

Vragen en Antwoorden

[Bart De Schutter \(LNE\)](#) verwijst naar de uiteenzetting van Griet Geudens (Toerisme Vlaanderen) over het gebruik van ecolabels voor toerisme, zoals bijvoorbeeld de groene sleutel en de bloem (het Europese ecolabel). In die uiteenzetting werd gesteld dat het Europese label in Vlaanderen niet zou gebruikt worden en dat er nu nog maar een 10-tal zijn toegekend. Hij wil dat nuanceren. Er zijn er al een 60-tal toegekend voor accommodaties en een 10-tal ecolabels voor campings. Waarom werd niet gekozen voor het gebruik van het Europese ecolabel binnen Toerisme Vlaanderen?

[Griet Geudens \(Toerisme Vlaanderen\)](#) antwoordt dat de keuze tussen beide labels vooraf zeer grondig besproken werd. Het was voor Toerisme Vlaanderen vlg duidelijk dat voor een internationaal label zou gekozen worden. De eerste voorkeur ging naar de Europese margriet of bloem. Door een onafhankelijk bureau werden twee labels bestudeerd en vergeleken. Op vlak van criteria komen de twee labels sterk overeen, zodat het ene niet strenger is dan het andere. Er waren drie argumenten om voor de Groene Sleutel te kiezen:

- 1) De administratieve last is een minpunt voor de Europese bloem. De betrokken sector (vooral KMO's) is immers niet zo vertrouwd met administratie. Het moest dus een ecolabel zijn dat minder administratieve lasten met zich zou meebrengen.
- 2) De kostprijs van het ecolabel was ook een belangrijk argument. Het label mocht ook niet te duur zijn., de gebruikers (bijvoorbeeld uitbaters van horecazaken) moeten betalen om het te mogen gebruiken en het kenbaar te maken. Het Europese ecolabel is duurder dan de Groene Sleutel
- 3) In Nederland, de belangrijkste markt vóór Vlaanderen, schakelt de milieubarometer vanaf januari 2007 om naar de groene sleutel. Omwille van het belang van de Nederlandse toerist voor Vlaanderen, is het een pluspunt als Vlaanderen en Nederland een identiek ecolabel hanteren.

[Michel Vandendriessche \(Vakantiegenoegens\)](#) stelt dat de definitie van duurzaam toerisme niet mag beperkt worden tot het milieuaspect maar dat ook het sociale en het economische aspect aan bod moeten komen. Bij het sociale aspect horen de participatiekansen van mensen om recreatief en toeristisch actief te zijn en de positie van de werknemers in de sector. Toerisme is in Vlaanderen een van de grootste sectoren, groter dan de bancaire sector en groter dan de scheikundesector. Misschien is dit voor de Minaraad niet zo belangrijk, maar het is toch een belangrijke bedenking. Bij geen enkele spreker is de terminologie recreatief medegebruik gevallen. In Vlaanderen kan recreatief medegebruik een oplossing bieden in het ruimtelijke en ecologische spanningsveld waar de recreant opduikt. Dat aspect wordt best meegenomen in de verdere bedenkingen.

In de uiteenzetting van Griet Geudens werd minder beklemtoond dat Toerisme Vlaanderen instaat voor het vergunningsbeleid en vergunningen aflevert voor hotels en campings. De vraag is hoe duurzame ontwikkeling daarin op termijn een dwingend effect kan krijgen en hoe er nieuwe vormen van vergunningen kunnen ontstaan. In de kampeersector kan bijvoorbeeld verwezen worden naar het ontstaan van 'mini campings' (kleinschaliger dan de gekende initiatieven).

Tijdens de uiteenzetting werd duidelijk dat de verzaaiing van het kusttoerisme enkel kan opgevangen worden door meer initiatieven te nemen in 'groen Vlaanderen' of in het stedelijke milieu. Groen Vlaanderen heeft nu ongeveer 1/3 van de overnachtingen; een spreiding van de vakanties in het nabije Vlaanderen is wellicht nodig. Bij wijze van voorbeeld: de kathedraal van Laon in het Noorden van Frankrijk wordt weinig bezocht, terwijl men in Toledo in de rij staat om een gelijkaardige kathedraal te bezoeken. Mits een

spreiding zouden beide kathedralen en steden bezocht worden. Dat is in Vlaanderen voor heel wat regio's toepasbaar.

De factor transport mag niet onderschat worden. De aantrekkelijkheid van een plaats heeft vaak te maken met transport. Lagekostmaatschappijen brengen ons nu naar plaatsen waaraan we vroeger nooit zouden gedacht hebben. Dit gebeurt in functie van de prijs van het vliegtuigticket en niet op basis van logies of toeristische attracties.

Het bezitten van een tweede woonst (vakantiewoning) is ook in Vlaanderen een stijgende trend. Thans zouden ca. 80.000 appartementen aan de kust als tweede woonst gebruikt worden. Sedertdien is het elk weekend druk op de autoweg naar en van de kust. Wij moeten ook sterk kunnen inwerken op het gedrag van de consument. Dat kan een langetermijninitiatief zijn. We moeten de consument op lange termijn bewust maken van duurzaamheid, net zoals bij de 'schone kleren'-campagne of het sex-toerisme. De consument zal uit zichzelf niet veranderen.

[Gerard Bartels \(RMNO\)](#) stelt dat het inderdaad belangrijk is om de consument te betrekken. De markt bestaat uit vragers en aanbieders die met elkaar interageren. Beïnvloeding van beide partijen is noodzakelijk. Enkel dan kan er een mentaliteitswijziging ontstaan.

[Griet Geudens](#) stelt dat Toerisme Vlaanderen in het hoogseizoen geen actieve promotie voert voor de kust als korte vakantiebestemming. Aangezien het kustproduct zeer weergevoelig is en bij goed weer zichzelf verkoopt, promoot de marketingafdeling van Toerisme Vlaanderen de Vlaamse kust vnl in de dalperiodes, wanneer de sector het meeste stimulans kan gebruiken.

Transport staat op de agenda vanaf oktober '06. Toerisme Vlaanderen neemt deel aan het EU-project 'STREAM'. Dit project richt zich op de vaststelling dat bijna alle attractieparkbezoekers met de auto komen, zoals de cijfers van Jeroen Bryon aantoonde. De impact van mobiliteit wordt groter en moet dringend aangepakt worden. In het EU-project werden een aantal vragen geformuleerd, specifiek om de bereikbaarheid van een aantal attractieparken te bestuderen en alternatieven te formuleren. Als men veel toeristen wil ontvangen dan moet gelobbyd worden bij andere instanties om het transport te organiseren. Bij Plopsaland is dit bijvoorbeeld geslaagd door de kusttram door te trekken.

Inzake vergunningen speelt Toerisme Vlaanderen een regelgevende rol. Toerisme Vlaanderen heeft zich al afgevraagd welke criteria inzake duurzaamheid eventueel opgenomen kunnen worden bij de vergunningsverlening. In dit stadium is dit echter nog een stapje te ver en moeilijk te concretiseren. Daarom wordt nu meer de focus gelegd op stimulerende effecten (bijvoorbeeld integreren in subsidies, zoals in het recente premiebesluit van de kampeerwetgeving). Maar omdat vergunningen thans nog beperkt zijn tot basiselementen is het nog te vroeg om hier duurzame criteria in te lassen. Misschien zou dit een omgekeerd effect tot gevolg hebben.

[Rudy Van Eisendeyk \(KMDA\)](#) is verheugd dat Toerisme Vlaanderen het probleem erkent van de bereikbaarheid van toeristische attracties met het openbaar vervoer. Het probleem is door de sector al herhaald aangekaart, ook bij federaal georganiseerde diensten zoals de NMBS. Men stelt echter een grote terughoudendheid vast. Iedereen is voorstander van een goede bereikbaarheid van de attracties, men wil het ook realiseren, maar enkel als de attractie daar zelf voor betaalt. Een probleem dus. Indien de overheid de coördinatie op zich neemt, ten voordele van de sector, dan zou de bereikbaarheid van De Lijn of de NMBS wellicht groter worden.

[Luc Goeteyn \(Minaraad\)](#) gaat in op de milieudimensie. Hij grijpt terug naar integratie. In de uiteenzetting van Griet Geudens gaat het over integratie binnen de sector, maar er moet ook aandacht zijn voor integratie over de grenzen van sectoren heen. Dit gaat over

het in kaart brengen van de milieudruk en over prioriteit verlenen aan beleidsmaatregelen. Aan de hand van twee voorbeelden illustreert hij zijn visie.

Voorbeeld 1: Transport is een belangrijk aandachtspunt in de toeristische sector, maar in het perspectief van de gehele transportsector is het niet meteen duidelijk waar beleidsmatig gezien het meeste winst kan gemaakt worden en waar het meeste effect kan gehaald worden. Het gaat bijvoorbeeld over de keuze tussen de bezettingsgraad naar toeristische bestemmingen in vergelijking met de bezettingsgraad in het woonwerkverkeer. Het is dus belangrijk de transportsector als één geheel te bekijken, over de grenzen van sectoren heen.

Voorbeeld 2: In de presentatie van Jeroen Bryon werd verwezen naar een maatschappelijk fenomeen waarbij jongeren langer thuis blijven wonen, waardoor zij een grotere financiële draagkracht creëren en meer kunnen spenderen aan toerisme. Maar is dit vanuit milieuoogpunt per saldo een negatieve evolutie? Een van de drijvende krachten in de stijgende milieudruk van de laatste decennia is de gezinsverdunding. Het is duidelijk dat de parameters van milieudruk per hoofd van de bevolking zeer sterk afhangen van de gezinsgrootte: ruimte-inname, afvalproductie, energie- en watergebruik. Per saldo zou deze maatschappelijke evolutie op milieuvlak een vooruitgang kunnen zijn. Die overweging zou kunnen meegenomen worden in een kennisagenda en in tweede instantie in het afleiden van efficiënte beleidsmaatregelen.

[Griet Geudens](#) antwoordt dat Toerisme Vlaanderen de laatste jaren heeft geleerd dat men zich ook meer op andere beleidsterreinen moet begeven. Nu doet Toerisme Vlaanderen een inhaalbeweging om zich meer te laten betrekken bij ruimtelijke ordening, mobiliteit, milieu en natuur. Daarom is Toerisme Vlaanderen zeer positief over een initiatief als dit van vandaag. Toerisme was te lang werkzaam op het eigen terrein.

[Bart Slabbinck \(Natuurpunt\)](#) vindt dat schitterend werk geleverd wordt vanuit de sector zelf, maar dat ook andere sectoren moeten meewerken. Hij denkt daarbij aan transport en recreatief medegebruik. Vanuit een andere sector kunnen ook initiatieven genomen worden. Zo heeft Natuurpunt een instrument ontwikkeld voor recreatief medegebruik/zonering in natuurgebieden. Bovendien is zo'n verbrede discussie niet alleen opportuun voor behoud van toeristische aantrekkelijkheid, maar ook omdat bijvoorbeeld de nood aan meer groen om te recreëren een pleidooi kan zijn voor meer natuur. Dat is een grote uitdaging waarbij de toeristische sector stimulansen kan geven aan andere sectoren (en vice versa). Het gaat daarbij ook over verantwoordelijkheid opnemen. Bijvoorbeeld tweede verblijven aan de kust kunnen grote druk opleveren op het vlak van leefbaarheid of verdringing van de eigen bewoners. Dat is ook een grote uitdaging. De Minaraad moet in zijn toekomstig werk ook andere beleidsdomeinen betrekken.

[Mia Lammens \(Toerisme Vlaanderen\)](#) zegt dat 'nood aan groen' voor recreatie, recent ter sprake kwam in de studie 'Ruimte voor toerisme en recreatie in Vlaanderen'. In die studie werd bekeken of het beschikbare groen volstaat voor toerisme en recreatie of dat er nood is aan meer. De resultaten van deze studie zijn nog niet afgerond.

De tweede verblijven worden in de studie wel vermeld, maar niet expliciet behandeld. Vandaag komen de campings en de hotels aan de kust onder druk te staan van de tweede verblijven. Anderzijds vermoeden we dat het belang van tweede verblijven in de rest van Vlaanderen afneemt. Momenteel hebben we geen zicht op de evolutie van het aanbod en de overnachtingen in de tweede verblijven. Er wordt overwogen om aan de studie een luik te koppelen dat specifiek over die tweede verblijven gaat.

[Michel Vandendriessche \(Vakantiegenoegens\)](#) wenst Gerard Bartels te troosten. Hij is onder de indruk van de uitspraak van Gerard Bartels dat het in Vlaanderen blijkbaar zo goed gaat. Hij wijst er evenwel op dat de meerderheid van de personeelsleden van Toerisme

Vlaanderen aan promotieopdrachten werkt om Vlaanderen te verkopen. Er zijn gelukkig beleidsopties om meer aandacht te besteden aan duurzaam toerisme. Op dat vlak moet er echter nog veel werk verzet worden. Bij Toerisme Vlaanderen wordt, ondanks een lage bezetting, goed werk geleverd. [Gerard Bartels](#) antwoordt dat zelfs promotiewerk in Nederland vrij schamel is. Hij verwijst naar Leiden, een museumstad met de meeste musea per hoofd van de bevolking in Nederland. Momenteel wordt daar 400 jaar Rembrandt gevierd. Eindelijk werd er voldoende aandacht aan besteed. Men ziet onmiddellijk dat dit een impuls geeft aan de stad. Op promotioneel vlak kan Nederland nog een en ander leren van o.a. Vlaanderen.

[Griet Geudens](#) heeft veel contact met Nederlandse collega's en zij merkt dat er vaker losse initiatieven genomen worden, zonder vaste structuren. De impact van de Vlaamse initiatieven is groter dan de losstaande initiatieven in Nederland.

[Alex Verhoeven \(VVSG\)](#) verwijst naar de nota inzake toerisme die gemaakt werd voor de lokale besturen. Hij vraagt wat de algemene indruk is over duurzame ontwikkeling van toerisme? Is men daar gevoelig voor of is dit nog onontgonnen terrein?

[Griet Geudens](#) stelt dat het nog vrij onontgonnen terrein is. De nota over het woordgebruik is de eerste actie naar die deelsector. De nota over de beleidsinstrumenten is de tweede en in het voorjaar is een vormingsdag gepland. Het is dus een deelsector die nog moet bewerkt worden. Toerisme Vlaanderen stimuleert de ontwikkeling van een strategisch plan voor de verschillende regio's en steden. Er werd een methodologie ontwikkeld om een strategische planning te maken en er worden subsidies voorzien voor de tot stand koming. Planning op zich ligt aan de basis van een succesvolle duurzame toeristische ontwikkeling. Bij de ontwikkeling van beleidsconcepten moet rekening gehouden worden met de basisprincipes van duurzame ontwikkeling.

Op het vlak van promotie, één van de belangrijkste taken van VVV's en diensten voor toerisme, moet er eerst een aanbod zijn. Door dat samen te willen nemen is dat even uitgesteld, maar vanaf volgend jaar zal die deelsector er wel meer over vernemen.

[Alex Verhoeven](#) gaat in op de aangekondigde vormingsdag voor de doelgroep lokale ambtenaren in het voorjaar 2007. Op lokaal vlak zal men nog niet overal tot het besef gekomen zijn van het belang van duurzaamheid of zullen degenen die met duurzaamheid bezig zijn nog niet altijd de reflex gemaakt hebben dat iets kan gebeuren rond toerisme en duurzaamheid. 70 à 80 gemeenten hebben een duurzaamheidsambtenaar in dienst; die doelgroep kan misschien ook nog iets betekenen.

[Griet Geudens](#) vindt het opmerkelijk dat heel wat goede voorbeelden van duurzaam toerisme op lokaal vlak meestal vanuit de hoek van milieu komen. Provinciale milieudiensten liggen bijvoorbeeld vaak aan de basis van dergelijke initiatieven van duurzaam toerisme. Het is niet belangrijk vanwaar het initiatief komt, maar Toerisme Vlaanderen wil vooral dat er meer samengewerkt wordt. Omdat het vooral de milieudienst is die de initiatieven neemt, benadert Toerisme Vlaanderen ook de twee diensten (toeristische dienst en milieudienst).

Het is duidelijk dat er een druk is van toerisme op het milieu. Zijn er ook gegevens bekend van de druk op de sociale of de economische pijler van duurzame ontwikkeling door toerisme?

[Griet Geudens](#) stelt dat milieu misschien niet het grootste probleem is, maar het is wel het meest concrete van de drie. Economie is ook in cijfers vastgelegd, maar voor het sociale en culturele aspect ligt dat moeilijker. Hiervoor zijn indicatoren nodig zoals de tevredenheid van de lokale bewoners, van de bezoekers etc. Tijdens de presentaties werd

de nood aan cijfermateriaal duidelijk om de positieve of negatieve impact van toerisme aan te tonen. Die indicatoren zijn moeilijk. Soms zijn er wel cijfers maar die worden dan niet in verband gebracht, waardoor ze geen bruikbare indicator zijn. Op dat vlak is er dus nog veel werk.