geert bourgeois

viceminister-president van de vlaamse regering

vlaams minister van bestuurszaken, binnenlands bestuur, inburgering, toerisme en de vlaamse rand

antwoord

op vraag nr. 608 van 3

van johan verstreken

1. De berekening van het aantal overnachtingen in het commercieel logies tijdens het voorbije decennium is een complex fenomeen. Het is in elk geval zo dat de kust de gevolgen ondervindt van de algemene trend naar meer, maar kortere vakanties. Mensen nemen nu vaker vakantie, in de vorm van short breaks, maar meestal korten ze de hoofdvakantie in. De ‘maand aan zee’ is al jaren op haar retour. De kust voelt deze trend heel hard omdat zij in het verleden een lange gemiddelde verblijfsduur kende. Het aantal mensen dat in een commercieel logies vakantie neemt aan zee (aankomsten), blijft wel stabiel, maar ze blijven gemiddeld genomen dus minder lang.

Ook een evolutie naar meer tweede verblijven is een duidelijke trend aan de Vlaamse kust. Een deel van de overnachtingen in hotels en huurappartementen gebeuren nu in een ‘eigen’ appartement of van familie of vrienden (‘niet-commerciële vakanties’). Deze evolutie naar tweede verblijftoerisme manifesteert zich ook in het aanbod. Hotels aan de kust zijn hoofdzakelijk kleinschalige familiale bedrijven. Hoteliers die geen opvolging hebben verkopen hun hotel aan een projectontwikkelaar, wat meestal meer oplevert dan een overname, waardoor een commercieel logies wijzigt in appartementen. In de campingsector speelt een vergelijkbaar fenomeen. Op het klassieke toerisme werken, is eigenlijk economisch minder interessant voor de uitbater dan om jaarplaatsen te verhuren. Men is dan zeker van zijn inkomsten met beperkte inspanningen. Ook in deze sector zijn dus veel tweede verblijven.

De kust ondervindt ook de gevolgen van de concurrentie. Een bedreiging zijn bijvoorbeeld de zon zekere, steeds goedkoper wordende all-in vakanties in het zuiden en de goedkope vluchten van lage kostenmaatschappijen.

1. De overnachtings- en aankomsten cijfers 2011 zijn gedetailleerd terug te vinden in de publicatie “Toerisme in Cijfers XL” af te laden van de website van Toerisme Vlaanderen: http://www.toerismevlaanderen.be/toerisme-cijfers-2011-xl.
2. De Vlaamse overheid heeft de voorbije jaren samen met talrijke lokale overheden en partners grote inspanningen gedaan om de kust aantrekkelijker te maken als vakantiebestemming. Met het Kustactieplan en het Impulsprogramma Vlaamse Kust heeft de Vlaamse overheid sinds 1997 al meer dan 40 miljoen euro geïnvesteerd in projecten die het kusttoerisme ondersteunen. Het betreft investeringen in het openbaar domein, strandfaciliteiten, attracties, evenementen, marketing, kwaliteitsverbetering, veiligheid en informatieverstrekking, studies, het toegankelijker maken van de bestemming enz. Door andere overheden en organisaties is nog veel meer in de kust geïnvesteerd.

Het Strategisch Beleidsplan voor het toerisme aan de Kust 2009-2014 legt de beleidsstrategie vast voor het toerisme aan de kust. Streven naar een dynamisch kusttoerisme voor een breed publiek is de baseline van de strategie. Het is zaak de inspanningen verder te zetten, met nadruk op het handhaven en verbeteren van de kwaliteit van het globale toeristisch product aan de kust en het verbeteren van de seizoen verbreding, o.a. met evenementen, beleving en indoorattracties zodat een vakantie aan de kust ook de moeite loont buiten de zomermaanden.

Uit het onderzoek van 2011 naar het profiel van de vakantieganger aan de kust blijkt dat de Vlaamse kust een stabiel en trouw publiek heeft. 87% van de respondenten heeft geen andere bestemming overwogen. 82% van de respondenten was de voorbije drie jaar nog met vakantie aan de kust geweest. Het komt er op aan dit trouwe publiek tevreden te houden, in de eerste plaats door te werken op de kwaliteit.

Om het verlies aan commerciële overnachtingen te compenseren, is een stijging van de aankomsten nodig, want de toeristen verblijven minder lang. De kust moet meer toeristen aantrekken, maar bovenal proberen om die toeristen aan te trekken in de schoudermaanden naast het seizoen of zelfs buiten het seizoen. Dat zal de rendabiliteit van logiessector, attracties, horeca, enz. ondersteunen. Tijdens het seizoen loopt de kust vrij goed vol, zeker als het weer meezit, maar buiten het seizoen is het er te vaak doods. Het kusttoerisme is sterk seizoensgebonden, dat is een van de problemen.

De kust heeft voldoende attracties, maar op Plopsaland na, zo goed als geen attracties waarvoor een toerist speciaal naar de kust zou komen. Om nieuwe vakantiegangers aan te trekken buiten de klassieke zomermaanden is het interessant om kwaliteitsvolle indoorattracties te hebben die voor een zekere uitstraling zorgen. Kwaliteitsvolle evenementen, en dan vooral ook buiten het seizoen, kunnen de kust eveneens aantrekkelijker maken voor een korte vakantie buiten het seizoen.

Het verlies aan overnachtingen is echter slechts één aspect van het kusttoerisme. Er zijn ook de miljoenen dagjesmensen die elk jaar naar de kust komen en het groeiende aantal mensen dat regelmatig naar zijn tweede verblijf aan de kust komt. Deze vormen van toerisme hebben een belangrijk aandeel in de economische impact van het kusttoerisme. Uit onderzoek blijkt dat de directe bestedingen van het tweede verblijftoerisme bijna even groot als die via het commerciële logies. Aandacht voor kwaliteit en seizoen verbreding komen ook deze vormen van kusttoerisme ten goede.