevrouw Ryheul heeft het woord.

Carmen Ryheul (Vlaams Belang): Minister, vorig jaar bevroeg mijn collega Slagmulder u in de commissievergadering van 23 november over de mogelijke toekomstige rol van Toerisme Vlaanderen in de Glasgow Declaration on Climate Action on Tourism. Dat charter werd toen door verschillende toeristische spelers en ook enkele organisaties van buiten de toerismesector ondertekend in de rand van de klimaattop in Glasgow. Op dat moment had nog geen enkele Vlaamse organisatie of stakeholder zich ingeschreven in dat charter. Ook Toerisme Vlaanderen had dat op dat moment nog niet gedaan. U gaf toen in uw antwoord aan dat de ambities van de bewuste Glasgow Declaration ook een link hebben met de visie van Reizen naar Morgen. U stelde eveneens dat u samen met Toerisme Vlaanderen zou bekijken of het opportuun was om dat charter ook mee te onderschrijven.

Hebt u dat inmiddels doorgenomen met Toerisme Vlaanderen? Zo ja, wat was het resultaat van dat overleg? Zal Toerisme Vlaanderen het charter ondertekenen? En zo neen, waarom werd het niet opportuun bevonden om daar mee in te stappen? We hadden daar graag wat meer verduidelijking over gekregen.

De voorzitter: Minister Demir heeft het woord.

Minister Zuhal Demir: Dank u wel, collega's. De informatie rond duurzaamheid op de website is inderdaad een aandachtspunt. We moeten daar inderdaad op werken, collega Van den Brande. Ik zal dat ook insteken bij Toerisme en erop aandringen dat dat wat zichtbaarder wordt gemaakt. U hebt daar inderdaad een punt.

Voor het overige moet ik meegeven dat Toerisme Vlaanderen ook aan bestemmingspromotie doet, ook met promofilmpjes rond duurzaamheid, zegt men mij. Maar dat is nooit een doel op zich. Ze nemen dat uiteraard mee, ook ten aanzien van de sector en de subsidies.

Wij gaan niet tussenkomen in de kosten die verbonden zijn aan het label, want dat budget hebben we eigenlijk niet. Er zijn wel andere kanalen waar men een beroep op kan doen voor budgetten rond duurzaamheid. Eind vorig jaar keurde de Vlaamse Regering ook mijn voorstel goed over het inzetten van middelen uit het Vlaams Klimaatfonds voor bijvoorbeeld mitigatiemaatregelen, onder meer wat betreft de energetische maatregelen in de gebouwensector. Als ik mij niet vergis, zou 1 miljoen euro daarvan naar de bestaande logiespremies gaan, om ze deels te heroriënteren naar ecologische investeringen en investeringen rond duurzaamheid. Uit de ingediende dossiers via het Stimulusprogramma bijvoorbeeld bleek dat daar ook een grote nood aan was. Er waren enorm veel dossiers binnengekomen vanuit de sector. We zijn momenteel ook een overleg aan het voorbereiden met het Vlaams Energie- en Klimaatagentschap (VEKA), waar ook de expertise in zit. Dat loopt dus.

Het klopt dat Toerisme Vlaanderen de Glasgow Declaration nog niet heeft ondertekend. Ik zal nog eens horen waarom, collega. Het enige wat ze mij hebben aan-gegeven, is dat er binnen de sector blijkbaar weinig animo voor is. Ik zal zelf nog eens kijken waarom de sector dat niet wil. Maar dat is wat ze mij zeggen.

GoodPlanet is een goede partner. We werken daar goed mee samen. Als ik mij niet vergis, voorzien we momenteel 28.000 euro werkingssubsidie. Ik vind dat eigenlijk wel redelijk oké qua bedrag. Dat is toch veel geld. Als ze natuurlijk meer taken krijgen, kan dat bekeken worden.

De voorzitter: Mevrouw Van den Brande heeft het woord.

Tine Van den Brande (Groen): Dank u wel voor uw antwoorden, minister. Ik ben blij dat u zult aandringen bij Toerisme Vlaanderen om dit alles wat zichtbaarder te maken. Als Toerisme Vlaanderen die promotiefilmpjes heeft gemaakt, zou ik die dan wel eens willen zien. Ik heb er geen teruggevonden, toch niet van de voorbije twee jaar. Misschien heeft covid daar wel een rol gespeeld, maar ik hoop dat er dan verbetering komt in de toekomst.

U zegt dat GoodPlanet een subsidie van 28.000 euro krijgt. Laat ons heel eerlijk zijn: dat is toch bijzonder weinig, als je ziet dat hun auditkosten, dus om de screenings bij de hotels te doen, dat bedrag al overstijgen. Dat is toch niet werkbaar? U zult in hun jaarrekening zien dat het voor deze organisatie volledig verlieslatend is om op Green Key te werken. Als u uw ambitie rond duurzaam toerisme, die u toch heel vaak uitspreekt, echt ernstig wilt nemen, hoop ik dat u toch eens opnieuw zult bekijken of daar niet wat extra steun nodig zal zijn.

Ook met betrekking tot de lokale besturen wil ik toch nog eens aandringen. Zij hebben de knowhow om hotels en logiezen te benaderen. Zij weten welke hotels in aanmerking zouden kunnen komen, met misschien maar minimale investeringen, om dat Green Keylabel te behalen en om daar toch een aantal stappen te zetten. Zeker kleinere ondernemingen hebben niet altijd de middelen voor die instapkosten om een Green Keylabel te behalen, die toch relatief hoog zijn. Mijn vraag is om hen daarin te ondersteunen. Ik heb er alle vertrouwen in, minister, dat u dit gaat waarmaken.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Loes Vandromme aan Zuhal Demir, Vlaams minister van Justitie en Handhaving, Omgeving, Energie en Toerisme, over de reputatie- en ambassadeursonderzoeken van Toerisme Vlaanderen – 1005 (2021-2022)

Voorzitter: mevrouw Cathy Coudyser

De voorzitter: Mevrouw Vandromme heeft het woord.

Loes Vandromme (CD&V): Minister, op woensdag 1 december 2021 presenteerde Toerisme Vlaanderen de resultaten van de onlangs uitgevoerde reputatie- en ambassadeursstudie. In 2021 voerde men twee uitgebreide onderzoeken uit om de reputatie van Vlaanderen en Brussel in kaart te brengen en zicht te krijgen op de mate waarin Vlamingen en Brusselaars toeristische ambassadeurs zijn van onze bestemming. Het reputatieonderzoek werd uitgevoerd in mei 2021 bij telkens 1000 frequente reizigers uit 19 verschillende landen, waaronder 13 Europese. Het ambassadeursonderzoek liep in september 2021 bij 1500 Vlamingen en Brusselaars.

Buitenlandse toeristen associëren Vlaanderen in de eerste plaats met mooie landschappen en onze kust, maar ook voor het lekkere eten en drinken en de historische steden komen ze graag langs. Maar in het algemeen is de bekendheid van

Vlaanderen en zijn grote steden wel gezakt in de laatste vier jaar, van 72 naar 61 procent. Ook de bekendheid van België is gezakt, maar daar is de daling niet zo groot: van 93 naar 90 procent. Tot slot vindt zo'n 30 procent van de Europeanen Vlaanderen een zeer aantrekkelijke bestemming voor een korte vakantie. Een kwart vindt dat ook het geval voor een lange vakantie. De pandemie heeft ook geen negatieve impact gehad op het beeld over Vlaanderen, integendeel.

Uit het ambassadeursonderzoek blijkt dan weer dat Vlamingen en Brusselaars de historische steden en het lekkere eten en drinken als belangrijkste troeven van Vlaanderen zien. Wat wel verwondert, is het feit dat slechts 26 procent van de Vlamingen en Brusselaars hun regio zouden aanbevelen aan de Europese reizigers. Belangrijk daarbij is bovendien dat de jongere generatie, onder de 35 jaar, kritischer is voor Vlaanderen als vakantiebestemming dan 55-plussers.

Ik heb daarbij de volgende vragen, minister. Welke conclusies trekt u zelf uit de twee onderzoeken? Geven de resultaten aanleiding om bepaalde geplande acties meteen bij te sturen? Plant u extra in te zetten op promocampagnes in bijvoorbeeld Nederland, Spanje en Italië, omdat de aantrekkingskracht en de bezoekingentent er het sterkst zijn toegenomen in de afgelopen jaren? Welke acties zult u ondernemen in landen waar Vlaanderen nog veeleer onbekend is als vakantiebestemming? Welke acties voorziet u specifiek ten aanzien van jongeren, zodat zij Vlaanderen voortaan sneller als vakantiebestemming zouden aanraden?

De voorzitter: Minister Demir heeft het woord.

Minister Zuhal Demir: Collega, er zijn drie belangrijke conclusies, die u zelf ook aanhaalt. De algemene bekendheid van Vlaanderen en de verschillende bestemmingen binnen Vlaanderen is sinds 2017 achteruit aan het gaan op de Europese herkomstmarkten. Maar even belangrijk is het percentage Europeanen dat een korte of lange vakantie in Vlaanderen overweegt, en dat is gestegen. Dat is positief.

Buitenlanders associëren Vlaanderen met erfgoed, natuur en eten en drinken. Ze zijn ook bereid om daarvoor naar Vlaanderen te reizen. Slechts 26 procent van de Vlamingen zou Vlaanderen aan buitenlanders aanbevelen als vakantiebestemming. Eigenlijk zouden we dat naast gelijkaardige onderzoeken uit andere landen moeten leggen, om te weten of dat veel of weinig is. Een dergelijke vergelijking is nog niet gebeurd. Ik kan wel vergelijken met het resultaat van de vorige jaren. In 2020 gingen we massaal in eigen land op vakantie, dus misschien hebben we daardoor meer ambassadeurs gekregen. Dat percentage is ook gestegen. Dat heeft natuurlijk ook te maken met corona. In 2021 daalde dat percentage weer, maar dat was zeer licht.

Er is dus een positief effect van het binnenlandse toerisme. Ik leid daaruit af dat het vooral een kwestie is van het niet te kennen. Veel Vlamingen zullen pas door corona echt ontdekt hebben welke pareltjes er in Vlaanderen te vinden zijn. Dat verklaart misschien ook de lagere score voor jongeren, die Vlaanderen ook minder goed kennen. Dat betekent dat we daar ook op moeten werken, samen met de provincies, die mee bevoegd zijn voor het binnenlands toerisme.

De zaken die binnen- en buitenlandse bezoekers waarderen in Vlaanderen, zijn erfgoed, natuur en eten en drinken. Dat zijn ook exact de elementen uit mijn beleidsvisie waarmee ik Vlaanderen in de markt zet. Ik blijf daar dan ook op inzetten. Daardoor moeten we opnieuw de bekendheid van Vlaanderen kunnen versterken.

We zetten elk jaar sterke promocampagnes en -acties op in alle markten waar we actief zijn. Zelfs in coronatijden is het belangrijk om 'top of mind' te blijven bij potentiële bezoekers. We hebben dat ook gedaan. De tentoonstelling Van Eyck 2020 bijvoorbeeld is helaas niet kunnen doorgaan, maar we hebben Van Eyck wel digitaal naar heel de wereld gestuurd. En zo zijn er nog een aantal zaken die we

tijdens corona hebben gedaan. Ik denk dat dat wel belangrijk is voor onze reputatie.

Dit jaar gaan we een extra campagne inzetten voor de kunststeden. We doen dat ook in nauwe samenwerking met de kunststeden. We zijn daarvoor ook een meerjarige samenwerkingsovereenkomst aan het sluiten. In eerste instantie focust de campagne op de buurlanden, maar vanaf de tweede helft van dit jaar en zeker begin 2023 zal die worden opengetrokken naar de rest van Europa. Daarnaast plannen we binnen de thema's ook nog eens overal sterke acties om zowel onze reputatie te versterken als om aan te zetten tot een bezoek aan Vlaanderen.

We hebben vijf thema's waarop we willen inzetten: erfgoed, culinair, natuur, fietsen en congressen. Eerst en vooral moeten we weten wie die doelgroepen zijn, welke doelgroepen in welke landen zitten en hoe groot de interesse, de kennis over de regio en het reispotentieel zijn. Die geografische afbakening is de basis om acties uit te rollen.

Afhankelijk van de kennis over Vlaanderen en onze thema's in die regio's rolt het buitenlandse netwerk van Toerisme Vlaanderen acties uit op maat van de doelgroep. We focussen in de eerste plaats op het verbeteren van de kennis rond de doelgroep: via gerichte reputatiecampagnes en -acties de troeven van Vlaanderen in de markt zetten, bijvoorbeeld Vlaanderen als wiel regio of Vlaanderen als culinaire bestemming. Kent de doelgroep Vlaanderen al goed, dan kunnen we meteen ook inzetten op conversie, dus het aanzetten tot een bezoek.

We merken inderdaad dat jongeren een ander soort acties nodig hebben. Toerisme Vlaanderen werkt hier bijvoorbeeld met zogenaamde ambassadeurs: jongeren of BV's die vanuit hun eigen interesse andere jongeren warm maken voor een thema. Je zou ze ook influencers kunnen noemen. Zo hadden we in het kader van de campagne Vlaamse Meesters een ambassadeurscampagne bij jongere Vlamingen, geïnteresseerd in kunst.

Voor het thema 'culinair' hebben we jarenlang de populaire campagnes Jong Kuekgeweld opgezet in Vlaanderen, specifiek op jongeren gericht. Die campagne versterkte ook bij jongeren het gevoel deel uit te maken van een culinaire topbestemming. Samen met Visit Brugge werd ook een succesvolle actie rond de Sint-Godelieveabdij uitgewerkt met Linde Merckpoel.

De voorzitter: Mevrouw Vandromme heeft het woord.

Loes Vandromme (CD&V): Dank u wel voor uw antwoorden, minister. Als een crisis als corona ons dan toch iets heeft bijgeleerd, is het inderdaad dat Vlaanderen vol pareltjes zit en dat we die allemaal hebben leren kennen. Het doel is ook om zo veel mogelijk buitenlanders die parels te leren ontdekken.

U geeft aan dat Vlaanderen vooral bekend staat om erfgoed, natuur en eten en drinken. Ik denk dat het wel interessant zou kunnen zijn om de timing omtrent de campagne rond de kunststeden ook te kennen, want we horen uit die grotere steden toch ook wat vragen naar die timing. Zeker nu het congretoerisme daar echt op een heel laag pitje staat, zou het goed zijn om daar wat perspectief te bieden.

U weet dat ik niet in een grotere stad woon, maar in de verre Westhoek, waar natuur en lekker eten aangestipt staan. En er is ook het toerisme dat onze Britse collega's zeer boeit, maar die vinden toch nog niet altijd de weg. Hoe kunnen we ook het Britse oorlogstoerisme meenemen, om opnieuw wat meer mensen naar onze Westhoek te zien komen?

U gaf aan dat er nog geen vergelijking is gemaakt met de andere landen. Bent u dat van plan? Staat dat op de planning?

Minister, ik ben niet helemaal jong-jong meer, maar toch denk ik te mogen spreken in naam van veel jongeren. Die geven mij de tip dat heel veel series ook worden gebruikt om bepaalde regio's in de kijker te zetten. Misschien is daar nog wel een sprong te maken. Heel wat misdaad- of andere series maken heel veel mooie beelden van regio's. Op die manier zouden we misschien ook nog een nieuwe interessante piste kunnen openen om bepaalde streken en regio's in Vlaanderen in de kijker te kunnen zetten, voor de netflixende jonge gasten die naar mooie series kijken. Ik geef het maar mee als tip.

De voorzitter: De heer Slagmulder heeft het woord.

Kristof Slagmulder (Vlaams Belang): Minister, uit dat onderzoek blijkt inderdaad dat de bekendheid van Vlaanderen in onze steden ten opzichte van de resultaten van 2017 gedaald is. Er zal dus zeker een tandje bij moeten worden gestoken op het vlak van de promotie van Vlaanderen in het buitenland. Troeven hebben we zeker genoeg: ons erfgoed, onze natuur, onze kunststeden, onze cultuur, ons lekkere eten en drinken en zo verder.

Minister, ongeveer anderhalf jaar geleden heb ik u gevraagd of er in het buitenland promofilmmpjes uitgezonden worden om Vlaanderen onder de aandacht te brengen als toeristische bestemming. U liet toen weten dat dergelijke acties niet stroken met de strategie van Toerisme Vlaanderen. Ik zag de voorbije jaren nochtans dergelijke filmmpjes van andere landen, Griekenland en Turkije bijvoorbeeld, bij ons op de buis, zelfs in volle coronaperiode. Misschien moet u dat toch nog eens herbekijken en eventueel heroverwegen om toch iets gelijkaardigs te doen, al was het maar in de buurlanden.

Ik denk dat ook de spoorwegmaatschappijen misschien een rol kunnen spelen op het vlak van promotie, of toch de internationale spoorwegmaatschappijen. Vlak voor de tweede covidgolf werden daar in Vlaanderen een aantal campagnes rond opgestart. Is het nu de bedoeling dat die opnieuw opgestart worden? Of is dat ondertussen al gebeurd? Ik heb eenzelfde vraag in verband met promotie via de luchthavens. Loopt dat nog? Komen daar nog nieuwe campagnes bij op korte termijn?

Extra promotie zal dus zeker nodig zijn, maar zal er ook nog iets van extra ondersteuning voorzien worden voor de toeristische sector zelf? Wordt er nog iets voorzien op dat vlak? En hoe schat u de gevolgen van die zogenaamde coronabarometer in voor de sector?

De voorzitter: Mevrouw Van den Brande heeft het woord.

Tine Van den Brande (Groen): Minister, uit het reputatieonderzoek blijkt, zoals collega Vandromme al aanhaalde, dat jongeren eigenlijk erg kritisch zijn in verband met een bezoek aan ons gewest. Op de website van Toerisme Vlaanderen lezen we nochtans dat zij een onderzoek zouden instellen om alle drempels en noden van jongeren doorheen de volledige bezoekerscyclus in kaart te brengen en een aanbod uit te werken binnen de vooropgestelde themalijnen die u ook al aanhaalde: natuur, erfgoed, culinair, fietsen en congressen. Hoever staat u met dat in kaart brengen van de bezoekerscyclus van de jongeren en dat aanbod?

Verder wil ik nog even laten weten dat ik het zeker een mooi voorstel vind van collega Vandromme om in fictieverhalen onze Vlaamse natuur en de mogelijkheden hier nog eens aan bod te laten komen.

Cathy Coudyser (N-VA): Ik wil ook namens mijn fractie een paar zaken meegeven. Ik denk dat het belangrijk is dat we regelmatig zulke reputatie- en ambassadeursonderzoeken doen, want we kunnen daar inderdaad heel wat uit leren.

Dat buitenlanders voornamelijk voor het erfgoed naar Vlaanderen komen, en dan vooral voor de historische kunststeden, waarbij Brugge het meest bekend is, is logisch. Maar er is ook heel wat erfgoed verspreid over heel Vlaanderen, en niet alleen in de kunststeden. Ik denk dat dat ook past in de strategie van Toerisme Vlaanderen om toeristen ook meer te spreiden over Vlaanderen en om daar ook de lokale bevolking meer en beter bij te betrekken. We werken rond kastelen en abdijen, maar ook rond ander religieus erfgoed. Ik denk dan aan schilderijen van Vlaamse meesters die in kerken en in kleinere steden of gemeenten aanwezig zijn. We zetten daar nu volop op in. We zijn eigenlijk nog de productontwikkeling aan het verfijnen en aan het verderzetten. Dat zal renderen op termijn. Ik denk dat dat dan ook een bijkomende reden zal zijn om Vlaanderen te komen ontdekken.

Uit een vorig reputatieonderzoek bleek dat we vaak nog een tekort hebben aan echte topattracties. Daarbij is mijn vraag of we daar, met de inspanningen die we al deden en nog altijd doen, aan tegemoetkomen om Vlaanderen in het buitenland nog beter bekend te maken met een topattractie. Als men dan in Vlaanderen is voor die topattractie, ontdekt men vaak nog veel andere pareltjes.

Wat het gastronomische betreft, valt vooral op dat men naar Vlaanderen komt voor de streekproducten en voor de bierbeleving. Ook daar spelen we verder op in. Mijn vraag is in welke mate Vlaanderen ook al bekend is om zijn topgastronomie. We hebben daar de afgelopen jaren toch ook heel wat inspanningen voor gedaan, door onze Vlaamse chefs op te leiden en te laten deelnemen aan wedstrijden, ook met resultaat. Vlaanderen telt ook heel wat restaurants met Michelinsterren of goede cijfers in de GaultMillaugids. We hebben Jong Keukengeweld. Blijkt uit het onderzoek dat de inspanningen die we daarvoor doen, al renderen? Welke bijkomende inspanningen moeten we eventueel nog doen om dat verder in de markt te zetten en om die gastronomische topkwaliteit in het buitenland bekend te maken?

Uit het onderzoek bleek ook dat buitenlanders vooral vaak naar Vlaanderen komen voor een korte vakantie. Ook daar heb ik een vraag over. Zijn er mogelijkheden om diegenen die al naar Vlaanderen komen voor een korte vakantie, eventueel nog een of twee nachten langer in Vlaanderen te houden en ze zo ook andere attracties en andere zaken van natuur, erfgoed en gastronomie te laten ontdekken?

Het is logisch dat onze kust vooral een bestemming is voor de Vlamingen zelf en dat buitenlanders niet onmiddellijk de troef van de Vlaamse kust komen ontdekken. Vaak hebben ze zelf een heel mooie kust, met mooi weer en zaken die daar te doen en te beleven vallen. Maar toch is mijn vraag of we de Vlaamse kust ook beter bekend kunnen maken, bijvoorbeeld in de buurlanden. Er wordt gezegd dat er voor een regio altijd wel nood is aan een of andere topattractie of een beleving waarvoor men echt de moeite doet om naar Vlaanderen, en hier in het bijzonder naar de kust, te komen. Heeft de kust potentieel voor zo'n topattractie, zodat we daarop kunnen inzetten om de kust in eerste instantie bij de buurlanden nog aantrekkelijker te maken?

Dan heb ik nog een laatste vraag. Internationaal Vlaanderen zou een internationale Vlaanderencampagne realiseren, een campagne die Vlaanderen in al zijn aspecten nog meer 'top of mind' maakt bij de beslissingsnemers wanneer ze Vlaanderen niet alleen overwegen als reisbestemming, maar ook als investeringslocatie, meetinglocatie, culturele hotspot enzovoort. Dan moet er gekozen worden voor doelgroepen die de algemene reputatie van Vlaanderen ook nog gaan versterken. Bij die campagne zijn alle overheidsinstellingen die de belangen van Vlaanderen in het buitenland verdedigen, betrokken, dus ook Toerisme Vlaanderen. Hebt u zicht op de vooruitgang van die campagne? Tegen wanneer zou die kunnen worden gelanceerd? Hoe wordt Toerisme Vlaanderen daar precies bij betrokken? En welke insteken heeft Vlaanderen in dat kader bezorgd aan Internationaal Vlaanderen om die campagne ook op toeristisch vlak 'top of mind' te maken?

De voorzitter: Minister Demir heeft het woord.

Minister Zuhal Demir: Dank u wel, collega's. De campagne voor de kunststeden is vorig jaar opgestart. De samenwerking loopt gedurende drie jaar, maar uiteraard blijven we ook los daarvan de kunststeden in de kijker zetten in het buitenland. Wat we waar en wanneer doen, hangt ook nog sterk af van de situatie en de maatregelen die andere landen opleggen. Wij proberen ook een beetje flexibel in te spelen op de situatie, waardoor een exacte timing moeilijk op te stellen is.

Voor de Westhoek kijken we vooral naar de situatie in het Verenigd Koninkrijk. Dat is het voornaamste herkomstland. Het is belangrijk om daar efficiënte promotie in te zetten. Op dit moment lijkt de situatie daar wel te verbeteren en bereiden we ook de promotie voor om dat zo snel mogelijk in de praktijk om te zetten. Ondertussen werken we ook verder aan het versterken van het aanbod. Eind vorig jaar hebben we met Westtoer een projectoproep van 2 miljoen euro opgestart voor een themajaar in 2023.

Ik ben het eens met de opmerking rond films en series. Dat kan inderdaad een belangrijk instrument zijn om jong en oud de troeven van een streek te leren kennen. Ik ga dat ook insteken bij Toerisme Vlaanderen. Vanuit Toerisme Vlaanderen zeggen ze dat ze dat niet alleen kunnen doen. Wij zullen alle aanvragen voor series en films samen met partners bekijken en waar mogelijk ook steunen. Denk bijvoorbeeld maar aan de film 'In Bruges' of de serie 'Stille Waters'. Ik vind dat dus een vrij goede suggestie.

We zien in het onderzoek dat niet enkel de korte vakanties, maar in verschillende herkomstlanden ook de langere vakanties in Vlaanderen in de lift zitten. Er zijn dus zeker mogelijkheden om hen te verleiden om nog enkele dagen langer in Vlaanderen door te brengen. Daarvoor is het nodig om over een aantrekkelijk en gediversifieerd aanbod te beschikken over verschillende thema's. En dat is wel aanwezig in Vlaanderen.

We moeten ze echter in de eerste plaats verleiden tot een bezoek aan Vlaanderen. Sterke topattracties zijn daarvoor cruciaal. Met de hefboomprojecten van de vorige legislatuur proberen wij ook dergelijke topattracties te realiseren. En met de subsidieoproepen die we gaan lanceren rond de verschillende thema's, hopen we ook opnieuw een aantal topattracties in de kijker te zetten. Die kunnen zowel in de steden als in de regio's of aan onze kust gelegen zijn.

Op het vlak van gastronomie staan er verschillende ontwikkelingen klaar. Er is uiteraard de kwaliteitsverhoging van ons gastronomische aanbod. Dat is geheel de verdienste van de chefs en van de sector zelf. Met Toerisme Vlaanderen wil ik dat wel ondersteunen. In de volgende maanden worden verschillende projectoproepen gelanceerd rond culinaire en bierbelevingen. Tegelijk werken we ook verder aan de ontwikkeling van het Vlaams Culinair Centrum, dat een baken moet worden voor culinair en gastronomisch Vlaanderen.

De voorzitter: Mevrouw Vandromme heeft het woord.

Loes Vandromme (CD&V): Dank u wel, minister, voor de antwoorden. Ik ben blij te horen dat u mijn advies of voorstel ook een goed advies of voorstel vindt. Ik kijk uit naar wat daar misschien nog uit komt. Het lijkt mij inderdaad wel iets moois om uit te werken.

Het is ook goed om te horen dat er verder ook nog wordt ingezet op de Britse bezoekers en het Britse oorlogstoerisme. Dat is voor mij heel belangrijk. Hopelijk komt daar binnenkort een kentering in.

Vanuit onze fractie zullen we ook alles wat betreft de kunststeden verder opvolgen. De collega's die daar wonen, volgen dat van zeer nabij op, om Leuven niet te noemen.

Ik kijk ook graag uit naar de vergelijking met andere landen. En wat tot slot de insteek rond het culinaire en het bierverhaal betreft, weet u dat ik dat zeker ook verder zal opvolgen. Dank u wel. En hopelijk kunnen we verder nog genieten van ons mooie Vlaamse landschap, met heel veel toeristen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.