

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 106

van **CATHY COUDYSER**

datum: 21 oktober 2022

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Toerisme - Impact tv-format Vlaanderen Vakantieland

In het antwoord op mijn schriftelijke vraag nr. 622 van 17 maart 2022 gaf de minister aan dat de kijkcijfers alsmear in stijgende lijn gaan en dat over de twintig afleveringen heen (voor- en najaarseditie samen) Vlaanderen Vakantieland in 2021 1.903.000 kijkers bereikt heeft. Het programma werd gesmaakt door de Vlaming met een gemiddelde waarderingsscore van 7,9/10. Daarnaast verduidelijkte de minister dat het format werd bijgestuurd omdat de beperking van één thema per aflevering zoals gehanteerd in het voorjaar tegen zijn grenzen aanbotste en dat in plaats van die thematische clustering in de toekomst zou worden gewerkt met geografische clustering om nog beter te kunnen inspelen op meerdaagse vakantiebeleving in welbepaalde Vlaamse toeristische regio's. Tot slot meende de minister dat het tv-programma mee bijgedragen heeft tot enerzijds een stijging van het binnenlands toerisme en anderzijds de terugkeer van Nederlandse toeristen naar Vlaanderen in 2021.

Ook in 2022 is Vlaanderen Vakantieland zowel in het voorjaar als in het najaar te zien op Een. De voorjaarsprogrammatie startte op zaterdag 2 april 2022 en ligt intussen al achter ons. De overeenkomst die Toerisme Vlaanderen met de VRT gesloten heeft voor het tv-format, loopt over een periode van 3 jaar (2021-2023). De minister gaf eerder al te kennen dat ze zou bekijken hoe dat daarna kan worden bestendigd.

1. Heeft de minister zicht op de kijkcijfers van de voorjaarsprogrammatie van Vlaanderen Vakantieland, editie 2022 (inclusief uitgestelde kijkers)? Liggen die cijfers in het verlengde van die van vorig jaar en zo niet, hoezo niet?
2. Om snel te kunnen schakelen tijdens de coronapandemie nam Toerisme Vlaanderen (uitzonderlijk) de lead in de samenwerking met de VRT, in die zin dat de middelen voor de opmaak van het vernieuwde format van Vlaanderen Vakantieland uitsluitend afkomstig waren uit de budgetten van Toerisme Vlaanderen. De provinciale toeristische organisaties en kunststeden zijn echter nauw betrokken bij de concrete invulling van het programma.

Het oude format (voor 2015) was gestoeld op een bijdrage, financieel en redactioneel, van zowel Toerisme Vlaanderen als de vijf provinciale toeristische organisaties.

Is Toerisme Vlaanderen al gestart met een denkoefening of en zo ja, hoe de positieve effecten van het tv-programma op het binnenlandse toerisme ook na 2023 kunnen worden bestendigd? Welke rol ziet het agentschap voor zichzelf weggelegd? Overweegt het agentschap om, bij interesse van de VRT voor een voortzetting van het tv-format, zelf ook na 2023 nog middelen uit te trekken of zal het de lead en financiering (volledig dan wel deels) afstaan aan andere betrokken partners? Ingeval dat laatste, welke partners zijn dan volgens het agentschap het best geplaatst om de lead over te nemen?

3. Heeft Toerisme Vlaanderen in samenspraak met de VRT al een evaluatiemoment met betrekking tot dit driejarige samenwerkingsverband in het vooruitzicht gesteld? Zo ja, wanneer is dat gepland? Zullen ook de provinciale toeristische organisaties en kunststeden daar input kunnen leveren?

ANTWOORD

op vraag nr. 106 van 21 oktober 2022

van **CATHY COUDYSER**

1. Het tv-programma Vlaanderen Vakantieland lokte in het voorjaar 2022 in totaal gemiddeld zo'n 339.000 kijkers per aflevering. Dat zijn er gemiddeld iets minder dan tijdens het voorjaar 2021. Verhoudingsgewijs bereikten de 14 voorjaarsafleveringen samen wel meer dan 1,5 miljoen Vlamingen, wat gelijkaardig is aan de 1,9 miljoen Vlamingen die bereikt werden met de 20 afleveringen uit 2021. In totaal werd 25,6% van de Vlamingen bereikt. Ook het marktaandeel steeg naar 37,1%. Vlaanderen Vakantieland versterkt zich daarmee nog als marktleider in dat tijdslot. De gemiddelde waardering steeg in die periode ook tot 8.

Bij deze cijfers moet ook de kanttekening gemaakt worden dat er in het voorjaar 2022 gemiddeld minder Vlamingen tv keken dan in het voorjaar 2021 (over alle zenders heen in dat tijdslot). Dat heeft o.a. te maken met het goede weer tijdens het voorjaar 2022 en het feit dat de coronamaatregelen (voor zover nog in voege) in die periode veel minder impact hadden op de bewegingsvrijheid van mensen (in vergelijking met voorjaar 2021), waardoor ze weer actief en ten volle het echte Vlaanderen Vakantieland konden ontdekken. Dat blijkt ook uit de stevig gestegen bezoekerscijfers die dit voorjaar genoteerd werden, niet in het minst vanuit Vlaanderen (binnenlands toerisme) en Nederland.

- 2-3. Het is nu nog te vroeg om deze oefening al op te maken. Zoals u aangeeft, loopt het contract nog tot en met 2023. Ik heb bewust gekozen voor een periode van 3 jaren om zo de evolutie van de effecten van het tv-programma goed in kaart te kunnen brengen. We merken al een duidelijk verschil tussen 2021, een jaar met nog veel restricties, en 2022, een jaar met al veel meer vrijheid. Ik hoop dat in 2023 onze sector en het toerisme in en naar Vlaanderen van al te grote externe factoren bespaard mag blijven, zodat we dan een goede analyse kunnen maken van de impact van het tv-programma.

Een exact moment voor de evaluatie is nog niet vastgelegd. Uiteraard zullen we ervoor zorgen dat dit moment zodanig wordt gekozen dat we tijdig zijn in relatie tot de programmatie van de VRT om eventueel in 2024 een voortzetting van het programma al dan niet te maken. Naar alle waarschijnlijkheid zal deze evaluatie dan ook midden 2023 gebeuren.

Het lijkt mij ook evident dat de provinciale toeristische organisaties en toeristische diensten van de kunststeden input kunnen leveren, zowel naar inhoud als naar governance en financiering toe.

Ik wil op dit moment echter nog geen voorafname doen op het resultaat van deze evaluatie-oefening. Het tv-programma 'Vlaanderen Vakantieland' is immers geen doel op zich, maar slechts een middel om de Vlamingen warm te maken voor een vakantie of uitstap in Vlaanderen. Aangezien we hier toch spreken over een aanzienlijke investering van publieke middelen, is het voor mij belangrijk dat we dit doel bereiken op de meest efficiënte manier.