geert bourgeois

viceminister-president van de vlaamse regering

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

antwoord

op vraag nr. 749 van 26

van veli yüksel

Voor alle duidelijkheid wil ik stellen, dat de notie “centrumsteden” een bestuurlijk begrip is en geen toeristisch concept. De toeristische aantrekkingskracht van de centrumsteden verschilt onderling sterk. Brussel, Antwerpen, Brugge, Gent, Leuven en Mechelen kunnen toeristen uit de hele wereld bekoren. Maar dat geldt niet, of minder uitgesproken, voor de andere centrumsteden Voor hen is het binnenlands toerisme belangrijker, opnieuw verschillend per stad.

Een vergelijking tussen de cijfers van het aantal overnachtingen in de kunststeden en Brussel met de Vlaamse regio’s of de kust maakt die verhoudingen duidelijk. De kunststeden en Brussel waren in 2012 goed voor bijna 11 miljoen overnachtingen (37% van alle overnachtingen in Vlaanderen) waarvan 8,5 miljoen door buitenlandse toeristen. Alle Vlaamse regio’s samen, mochten vorig jaar 9,2 miljoen overnachtingen boeken (32% van alle overnachtingen in Vlaanderen), waarvan 4,1 miljoen uit het buitenland (voornamelijk de buurlanden). De kust is met 9 miljoen overnachtingen goed voor 31%. De centrumsteden hebben een beperkt aandeel in de cijfers van de regio’s of de Kust. Hasselt en omgeving boekten vorig jaar bijvoorbeeld 185.000 overnachtingen. De Limburgse Kempen 3 miljoen. De kuststad Oostende is dan weer goed voor 850.000 overnachtingen of bijna 10% van het totaal aan de Kust. Het toerisme is dus lang niet in alle centrumsteden even belangrijk. De steun en de promotionele initiatieven van Toerisme Vlaanderen kunnen sterk verschillen van stad tot stad.

In het kader van de interne staatshervorming zijn op het vlak van toerisme afspraken gemaakt over een nieuwe taakverdeling tussen het Vlaamse en het provinciale niveau. De provinciale toeristische diensten (PTO’s) gaan zich toeleggen op de binnenlandse promotie en Toerisme Vlaanderen op de buitenlandpromotie. Toerisme Vlaanderen heeft sinds 2011 haar inspanningen op de binnenlandpromotie teruggeschroefd, wat er op neerkomt dat de centrumsteden gaandeweg meer genieten van de promotionele initiatieven van de PTO’s en minder van de internationale promotie van Toerisme Vlaanderen.

De initiatieven die Toerisme Vlaanderen neemt om het toerisme te promoten zijn zelden bestemd om één specifieke stad te promoten. De inspanningen zijn bijvoorbeeld gericht op de promotie van een van de drie macrobestemmingen: de kust, de kunststeden en Brussel of de Vlaamse regio’s. De promotie gaat inhoudelijk vaak over een van de vier productlijnen (1) fiets- en wielercultuur, (2) rijke eet-, drink- en tafelcultuur, (3) erfgoed en kunst (4) mode. De promotionele inspanningen kunnen dus niet altijd verbonden worden aan een specifieke (centrum)stad. Toerisme Vlaanderen heeft een geïntegreerde strategie ontwikkeld waarin de inspanningen voor bestemmingsontwikkeling, ondersteuning en professionalisering van de sector, buitenlandpromotie, sociaal toerisme enz. op elkaar zijn afgestemd en elkaar versterken. Meer informatie kunt u vinden in de internationale marketingstrategie op de site van Toerisme Vlaanderen: <http://www.toerismevlaanderen.be/internationale-marketingstrategie>

Toerisme Vlaanderen geeft geen financiële steun aan de centrumsteden enkel om de toeristische promotie te ondersteunen.

Door middel van de impulsprogramma’s geeft Toerisme Vlaanderen wel financiële steun bij de ontwikkeling van toeristische projecten. In mijn antwoord op volgende schriftelijke vragen vindt u een overzicht van de toeristische projecten die financiële steun ontvingen tijdens de regeerperiode:

* voor wat betreft Limburg: schriftelijke vraag nr. 370 van 6 maart 2013 (<http://www.vlaamsparlement.be/Proteus5/showSchriftelijkeVraag.action?id=869368>);
* voor wat betreft West-Vlaanderen: schriftelijke vraag nr. 369 van 6 maart 2013 (<http://www.vlaamsparlement.be/Proteus5/showSchriftelijkeVraag.action?id=869378>);
* voor wat betreft Antwerpen: schriftelijke vraag nr. 367 van 6 maart 2013 (<http://www.vlaamsparlement.be/Proteus5/showSchriftelijkeVraag.action?id=869398>);
* voor wat betreft Vlaams-Brabant: schriftelijke vraag nr. 371 van 6 maart 2013 (<http://www.vlaamsparlement.be/Proteus5/showSchriftelijkeVraag.action?id=869358>);
* voor wat betreft Oost-Vlaanderen: schriftelijke vraag nr. 368 van 6 maart 2013 (<http://www.vlaamsparlement.be/Proteus5/showSchriftelijkeVraag.action?id=869388>).

Door rechtstreekse investeringen geeft Toerisme Vlaanderen een stevige financiële impuls aan de bouw of renovatie van jeugdherbergen in Antwerpen, Brugge, Oostende, Kortrijk, Hasselt en Brussel.

Zonder hierover een exacte data bij te houden biedt Toerisme Vlaanderen logistieke en andere ondersteuning aan de toeristische sector waar ook de centrumsteden gebruik van kunnen maken. Zonder volledigheid na te streven, denk ik hierbij aan:

* De nieuwe toeristische borden die in 2014 langs de snelwegen geplaatst worden ter vervanging van de huidige bruine borden zijn een vorm van promotionele ondersteuning waar alle centrumsteden van genieten.
* Bezoekers van het infokantoor aan de Grasmarkt kunnen informatie (mondeling en brochures) over de centrumsteden krijgen.
* Toerisme Vlaanderen organiseert de jaarlijkse distributie van een aantal brochures naar de toeristische diensten, zoals de brochure 365 van de vzw Attracties en de brochure voor de Openmonumentendag. Tot 2011 was dat ook het geval met de Vlaanderen Vakantieland-brochure.
* Omgekeerd verstuurt Toerisme Vlaanderen relevante toeristische brochures van de centrumsteden naar de buitenlandkantoren. Voor de kunststeden gebeurt dit uiteraard vaker dan voor andere centrumsteden.
* De centrumsteden kunnen op de stand van Toerisme Vlaanderen deelnemen aan internationale beurzen. Als bijlage gaat een overzicht van de centrumsteden (de kunststeden uitgezonderd) die hiervan gebruik maken.
* Toerisme Vlaanderen verstrekt inhoudelijke ondersteuning en een subsidie van 12.000 euro aan steden en toeristische regio’s die een strategisch beleidsplan voor hun toerisme opstellen. Deze regeerperiode hebben Aalst, Brugge, Kortrijk, Mechelen en Leuven daarvan gebruik gemaakt.
* Ook voor advies over toeristische projectontwikkeling kunnen toeristische organisaties bij Toerisme Vlaanderen aankloppen. Dat gebeurt momenteel bijvoorbeeld voor Leuven (Abdij van het Park) en Antwerpen (Diamantbelevingscentrum).
* Daarnaast levert de kennisdienst van Toerisme Vlaanderen heel wat toeristische cijfers, marktanalyses en onderzoeksresultaten waar de centrumsteden mee aan de slag kunnen om hun toerismebeleid en promotie vorm te geven. In de kunststeden, Brussel en de vijf provincies werden dit jaar bijvoorbeeld presentaties gegeven over de resultaten van het vijfjaarlijks profielonderzoek van de toerist in Vlaanderen.

Toerisme Vlaanderen voert weinig initiatieven uit zonder de medewerking van de stadsbesturen. Bij de organisatie van persreizen (in 2012 waren dat er 300) kan zij rekenen op de medewerking van de toeristische dienst van de steden die de journalisten aandoen. Omwille van hun groot belang voor het internationale toerisme ligt het zwaartepunt van de internationale promotionele inspanningen ook bij de kunststeden en Brussel. De overige centrumsteden komen zijdelings aan bod. Zij worden vermeld op de consumentensite en in nieuwsbrieven met relevante activiteiten of evenementen en als er nieuws is. Als een journalist of touroperator aangeeft een van deze steden te willen bezoeken, wordt daar op ingegaan. (Toerisme Vlaanderen organiseerde in 2012 zo’n 35 tradereizen voor zo’n 570 reisprofessionals en liet een honderdtal contacten uit de meetingindustrie kennismaken met Vlaanderen tijdens een tiental fam-trips). Soms nemen toeristische diensten of ondernemers deel aan beurzen op de stand van Toerisme Vlaanderen.

Tot 2011 maakte Toerisme Vlaanderen in het kader van de binnenlandmarketing en door middel van de Vlaanderen Vakantieland-campagne promotie voor alle logies (dus ook dat in de centrumsteden) over heel Vlaanderen. De centrumsteden zijn soms opgenomen in de thematische campagnes.

Ter promotie van het meeting- en congrestoerisme werkt Toerisme Vlaanderen samen met de lokale congresbureaus in Vlaanderen. Met Brussel, Antwerpen, Gent en Brugge is het overleg en de samenwerking intensiever omdat zij voor het congrestoerisme een grotere potentie hebben als aantrekkelijke bestemming. Samen met Toerisme Vlaanderen nemen de congresbureaus van deze steden het vaakst deel aan internationale beurzen voor de meeting industrie. Maar ook de congresbureaus van Leuven en Mechelen, en van andere centrumsteden zoals Oostende en Kortrijk werken samen met Toerisme Vlaanderen voor onder meer site inspections en werkbezoeken.

bijlage

Deelname internationale beurzen