
OPSCRIFT

Vergadering van 27 juni 2016

Nummer: 2016_MV_00352

Onderwerp:

Mondelinge vraag van raadslid Astrid De Bruycker: Kindvriendelijk Toerisme

Raadslid(-leden):

Astrid De Bruycker - sp.a

Bevoegd:

Annelies Storms

OMSCHRIJVING VAN DE VRAAG

Toelichting:

Toerisme Vlaanderen heeft op 15 juni in samenwerking met de stad Gent een toeristische brochure gelanceerd voor mensen met een laag inkomen die Gent willen bezoeken via het Steunpunt Vakantieparticipatie. Dit is een schitterend initiatief in het kader van armoedebestrijding, want iedereen verdient vakantie, en zeker wie in armoede leeft.

In deze brochure wordt Gent ook als kindvriendelijke stad gepromoot met een overzicht van kindvriendelijke activiteiten voor toeristen. In uw beleidsnota toerisme is kindvriendelijkheid ook een van de nieuwe beleidsaccenten.

Vraag:

Worden er in het kader van kindvriendelijkheid ook nog andere initiatieven genomen?

Hoe worden hotels, jeugdherbergen en attracties aangemoedigd om een kindvriendelijk beleid te voeren en daarover herkenbaar te communiceren?

Het stadsbestuur wil Gent uitdrukkelijk als gezinsvriendelijke bestemming ontwikkelen én in de markt zetten.

Reisgezelschappen met kinderen zijn voor citytripbestemmingen geen evidente doelgroep, onder andere omdat ze Europawijd slechts een klein percentage van het totaal aantal verblijfstoeristen uitmaken. Toch merken we in de toeristische sector een groeiende interesse in familievriendelijk aanbod. De logies – en culturele partners spelen hier op in met gerichte familievriendelijke initiatieven.

Dienst Toerisme heeft volgende initiatieven genomen:

Hapklaar aanbieden van informatie:

De dienst Toerisme (Visit Gent) heeft het familievriendelijk aanbod in Gent in kaart gebracht. Op de eigen kanalen (www.visitgent.be, sociale media en drukwerk) vinden potentiële bezoekers en aanwezige bezoekers in de stad informatie over hetgeen er te zien, bezoeken en doen is voor families. Op de website kun je het kinderaanbod vinden door in de zoekbalk te zoeken naar aanbod voor kinderen, of onder de niche 'kindvriendelijk' met dit symbool (zie bijlage 1).

In het drukwerk vind je het aanbod terug op een duidelijke manier, al dan niet in een aparte rubriek. Bijvoorbeeld in het lentenummer van het Visit Gent-krantje (zie bijlage 2).

Productontwikkeling:

Visit Gent ontwierp samen met Ojoo een digitale zoekwandeling met spelletjes voor kinderen van 5 tot 12 jaar. De wandeling, een speurtocht naar de bril van Draakje Fosfor, volgt de route van de bestaande historische wandeling die ongeveer 1,5 uur duurt en de belangrijkste bezienswaardigheden in het Historisch Centrum aandoet. Nu de technische kinderziekten in de app verholpen zijn, kunnen we volop inzetten op de promotie van de wandeling. In het infokantoor zal het met behulp van stickers en promotiemateriaal duidelijk zijn dat Draakje Fosfor je mee op sleeptouw neemt. Ook online, via bloggers en sites voor gezinnen met kinderen, zal je reclame vinden voor deze beleving in Gent. De gezinnen die de wandeling hebben gedaan waren enthousiast en geven opbouwende kritiek die we kunnen gebruiken om de beleving te verbeteren.

Onderzoek/Cityscan:

Doel van het uitvoeren van een cityscan is in eerste instantie de kind- en gezinsvriendelijkheid van de bestemming Gent zelf in kaart te brengen. In welke mate sluit het toeristisch product Gent (all-in) aan bij de verwachtingen en behoeften van reisgezelschappen met kinderen? De scan zelf zal plaatsvinden in de laatste week van september en eerste week van oktober 2016.

Promotiecampagne:

In samenwerking met Toerisme Oost-Vlaanderen en de Gentse hotels loopt op dit moment (eerste reeks 25/06 – 09/07, tweede reeks in september) de campagne ‘Goed gezind in Gent’. Er verscheen afgelopen weekend een publireportage met deze titel in de bijlage bij de kranten van Mediahuis. Deze publireportage van 4 pagina’s is gemaakt door de journalisten van Mediahuis. Hierin vinden lezers tips voor 48 uren in Gent met hun gezin. Tegelijk loopt er online een wedstrijd waarbij een verblijf voor het gezin in Gent wordt verloot. Samen met Toerisme Oost-Vlaanderen onderzoekt Visit Gent op welke manier en met welke kanalen de campagne kan worden verdergezet in 2017.

Blogonthalen:

Visit Gent nodigt online influencers uit naar Gent. Dit kunnen journalisten zijn, maar in de context van familievriendelijkheid zijn dit vaak bloggers. Ze bezoeken de stad met hun gezin en zullen online de conversatie over Gent stimuleren. In de loop van 2016 verwachten we een tiental familiebloggers.

Een familievriendelijke aanpak hoort bij algemene klantvriendelijkheid en gastvrijheid. Het is moeilijk te vatten in een reglement en verschillende pogingen om ‘kindvriendelijkheidslabls’ te maken bleken niet houdbaar. Een lokaal systeem van waardering met een Gents label zou in de toeristische sector weinig effect hebben en moeilijk te handhaven zijn. Toch hebben Toerisme Vlaanderen en Horeca Vlaanderen inspiratiegidsen gemaakt voor de logie- en recasector in ons land. Visit Gent werkte hier aan mee.

Visit Gent contacteerde daarvoor de Gentse logies en stelde vast dat 2/3^{de} van de hotels en al de hostels al inspanningen doen voor gezinnen met kinderen. Enkele voorbeelden zijn: 50% korting op de 2de kamer, gratis ontbijt voor de kinderen, aangrenzende kamer in geval van 2 kinderen aan sterk gereduceerd tarief, korting voor de 4de en 5de persoon in een familiekamer, en zo meer.

Een soort ‘kindvriendelijkheidslabls’ dat enkel in Gent gebruikt zou worden vinden we niet echt een meerwaarde. We denken dat een aanpak op Vlaams niveau meer op zijn plaats zou zijn.

BIJLAGEN BIJ HET ANTWOORD

Bijgevoegde bijlage(n):

- Bijlage 1 - vraag IR 8.docx
- Bijlage 2 - vraag IR 8.docx