

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 216

van **BRECHT WARNEZ**

datum: 5 januari 2024

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Toerisme Vlaanderen - Klanttevredenheid

Burgers, ondernemingen en overheden verwachten een sterke, toegankelijke en klantgerichte dienstverlening en werking van de Vlaamse overheid. Het is belangrijk te waken over de kwaliteit van dienstverlening, ook bij Toerisme Vlaanderen (TVL).

Een belangrijk instrument daarbij is het voeren van een klanttevredenheidsonderzoek. Dankzij klanttevredenheidsonderzoeken of -metingen verwerft een overheid verbeterinformatie en wordt de band met de klanten versterkt. Bovendien stimuleert dit het klantgericht denken binnen de organisatie. Een klanttevredenheidsonderzoek bevordert de evolutie van een aanbodgestuurde naar een meer vraaggestuurde dienstverlening en werking waarbij burgers, ondernemingen en overheden steeds centraal staan.

Graag alle data in Excel ter beschikking stellen.

1. Wanneer werd de laatste klanttevredenheidsmeting uitgevoerd wat de werking en de dienstverlening van Toerisme Vlaanderen betreft?
2. Om de hoeveel tijd is er een meting van de klanttevredenheid?
3. Gebruikt Toerisme Vlaanderen andere methodes dan een bevraging alleen om klanttevredenheid te meten? Zo ja, welke methodes?
4. Op basis van welke criteria worden de tevredenheidsmetingen gehouden?
 - a) Wat zijn de doelstellingen?
 - b) Hoeveel respondenten werden er bevraagd?
 - c) Hoe zorgt men ervoor dat de steekproef representatief is voor de klant van Toerisme Vlaanderen?
 - d) Is er een minimumresponsgraad?
 - e) Gaat het om een gestratificeerde steekproef, een willekeurige steekproef of wordt er gewerkt via zelfselectie?
 - f) Wordt na een klantencontact standaard een bevraging gedaan?
 - g) Hoe wordt bepaald welke aspecten van de dienstverlening al dan niet bevraagd worden?

- h) Worden de resultaten gestandaardiseerd?
- 5. Verloopt het klanttevredenheidsonderzoek digitaal of fysiek?
- 6. Worden de klanttevredenheidsmetingen volledig uitgevoerd door de eigen diensten van het agentschap of wordt er daartoe ook samengewerkt/uitbesteed met/aan gespecialiseerde adviesbureaus?
 - a) In het laatste geval, hoeveel bedroeg de kostprijs voor die klanttevredenheidsmeting per jaar?
 - b) Vanwaar de keuze voor deze manier van aanpak?
- 7. Wat waren de belangrijkste resultaten van de laatste klanttevredenheidsmeting?
 - a) Wat is de algemene tevredenheid(sscore)?
 - b) Wat zijn de (voornaamste) verbeterpunten?
 - c) Werd er specifiek ook gepeild naar de tevredenheid over digitale dienstverlening?
 - Zo ja, wat waren de resultaten hieromtrent?
 - Zo niet, waarom niet?
 - Zo niet, wordt er overwogen om daar in de toekomst naar te vragen?
- 8. Hoe verhouden zich de resultaten van de laatste klanttevredenheidsmeting ten opzichte van de voorlaatste?
 - a) Wat was de algemene tevredenheid(sscore) van de voorlaatste klanttevredenheidsmeting en wanneer werd die uitgevoerd?
 - b) Is er een positieve of negatieve evolutie?
- 9. Op welke wijze werd gevolg gegeven aan de laatste klanttevredenheidsmeting?
 - a) Hoe zullen de resultaten in de werking van Toerisme Vlaanderen geïmplementeerd worden?
 - b) Heeft de minister daartoe specifieke instructies gegeven?
 - c) Op welke manier volgt de minister de doorvoering van mogelijke verbeterpunten op?
- 10. Communiceert Toerisme Vlaanderen na het klanttevredenheidsonderzoek nog naar de respondent over wat men doet met de resultanten van het onderzoek?
- 11. Is er op korte termijn een nieuwe klanttevredenheidsmeting gepland? Zo ja, wanneer worden de resultaten verwacht?
- 12. Hoe evalueert de minister de laatste klanttevredenheidsmeting van Toerisme Vlaanderen?

ANTWOORD

op vraag nr. 216 van 5 januari 2024

van **BRECHT WARNEZ**

De ruwe data van het onderzoek kunnen omwille van privacywetgeving niet worden vrijgegeven.

1. Toerisme Vlaanderen bevraagt om de 2 jaar de belangrijkste partners waarmee het de afgelopen 2 jaar samenwerkte (o.a. provincies, belangenverenigingen, ...) of waarvoor het de afgelopen 2 jaar werkte (o.a. logies, aanvragers van subsidies, organisaties die vormingen volgen, ...). De klanten zijn nooit rechtstreeks de burgers, dus deze groep wordt bijgevolg niet bevraagd.

Het laatste klantentevredenheidsonderzoek dateert van eind 2022, begin 2023.

Daarnaast organiseren verschillende diensten (permanente) tevredenheidsonderzoeken naar aanleiding van hun dienstverlening (o.a. de logiesdienst), of naar aanleiding van specifiek georganiseerde activiteiten (vb. een vorming, event, ...). Dat zijn dan specifieke tevredenheidsbevragingen.

2. Om de 2 jaar organiseert het agentschap een brede klantentevredenheidsbevraging. Eind 2024 staat de volgende bevraging gepland.
3. In de regel meet Toerisme Vlaanderen de klanttevredenheid via een bevraging. In het kader van specifieke samenwerkingen vormt de evaluatie van de gedane acties ook een stap waarin elementen van klanttevredenheid kunnen worden meegenomen.
4.
 - a) Het meten van de tevredenheid bij externen over de dienstverlening van Toerisme Vlaanderen heeft tot doel het in kaart te brengen wat er goed en minder goed loopt teneinde de dienstverlening te optimaliseren.
 - b) In 2022 werden 9.454 contacten aangeschreven. Daarnaast werd de link naar de tevredenheidsbevraging ook via de sectornieuwsbrief verspreid.

1.193 contacten namen deel aan de bevraging. 757 respondenten hebben de bevraging volledig ingevuld. De resultaten werden geanonimiseerd.
 - c) Door de combinatie van het gericht aanschrijven van contacten en het verspreiden van de bevraging via de nieuwsbrief is de steekproef representatief voor de klant van Toerisme Vlaanderen.
 - d) De steekproef was uiteindelijk groot genoeg om voor elke geleverde dienst respondenten op te leveren, variërende van 13 tot 207 respondenten per dienst. De diensten die slechts door 13 respondenten werden beoordeeld, zijn diensten die door niet zo veel mensen worden gebruikt (zoals het opendataplatform). Het agentschap legt geen minimumresponsgraad per geleverde dienst op.
 - e) Voor de directe bevraging bij 9.454 contacten kunnen we spreken over een gestratificeerde steekproef, aangezien de aanschrijving gebaseerd is op het type dienstverlening waar respondenten aan hebben deelgenomen.

In het geval van de verspreiding via de sectornieuwsbrief gaat het over een willekeurige steekproef doordat er hier geen sturing kan gegeven worden aan het type respondent.

- f) Zoals hiervoor vermeld, wordt dit inderdaad door bepaalde diensten gedaan. Zo stuurt de logiesdienst na een contact met een logiescoach de logiesuitbater standaard een tevredenheidsbevraging op.

Indien Toerisme Vlaanderen vormingen, workshops, e.d. organiseert, wordt ook in de meeste gevallen een tevredenheidsbevraging nagestuurd.

- g) Alle diensten waarbij een duidelijke klantrelatie is, worden standaard bevraagd.

Daar waar Toerisme Vlaanderen samenwerkt voor het opzetten van bepaalde acties (vb. onderzoek) organiseert het agentschap achteraf veelal een evaluatievergadering.

- h) Het agentschap organiseert de brede tevredenheidsbevraging zodanig dat de resultaten in globo vergelijkbaar zijn over de jaren heen. Wanneer evenwel blijkt dat bepaalde vragen niet goed geïnterpreteerd worden, dan worden ze aangepast (wat dan de vergelijking niet meer mogelijk maakt). Het is een beetje een wikken en wegen tussen vergelijkbaarheid en goed opgestelde vragen.

5. Het globale klantentevredenheidsonderzoek verloopt digitaal.

Ook de specifieke tevredenheidsbevragingen verlopen maximaal digitaal.

6. a) Het tevredenheidsonderzoek wordt uitgevoerd door de Hub Kenniscentrum van Toerisme Vlaanderen.
- b) Dit is een behapbaar onderzoek dat de Hub Kenniscentrum makkelijk zelf kan uitvoeren omdat het gaat om een online-onderzoek.
7. a) In dit onderzoek peilt het agentschap enerzijds naar de algemene tevredenheid over de dienstverlening van Toerisme Vlaanderen en het vertrouwen in Toerisme Vlaanderen. Anderzijds wordt gepeild naar de tevredenheid over de specifieke diensten waarvan de klanten gebruik hebben gemaakt.

De algemene tevredenheidsscore is in 2022 8,1/10. Als we een gemiddelde maken van de tevredenheid per dienstverlening, dan ligt dit iets hoger (nl. 8,2/10).

- b) Globaal gesteld is men het minst tevreden over:

- De samenwerking rond promotie van een product of bestemming (via een joint promo, een partnerschap, online promotie, vakbeurs, netwerkevent, perstrip, famtrip...): 7,5/10
- Het invullen van de barometers: 7,5/10
- De dienstverlening van het congresbureau: 7,9/10
- De scores van de andere aangeboden diensten zijn gelijk aan of hoger dan 8/10.

- c) Heel wat dienstverlening verloopt digitaal. Er zijn bijgevolg wel vragen die hierop ingaan:

- Hoe tevreden ben je over het online Uitbatersportaal voor Logies: 8/10
- Hoe tevreden ben je over het online subsidieloket: 8,2/10
- Hoe tevreden ben je over het aanbod van open data: 8,4/10
- Hoe tevreden ben je over invullen van de barometers: 7,5/10

In de open antwoorden van de vragen wordt hier soms op ingegaan. Zo blijkt bijvoorbeeld dat bij het invullen van de barometer de login-procedure vaak niet vlot loopt.

8. a) De algemene tevredenheidsscore in 2020 was 8,2/10.
b) De algemene tevredenheid in 2022 was 8,1/10; en is bijgevolg zo goed als op hetzelfde niveau gebleven (kleine achteruitgang: -0,1).
9. a) De Hub Kenniscentrum bespreekt de resultaten van de tevredenheidsbevraging met de verschillende hubs (diensten). Elke hub integreert dan de verbeterpunten in de eigen concrete werking.
b) Gezien de hoge scores in de tevredenheidsbevraging was er tot nu toe nog geen aanleiding om hieromtrent specifieke instructies te geven.
c) Niet van toepassing.
10. De resultaten van de tevredenheidsbevraging werden gedeeld via de nieuwsbrief van Toerisme Vlaanderen.
11. Zoals hierboven vermeld, wordt er eind 2024 een nieuwe klantentevredenheidsbevraging uitgevoerd.
12. De resultaten van de laatste klantentevredenheidsmeting zijn goed. De algemene tevredenheid over het agentschap scoort een 8,1/10 en het algemeen vertrouwen in Toerisme Vlaanderen behaalt een 8,2/10.