

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 369

van **EMMILY TALPE**

datum: 22 februari 2024

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Jong Keukengeweld - Stopzetting

Meer dan tien jaar lang konden jongeren tussen 18 en 30 jaar op een laagdrempelige manier kennismaken met Vlaamse topchefs via het initiatief Jong Keukengeweld, een initiatief dat bijzonder goed werd gesmaakt en telkens heel wat jongeren kon lokken. Toerisme Vlaanderen besliste vorig jaar het project niet langer financieel te ondersteunen, waardoor het nu ook wordt stopgezet. Vanuit het agentschap wordt opgemerkt dat de doelstelling om de Vlaamse gastronomie meer toegankelijk te maken voor een jong publiek behaald is. Men wil de budgetten nu aanwenden om de horecasector, die kampt met uitdagingen zoals personeelsproblemen en hoge loonlasten, op andere manieren te ondersteunen.

Horeca Vlaanderen gaf al aan nog altijd het belang in te zien van een initiatief als Jong Keukengeweld, en bekijkt daarom samen met een taskforce van chefs en partners om een gelijkaardig concept uit te werken dat zelfbedruipend kan werken zonder overheidssteun.

1. Werd overleg gepleegd met Horeca Vlaanderen over de beslissing om de overheidssteun voor Jong Keukengeweld stop te zetten?
2. Hoe evalueert de minister zelf het initiatief Jong Keukengeweld?
3. Toerisme Vlaanderen wijst naar de steun die het de horecasector wil bieden op het vlak van andere uitdagingen, zoals hoge loonlasten en personeelsproblemen.

Welke concrete projecten zitten daarvoor al in de pijplijn?

4. Zoals regelmatig aan bod komt in deze commissie, blijft de culinaire verhaallijn voor Toerisme Vlaanderen belangrijk om op in te zetten.

Denkt Toerisme Vlaanderen aan andere, misschien kleinere initiatieven waarmee het ook jongeren in dat verhaal wil betrekken?

ANTWOORD

op vraag nr. 369 van 22 februari 2024

van **EMMILY TALPE**

1. Ik geef graag wat meer duiding over de totstandkoming van deze beslissing.

De financiële ondersteuning voor de activiteiten van Jong Keukengeweld was vastgelegd in een meerjarige samenwerkingsovereenkomst (2020-2023) tussen Horeca Vlaanderen en Toerisme Vlaanderen. De overeenkomst liep dus eind 2023 af. Alle verplichtingen van Toerisme Vlaanderen in het kader van de samenwerkingsovereenkomst, met inbegrip van de financiële ondersteuning voor Jong Keukengeweld, worden volledig gehonoreerd. Er is dus absoluut geen sprake van een voortijdige of abrupte stopzetting van de steun.

In deze periode kenden we de COVID-19 pandemie, waardoor een aantal edities van Jong Keukengeweld niet konden doorgaan. Toerisme Vlaanderen ontwikkelde terzelfdertijd ook zijn nieuwe strategie 'Reizen naar Morgen'. Daardoor bleek er nood te zijn om bepaalde doelstellingen bij te sturen en een vernieuwd concept te ontwikkelen voor het initiatief 'Jong Keukengeweld 2.0'.

Reeds in 2021 heeft Horeca Vlaanderen daarom een kwalitatief onderzoek laten uitvoeren om het concept te evalueren vanuit de sector en een rebranding oefening om de toekomst van Jong Keukengeweld te bepalen.

Vervolgens is in 2022 op basis daarvan bepaald dat Horeca Vlaanderen de jongerenacties in 2022 en 2023 verder uitvoert zoals beschreven in de samenwerkingsovereenkomst, maar ook dat Horeca Vlaanderen en Toerisme Vlaanderen de toekomst van Jong Keukengeweld nader bepalen.

Uiteindelijk is na regelmatig overleg en een aantal strategische oefeningen in het voorjaar van 2023 beslist dat:

- de samenwerking rond Jong Keukengeweld niet wordt voortgezet in de nieuwe meerjarige samenwerkingsovereenkomst;
- dat Horeca Vlaanderen het initiatief kan overnemen en het in eigen beheer kan organiseren, en;
- dat er in de samenwerkingsovereenkomst voor 2024 wordt ingezet op een nieuw initiatief met andere doelstellingen gebaseerd op de trends en noden van de horecasector van vandaag.

2. In 2011 werd Jong Keukengeweld in het leven geroepen om de Vlaamse gastronomie een hipper imago aan te meten en toegankelijker te maken voor een jonger publiek. Na 13 edities van deze inmiddels zeer populaire campagne kunnen we concluderen dat de initiële doelstellingen ruimschoots werden behaald:

- Jong Keukengeweld is een platform geworden waarmee we visibiliteit hebben gecreëerd voor jonge chefs, en de reputatie van Vlaanderen als culinaire bestemming met veel jonge getalenteerde chefs hebben versterkt.
- Daarnaast hebben we ervoor gezorgd dat jonge mensen op een laagdrempelige manier in aanraking konden komen met de Vlaamse gastronomie. Die jonge mensen zijn gaan houden van lekker eten en drinken en zijn meer geïnteresseerd in lokale producten en smaken. Inmiddels zijn zij de klanten geworden van de gastronomische restaurants van vandaag.

Ik merk trouwens dat er de laatste jaren meer en meer gelijkaardige (private) initiatieven ontstaan zijn, zoals Restaurantweek, Dining with the stars, ... Deze initiatieven (mede gebaseerd op het 'Jong Keukengeweld'-concept) tonen aan dat dergelijke campagne op zichzelf kan bestaan, zonder overheidssteun.

Bovendien is Jong Keukengeweld geen startup meer, maar een matuur project. Na de jarenlange samenwerking ligt de basis voor de organisatie van de campagne volledig klaar, zowel inhoudelijk als qua materiaal. De merknaam Jong Keukengeweld is weliswaar eigendom van Toerisme Vlaanderen, maar mag via een kosteloze licentie worden gebruikt. Ook het IT-platform is volledig ontwikkeld en kan kosteloos gebruikt worden. Daarmee is deze campagne mijn inziens rijp om door een partner, zoals Horeca Vlaanderen, in eigen beheer over te worden genomen.

3. Voor de genoemde uitdagingen, zoals de personeelsproblematiek in de horeca, is er niet een enkele oplossing. Integendeel, hiervoor is samenwerking essentieel tussen diverse partijen zoals de Vlaamse overheidsdiensten, horecaondernemers, sectororganisaties en onderwijsinstellingen voor een geïntegreerde en transversale aanpak.

Toerisme Vlaanderen streeft ernaar, via de samenwerking met Horeca Vlaanderen, om een constructieve bijdrage te leveren aan mogelijke oplossingen om de horecasector te ondersteunen en daarmee de kwaliteit en gastvrijheid van de bezoekersbeleving te verhogen.

Binnen de nieuwe samenwerkingsovereenkomst met Horeca Vlaanderen willen we horecaondernemers ondersteunen en inspireren op gebied van duurzaam en succesvol ondernemerschap. De sector zelf geeft ook aan nood te hebben aan opleiding en inspiratie voor succesvol ondernemerschap. De focus ligt op het integreren van een duurzaam personeelsbeleid bij horecawerkgevers. Met een nieuw project bieden we een selectie ondernemers ondersteuning via een begeleidingstraject om een duurzamer personeelsbeleid in te voeren en bieden we inspiratie aan een brede groep van horecaondernemers om aan de slag te gaan met een duurzamer personeelsbeleid.

4. Binnen onze culinaire strategie benaderen we onze doelgroep in de brede zin. Dit houdt in dat jongeren deel uitmaken van onze doelgroep, maar we bewerken dit segment niet met aparte, specifieke acties. Binnen onze initiatieven wordt er wel continu rekening gehouden met jongeren, o.a. door:
 - De reissector inspiratie te bieden over het aanbod voor jongeren binnen het culinaire thema;
 - De relanceprojecten te verplichten om aanbod te ontwikkelen dat ook geschikt is voor jongeren;
 - De vakantiemakers in Vlaanderen te stimuleren om hun aanbod aantrekkelijker te maken voor jongeren;
 - Binnen het GOESTING-ambassadeurscollectief jonge ondernemers in de kijker te zetten tijdens internationale promotie-acties, en hen ook inspiratie en bredere kennisuitwisseling te bieden.