

# Jaarverslag 2019

Toerisme Oost-Vlaanderen vzw







## VOORWOORD

In opdracht van het Provinciebestuur Oost-Vlaanderen stond de vzw Toerisme Oost-Vlaanderen ook in 2019 in voor de verdere uitbouw en de promotie van het toeristisch-recreatieve aanbod in de provincie. Dat dit voor onze organisatie opnieuw een zeer actief jaar betekende, met veel mooie projecten die werden gerealiseerd én in de steigers werden gezet, leest u in dit uitgebreide jaarverslag. Zoals elk jaar lag een belangrijke focus op de ontwikkeling van nieuwe producten en campagnes om Oost-Vlaanderen in de kijker te zetten bij dagjesmensen en verblijfstoeristen. Dat gebeurde onder meer met drie nieuwe fiets- en wandelguides, met aanpassingen aan enkele van onze fietsnetwerken en routes, en traditiegetrouw met twee edities van ons fel gesmaakte gratis fiets- en wandelmagazine StapAf.

Online is sinds jaren een onmisbare schakel in onze promotie en communicatie, en scoort ook elk jaar beter. In 2019 noteerden we bijna 1,8 miljoen bezoekers op de websites, en deden onze online campagnes en socialemediakanalen het weer bijzonder goed.

Ook in 2019 bleef Toerisme Oost-Vlaanderen sterk inzetten op het ondersteunen van de toeristische sector op gebied van gastvrijheid en onthaal. Zo boden we begeleidingstrajecten met mystery visits aan en kregen private toeristische ondernemers de mogelijkheid om 'ambassadeur' te worden. Verder startten we een project op om de tevredenheid van fietsers in kaart te brengen, bleef onze MICE-werking op volle toeren draaien en gaven we met tal van hefboomprojecten een boost aan de ontwikkeling en de promotie van toerisme in Oost-Vlaanderen en haar regio's.

Hoe tevreden wij als organisatie ook kunnen terugblikken op 2019, met het coronavirus kreeg de wereld vanaf maart 2020 een enorme crisis over zich heen, één die ook het toerisme een knauw gaf. Ook in deze moeilijke tijden zullen we de Oost-Vlaamse toeristische sector blijven ondersteunen, zelfs meer nog dan voorheen. Samen zullen we ervoor zorgen dat toeristen en recreanten opnieuw de weg vinden naar Oost-Vlaanderen voor een wandeltocht, een fietstocht, een daguitstap of een meerdaags verblijf. Om het herstel van de toeristische sector te bevorderen, bundelen we de krachten met andere partners zoals Logeren in Vlaanderen, de andere provinciale toeristische organisaties, de kunststeden en Toerisme Vlaanderen.

Een welgemeend woord van dank aan alle publieke en private actoren die in 2019 weer meewerkten aan het toerisme in Oost-Vlaanderen. Dank aan de collega's van de deputatie voor hun ondersteuning van onze werking, en dank aan alle medewerkers van Toerisme Oost-Vlaanderen die dit allemaal realiseerden.

Hartelijks,

**Leentje Grillaert**

*Oost-Vlaams gedeputeerde voor toerisme*

*en voorzitter Toerisme Oost-Vlaanderen vzw*



# INHOUDSTAFEL

<b>Deel 1: Algemene werking</b>	<b>5</b>
1. Kern van de organisatie	6
1.1 Missie	6
1.2 Visie	6
1.3 Stakeholders	6
1.4 Ons product	6
2. Beleidsdoelstellingen en actieplannen 2014-2019	7
3. Beleidsontwikkeling en –uitvoering	8
4. Hefboomwerking	9
<b>Deel 2: Headlines 2019</b>	<b>13</b>
1. Campagnes	12
1.1 Thematische campagnes	12
1.2 Regiogerichte campagnes	14
1.3 Interprovinciale samenwerking	17
2. Fietsen en wandelen	17
2.1 Aanpassingen fietsnetwerken	17
2.2 Fiets- en wandelgidsen	17
2.3 Belevingselementen op de fiets- en wandelnetwerken	19
2.4 Flandrien challenges in de Vlaamse Ardennen	19
2.5 Herwerking routes	19
2.6 Chatbot	19
2.7 Onderhoud routestructuren	20
3. Website en online communicatie	21
3.1 www.tov.be en regiosites	21
3.2 Thematische websites	22
3.3 E-nieuwsbrieven	22
3.4 Social media	22
4. Pers en PR	23
4.1 Toerisme Oost-Vlaanderen in de pers	23
4.2 Beurswerking	23
5. Kenniscentrum	23
5.1 Analyse en ontsluiting basisdata	23
5.2 Fietsonderzoek in de Vlaamse Ardennen	23
6. Sectorwerking	24
6.1 Inspiratiedag	24
6.2 Infodag groepen	24
6.3 Sectorbegeleiding algemeen	25
6.4 Sectorbegeleiding logies	26
6.5 Sectorcommunicatie	27
6.6 Netwerkmomenten en werkgroepen	28
6.7 Subsidies promotie van toeristische evenementen	29
6.8 Steunpunt toeristisch onthaal	30
6.9 MICE	31

7. Logeren in Vlaanderen	32
8. Onthaal PAC en distributie	32
9. In voorbereiding	33
9.1 Wandelnetwerken Waasland	33
9.2 Nieuwe websites	33
9.3 OMG Van Eyck was here!	34
9.4 Rebranding en nieuwe website MICE	34
9.5 Hervorming Fietsnetwerken	34
9.6 Wandelnetwerk Bulskampveld	34
9.7 Wandelnetwerk Meetjeslandse Bossen	34
9.8 Wandeloversteek Boerekreek	34
<b>Deel 3: Regiowerking</b>	<b>35</b>
1. Vlaamse Ardennen	37
2. Leiestreek	39
3. Meetjesland	41
4. Waasland	44
5. Scheldeland	47
<b>Deel 4: Werking &amp; organisatie</b>	<b>49</b>
1. Statuten	50
2. Algemene vergadering	50
3. Raad van bestuur	51
<b>Deel 5: Personeel</b>	<b>53</b>
<b>Deel 6: Financieel verslag 2019</b>	<b>57</b>

# DEEL 1: ALGEMENE WERKING



# 1. KERN VAN DE ORGANISATIE

*In opdracht van de Provincie en in partnerschap met alle Oost-Vlaamse steden en gemeenten en andere publieke en private actoren, bouwt Toerisme Oost-Vlaanderen vzw de provincie uit tot een volwaardige toeristisch-recreatieve bestemming.*

## 1.1 MISSIE

Toerisme Oost-Vlaanderen wil het welzijn en de welvaart van de Oost-Vlaming, burger én ondernemer, bevorderen door dag- en verblijfstoerisme en recreatie in Oost-Vlaanderen te ontwikkelen en te promoten.

Toerisme Oost-Vlaanderen positioneert zich hierbij niet alleen als realisator maar ook als partner van de toeristische sector.

Toerisme Oost-Vlaanderen wil ambassadeur zijn voor toerisme en recreatie in Oost-Vlaanderen.

## 1.2 VISIE

Toerisme Oost-Vlaanderen wil (mee)werken aan de creatie en de promotie van duurzame en kwaliteitsvolle toeristisch-recreatieve producten in Oost-Vlaanderen, met respect voor de identiteit van haar regio's. Innovatie en creativiteit zijn hierbij belangrijke accenten. Om een betrouwbare partner en goede ambassadeur te zijn, wil Toerisme Oost-Vlaanderen de nodige expertise en kennis vergaren en deze ook gebruiken..

## 1.3 STAKEHOLDERS

Toerisme Oost-Vlaanderen werkt voor:

- de 'consument': (potentiële) toeristen en recreanten
  - individueel en in groepsverband
  - uit binnen- en (beperkt) buitenland

Toerisme Oost-Vlaanderen werkt voor én met:

- de 'sector': organisaties en bedrijven in de toeristisch-recreatieve sector en flankerende sectoren (landbouw, natuur, cultuur, ...)
- openbare en semi-openbare besturen op verschillende niveaus; de samenwerking met lokale besturen neemt hier een centrale plaats in.

## 1.4 ONS PRODUCT

De provincie Oost-Vlaanderen wordt ingedeeld in 5 toeristische regio's: Vlaamse Ardennen, Meetjesland, Waasland, Leiestreek (provinciegrensoverschrijdend met West-Vlaanderen) en Scheldeland (provinciegrensoverschrijdend met Antwerpen). Daarnaast is er de kunststad Gent, centraal gelegen in de provincie.





## 2. BELEIDSDOELSTELLINGEN EN ACTIEPLANNEN 2014-2019

*In het kader van de beleids- en beheercyclus van de Provincie werden beleidsdoelstellingen en actieplannen uitgewerkt voor Toerisme Oost-Vlaanderen voor de periode 2014-2019.*

### BELEIDSDOELSTELLING 1

Stimuleren van en zorgen voor de uitbouw van de provincie als volwaardige bestemming voor dag- en verblijfstoerisme (individueel en in groepsverband) én voor recreatie (eigen bevolking) op een duurzame en kwaliteitsvolle manier.

#### 1. Ontwikkelen van duurzame, kwaliteitsvolle en vernieuwende toeristisch-recreatieve producten

- verdere uitbouw van routeproducten (waaronder wandelnetwerken) en optimalisering van het aanbod van routes met nadruk op fietsen en wandelen
- opwaardering (verhogen van veiligheid, comfort en belevingswaarde) van de routeproducten en verhoging van de return on investment
  - via aanvullende infrastructuur (bv. rustpunten of toegangspunten) of diensten
  - via ontwikkeling van themaroutes of digitale en innovatieve producten
- kwaliteitsverbetering en –behoud van de routeproducten
- integrale projectontwikkeling rond toeristisch sterke thema's of troeven (bv. Ronde van Vlaanderen, streekproducten, sierteelt, water en nautisch erfgoed, kunst en cultuur, streekproducten, ...)

#### 2. Ondersteunen, adviseren, informeren en stimuleren van de toeristisch-recreatieve sector tot duurzame, kwaliteitsvolle en vernieuwende toeristisch-recreatieve productontwikkeling

Verdere uitbouw van de cel sectorwerking met consultants die de volgende taken opnemen:

- advies aan ondernemers, organisaties en partners bij bedrijfsvoering, productontwikkeling, marketing en communicatie, specifieke problematieken (bv. startersadvies, ruimtelijke ordening, milieu en duurzaam ondernemen)
- uitbouwen netwerk met organisaties en bedrijven; optreden als ambassadeur en draaischijf voor toerisme en recreatie in Oost-Vlaanderen
- uitbouwen, stimuleren en ondersteunen van samenwerkingsverbanden met en tussen toeristische ondernemers en publieke partners om kwaliteitsvolle productontwikkeling en promotie te stimuleren
- organisatie van inspiratiedagen, vormings- en infomomenten, ontmoetingsmomenten, ... voor de brede toeristische sector
- organisatie jaarlijkse infodag voor socio-culturele verenigingen met betrekking tot het aanbod van dagtrips voor groepen
- uitbouw van een sectorplatform dat communicatie, kennisuitwisseling en samenwerking met en tussen toeristische actoren moet bevorderen en kwaliteitsvolle productontwikkeling en marketing moet stimuleren

#### 3. Coördineren en ondersteunen van de toeristische werking op regionaal niveau

onder andere via regiocoördinatiecellen die het eerste contactpunt zijn voor de regio

- coördinatie en ondersteuning van regionale toeristische samenwerkingsverbanden
- opmaak stimuleren van regionale strategische meerjarenplannen, in samenspraak met betrokken actoren
- ondersteunen regionale productontwikkeling en adviesverlening projectwerking
- ondersteuning voor provinciale, Vlaamse en Europese subsidieprogramma's met mogelijkheden voor toerisme en recreatie

### BELEIDSDOELSTELLING 2

Op vlak van toerisme en recreatie de provincie Oost-Vlaanderen innovatief en creatief op de kaart zetten door het voeren van een efficiënte communicatie en marketing

#### 1. Voeren van efficiënte en effectieve communicatie en marketing met betrekking tot toerisme en recreatie in Oost-Vlaanderen

- opzetten van eigen communicatie- en marketingactiviteiten met betrekking tot toerisme en recreatie in Oost-Vlaanderen. Focus ligt op binnenlandmarketing. Er wordt bestemmings- en/of themagericht gewerkt. De communicatie richt zich tot de

consument (toerist en recreant), pers, toeristische sector en partners. Er wordt gebruik gemaakt van verschillende communicatiemiddelen: thema- en doelgroepgerichte beurzen, pers, media (TV, tijdschriften, ...), website, e-nieuwsbrieven, publicaties en brochures, mailings, nieuwe digitale media en mobiele toepassingen

- optreden als partner in promotieactiviteiten (samenwerking met steden en gemeenten, regionale toeristische samenwerkingsverbanden en private partners)
- participatie in het samenwerkingsverband op Vlaams niveau 'Logeren in Vlaanderen vzw' voor de promotie van het verblijfs-toerisme in Vlaanderen in het binnenland (Vlaanderen Vakantieland concept)
- promoten en publicitair ondersteunen van toeristische evenementen in Oost-Vlaanderen

## **2. Specifieke promotie voeren voor bevordering zakentoeurisme en MICE (congressen, meetings, incentives, ...)**

- inzetten van personeel ter bevordering van het zakentoeurisme en MICE in Oost-Vlaanderen, in samenwerking met Meetin-Gent & Oost-Vlaanderen ter promotie van de stad Gent en de provincie Oost-Vlaanderen als centra voor congressen, meetings en incentives, beurzen, colloquia en seminaries

## **3. Fungeren als kennis- en expertisecentrum voor alle actoren betrokken bij toerisme en recreatie in Oost-Vlaanderen**

- verzamelen en verwerken van gegevens met betrekking tot toerisme en recreatie in de provincie en haar regio's (onder andere aanbodgegevens, overnachtingen, bezettingscijfers, bezoekerscijfers)
- uitvoeren van en meewerken aan onderzoek op regionaal, provinciaal of Vlaams niveau (bv. Vlaanderen Vakantieganger, onderzoek dagtoerisme, wandel- en fietsonderzoeken)
- resultaatmetingen (bv. tellingen van fietsers en wandelaars, resultaten van marketingacties)
- kennisuitwisseling, ook en vooral met publieke en private partners om goede beleidsvoering en doordachte productontwikkeling en promotie te stimuleren.

# 3. BELEIDSONTWIKKELING EN -UITVOERING

Toerisme Oost-Vlaanderen geeft aan haar opdracht vorm via haar eigen werking die in dit jaarverslag wordt toegelicht. Daarnaast werkt Toerisme Oost-Vlaanderen samen met diverse partners op verschillende niveaus aan de realisatie van haar doelstellingen. De samenwerking neemt verschillende vormen aan. In diverse samenwerkingsverbanden zijn niet alleen openbare en semi-openbare besturen betrokken maar ook de private toeristische sector.

De bevoorrechte partners zijn de Oost-Vlaamse steden en gemeenten waarmee op regionaal niveau intensief wordt samengewerkt. Toerisme Oost-Vlaanderen neemt deel aan de dagelijkse besturen, raden van bestuur en/of algemene vergaderingen van de regionale organisaties Toerisme Meetjesland vzw, Toerisme Waasland vzw, Toerisme Scheldeland vzw, Toerisme Vlaamse Ardennen vzw, Toerisme Leiestreek vzw.

Er wordt ook nauw samengewerkt met de andere provinciale toeristische organisaties (PTO's) op bovenprovinciaal en Vlaams niveau en met Toerisme Vlaanderen. Toerisme Oost-Vlaanderen geeft samen met de andere PTO's en de private logiesector (waaronder Horeca Vlaanderen en de Vlaamse Federatie voor hoeve- en plattelandstoerisme) vorm aan de vzw Logeren in Vlaanderen die korte vakanties in Vlaanderen promoot op de binnenlandse markt. Toerisme Oost-Vlaanderen zetelt in de bestuursorganen en werkgroepen en neemt in deze vzw het penningmeesterschap waar.

Interprovinciaal wordt tweemaandelijks overleg gepleegd tussen de directies van de PTO's. In 2019 werden diverse topics besproken die een provinciegrensoverschrijdend belang hebben of waarin op interprovinciaal niveau wordt samengewerkt, zoals promotie van korte vakanties in Vlaanderen (via de vzw Logeren in Vlaanderen en gezamenlijke promotiecampagnes Vlaanderen Vakantieland), samenwerking rond fietsvakanties in Vlaanderen en lange afstandsfietsen, ... Het secretariaat van het interprovinciaal overleg (a-commissie toerisme) ligt in handen van de Vereniging Vlaamse Provincies (VVP). Op 18 maart 2019 werd een interprovinciaal overleg gehouden met alle gedeputeerden voor toerisme (b-commissie toerisme). De interprovinciale samenwerking voor de nieuwe beleidsperiode kwam aan bod.

Met Toerisme Vlaanderen werd overleg gepleegd over onder andere lange afstandsfietsen, de samenwerking rond fietsvakanties en de promotie van de Vlaamse gastronomie.

Toerisme Oost-Vlaanderen is verder partner van het Centrum Ronde van Vlaanderen vzw. Toerisme Oost-Vlaanderen zetelt eveneens in de bestuursorganen van de Oost-Vlaamse Regionale Landschappen waarmee wordt samengewerkt rond fietsen en wandelen en regionale projecten zoals Rivierpark Scheldevallei en LIFE project SPARC (Regionaal Landschap Schelde-Durme) en landschapspark Drongengoed (Regionaal Landschap Meetjesland (zie Deel 1: Algemene werking, 4. Hefboomwerking)

Toerisme Oost-Vlaanderen is vertegenwoordigd in talrijke regionale, provinciale en Vlaamse overleg- en stuurgroepen rond toerisme of met raakvlakken met toerisme (natuur, landbouw, erfgoed, ruimte)

Ook met het Oost-Vlaamse provinciebestuur en verschillende provinciale diensten en organisaties vindt overleg plaats en is er afstemming. De input aan de besluitvorming van de deputatie en provincieraad gebeurt door het beantwoorden van vragen, het aanleveren van nota's en de occasionele aanwezigheid op de inzake toerisme bevoegde raadscommissie. In 2019 werd overleg gepleegd, informatie verzameld en input gegeven voor de voorbereiding van de nieuwe legislatuur en opmaak van een nieuw meerjarenplan en –begroting van de provincie (beleids- en beheercyclus 2020-2025). Er worden eveneens gezamenlijke projecten uitgewerkt, bijvoorbeeld met de directie erfgoed rond maritiem erfgoed. Met EROV vzw wordt samengewerkt onder andere aan de promotie van streekproducten.

## 4. HEFBOOMWERKING

Door in te spelen op Europese, Vlaamse en provinciale subsidieprogramma's probeert Toerisme Oost-Vlaanderen een boost te geven aan de ontwikkeling en promotie van toerisme in Oost-Vlaanderen en haar regio's. Toerisme Oost-Vlaanderen werkt hefboomprojecten uit, investeert middelen en probeert extra middelen aan te trekken (via cofinanciering) om extra aanbod te creëren, toeristische meerwaarde of kwaliteitsverhoging na te streven of extra communicatie en promotie te voeren. Dit komt niet alleen de toerist en recreant ten goede maar zorgt voor een economische return voor de ondernemers.

In 2019 werd vorm gegeven aan onder andere de volgende (potentieel nieuwe) toeristische projecten:

- Voorbereiding nieuwe wandelnetwerken Moervaartvallei en Grensgebied Groot Saeftinghe (Waasland) (Impulsprogramma Fiets- en Wandelnetwerken Toerisme Vlaanderen)  
zie Deel 2: Headlines 2019, 9. Projecten in voorbereiding, 9.1 Wandelnetwerken Waasland
- Realisatie uitkijktoren (transnationaal Leader project Waasland/Zeeuws-Vlaanderen)  
Realisatie in het bosgebied in Stekene op de grens met Hulst, aansluitend bij de nieuwe wandelnetwerken. Toerisme Oost-Vlaanderen is partner.  
zie Deel 3: Regiowerking, 4. Waasland, 4.2 Projectwerking, 4.2.3 Uitkijktoren Niemandslan
- Fietsvakanties in Vlaanderen (Impulsprogramma Fiets- en Wandelnetwerken Toerisme Vlaanderen)  
Project rond ontwikkeling en promotie van fietsvakanties in Vlaanderen, door de 5 PTO's en Toerisme Vlaanderen en in samenwerking met tour operators en dienstverleners.  
zie Deel 2: Headlines 2019, 6. Sectorwerking, 6.6 Netwerkmomenten en werkgroepen, 6.6.5 Fietsvakanties in Vlaanderen
- Beleef je Eigen Ronde en Homeland of Cycling (hefboomprojecten Toerisme Vlaanderen)  
Projecten rond de verdere toeristische ontwikkeling en promotie van het wielerefgoed en De Ronde van Vlaanderen in de Vlaamse Ardennen. zie Deel 2: Headlines 2019, 1. Campagnes, 1.1 Thematische campagnes,  
1.1.2 Beleef je eigen Ronde  
zie Deel 2: Headlines 2019, 2. Fietsen en wandelen, 2.4 Flandrien challenges in de Vlaamse Ardennen
- Eurocyclo (Interreg V-programma)  
Europees Interreg-project rond de ontwikkeling en promotie van fietsen in de grensstreek Vlaanderen-Wallonië-Frankrijk.  
zie Deel 2: Headlines 2019, 5. Kenniscentrum, 5.2 Fietsonderzoek in de Vlaamse Ardennen
- Toerismeboeren 2.0 (Platteland+-programma met onder andere Plattelandscentrum Meetjesland)  
Project rond belevingsvol logeren bij land- en tuinbouwers in Oost-Vlaanderen.

zie Deel 2: Headlines 2019, 6. Sectorwerking, 6.4 Sectorbegeleiding logies, 6.4.4 Toerismeboeren

- Beleefbare Dendervallei  
Project rond de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de Dendervallei van Ath tot Dendermonde; partnerschap met 11 gemeenten, 4 regio's, 3 provincies en 2 gewesten.  
zie Deel 3: Regiowerking, 5. Scheldeland, 5.2 Projectwerking, 5.2.1 Beleefbare Dendervallei

Toerisme Oost-Vlaanderen werkte ook, vaak samen met andere partners, aan de realisatie van toeristische projecten met regionale invalshoek, waaronder:

- Scheepswerven in beeld (Platteland+- programma met onder andere Provincie Oost-Vlaanderen, Toerisme Scheldeland en Toerisme Waasland)  
Project rond de toeristische ontsluiting en promotie van het scheepsbouwerfgoed langs de Schelde in Oost-Vlaanderen.  
zie Deel 3: Regiowerking, 4. Waasland, 4.2 Projectwerking, 4.2.1 Scheepswerven in beeld  
zie Deel 3: Regiowerking, 5. Scheldeland, 5.2 Projectwerking, 5.2.6 Scheepswerven in beeld
- Van Steen tot Steen langs de Schelde (hefboomproject Toerisme Vlaanderen met onder andere Regionaal Landschap Scheldepurme, Toerisme Waasland en Toerisme Scheldeland)  
In het kader van dit project met focus op de toeristische ontwikkeling van erfgoed en kastelen in de Scheldevallei voerde Toerisme Oost-Vlaanderen een verkennende studie naar het potentieel van erfgoedsites en kastelen.  
zie Deel 3: Regiowerking, 4. Waasland, 4.2. Projectwerking, 4.2.2 Studie toeristisch potentieel kastelen en aanverwanten, en Van steen tot steen langs de Schelde
- Ambassadeur Landschapspark Drongengoed (Leader-programma Meetjesland met onder andere Regionaal Landschap Meetjesland)
- Project rond gastheerschap in het Landschapspark Drongengoed.  
zie Deel 2: Headlines 2019, 6. Sectorwerking, 6.8 Steunpunt toeristisch onthaal, 6.8.2 Opleidingstrajecten voor toeristische ondernemers  
zie Deel 3: Regiowerking, 3. Meetjesland, 3.2 Projectwerking, 3.2.2 Landschapspark Drongengoed

Ook met andere partners wordt samengewerkt in het kader van projecten met een breder opzet maar met een toeristische inslag waaronder de strategische projecten in het kader van programma Ruimte Vlaanderen en andere:

- Rivierpark Scheldevallei (Scheldeland en Waasland)  
Toerisme Oost-Vlaanderen is partner voor de toeristische ontwikkelingen (met focus op fietsen en wandelen en logeren en toeristische sectorwerking). Hierbij aansluitend werkt Toerisme Oost-Vlaanderen ook mee aan het Life SPARC project (LIFE-programma) met onder andere een toeristische ambassadeurswerking langs de Schelde  
zie Deel 3: Regiowerking, 4. Waasland, 4.2 Projectwerking, 4.2.4 Rivierpark Scheldevallei  
zie Deel 3: Regiowerking, 5. Scheldeland, 5.2 Projectwerking, 5.2.2 Rivierpark Scheldevallei
- Landschapspark Drongengoed (Meetjesland)  
Naast het ambassadeursproject (zie boven) ondersteunt Toerisme Oost-Vlaanderen de opmaak van een onthaalplan. Project heeft tot doel heeft de recreatieve en toeristische beleving van natuur en platteland in het landschapspark uit te bouwen en lokale verbondenheid te creëren met het landschapspark.  
zie Deel 3: Regiowerking, 3. Meetjesland, 3.2. Projectwerking, 3.2.2 Landschapspark Drongengoed
- Landschapspark Bulskampveld (Meetjesland)  
Ontwikkeling van belevingsvolle en kindvriendelijke wandelroutes; samenwerking met Westtoer (fiets- en wandelproject Toerisme Vlaanderen)  
zie Deel 2: Headlines 2019, 9. Projecten in voorbereiding, 9.2 Wandelnetwerk Bulskampveld
- Landschap van Erembald tot Kravaalbos (Scheldeland)  
Project rond kwaliteitsvolle uitbouw van het open ruimte gebied tussen Aalst, Affligem, Asse en Opwijk. Toerisme Oost-Vlaanderen is partner voor de toeristische ontwikkeling, onder andere wandelen.  
zie Deel 3: Regiowerking, 5. Scheldeland, 5.2 Projectwerking, 5.2 Landschap van Erembald tot Kravaalbos

De provincie met directie erfgoed en Toerisme Oost-Vlaanderen werken ook mee aan de voorbereidingen voor de oprichting van een Geopark Schelde Delta (UNESCO-label) (Waasland). zie Deel 3: Regiowerking, 4. Waasland, 4.2 Projectwerking, 4.2.5 Geopark Schelde Delta en Deel 3: Regiowerking, 5. Scheldeland, 5.2 Projectwerking, 5.2.3 Geopark Schelde Delta

# DEEL 2: HEADLINES 2019



# 1. CAMPAGNES

Toerisme Oost-Vlaanderen zette ook in 2019 het hele jaar door het toeristische aanbod in Oost-Vlaanderen in de kijker met diverse online en offline campagnes. Deze focusten op het binnenland en voor enkele specifieke acties ook op het buitenland. De campagnes waren bestemmingsgericht (promotie van de 5 toeristische regio's en kunststad Gent) en/of thematisch (fietsen en wandelen, wielervedgoed, Oost-Vlaamse biercultuur, ...) of gericht op bepaalde niche doelgroepen (groepsuitstappen, sier-teelt, ...).

## 1.1 THEMATISCHE CAMPAGNES

### 1.1.1 STAPAF

#### STAPAF MAGAZINE

Halfjaarlijks, telkens in januari en juni, brengt Toerisme Oost-Vlaanderen StapAf uit, een gratis magazine vol tips en inspiratie om Oost-Vlaanderen te voet of met de fiets te ontdekken. StapAf groeide de afgelopen jaren niet alleen uit tot hét belangrijkste print promotiemiddel voor het fiets- en wandeltoerisme in de provincie, maar ook tot een echt fiets- en wandelmerk en een community van actieve fietsers en wandelaars op Facebook, Instagram en via de maandelijkse nieuwsbrief. Behalve relevante en inspirerende informatie verstrekken rond fiets- en wandelrecreatie en toerisme, wil StapAf sterke relaties uitbouwen met de beoogde doelgroep.

Naast toeristische reportages en vaste logeer- en culirubrieken bevatten beide edities ook in 2019 een uitneembaar routeboekje met 8 fiets- en wandelroutes, compleet met doe-, zie- en horecatips. Een agenda achterin bood een selectie van een aantal in het oog springende Oost-Vlaamse evenementen, respectievelijk voor de eerste en tweede helft van 2019.

Onderwerpen voor StapAf werden in 2019 bepaald tijdens maandelijkse redactievergaderingen tussen de dienst marketing van Toerisme Oost-Vlaanderen, de regio- en sectormedewerkers, Visit Gent, de dienst Recreatiedomeinen en de Transversale Cel Cultuur van de Provincie Oost-Vlaanderen.

In het lentenummer, dat focuste op de Oost-Vlaamse bossen, verschenen onder meer reportages over stappen in het Kravaalbos met de belevingsgids Woudlopen (zie Deel 2: Headlines 2019, 2. Fietsen en wandelen, 2.2 Belevingsgidsen, 2.2.1 Woudlopen), logeren in bosgroene B&B's en onthaasten in de natuur.

Het zomernummer stond in het teken van water, wat zich vertaalde in reportages over fietsen door het Rivierpark Scheldevallei met de belevingsgids Overstromen (zie Deel 2: Headlines 2019, 2. Fietsen en wandelen, 2.2 Belevingsgidsen 2.2.2 Overstromen), logeren in luxe/stijl, zwemmen onder de zon, en verrassende landbouwlocaties getipt door chef Broes Tavernier. Het Gentse bureau Stapel realiseerde de beide kreeg StapAf-edities..

#### StapAf magazine in cijfers

- oplage 70.000 exemplaren
- 64.673 abonnees in België
- 4.418 abonnees in Nederland



#### REBRANDINGSTRAJECT FIETS- EN WANDELMERK STAPAF: STAPAF WORDT ROUTEN

Na een evaluatie van het merk StapAf startte Toerisme Oost-Vlaanderen begin 2019 met een rebrandingstraject voor StapAf. Resultaten van de evaluatie toonden aan dat, hoewel StapAf succesvol was, Toerisme Oost-Vlaanderen voor een aantal uitdagingen stond. Een bijsturing van het merk was nodig, met als doel een jongere en bredere doelgroep te bereiken, af te stemmen op actuele maatschappelijke trends, het in lijn brengen van de communicatiemiddelen, af te stemmen met de regiowerkingen en hun verhaallijnen, en voor het merk een duidelijke richting te bepalen. Ook de andere communicatiemiddelen van Toerisme Oost-Vlaanderen naar de consument werden geëvalueerd.

Uit de evaluatie van het magazine StapAf ontstond de basis voor een nieuw magazineconcept, gebaseerd op de bevindingen uit de analyse, de ruimere doelgroep die moet worden aangesproken, de nieuwe verhaallijnen die daarbij moeten helpen en de nieuwe bijhorende beeldtaal. Fietsen en wandelen (ook in de vorm van fiets- en wandelroutes) blijven prominent aanwezig en



het uitgangspunt. Maar er moest een nieuw evenwicht worden gezocht dat meer aandacht besteedt aan weekendtoerisme, steden, architectuur, gastronomie, lokale economie, duurzaamheid en andere thema's die de interesse van een bredere doelgroep opwekken.

De opdracht voor de ontwikkeling en realisatie van een sterk en verbreed fiets- en wandelmerk besteedde Toerisme Oost-Vlaanderen in mei 2019 uit aan het branding agency/communicatiebureau Skinn. Van het bureau werd verwacht de waarden, verhaallijnen en beeldtaal voor het merk te distilleren en een nieuw concept uit te werken voor het magazine en de andere communicatiekanalen. Er werden verschillende workshops en interviews georganiseerd waarbij de volledige organisatie werd betrokken. Op basis hiervan schreef het bureau 5 nieuwe verhaallijnen uit: ontsnappen/bewegen/ontdekken/duurzaam-lokaal/verbinden. Deze verhaallijnen zullen ook een leidraad vormen voor de invulling van het toeristische magazine en de andere communicatiemiddelen van Toerisme Oost-Vlaanderen. Ook zullen ze de basis worden voor de ontwikkeling van een nieuwe visuele stijl en beeldtaal.

Al in de eerste fasen van het traject werden een aantal beperkingen van het woordmerk 'StapAf' vastgesteld: zo miste het dynamiek om een jonger publiek te inspireren en sloot het onvoldoende aan bij de geselecteerde verhaallijnen. Er werd geoordeeld dat een naamsverandering noodzakelijk zou zijn om de keuzes voor verandering en verbreding kracht bij te zetten. Na intern en extern overleg werd de nieuwe naam Routen weerhouden. Skinn kreeg de opdracht het nieuwe concept en de nieuwe merknaam te vertalen naar een beeldtaal en visuele stijl voor al de communicatiemiddelen rond fietsen en wandelen. De eerste voorstellen worden verwacht in januari 2020, de lancering van het nieuwe merk volgt in de late lente.

In september 2019 schreef Toerisme Oost-Vlaanderen een bestek uit voor het ontwikkelen van het nieuwe magazine gebaseerd op de nieuwe strategie rond het merk Routen. Het magazine zal voortaan nog één keer per jaar verschijnen, maar livyger en met nog meer inspiratie. Vijf bureaus dienden een offerte in. Begin 2020 wordt de opdracht uitbesteed. De eerste editie van Routen en de nieuwe website [www.routen.be](http://www.routen.be) worden met een grote campagne gelanceerd in de tweede helft van 2020.

#### STAPAF NIEUWSBRIEF

In 2019 ontvingen bijna 74.000 abonnees maandelijks de elektronische StapAf-nieuwsbrief, vol fiets- en wandelnieuws, telkens één gratis fiets- of wandelroute en één uitgebreide logeertip met zie- en doetips in de buurt.

Voor de e-nieuwsbrieven van maart, mei, september en december werden digitale routeboekjes samengesteld, telkens rond één thema: lentewandelen in de buurt van boshyacinten (maart), zomerfietsen (mei), herfstwandelen (september) en winterwandelen (december). De gratis downloadbare boekjes met telkens 3 à 5 wandel- en/of fietsroutes werden niet alleen via de nieuwsbrieven maar ook via de sociale mediakanalen van Toerisme Oost-Vlaanderen verspreid.

#### *De StapAf-nieuwsbrief in cijfers*

- 74.000 abonnees
- De StapAf e-nieuwsbrief haalde in 2019 een gemiddelde openingsrate van 53 %. Een stijging tegenover 2018, toen de openingsrate 48,8% bedroeg.
- De StapAf e-nieuwsbrief leverde 129.171 sessies op de website [www.tov.be](http://www.tov.be) op.
- De 4 periodieke Stap Af routeboekjes werden via de website en de webshop in totaal 48.355 keer gedownload.

#### ONLINE CAMPAGNE STAPAF

In 2019 zette Toerisme Oost-Vlaanderen de intensieve online StapAf campagne verder die in juni 2018 werd opgezet in samenwerking met Travelmedia, een communicatiebureau gespecialiseerd in toerisme. Doelstelling was StapAf verder uit te bouwen als koepelmerk voor het Oost-Vlaamse fiets- en wandelaanbod, Oost-Vlaanderen en haar regio's sterker te positioneren als een aantrekkelijke fiets- en wandelbestemming, te stimuleren tot het boeken van een overnachting en de StapAf community verder uit te bouwen (interactie op sociale media bevorderen, aantal volgers op Facebook en Instagram verhogen, aantal StapAf-abonnees verhogen).

Er werd gekozen voor een doorgedreven ambassadeurs- en influencers aanpak en de ontwikkeling/verspreiding van video content. In de loop van 2018 en begin 2019 werden 20 video's gerealiseerd waarin 20 StapAf'ers vertelden over hun favoriete StapAf-momenten, telkens gelinkt aan een locatie in Oost-Vlaanderen. Verspreiding van de video's gebeurde via de eigen socialemediakanalen, de e-nieuwsbrief, inspiratiepagina's op [www.tov.be/inspiratie](http://www.tov.be/inspiratie) en via online acties op sociale media en google. In mei 2019 werden de 50 beste doe-, zie-, logeer- en beleef tips van de 20 StapAf'ers gebundeld in het gratis boekje 'Mijn StapAf-moment', dat gepromoot werd via [www.tov.be/stapafmagazine](http://www.tov.be/stapafmagazine), Facebook en de StapAf-consumentennieuwsbrief. Ook de periodieke digitale fiets- en wandelboekjes (zie Deel 2: Headlines 2019, 1. Campagnes, 1.1 Thematische campagnes, 1.1.1 StapAf, StapAf nieuwsbrief) werden voor de StapAf-campagne ingezet en konden via deze kanalen gratis gedownload worden.

### ***Focus op content creatie en influencer marketing***

Ook in 2019 zette Toerisme Oost-Vlaanderen volop in op content marketing en de daarbij horende eigen content creatie: marketing waarbij 'content' – inhoud of informatie voor de consument – via verschillende kanalen werd verspreid. Zo werden er artikels geschreven voor de website ([www.tov.be/inspiratie](http://www.tov.be/inspiratie)) en eigen filmpjes ontwikkeld die via de eigen sociale mediakanalen en nieuwsbrieven werden gedeeld. Deze content bezorgt toeristen en recreanten niet alleen duidelijke info over de fiets- en wandelmogelijkheden in Oost-Vlaanderen, maar inspireert hen ook – met mooie verhalen en aantrekkelijke beelden – tot een bezoek aan de provincie. Naast 'gewone' video's blikt Toerisme Oost-Vlaanderen in 2019 ook dronevideo's in met een eigen drone met camera. Behalve op Facebook, in de nieuwsbrieven, op Instagram en op [www.tov.be/inspiratie](http://www.tov.be/inspiratie) waren/zijn de (drone)video's te bekijken op [www.youtube.com/stapaf](http://www.youtube.com/stapaf).

Een belangrijk onderdeel van de contentmarketingstrategie was in 2019 influencer marketing. Het gespecialiseerde bureau Walkie Talkie stuurde daarvoor 6 influencers uit specifieke domeinen (gastronomie, avontuur, natuur, gezinsleven, ...) op pad in Oost-Vlaanderen, telkens voor een dag of een weekend. Die uitstapjes leverden mooie content op (verhalen, foto's) die werd ingezet op de sociale mediakanalen of op de website, in de vorm van inspiratiepagina's.

#### **1.1.2 BELEEF JE EIGEN RONDE**

Met het impulsproject Beleef je eigen Ronde voeren Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Vlaamse Ardennen al sinds 2013 een grootschalige campagne om de Vlaamse Ardennen verder op de kaart te zetten als dé regio van de Ronde en dé bestemming voor wielertoerisme. Als sluitstuk van de campagne werden de nieuwe belevingselementen toegevoegd in de Ronde van Vlaanderenstraat in Kluisbergen. Sinds oktober 2019 prijken daar ook alle vrouwelijke Rondewinnaars (sinds 2004) op de tijdslijn. Ook de kasseimozaïek bij het gedenkteken van Karel Van Wijnendaele kreeg 14 extra stenen met daarop de foto's van alle vrouwelijke winnaars. Het project Homeland of Cycling (zie Deel 2: Headlines 2019, 2. Fietsen en wandelen, 2.4 Flandrien Challenges in de Vlaamse Ardennen) bouwt verder op dit project.

#### **1.1.3 BLOEIEND OOST-VLAANDEREN**

##### **VERNIEUWDE FIETSLUSSEN EN WANDELLUS BLOEIEND OOST-VLAANDEREN**

De 5 fietsroutes en één wandelroute die Toerisme Oost-Vlaanderen in 2018 ontwikkelde in het kader van het Platteland Plus-project Bloeiend Oost-Vlaanderen en die later dat jaar heruit kwamen in pocketformaat, kregen midden 2019 een herdruk wegens uitputting van de voorraad. Aan de lusjes werden extra recazaken toegevoegd, zodat fietsers en wandelaars nog gemakkelijker een drankstop kunnen inlassen.

Alle routes blijven downloadbaar op de campagnewebsite [www.bloeiendoostvlaanderen.be](http://www.bloeiendoostvlaanderen.be).

##### **AMBASSADEURSTRAJECT 'WORD TOERISTISCH AMBASSADEUR VAN BLOEIEND OOST-VLAANDEREN'**

Binnen Bloeiend Oost-Vlaanderen startte Toerisme Oost-Vlaanderen in 2017 met het begeleidingstraject 'Word Toeristisch Ambassadeur van Bloeiend Oost-Vlaanderen'. Op 21 oktober 2019 beleefden de horeca-ambassadeurs een tweede terugkommoment, met onder andere een vooruitblik op de Floraliën 2020 (in maart 2020 vanwege de coronacrisis uitgesteld tot 2021) en een workshop eetbare bloemen. Na afloop van het Platteland+ project Bloeiend Oost-Vlaanderen wordt de ambassadeurswerking verdergezet in de reguliere onthaalwerking. Zie Deel 2: Headlines 2019, 6. Sectorwerking, 6.8 Steunpunt toeristisch onthaal

## **1.2 REGIOGERICHTE CAMPAGNES**

Regiogerichte campagnes zetten in 2019 de verschillende regio's in de markt als aantrekkelijke toeristische bestemmingen, vertrekkend vanuit de eigenheid en sterkte van elke regio. Hiervoor werden extra promotiemiddelen gereserveerd bovenop de toelages die worden toegekend aan de regionale vzw's. Deze extra promotiemiddelen werden – in nauw overleg met de regio-teams – ingezet voor campagnes met een focus op de bestemming. Zo versterken de provinciale en regionale werking elkaar nog meer en wordt versnippering van middelen tegengegaan.

#### **1.2.1 WANDELWALHALLA VLAAMSE ARDENNEN**

##### **NIEUWE WANDELLUSSEN**

Aanvullend op de 15 reeds bestaande wandellussen ter promotie van de wandelnetwerken Getuigenheuvels, Bronbossen en Zwalmvallei, lanceerden Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Vlaamse Ardennen in maart 2019 vijf nieuwe wandellussen in



het wandelwalhalla. Deze lussen op de knooppunten leiden de toerist-recreant langs enkele beeldbepalende locaties over enerzijds de voorjaarsklassiekers en anderzijds de voorjaarsbloeiers. De vermelde horecazaken en de toeristische infokantoren van de gemeenten kregen eind maart gedrukte exemplaren van de wandellussen, samen met een display. Op die manier kunnen toeristen onmiddellijk op stap in de Vlaamse Ardennen. Alle routes werden online als pdf downloadbaar gesteld op [www.wandelwalhalla.be/wandelroutes](http://www.wandelwalhalla.be/wandelroutes).

### REBRANDINGSTRAJECT

In 2019 werkten Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Vlaamse Ardennen en het bureau Insiders Online aan de verdere ontwikkeling van het merk Vlaamse Ardennen. Er werd een grondige analyse gemaakt van het huidige merk en een bevraging bij de toeristische sector werd georganiseerd om de klemtonen van het merk Vlaamse Ardennen te bepalen. Binnen dit rebrandingstraject werden 4 verhaallijnen vastgelegd als kapstok om tips en locaties aan bezoekers van de Vlaamse Ardennen te presenteren: verrassend wandelen, pittig koersen, slow down, van oudsher genieten. Het logo werd aangepast en de beeldtaal vernieuwd. In 2020 wordt het nieuwe merk uitgerold en toegepast in alle verschillende communicatiekanalen.

Door de ontwikkeling van de nieuwe branding waren er geen grootse acties in 2019, wel een Facebookcampagne die inzette op traffic naar de website.

### 5 x OVERWINTEREN

In december 2019 werd '5 x overwinteren in het wandelwalhalla' gelanceerd, een online magazine om het wandeltoerisme en de overnachtingen in de regio te bevorderen. Bezoekers van de campagnesite konden het magazine gratis downloaden. Deze campagne loopt nog tot februari 2020.

#### *De Vlaamse Ardennen (Facebook-)campagne in cijfers*

- Facebook advertenties leidden 31.678 bezoekers naar de website
- 5.413 downloads voor '5x overwinteren in het wandelwalhalla'
- 1.397 extra likes voor de Facebookpagina van de Vlaamse Ardennen



### 1.2.2 CAMPAGNE WAASLAND

In 2018 zetten Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Waasland een campagne op om het Waasland in 2018 en 2019 in de markt te zetten als een aantrekkelijke toeristische bestemming. Er werd gekozen voor een herpositionering van de regio, met als kernwoorden/termen, eigenzinnig, nuchter, rijk aan contrasten, 'ergens voor staan', 'jezelf zijn' en 'vanuit een ander perspectief naar de dingen kijken'. Op basis daarvan werden 4 verhaallijnen en bijhorende taglines ontwikkeld als leidraad voor het nieuwe magazine, de nieuwe website en de nieuwe nieuwsbrief: Creative Minds, Beyond Borders, Hidden Treasures en Go With the Flow.

Voor de bijhorende campagnebeelden werd afgestapt van de typische 'toeristische' foto's. In de plaats daarvan werd, in lijn met de nieuwe positionering, gekozen voor industriële, contrastrijke beelden met een gedurfde, uitgesproken aanpak. Bij de nieuwe campagne hoorde ook een nieuw magazine en een nieuw campagnelogo bestaande uit een harde, rauwe 'W' met 3 puntjes die staan voor Gent, Antwerpen en Brussel. De nieuwe campagnestijl werd vanaf november 2018 doorgetrokken in de van nieuwe content voorziene website [www.toerismewaasland.be](http://www.toerismewaasland.be) en sociale media (Facebook en Instagram van Toerisme Waasland).

### WAASLAND MAGAZINE EN PROMOFILMPJES

In april 2019 werd het nieuwe toeristische magazine Waasland (oplage: 25.000 exemplaren) verdeeld bij geïnteresseerde toeristen en recreanten. Tegelijk gingen 5 promofilmmpjes online die werden gerealiseerd op basis van de 4 verhaallijnen. In mei vielen zowel het magazine als het nieuwe logo in de prijzen op de internationale designwedstrijd Indigo Award. Via een online campagne werd het Waasland in de kijker gezet bij Vlaamse en Nederlandse toeristen en recreanten en werden de campagne-materialen en content verspreid bij de doelgroepen.

### 1.2.3 CAMPAGNE MEETJESLAND

In mei 2019 zetten Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland een nieuwe campagne op om het Meetjesland verder te positioneren als een aantrekkelijke bestemming voor een korte vakantie of daguitstap. Voor de stijl en tone of voice van de campagne (humoristisch/nuchter/persoonlijk) werd verdergebouwd op die van vroegere acties met de fietsboeken 'Het Meetjesland. Niemand kent het maar je kunt er prachtig fietsen' (2017) en 'De Meetjesland Bucketlist, een praktische gids met 101 tips' (2018).

Opvolger van de fietsboeken werd 'Komen een Belg en een Hollander in het Meetjesland', met 40 tips van reisjournalisten Bas Van Oort (NL) en Sébastiaan Bedaux (B) om het Meetjesland te verkennen. Aan de tips werden 4 verhalen gekoppeld, 11 fiets- en wandelroutes langs de mooiste Meetjeslandse plekken, plus 54 logeeradressen. Het boek werd gepromoot via de nieuwsbrieven, Facebook en Google Adwords, en kon gratis besteld worden via [www.meetjesland.be/meetjeslandboek](http://www.meetjesland.be/meetjeslandboek) of de webshop van Toerisme Oost-Vlaanderen.

Voor de bijhorende online campagne blikte regisseur Frank Mielants 'Meetjesland: de film' in, een film van één uur waarin Van Oort en Bedaux het Meetjesland ontdekken in het spoor van 4 authentieke Meetjeslanders met elk hun eigen verhaal: de rattenvanger van Middelburg, de machinist van Maldegem, de molenaar van Ertvelde en de schapenherder van het Drongengoed. De film is te bekijken op [www.toerismemeetjesland.be/defilm](http://www.toerismemeetjesland.be/defilm) en werd vanaf juni 2019 gepromoot met teasers op social media en YouTube. Toeristische actoren werden aangemoedigd de film in hun eigen promotiekanalen te gebruiken.



#### *De campagne Meetjesland in cijfers*

- verspreide exemplaren fietsboek in 2019: 30.000 waarvan bijna 8.000 online besteld
- Meetjesland: de film: 231.071 views op Facebook, 64.301 op YouTube
- 25.085 sessies op [www.meetjesland.be/meetjeslandboek](http://www.meetjesland.be/meetjeslandboek)

### 1.2.4 CAMPAGNE SCHELDELAND

In maart 2019 lanceerden Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Scheldeland een campagne om de naamsbekendheid van Scheldeland te verhogen en de regio te positioneren als een aantrekkelijke toeristische bestemming, met de nadruk op het bevorderen van verblijfstoerisme. De campagne bouwde verder op de campagneaanpak ontwikkeld in 2017 en 2018, en behelste ook de realisatie van een nieuw Scheldeland Vakantieboek in 2020.

Onder de noemer 'Expeditie Scheldeland' werden voor de online campagne 6 reisbloggers op pad gestuurd om de toeristische troeven van de regio te ontdekken. Twee jaar lang brengen ze op [www.expeditiescheldeland.be](http://www.expeditiescheldeland.be) verslag uit, in verhalen en video's, van hun ervaringen en ontmoetingen. Hun aangeleverde content vormde ook de basis van het Scheldeland Vakantieboek, dat in januari 2020 uitkomt.

Via [www.scheldeland.be/routeboek](http://www.scheldeland.be/routeboek) konden fietsers en wandelaars vanaf juli 2019 alvast een routeboekje downloaden met 6 wandel- en zes fietsroutes langs Schelde, Dender en Rupel. Bij elke route hoorden tal van handige tips, leuke bezienswaardigheden, toffe locaties om even uit te blazen én gezellige logeerplekken.

#### *De Scheldelandcampagne in cijfers*

- 58.500 bezoekers en 25.620 gedownloade routeboekjes op [www.scheldeland.be/routeboek](http://www.scheldeland.be/routeboek)
- 8.300 bezoekers op [www.expeditiescheldeland.be](http://www.expeditiescheldeland.be), waarvan meer dan 6.000 via Facebook ads
- Bijna 340.000 video views via Facebook ads, waaronder meer dan 152.000 voor de ambassadeursvideo's

### 1.2.5 CAMPAGNE LEIESTREEK

Door het nieuwe strategisch plan en nieuwe branding werd er in 2019 geen aparte campagne opgezet voor de Leiestreek. Er werden wel enkele kleinere acties uitgewerkt. Zie Deel 3: Regiowerking, 2. Leiestreek, 2.1. Campagnes en acties.

### 1.2.6 CAMPAGNE GENT

Voor de promotie van het Van Eyck-jaar 2020 in Gent sloeg Toerisme Oost-Vlaanderen de handen in elkaar met Visit Gent. De voorbereidingen daartoe startten in 2019. Toerisme Oost-Vlaanderen zal de verschillende activiteiten tijdens het Van Eyck jaar ondersteunen met aanvullende productontwikkeling, communicatie op de binnenlandse markt, onder meer in nieuwsbrieven en op sociale media, en een ambassadeurstraject voor horecaondernemingen in Gent.

Eind 2019 startte Toerisme Oost-Vlaanderen ook met de voorbereidingen van een gratis wandel- en fietskaart rond Van Eyck. Deze komt uit in maart 2020 en zal breed ingezet worden als promotiemiddel voor het culturele feestjaar (zie Deel 1: Headlines 2019, 9. In voorbereiding, 9.3 OMG Van Eyck was here!). In 2019 waren ook workshops met Visit Gent en Toerisme Oost-Vlaanderen voor het bepalen van opportuniteiten voor samenwerkingen op vlak van marketing en communicatie.

### 1.3 CAMPAGNE VLAANDEREN VAKANTIELAND

Ook in 2019 werkten de vijf Provinciale Toeristische Organisaties (PTO's) samen aan een gezamenlijke promotiecampagne rond korte vakanties in Vlaanderen, onder de noemer 'Vlaanderen Vakantieland'. Er werd voor gekozen de campagne maximaal te laten aansluiten bij de inspanningen van de vzw Logeren in Vlaanderen, waarin de 5 PTO's de belangrijkste partner zijn. De samenwerking tussen de PTO's en Logeren in Vlaanderen werd in een samenwerkingsovereenkomst gegoten.

Hart van de campagne werd de website [www.vlaanderenvakantieland.be](http://www.vlaanderenvakantieland.be), met inspirerende artikels en blogs. Om bezoekers vlot de weg te laten vinden naar de site, kwam er een traffic campagne via Facebook, Google Adwords en e-mailmarketing. Per provincie werden 6 à 10 videoreportages ingeblikt die werden gebruikt op de website, social media en e-zines.

In het voorjaar werkte Vlaanderen Vakantieland samen met VRT voor de rubrieken 'Pagina niet gevonden' en 'De oppas' in Iedereen Beroemd. Op de website [www.vlaanderenvakantieland.be](http://www.vlaanderenvakantieland.be) en op sociale media werd na elke uitzending verder ingegaan op de reportages in 'Pagina niet gevonden' en werd extra informatie gedeeld over wat er nog allemaal te beleven valt in de buurt. De video's uit 'De oppas' werden gedeeld op de online en sociale media van Vlaanderen Vakantieland en Logeren in Vlaanderen Vakantieland.

Zie Deel 2: Headlines 2019, 7. Logeren in Vlaanderen



## 2. FIETSEN EN WANDELEN

### 2.1 AANPASSINGEN FIETSNETWERKEN

Om fietsers nóg comfortabeler naar nieuwe groenpolen van de provincie te loodsen, voerde Toerisme Oost-Vlaanderen in mei 2019 enkele wijzigingen door aan de netwerken van de regio's Leiestreek, Scheldeland en Waasland. Om de houdbaarheid van fietsnetwerkkarten te verzekeren, werden waar mogelijk geen knooppunten toegevoegd.

Het fietsnetwerk Leiestreek kreeg ter hoogte van het Parkbos, een nieuwe groenpool tussen Sint-Denijs-Westrem, Zwijnaarde, De Pinte en Sint-Martens-Latem, enkele ingrijpende aanpassingen. Wie vanuit Gent de stad verlaat, rijdt nu rechtstreeks en veilig het Parkbos binnen over 2 nieuwe fiets- en wandelbruggen (dwars over de R4 en de E40). Op het fietsnetwerk vertaalde zich dat in verschuivingen van 2 knooppunten en in 3 nieuwe knooppunten. De nieuwe knooppunten werden op het terrein aangekondigd door middel van infobordjes met een overzichtskaart.

In de zuidrand van Gent kreeg ook het fietsnetwerk Scheldeland een kleine aanpassing. Via het Keizerpark komen fietsers voortaan middenin de groenpool Gentbrugse Meersen terecht. De aanpassing in dit gebied beperkte zich tot de verplaatsing van één knooppunt naar Heusdenbrug en had geen impact op de volgorde van knooppunten.

In de polders van Kruikeke kreeg het fietsnetwerk Waasland enkele kleine aanpassingen. Ook hier beperkten ze zich tot de verplaatsing van knooppunten, zonder impact op de volgorde.

### 2.2 FIETS – EN WANDELGIDSEN

#### 2.2.1 WOULDLOPEN

Liefhebbers van boswandelingen konden vanaf januari 2019 op pad met Woudlopen, een belevingsgids met 5 totaal verschillende bossenroutes in één handige pocket. Woudlopen was de 5de publicatie in een serie fiets- en wandelgidsen van Toerisme Oost-Vlaanderen, waarin eerder ook Oeverlopen, Koplopen, Grensgevallen en Denderstreken verschenen. Met routes in het Drongengoedbos, Kravaalbos, Buggenhoutbos, Bos t' Ename en Kluisbos komen wandelaars met Woudlopen in 3 verschillende Oost-Vlaamse regio's terecht: het Meetjesland, de Vlaamse Ardennen en Scheldeland, en dat op de knooppuntennetwerken Meetjeslandse Bossen, Zwalmvallei, Getuigenheuvels en Brabantse Kouters.

#### 2.2.2 OVERSTROMEN

In de fietsgids Overstromen, die in juni 2019 uitkwam, bundelde Toerisme Oost-Vlaanderen 6 lusvormige routes dwars door rivierpark Scheldevallei. Met routes rond Gent, Wetteren, Berlare, Dendermonde, Moerzeke, Hamme, Rupelmonde, Temse en Kruikeke focuste de gids overwegend op de machtige Schelde. Maar ook haar zijrivieren de Durme en de Rupel kregen een rol. Zo kwamen ook Lokeren, Waasmunster en het Antwerpse Schelle op de trajecten terecht. De 6 routes van gemiddeld 40 kilometer lopen alle via knooppunten en sluiten op elkaar aan, wat combinaties tussen 2 of meerdere lussen mogelijk maakt. Voor liefhebbers van meerdaagse fietstochten werd in Overstromen ook een extra bonustraject van 80 kilometer uitgestippeld, tussen Antwerpen en Gent.

#### 2.2.3 WATERLANDEN

'Wandelen langs oude Scheldebochten' luidde de ondertitel van Waterlanden, de wandelgids die Toerisme Oost-Vlaanderen in december 2019 lanceerde. Met de gids bij de hand kunnen wandelaars met uitgestippelde routes op pad langs het wandelnetwerk Kalkense Meersen-Donkmeer, een natuurparel in Scheldeland, gelegen tussen Wetteren, Laarne, Berlare en Wichelen. De 6 routes van gemiddeld 10 kilometer vertrekken elk vanuit een van de omliggende dorpskernen, lopen alle via knooppunten en sluiten op elkaar aan, wat combinaties tussen 2 of meerdere lussen mogelijk maakt. Waterlanden werd op 14 december aan de pers voorgesteld tijdens een persconferentie in Eetcafé De Pastorij in Kalken.

#### *Verkoopcijfers belevingsgidsen*

- Woudlopen : 934 exemplaren
- Overstromen : 978 exemplaren
- Waterlanden : 121 exemplaren (tussen 14/12 en 31/12/19)
- Oeverlopen: 867 exemplaren
- Grensgevallen: 1.151 exemplaren
- Koplopen: 1.572 exemplaren
- Denderstreken: 1.107 exemplaren





## 2.3 BELEVINGSELEMENTEN OP DE FIETS- EN WANDELNETWERKEN

Bij de realisatie van fiets- en wandelnetwerken investeert Toerisme Oost-Vlaanderen niet alleen in basisinfrastructuur (bewegwijzering) maar ook in het verhogen van comfort (kleinschalige randinfrastructuur) en beleving (belevingspunten).

In 2019 werkte Toerisme Oost-Vlaanderen aan 2 belevingspunten op het fiets- en wandelnetwerk Vlaamse Ardennen:

- Belevingspunt De Drie Scheppes in Brakel
- Uitkijkpunt Bosgat in Maarkedal

De realisatie van deze belevingspunten werd in 2019 voorbereid of mee gefinancierd:

- Paling op het Donkmeer (wandelnetwerk Kalkense Meersen-Donkmeer)
- Wandelpad Boerekreek (wandelnetwerk Meetjeslandse Kreken)
- Uitkijktoren Niemandland (toekomstige wandelnetwerken Moervaartvallei-Grenspark Groot-Saeftinghe)

## 2.4. FLANDRIEN CHALLENGES IN DE VLAAMSE ARDENNEN

Met het hefboomproject Homeland of Cycling wil Toerisme Vlaanderen de provincie Oost-Vlaanderen, en bij uitbreiding heel Vlaanderen, internationaal uitspelen als unieke wielervedstemming. Binnen dit project lanceerde Toerisme Oost-Vlaanderen in juni 2019 de eerste Flandrien Challenge segmenten op de Oude Kruisberg, de Taaiberg, de Berendries, de Paddestraat en de Koppenberg in de Vlaamse Ardennen. Hiermee kunnen wielervedhebbers via de sportapp Strava hun beklimmingen vergelijken met die van de echte Flandriens. De 5 stroken waren de eerste van in totaal 50 die de komende jaren zullen gerealiseerd worden.

## 2.5 HERWERKING ROUTES

### 2.5.1 FIETSEN IN HET WIEL VAN URBANUS

Ter gelegenheid van de 70ste verjaardag van komiek Urbanus herwerkte Toerisme Oost-Vlaanderen de Urbanus fietstocht tot 'Fietsen in het wiel van Urbanus'. De route volgt de schalkse stripheld in Lokeren en omstreken, de thuisbasis van Urbanus-striptekenaar Willy Linthout. De vermelde horecazaken en Toerisme Lokeren kregen in maart gedrukte exemplaren van de fietslus, samen met een display. De lus is ook in pdf-formaat beschikbaar op de websites van Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Waasland.

### 2.5.2 BOERKESLUSSEN

Vijf nieuwe lussen, waaronder een vervanger voor de Bladelin wandelroute, vervingen in maart 2019 de vroegere Boerkesommetjes in het Meetjesland. De lusjes werden opge maakt in de stijl van de StapAf-wandellussen en vermelden de horeca en bezienswaardigheden onderweg.

De vermelde horecazaken en de toeristische infokantoren van de gemeenten kregen gedrukte exemplaren van de wandellussen, al dan niet met een display. De lussen werden ook in pdf-formaat beschikbaar gesteld op de websites van Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland.

### 2.5.3 BLOEIEND OOST-VLAANDEREN

In juni 2019 kregen de fietslussen en de wandellus van Bloeiend Oost-Vlaanderen een herdruk. De routes bleven behouden maar er werden nog extra reczakken toegevoegd. Alle routes blijven downloadbaar op de campagnewebsite [www.bloeiendoost-vlaanderen.be](http://www.bloeiendoost-vlaanderen.be).

## 2.6 CHATBOT



Ook in 2019 konden fietsers en wandelaars de chatbot Roger consulteren voor een gepaste fiets- of wandelroute. De chatbot activeren kon door een gesprek op te starten in de Messenger applicatie van Facebook. Na enkele vragen en antwoorden van Roger krijgt de bezoeker een route die perfect aansluit bij zijn of haar voorkeuren qua locatie, lengte en moeilijkheidsgraad. De chatbot geeft telkens ook enkele suggesties mee, al dan niet gebaseerd op de locatie van de bezoeker.

Met Roger chatten kan op twee manieren:

- door in de zoekbalk van Messenger 'Toerisme Oost-Vlaanderen' te zoeken en dan op 'aan de slag' te klikken
  - door rechtstreeks een chat te starten op de Facebookpagina van Toerisme Oost-Vlaanderen
- Roger de chatbot had eind 2019 meer dan 2.000 unieke gebruikers.



## 2.7 ONDERHOUD ROUTESTRUCTUREN

### 2.7.1 BEWEGWIJZERING

De wandel- en fietsnetwerken en de lusvormige routes vormen de basis van het Oost-Vlaams toeristisch-recreatief product. Samen waren de netwerken en routes in 2019 bewegwijzerd met 34.516 bordjes (stand per eind december), ongeveer 900 minder dan in 2018. De daling was te wijten aan de sanering van een aantal lusvormige, met zeshoekjes bewegwijzerde wandel- en fietslussen. Daar komen in 2020, met de realisatie van het eerste wandelnetwerk Moervaartvallei in het Waasland wel meteen meer dan 1.800 bewegwijzeringsborden bij. Daarnaast breidt ook het aantal te onderhouden neveninfrastructuur zoals picknickplaatsen, zitbanken en Sinnenbanken uit.

### 2.7.2 CONTROLES EN ONDERHOUDSHERSTELLINGEN

Enkele cijfers voor 2019:

- ongeveer 700 vrijwillige meters en peters controleerden op 3 tijdstippen de bewegwijzering van routes en netwerken
- er werden meer dan 2.100 controleopdrachten uitgestuurd
- Toerisme Oost-Vlaanderen valideerde 1.739 controlerapporten
- gebruikers van de netwerken zorgden voor 336 extra meldingen via de website
- de rapporten gaven aanleiding tot 2.777 werkopdrachten te velde, voor herstelling of vervanging van palen en borden
- er werden ook ongeveer 900 werkopdrachten uitgestuurd voor de sanering van wandel- en fietslussen. Ook tal van omleidingen en definitieve trajectwijzigingen werden gerealiseerd, voornamelijk langs de spoorwegen (wegens de sluiting van diverse gelijkgrondse overwegen).

Het digitale Osyrisprogramma dat in 2014 in gebruik werd genomen en toen baanbrekend was, raakte intussen verouderd. In 2020 wordt daarom uitgekeken naar een efficiënter en voor iedereen (eigen personeel, meters/peters en uitvoerders) gebruiksvriendelijker systeem. Hiervoor werd in 2019 aan marktverkenning gedaan en werd bij collega's van andere provinciale toeristische organisaties gepolst naar hun werking.

### 2.7.3 METER- EN PETERWERKING

De communicatie met de meters en peters verloopt, naast de standaard procedures voor de controleopdrachten en rapporteringen, via de besloten Facebookgroep 'Osyris meters en peters Toerisme Oost-Vlaanderen' en door middel van een halfjaarlijkse digitale nieuwsbrief. Daarnaast kunnen meters en peters te allen tijde contact opnemen via het e-mailadres van de routedokters.

Traditiegetrouw vergastte Toerisme Oost-Vlaanderen de meters en peters ook in 2019 op een jaarlijks bedankingsfeest. Place to be op 26 en 27 oktober was – na jaren Gent - het eventcenter De Keirk in Aalst-Terjoden. Na een dankwoord en een toelichting bij de plannen voor 2020 volgde een uitgebreid diner en een verrassingsconcert.



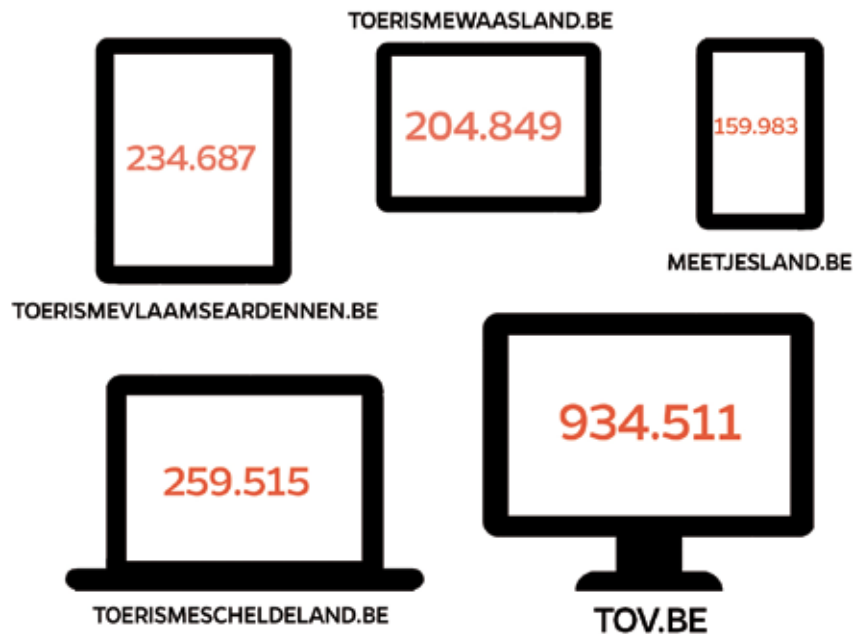
## 3. WEBSITE EN ONLINE COMMUNICATIE

### 3.1 WWW.TOV.BE EN REGIOSITES

Gebruiksvriendelijkheid primeert op de websites van Toerisme Oost-Vlaanderen en vier van haar toeristische regio's (Meetjesland, Scheldeland, Waasland en Vlaamse Ardennen). Alle sites wijzen bezoekers op een compacte, snelle en eenvoudige manier de weg naar alle toeristische info over Oost-Vlaanderen, en communiceren over projecten en activiteiten. Bezoekers kunnen snel en efficiënt fiets- en wandelroutes bekijken, ze downloaden als PDF of GPX of aankopen in de webshop [www.tov.be/webshop](http://www.tov.be/webshop). Daar kunnen ook partners hun bestellingen van brochures plaatsen.

Wekelijks belichten de websites via 'Nieuws' en 'In de kijker' de leukste activiteiten of de nieuwe producten van Toerisme Oost-Vlaanderen. De inspiratiepagina's op [www.tov.be/inspiratie](http://www.tov.be/inspiratie) bieden thematisch (gezin, bier, gastronomie, cultuur & erfgoed, ...) inspiratie voor een dagje of weekendje Oost-Vlaanderen.

Op vraag van de sector en om ook anderstalige bezoekers wegwijs te maken in Oost-Vlaanderen, stelt Toerisme Oost-Vlaanderen haar websites ([www.tov.be](http://www.tov.be) en de regiowebsites) in vier talen beschikbaar. Kiezen voor Nederlands, Frans, Engels of Duits kan eenvoudig door bovenaan rechts op de taalswitcher te klikken.



#### Websitebezoek in 2019

- 1.793.545 bezoekers
- Vergelijking met 2018: + bijna 150.000 bezoekers
- 934.511 bezoekers voor [www.tov.be](http://www.tov.be): + bijna 17% in vergelijking met 2018

## 3.2 THEMATISCHE WEBSITES

De thematische websites [www.planbier.be](http://www.planbier.be), [www.beleefjeeigenronde.be](http://www.beleefjeeigenronde.be), [www.oeverlopen.be](http://www.oeverlopen.be) en [www.wandelwalhalla.be](http://www.wandelwalhalla.be) die in 2017 voor 4 campagnes werden ontwikkeld of herwerkt, bleven ook in 2019 online. De website van Bloeiend Oost-Vlaanderen bleef geïntegreerd binnen de website van Toerisme Oost-Vlaanderen.

## 3.3 E-NIEUWSBRIEVEN

Via elektronische nieuwsbrieven communiceert Toerisme Oost-Vlaanderen op geregelde tijdstippen met haar verschillende doelgroepen over nieuwe toeristisch-recreatieve producten, acties of veranderingen binnen de organisatie.

De e-nieuwsbrieven zijn:

- StapAf nieuwsbrief
  - zie Deel 2: Headlines 2019, 1.Campagnes, 1.1 Thematische campagnes, 1.1.1 StapAf, StafAf nieuwsbrief
  - fiets- en wandelnieuwsbrief voor consumenten
  - bijna 74.000 abonnees
  - maandelijks
- Groepsnieuwsbrief
  - tips en ideeën voor groepen
  - voor groepsverantwoordelijken in Vlaanderen en Nederland
  - 2.020 abonnees
  - tweemaandelijks
- Sectornieuwsbrief
  - algemeen of specifiek
  - 3.185 abonnees
  - Maandelijks, of afhankelijk van het nieuwsaanbod
  - zie Deel 2: Headlines 2019, 6. Sectorwerking, 6.5 Sectorcommunicatie, 6.5.2 Sectornieuwsbrieven

## 3.4 SOCIAL MEDIA

Toerisme Oost-Vlaanderen zet, samen met de toeristische regio's, sterk in op sociale media. Sinds geruime tijd worden accounts beheerd op Facebook, Twitter en Instagram. Alle socialemediakanalen bleven ook in 2019 een verlengde van de websites en andere communicatiemiddelen. Ook hier ligt de focus op het promoten van het fiets- en wandelaanbod in de Oost-Vlaamse regio's.

- Facebook 46.500 likes

De Facebookpagina's promoten met leuke dagelijkse posts en aantrekkelijke foto's de producten en aanbiedingen die Toerisme Oost-Vlaanderen en haar regioteams ontwikkelen, zoals fiets- en wandelroutes, brochures en arrangementen. Om het communitygevoel te versterken, worden volgers geregeld gestimuleerd om zelf berichten op de pagina's te posten. In 2019 werd verder ingezet op content creatie specifiek voor Facebook. Content werd aangeleverd via de community of via influencers, of vanuit Toerisme Oost-Vlaanderen zelf gecreëerd met eigen inspiratieverhalen en tips. Vaste rubrieken waren: een terugblik op het weekend met (een) Instagramfoto(s) (op maandag), een fiets- of wandeltip met gratis routekaartje (op donderdag) en een weekentip (op vrijdag).

Met de eigen drone kon Toerisme Oost-Vlaanderen ook in 2019 eigen kwalitatieve videocontent ontwikkelen. Video's werden op regelmatige tijdstippen gepost op Facebook en YouTube.

- Instagram

Met de account Stapaf.be is Toerisme Oost-Vlaanderen sinds eind 2015 actief op Instagram. De account heeft als doel het toerisme in Oost-Vlaanderen te promoten met aantrekkelijke foto's, de online community van StapAf'ers verder uit te bouwen en het StapAf communitygevoel te versterken.

Eind 2019 had de account 9.400 volgers. Volgers kunnen met de communityhashtag #stapaf zelf hun eigen foto's posten.



9400 VOLGERS



@STAPAF.BE



## 4. PERS EN PR

### 4.1 TOERISME OOST-VLAANDEREN IN DE PERS

In de loop van 2019 verstuurde Toerisme Oost-Vlaanderen een tiental persberichten naar een groot aantal journalisten van de (inter)nationale pers. Er gingen persberichten de deur uit over onder andere de nieuwe belevingsgidsen Woudlopen, Overstromen en Waterlanden, de infodag groepen, de wijzigingen op de fietsnetwerken, de toevoeging van de vrouwelijke renners aan de Ronde van Vlaanderenstraat en de lancering van de LIV-campagne.

Dat resulteerde in korte berichten online en in print, en in grotere artikels in media(kanalen) als Het Nieuwsblad Check, Libelle, Pasar, Touring en Krant van West-Vlaanderen.

### 4.2 BEURSWERKING

In 2019 nam Toerisme Oost-Vlaanderen deel aan de volgende beurzen:

- Fiets- en wandelbeurs Vlaanderen - Flanders Expo Gent: 2-3 februari
- Fiets- en wandelbeurs Nederland - Jaarbeurs Utrecht: 1-2-3 maart

## 5. KENNISCENTRUM

### 5.1 ANALYSE EN ONTSLUITING BASISDATA

Eind mei 2019 werd de bezoekersbarometer gelanceerd, een online tool waarin de toeristisch-recreatieve attracties hun bezoekersaantallen kunnen ingeven en raadplegen. Hiermee kreeg de vroegere 'attractiebarometer' een facelift en enkele nieuwe functionaliteiten. De bezoekersbarometer is een samenwerking tussen Toerisme Vlaanderen, de provincies en de kunststeden. Het kenniscentrum van Toerisme Oost-Vlaanderen treedt op als eerstelijnscontact voor de attracties in de Oost-Vlaamse regio's en volgt de gegevensverzameling hiervoor op.

### 5.2 FIETSONDERZOEK IN DE VLAAMSE ARDENNEN (binnen EUROCYCLO-project)

Binnen Eurocyclo, het Europese Interreg V-Project rond fietsen in de grensstreek Vlaanderen-Wallonië-Frankrijk, voert Toerisme Oost-Vlaanderen een studie uit naar de recreatieve fietsers op het fietsnetwerk Vlaamse Ardennen. Het onderzoek beoogt het aantal recreatieve fietsers op het fietsnetwerk Vlaamse Ardennen in te schatten en het profiel, de activiteiten, motivaties, tevredenheid en bestedingen van die fietsers in kaart te brengen.

De studie steunt op twee belangrijke pijlers: enerzijds tellingen van de fietsers en anderzijds een enquête bij de recreatieve fietsers. Zowel tellingen als bevragingen liepen in 2019.

#### 5.2.1 TELLINGEN VAN DE FIETSERS

Verspreid over het fietsnetwerk van de Vlaamse Ardennen installeerde Toerisme Oost-Vlaanderen eind 2018 zes vaste fietstellers die vanaf 2019 continu het aantal passerende fietsers meten. In 2019 werden in totaal meer dan 561.000 fietsbewegingen geregistreerd, goed voor een gemiddelde van 1.537 per dag.

Om het totaalvolume aan fietsers op het fietsnetwerk Vlaamse Ardennen te kunnen inschatten, werden - naast de continue tellingen op de zes vaste telpunten - in 2019 op nagenoeg alle segmenten van het fietsnetwerk Vlaamse Ardennen gedurende een tweetal weken met mobiele tellers het aantal fietsers geteld.

Aan de hand van verhoudingsgetallen tussen de tijdelijke/mobiele en permanente/vaste tellingen kan een inschatting gemaakt worden van het totaal aantal fietsers op alle segmenten van het fietsnetwerk.

#### 5.2.2 ENQUÊTERING BIJ DE RECREATIEVE FIETSERS

Naast de aantallen recreatieve fietsers op het fietsnetwerk wil Toerisme Oost-Vlaanderen ook inzicht krijgen in het profiel, het fietsgedrag, de motivatie, de tevredenheid, het bestedingspatroon... van die fietser. Daarom werden tussen midden april en begin november 2019 23 enthousiaste vrijwilligers op pad gestuurd met een tablet om een voorgeprogrammeerde korte bevraging af te nemen bij de fietsrecreanten. Wie aan de enquêteur een mailadres naliet, werd uitgenodigd om achteraf een meer uitgebreide online-bevraging in te vullen. Op die manier werden een 2.500-tal korte enquêtes afgenomen en ruim 1.100 lange enquêtes ingevuld.

Bij de terreinenquête werd de volgende werkwijze gehanteerd:

De vooropgestelde enquêteermaanden (eind april – begin november) werden ingedeeld in 15 enquêteperiodes (10 x 2 weken,

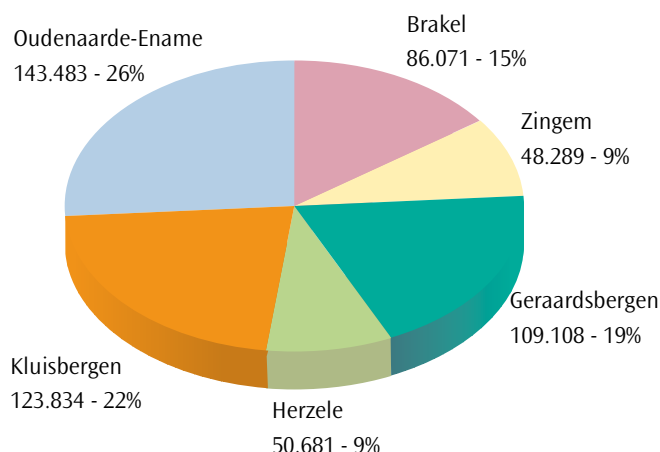
5 x 1 week). Aan de enquêteurs die zich voor één of meerdere periodes engageerden, werd als richtlijn meegegeven om gedurende zo'n enquêteperiode 5 keer op pad te gaan om te enquêteren (zeker zondagmiddag; uiteraard afhankelijk van het weer).

Verspreid over het fietsnetwerk Vlaamse Ardennen werden 5 startpunten geselecteerd (2 in zone Oudenaarde, 1 in zone Zottegem, 1 in zone Geraardsbergen, 1 in zone Ronse) van waaruit/waar rond de enquêteurs zich bewogen op het fietsnetwerk om de face to face bevragingen af te nemen.

Met het fietsonderzoek Vlaamse Ardennen zette het kenniscentrum voor het eerst dergelijke terreinenquêtering binnen een grootschalig onderzoek mee op. Hier kwamen tal van concrete acties bij kijken:

opzetten van werking met vrijwilligers, werving, briefing en opvolging van de enquêteurs, mobiliseren en informeren van de startpunten, enzovoort.

Binnen het fietsonderzoek Vlaamse Ardennen werkt Toerisme Oost-Vlaanderen nauw samen met Westtoer. Westtoer staat ondermeer in voor de in 2019 verzamelde basisgegevens (aan de hand van fietstellingen en enquêtes). De onderzoeksresultaten worden in 2020 voorzien.



## 6. SECTORWERKING

### 6.1 INSPIRATIEDAG

Onder het motto 'Duurzaamheid: dure woorden of 'duust' vragen' organiseerde Toerisme Oost-Vlaanderen op 2 december 2019 haar jaarlijkse inspiratiedag voor de toeristische sector (logies, reca, infokantoren, gidsenverenigingen, attracties, ...). 124 Oost-Vlaamse toeristische actoren maakten in het FLEX Meeting Center in Flanders Expo (houder van het Green Key-label) kennis met duurzame toeristische acties en visies, en kregen antwoorden op al hun vragen over het onderwerp. Op deze 10de editie van de inspiratiedag waren er niet alleen boeiende sprekers, maar ook 'babbelhoeken' waar deelnemers konden brainstormen over diverse onderwerpen.

Na een welkomstwoord door gedeputeerde Leentje Grillaert en toelichtingen over de energieambassadeurs (Anneleen Demey, Provincie Oost-Vlaanderen), duurzaam toerisme in tijden van Tinder, Fortnite & AlphaZero (Pieter van de Glind, ShareNL) en duurzaam toeristisch ondernemen door marketing (Herman Janssens, Brein & Branie), konden deelnemers 4 keuzesessies volgen:

- Deeleconomie (Pieter van de Glind, ShareNL)
- Een duurzaam evenement, makkelijker dan je denkt (Jeroen Vereecke, Robinetto & Martijn Van De Walle, Smarty Greenz)
- Ontdek de troeven van lokale producten! (Katrien Baetens, Provincie Oost-Vlaanderen)
- Is lokaal toerisme wel zo duurzaam als wordt beweerd? (Peter Wollaert, UNITAR – Managing Director CIFAL Flanders)

Voor het tweede jaar op rij werden er ook 'babbelhoeken' georganiseerd waar bezoekers diverse onderwerpen konden bespreken:

- Traject Reizen naar Morgen (Erik Hennes, regiocoördinator Meetjesland, Toerisme Oost-Vlaanderen)
- Kennismaking Green Key-label met getuigenis van logies (Eveline De Reu, GoodPlanet Belgium) (Bert De Wolf, De Schapenkop Ronse)
- Brainstorm: hoe kunnen we onze plastic voetafdruk verkleinen? (Jorine Vermeer, GoodPlanet Belgium)  
Booot, pionier met elektrische boten (Gwen Vanhove, Booot)
- Hoe voedselverspilling voorkomen en wat te doen met overschotten? (Hanne Heymans, Foodwin)

### 6.2 INFODAG GROEPEN

Om de groepstrips in Oost-Vlaanderen te promoten, organiseerde Toerisme Oost-Vlaanderen op zaterdag 23 februari 2019 voor de 17de keer een infodag over groepsuitstappen. 107 standhouders presenteerden in de Brielpoort in Deinze (Leiestreek) hun groepsaanbod en verblijfsmogelijkheden aan socio-culturele verenigingen, scholen, autocaristen en andere geïnteresseerden die regelmatig in groep op uitstap gaan. 869 groepsverantwoordelijken uit heel Vlaanderen namen deel, meer dan 300 méér dan in 2018.

### *Enkele cijfers*

De infodag kende opnieuw een groei: de editie 2019 bracht 869 bezoekers op de been, waaronder 555 individuele beursbezoekers. In 2018 waren er 547 bezoekers waaronder 244 individuele (ter vergelijking: 470 bezoekers in 2017, 350 bezoekers in 2016)

Ook bij de standhouders waren er meer deelnemers: 107 versus 95 in 2018.

Een enquête bewees een grote tevredenheid bij de bezoekers: 99 % beoordeelde het aanbod van de standhouders als 'goed' tot 'heel goed'.



Voor deze editie werd het concept nog verder vernieuwd. Het initiatief Lucky Hour had als doel meer bezoekers te lokken tijdens de middaguren, wat ook gelukt is. De gezellige sfeer op de beurs werd nog extra versterkt door de streekproductenmarkt, waarvoor Lekker Oost-Vlaams ondersteuning bood bij de organisatie. Niet alleen kon er geproefd en gesmaakt worden, de beursbezoekers konden zich ook informeren over de mogelijkheden voor bedrijfsbezoeken.

Gespreid over de dag waren er 10 prospectietochten waarbij het beursbezoek werd gecombineerd met een mooie uitstap in de Leiestreek en Gent. Het aanbod van de tochten was gevarieerd, met onder andere een bezoek aan kasteel Ooidonk, een rondleiding in stadspaleis d'Hane Steenhuyse, een gegidste wandeling door Deinze en een bezoek aan sierteler Meuninck in Nevele.

Ter promotie van de Infodag Groepen was Toerisme Oost-Vlaanderen ook aanwezig op de Leef-Beurs in Roeselare (11-14 januari 2019). De interesse voor de Infodag was er zeer groot, waardoor op 23 februari veel West-Vlaamse bezoekers de weg vonden naar Deinze.

## 6.3 SECTORBEGELEIDING ALGEMEEN

### 6.3.1 ONDERSTEUNING GEMEENTEN EN TOERISTISCHE DIENSTEN

Een belangrijke ondersteuning voor de lokale besturen wordt georganiseerd met het initiatief Mystery Visit (zie Deel 3: Headlines, 6. Sectorwerking, 6.8 Steunpunt Toeristisch Onthaal, 6.8.1 Mystery visittraject). Daarnaast staat de consultant sectorwerking van Toerisme Oost-Vlaanderen de lokale diensten toerisme ook bij met advies voor ad hoc vragen met betrekking tot diverse thema's zoals gidsenwerking, samenwerking met bedrijven, evenementen enz. en werden overlegmomenten ingepland en acties ondernomen. Er werd overlegd met de gemeente Lochristi, voornamelijk omtrent het groepsaanbod sierteelt.

Op basis van de overlegmomenten legde de consultant sectorwerking ook contacten met een sierteler, om het toeristisch groepsaanbod te versterken.

### 6.3.2 ONDERSTEUNING VERENIGINGEN

Ter ondersteuning van de werking van socio-culturele en toeristische verenigingen werden kleinschalige samenwerkingsverbanden opgezet met NEOS en VTBKultuur.

Toerisme Oost-Vlaanderen informeerde de Oost-Vlaamse toeristische actoren over de Cultuur- en Toerismehappening en de brochure Groepsuitstappen van Neos. Neos maakt op zijn beurt de Infodag Groepen bekend bij hun bestuursleden.

VTBKultuur organiseerde een Knipoogdag (in 2019) in Oost-Vlaanderen. Toerisme Oost-Vlaanderen zorgde voor inhoudelijke inspiratie bij opmaak van het programma en er werd ook wederzijdse promotie gevoerd voor de Knipoogdag en de Infodag Groepen.

## 6.4 SECTORBEGELEIDING LOGIES

Met het oog op de verdere uitbouw van een kwaliteitsvolle en professionele logiessector ondersteunde Toerisme Oost-Vlaanderen ook in 2019 de logiesuitbaters in de provincie. Als centraal aanspreekpunt informeerde de marketingconsulent verblijfstoerisme startende en reeds actieve logiesondernemers tijdens infosessies, netwerkmomenten en studiedagen.

### 6.4.1 LOGIESCONSULTS

Tijdens de logiesconsults op woensdagvoormiddag konden startende en reeds actieve Oost-Vlaamse logiesondernemers terecht bij de logiesconsulent voor alle nuttige informatie met betrekking tot starten (wettelijke bepalingen, subsidiemogelijkheden, fiscale en sociale bepalingen enzovoort) en met hun individuele vragen met betrekking tot het logies. Er vonden in 2019 7 consultmomenten plaats waaraan in totaal 62 potentiële logiesuitbaters deelnamen.

### 6.4.2 INFODAGEN VOOR LOGIES

Naar jaarlijkse gewoonte organiseerde Toerisme Oost-Vlaanderen in 2019 gratis infodagen voor de logiessector in Oost-Vlaanderen. Data, locaties en onderwerpen in 2019 waren:

- 6 mei in logies The Hide in Gent: Masterclass Interieur
- 15 mei in het Sierteeltmuseum LOS in Lochristi: Streekidentiteit en mijn logies
- 24 oktober in eventlocatie Zeld en Zorro in Evergem: Interieurworkshop en communicatie

Telkens namen 40 à 50 logiesuitbaters deel.

### 6.4.3 FOTOGRAFIEPROJECT LOGIES

Aantrekkelijk beeldmateriaal is onmisbaar voor toeristische marketing en bestemmingspromotie. Op zoek naar hun ideale logeerplek, willen toeristen overtuigd worden door een interessant aanbod en sfeervolle beelden. Bij heel wat logies is er echter onvoldoende beeldmateriaal beschikbaar of schiet de kwaliteit van het beeldmateriaal tekort. Om de sector op dat vlak te ondersteunen, startte Toerisme Oost-Vlaanderen, na een succesvol gelijkaardig initiatief in de vorige jaren, in de tweede helft van 2019 een fotografieproject op dat verder loopt tot midden 2021. Toerisme Oost-Vlaanderen stelde een professionele fotograaf aan en neemt de helft van de kostprijs van een fotosessie voor haar rekening. Hierdoor kunnen logiesuitbater voor slechts een bijdrage van € 179 over 35 professionele beelden beschikken. Deze beelden worden ook toegevoegd aan de eigen beeldbank van Toerisme Oost-Vlaanderen, zodat ze gebruikt kunnen worden in alle communicatiekanalen. Een vijftal logiesondernemers gingen in 2019 in op dit aanbod en beschikt zo over professioneel fotomateriaal van hun logiesuitbating.

### 6.4.4 TOERISMEBOEREN

Met het PDPO-project Toerismeboeren werken het Innovatiesteunpunt, Toerisme Oost-Vlaanderen en het Plattelandscentrum Meetjesland samen om naast het klassieke hoevetoerisme een aantal innovatieve toeristische logies uit te werken bij Oost-Vlaamse land- en tuinbouwers. De 3 projectpromotoren stellen hun expertise ter beschikking om tot een weloverwogen en duurzaam logiesconcept te komen dat niet alleen past bij het land- of tuinbouwbedrijf in kwestie maar ook bij de ruimere omgeving en zijn bewoners. Vanuit Toerisme Oost-Vlaanderen is de marketingconsulent verblijfstoerisme en de manager marketing en sectorwerking betrokken bij de projectgroep.

De projectgroep selecteerde in totaal 8 pilots die op maat intensief worden begeleid. Zo worden er per pilot inspiratiedossiers uitgewerkt, waarbij er aan de hand van een businessmodel, een SWOT-analyse, en motivatie-, platteland- en toerismescans duidelijk wordt wat mogelijk is voor de toekomstige logiesondernemer. De cases die niet geselecteerd werden, werden doorverwezen naar de bestaande dienstverlening van de partners en andere organisaties.

In 2019 was er een samenwerking met de tweedejaars studenten interieurvormgeving van de Sint LUCA school of Arts. 80 studenten maakten creatieve ontwerpen voor recreatieve verbreding op maat van de eerste 5 pilots. Hierbij was er een intensieve begeleiding vanuit de projectgroep om aan de hand van wettelijke benchmarks een haalbaar kader te scheppen, maar tegelijk ook de ruimte te laten voor creativiteit. Tijdens een workshopweek in maart konden de studenten de locaties bezoeken en onder de loep nemen. Dat leidde in juni hun eindwerken, waarin ze een creatieve conceptuitwerking van de betreffende sites voorstelden. De projectgroep zetelde in de jury voor deze eindwerken.

Ook belangrijk voor het welslagen van het project is het overleg met diverse beleidsdomeinen, zoals de Provinciale diensten Landbouw en Ruimte, maar ook Vlaamse Departement Landbouw en Visserij en Toerisme Vlaanderen. Daar werd afgetoetst wat op gebied van innovatie wenselijk en mogelijk is binnen de wettelijke voorschriften en regels. Dit zal uiteindelijk leiden tot een draaiboek of handleiding die in maart 2020 wordt voorgesteld en aangereikt zal worden aan zowel rurale ondernemers als aan beleidsmakers die dergelijke dossiers behandelen.

Vormingen/netwerkmomenten in 2019 voor deze sector:

- Mogelijkheden mobiele logies, ook toelichting door slow cabins (19 maart 2019) in Destelbergen en bezoek atelier bij Tiny Houses Belgium in Destelbergen
- Brainstorm belevingsvolle activiteiten (22 okt 2019) in Ons Dagelijks Groen te Aalst

## 6.5 SECTORCOMMUNICATIE

### 6.5.1 SECTORWEBSITE

Behalve via persoonlijk contact en de sectornieuwsbrieven (zie Deel 2: Headlines, 6. Sectorwerking, 6.5 Sectorcommunicatie, 6.5.2 Sectornieuwsbrieven) verliep de B-to-B communicatie van Toerisme Oost-Vlaanderen ook in 2019 via de sectorwebsite [www.sector.tov.be](http://www.sector.tov.be). In 2019 noteerde de site 23.860 bezoeken door 15.435 gebruikers, samen goed voor 44.048 bezochte pagina's. Dat is opnieuw een mooie groei in vergelijking met de vorige jaren (2018: 22.724 bezoeken, 15.078 gebruikers, 39.635 bezochte pagina's - 2017: 15.319 bezoeken, 9.374 gebruikers, 27.476 paginaweergaven).

De website verzamelt alle B-to-B informatie binnen Toerisme Oost-Vlaanderen en haar regio's, en heeft als doel:

- de toeristische ondernemers informeren over de werking, tools en cijfers van Toerisme Oost-Vlaanderen
- op een gebruiksvriendelijke manier informatie verspreiden en ondersteuning bieden
- aanzetten tot samenwerking met Toerisme Oost-Vlaanderen en haar regio's
- contactinformatie uitwisselen
- de sector door middel van regelmatige nieuwsberichten op de hoogte houden van het laatste nieuws
- de pers informeren over nieuwe acties en producten, en journalisten de weg wijzen naar de beeldbank van Toerisme Oost-Vlaanderen

De website vertrekt vanuit de vragen van de ondernemers waarmee de verschillende afdelingen van Toerisme Oost-Vlaanderen dagelijks geconfronteerd worden. Met het informerende luik 'Info & Onderzoek' en het activerende luik 'Ondersteuning & Brochures' worden vragen zoals 'hoe een logies opstarten?' en 'hoe bestel ik publicaties om aan mijn gasten aan te bieden?' meteen beantwoord. Op de pagina 'Ondersteuning van steden & gemeenten' vinden steden en gemeenten alle nuttige info om hun toeristische werking te versterken.

Behalve alle info over toeristische producten, wetgeving en contacten binnen Toerisme Oost-Vlaanderen en haar regio's, bundelt de website ook een aantal bestaande tools zoals de beeldbank, de webshop en Osyris.

Andere pagina's linken door naar onder meer info over de werking van Toerisme Oost-Vlaanderen, data omtrent bijvoorbeeld het verblijfstoerisme in de provincie en het logiesaanbod, online nieuwsbrieven, externe promotiekanalen en een kalender met een overzicht van aankomende opleidingen en evenementen.

Op de pagina Bestuurscentrum worden alle documenten verzameld die betrekking hebben op het bestuur van de vzw's, zoals de activiteiten en rekeningen, de planning en het budget, de statuten, lijsten van leden en bestuurders, en verslagen van vergaderingen. Alle documenten met betrekking tot de openbare algemene vergaderingen kunnen vrij geconsulteerd worden. Het consulteren van de luiken 'Algemene vergadering' en 'Raad van bestuur' vereist aanmelding met een wachtwoord.

### 6.5.2 SECTORNIEUWSBRIEVEN

Op geregelde tijdstippen verstuurt Toerisme Oost-Vlaanderen e-nieuwsbrieven naar de toeristische sector in de provincie (logies, attracties, bestemmingen) met daarin het laatste nieuws over producten, lopende projecten, wetgeving, tips en trends in toerisme, ... die voor hen belangrijk kunnen zijn.

In 2019 waren 3.185 toeristische actoren geabonneerd op deze nieuwsbrief. Er werden 14 algemene sectornieuwsbrieven en 7 specifieke sectornieuwsbrieven (regionale sectornieuwsbrieven, themagerelateerde sectornieuwsbrieven,...) verstuurd. Alle sectornieuwsbrieven zijn consulteerbaar op de sectorwebsite via [www.sector.tov.be/online-nieuwsbrieven](http://www.sector.tov.be/online-nieuwsbrieven).

## 6.6 NETWERKMOMENTEN EN WERKGROEPEN

### 6.6.1 SECTORCONTACTEN SIERTEELT & TOERISME

In navolging van het project Bloeiend Oost-Vlaanderen hield Toerisme Oost-Vlaanderen via diverse kanalen (persoonlijke contacten, mail, website, telefoon, sectorwebsite, sectornieuwsbrieven) contact met de sierteeltgerelateerde toeristische actoren. Dit resulteerde onder andere in vernieuwde fiets- en wandellussen (zie Deel 2: Headlines 2019, 1. Campagnes, 1.1. Thematische campagnes, 1.1.3 Bloeiend Oost-Vlaanderen) en een ontdekkingsdag in het thema van sierteelt.

Deze ontdekkingsdag vond plaats op 4 juni 2019, in de gemeenten Lochristi en Wetteren. Toerisme Oost-Vlaanderen nam 19 vertegenwoordigers van touroperators, busmaatschappijen en gidsverenigingen mee langs vier sierteeltgerelateerde bezienswaardigheden. Ook het groepsaanbod van Floraliën 2020 (wegens de coronacrisis uitgesteld naar 2021) werd belicht. Op die manier werden de aanwezigen warm gemaakt voor een opname in het eigen aanbod en programma's.

Toerisme Oost-Vlaanderen engageerde zich ook voor het project 'Biobloemen: Kleur van op het bioveld tot bij de consument' van het Proefcentrum voor Sierteelt. Toerisme Oost-Vlaanderen engageerde zich om in het project op te treden als partner, te participeren aan netwerkmomenten en mee promotie te maken voor de biobloemensector, door sierteeltgerelateerde korte keteninitiatieven te vermelden in de lijst van sierteeltoevenementen op [www.bloeiendoostvlaanderen.be](http://www.bloeiendoostvlaanderen.be). In 2019 werden stuurgroepvergaderingen opgevolgd op 9 januari en 18 december.

Daarnaast werd een oproep gelanceerd naar groepsaanbieders om een aanbod te ontwikkelen in het thema van de sierteelt. Deze oproep kaderde binnen Floraliën 2020 (uitgesteld naar 2021).

### 6.6.2 BEGELEIDINGSTRAJECT BLOEIEND OOST-VLAANDEREN

Binnen het project Bloeiend Oost-Vlaanderen (zie Deel 1 Headlines, 1. Campagnes, 1.1 Thematische campagnes, 1.1.3 Bloeiend Oost-Vlaanderen) zet Toerisme Oost-Vlaanderen in op vorming. Omdat ook horecaondernemers een mooie rol kunnen spelen bij de toeristische promotie van Oost-Vlaanderen, werd in 2017 het begeleidingstraject 'Word Toeristisch Ambassadeur van Bloeiend Oost-Vlaanderen' georganiseerd.

Op maandag 21 oktober 2019 beleefden deze horeca-ambassadeurs hun tweede terugkoment, met onder andere een vooruitblik op de Floraliën 2020 (wegens de coronacrisis uitgesteld naar 2021) en een workshop eetbare bloemen.

### 6.6.3 STUURGROEP LEKKER OOST-VLAAMS

Toerisme Oost-Vlaanderen is lid van de stuurgroep Lekker Oost-Vlaams, een initiatief van de Economische Raad van Oost-Vlaanderen vzw (EROV) en de Provincie Oost-Vlaanderen ter promotie van de Oost-Vlaamse streek- en hoeveproducten. EROV voorziet een periodiek overleg (zesmaandelijks) met de verschillende stakeholders, wat leidt tot kennisuitwisseling en optimale afstemming van de acties. Dit periodieke overleg heeft als doel het stimuleren van het succes en de rentabiliteit van de lokale producenten. In 2019 werd overleg gepleegd op 12 maart en 24 september.

#### TOER LEKKER OOST-VLAAMS

In 2019 was er intensieve promotionele samenwerking rond Toer Lekker Oost-Vlaams, een gratis evenement op zondag 25 augustus waarbij 24 producenten van Oost-Vlaamse streek- en hoeveproducten bezoekers gratis rondleidden in hun bedrijf of op hun hoeve. Toerisme Oost-Vlaanderen tekende 8 fietslussen uit die de deelnemende bedrijven met elkaar verbonden en ondersteunde het evenement promotioneel met een artikel in de consumentennieuwsbrief, een nieuwsbericht op de sectorwebsite en aankondigingen op Facebook en in StapAf.

#### WEEK VAN DE KORTE KETEN

Tijdens de Week van de Korte Keten (4-12 mei) konden consumenten kennismaken met het aanbod aan lokale hoeve- en streekproducten. Toerisme Oost-Vlaanderen informeerde de sector over de voorbereidende infosessies en verleende promotionele steun aan dit initiatief.

#### WIJNPRODUCENTEN

Met EROV werd er ook samengewerkt voor de promotie van de Oost-Vlaamse wijnbouwers. Op 17 december 2019 organiseerden EROV en Toerisme Oost-Vlaanderen een infosessie voor deze wijnproducenten, onder andere om de toeristische aantrekkingskracht van de Oost-Vlaamse wijnbouw te verhogen.

### 6.6.4 VLAAMSE MEESTERS IN SITU

Samen met de provinciale dienst Erfgoed ondersteunde Toerisme Oost-Vlaanderen het project Vlaamse Meesters in situ van



OKV (Openbaar Kunstbezit in Vlaanderen). Verschillende Oost-Vlaamse steden en gemeenten zetten hun topkunstwerken in de kijker, vooral in de periode juni-september 2019.

Toerisme Oost-Vlaanderen ondersteunde de betrokken steden en gemeenten met vorming, productontwikkeling en promotie:

- Op 14 januari organiseerde Toerisme Oost-Vlaanderen samen met PCVO Het Perspectief een opleiding voor gidsen over de Vlaamse Meesters.
- Toerisme Oost-Vlaanderen ondersteunde de ontwikkeling van een fietsroute in Geraardsbergen en Lierde langs vier locaties met Vlaamse Meesters.
- Toerisme Oost-Vlaanderen ondersteunde de samenwerking tussen Aalst en Dendermonde bij het ontwikkelen van boottochten met de Vlaamse Meesters als rode draad (zowel individueel als groepsaanbod).
- Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland ondersteunden de ontwikkeling van een fietsroute in Watervliet en Middeburg langs twee locaties met Vlaamse Meesters.
- Toerisme Oost-Vlaanderen promootte het Oost-Vlaamse aanbod 'Vlaamse Meesters in situ' via diverse kanalen (o.a. prospectietocht langs abdijrefter STAM op Infodag Groepen, groepsnieuwsbrief, StapAf-consumentennieuwsbrief, website, sociale media).

### 6.6.5 FIETSVAKANTIES IN VLAANDEREN

Drie jaar lang (2017-2019) werken de 5 Provinciale Toeristische Organisaties samen met de fietsvakantiespecialisten, om meerdaagse fietsvakanties in Vlaanderen internationaal te laten groeien. Samen ontplooien ze een gevarieerd aanbod, meer boekingen en een sterk imago voor Vlaanderen als fietsvakantiebestemming. Toerisme Provincie Antwerpen coördineert het project, dat ook financiële steun krijgt van Toerisme Vlaanderen. Vanuit Toerisme Oost-Vlaanderen is de marketingconsulent verblijfstoerisme betrokken bij de werkgroep.

Door overleg met professionele partners (Touropérateurs en Online Travel Agencies, fietsplatformen, fietsservice ondernemingen (zoals bagagevervoer, fietsverhuur, etc.) en toeristische ondernemingen (zoals logies, hotels, campings, brouwerijen, musea, attracties etc.) zal de creatie van een breed aanbod aan kwaliteitsvolle fietsvakanties voor binnen- en buitenlandse toeristen gefaciliteerd worden in de toekomst, en dit rond drie thema's: bier, Vlaamse Meesters en Vlaamse toppers.

Initiatieven voor deze sector in 2019 waren:

- Workshop met internationale Trade partners in Bokrijk (28 maart)
- Fietstour met internationale Trade Partners vanuit Gent-Oudenaarde tot Kortrijk (28-29-30 maart)
- Uitwerken van een handige wegwijzer voor fietsvakantiemakers (logies en fietsverhuurders), met tips en tricks
- Opzetten van een survey voor fietsvakantiemakers om het aanbod in kaart te kunnen brengen van deze sector en op het netwerkplatform te plaatsen voor de trade partners
- Een Trade Event in Antwerpen (13 november) om de sector nog een laatste keer te informeren, inspireren en motiveren verder aan de slag te gaan

### 6.6.6 BRANDTOUR

Toerisme Oost-Vlaanderen stond mee in voor de inhoudelijke ervaringsuitwisseling in dit Interreg Programma waarin EROV vzw projectpartner is.

In het najaar werd deelgenomen aan ervaringsuitwisseling op vlak van samenwerking tussen streekproducenten en toeristische sector, waar ook onder leiding van EROV tijdens een projectmeeting het Brandtour Action plan for East Flanders 2020-2021 werd toegelicht.

## 6.7 SUBSIDIES PROMOTIE VAN TOERISTISCHE EVENEMENTEN

Toerisme Oost-Vlaanderen subsidieert de promotie van toeristische evenementen die geheel of voor een belangrijk deel op Oost-Vlaams grondgebied worden georganiseerd en een bovenlokale uitstraling hebben.

In 2019 was het vernieuwde reglement voor het eerst van kracht. Een onverwacht groot aantal aanvragen werd ingediend. Bij begrotingswijziging werd medio 2019 daarom het beschikbare budget verhoogd.

In het kader van dit reglement werden in 2019 subsidies toegekend aan:

- Wandelclub Al Kontent- Wandeldag Meetjesland maak het mee! - 24/02/2019
- Herbeleef - Herbeleef de Middeleeuwen - 28/04/2019
- vtbKultuur - KnipoogDag - 05/05/2019
- Ons Dagelijks Groen - Fietstocht Week van de Korte Keten - 12/05/2019
- Feestcomité Puitenslagers-feesten - Internationale Folklorestoet Sefken De Puitenslager en Reynaert de Vos - 12/05/2019
- Middenstand Velzeke - Vlooiemarkt en Gallo-Romeinse ambachtenmarkt Velzeke - 19/05/2019

- Vriendenkring Eke-Dorp - Brouwsels op straat - 31/08 en 01/09/2019
- Pasar - Pasar Zomert - 01/07/2019 - 29/08/2019
- Gemeentebestuur Berlare - Donkse Donderdagen - 01/07/2019 - 31/08/2019
- Gemeentebestuur Berlare - Waterfeesten - 02/08 - 04/08/2019
- Stadsbestuur Gent - Kunstzomer in de Leiestreek - Gent - 02/06 - 12/09/2019

## 6.8 STEUNPUNT TOERISTISCH ONTHAAL

In de loop van 2017 ontwikkelde Toerisme Oost-Vlaanderen in samenwerking met de toeristische sector een nieuwe visie over de verdere professionalisering van het toeristische onthaal in Oost-Vlaanderen. De visienota, vertrekkende vanuit een streefbeeld 2021, werd eind 2017 voorgesteld op de inspiratiedag. Zowel private als publieke 'gastheren' zagen voor Toerisme Oost-Vlaanderen de rol van vliegwiel om de dynamiek binnen het Oost-Vlaamse onthaalnetwerk op gang te brengen en te houden. In 2019 bouwde Toerisme Oost-Vlaanderen het steunpunt verder uit, in samenwerking met de regioteams.

### 6.8.1 MYSTERY VISITTRAJECT

In 2019 ging het mystery visittraject van start voor Oost-Vlaamse steden en gemeenten met een toeristisch onthaalkantoor. Het mystery visittraject laat toe om de dienstverlening te screenen vanuit het oogpunt van de toerist. De mystery visitor bekijkt de verschillende aspecten van de bezoekerscyclus, op basis van objectieve criteria. De bevindingen worden in een uitgebreid verslag gegoten dat de basis vormt van een brainstorm en actieplan met verbetervoorstellen. De impact daarvan wordt gemeten bij de tweede visit. Het mystery visittraject is een aanbod van Toerisme Oost-Vlaanderen waarbij het lokale niveau 35% van de kost van de visits betaalt. In 2019 stapten Beveren, Lokeren, Kruikebeke, Aalter, Ronse, Oudenaarde, Wetteren, Berlare, Hamme en Toerisme Klein-Brabant (i.s.m. Toerisme provincie Antwerpen) in.

Personeelsleden van de regioteams en van dienst sectorwerking volgden in 2019 een opleiding tot coach en begeleiden de steden en gemeentes in het volledige verbetertraject.

### 6.8.2 OPLEIDINGSTRAJECEN VOOR TOERISTISCHE ONDERNEMERS

In 2019 werd verder ingezet op de uitrol en ontwikkeling van opleidingstrajecten voor toeristische ondernemers die een rol opnemen binnen het toeristisch onthaal, in overleg en samenwerking met de regioteams:

- Meetjesland: uitrol LEADER-project 'Ambassadeurschap in Landschapspark Drongengoed' met een opleidingstraject tot gastheer voor ondernemers en een traject tot ambassadeur voor inwoners van Landschapspark Drongengoed. 26 ondernemers legden succesvol het traject af tot 'Gastheer van het landschap', 23 inwoners werden erkend als 'Ambassadeur van het Landschap'. In het najaar van 2019 volgde een terugkoment met een inspiratiesessie over toeristische productontwikkeling voor de deelnemers, in samenwerking met Regionaal Landschap Meetjesland.
- Vlaamse Ardennen: opleidingstraject toeristisch onthaal in de Vlaamse Ardennen in voorjaar 2019 en voorbereiding van het opleidingstraject toeristisch ambassadeur 'Vlaamse Ardennen' voor 2020. Tijdens de opening toeristisch seizoen Vlaamse Ardennen werden 29 ondernemers en attracties erkend als toeristisch infopunt.
- Waasland: opleidingstraject toeristisch ambassadeur Waasland in voorjaar 2019, gevolgd door de erkenning van 30 toeristische infopunten. De Bloeiend Oost-Vlaanderen ambassadeurs uit regio Waasland kregen met dit traject een vervolg op hun erkenning als Bloeiend Oost-Vlaanderen ambassadeur.
- Scheldeland: in samenwerking met Regionaal Landschap Schelde Durme en het project Life SPARC vond in Hamme, Dendermonde, Bornem en Puurs-Sint-Amands een opleidingstraject plaats voor ondernemers. Focus lag op de Sigmawerken. 16 ondernemers legden succesvol het traject af en werden erkend als toeristisch infopunt.
- Scheldeland: voor de Bloeiend Oost-Vlaanderen ambassadeurs en ondernemers uit naburige gemeentes werd een ambassadeurstraject uitgerold. De Bloeiend Oost-Vlaanderen ambassadeurs en 10 nieuwe ondernemers verlengden of startten daarbij hun ambassadeurschap.
- Gent: in kader van het Van Eyckjaar 2020 in Gent organiseerde Toerisme Oost-Vlaanderen in samenwerking met de Gentse stadsdiensten een opleidingstraject voor Gentse horecaondernemers in thema van Van Eyck.

### 6.8.3 CRM-SYSTEEM

Om de contactgegevens en interactie met de toeristische stakeholders beter te beheren wil Toerisme Oost-Vlaanderen overgaan tot de implementatie van een CRM-systeem. In 2019 werden hiervoor de eerste voorbereidingen getroffen via een marktbevraging en opmaak van een bestek voor een behoefteanalyse.



## 6.9 MICE

### 6.9.1 SITUERING

Toerisme Oost-Vlaanderen promoot onder de naam MeetinGent & Oost-Vlaanderen actief de MICE-aanbieders in de provincie naar eventplanners en ondernemers. Iedere professioneel georganiseerde MICE-aanbieder uit Gent en Oost-Vlaanderen wordt gratis opgenomen in promotionele activiteiten. De MICE-consulente van Toerisme Oost-Vlaanderen stond ook in 2019 in voor de promotie naar binnen- en buitenlandse bedrijven, begeleidde hen tijdens hun zoektocht naar mogelijke vergader- en seminarielocaties, en bemiddelde bij concrete vragen. In 2019 werd een rebranding oefening opgestart met het oog op een nieuwe naam en website in 2020.

### 6.9.2 PROMOTIE

De promotie van Gent en Oost-Vlaanderen als MICE-bestemmingen naar meeting planners en bedrijven gebeurde via:

- **www.meetingov.be**
  - brengt het volledige aanbod van de Oost-Vlaamse meeting industrie in kaart
  - promoot de Oost-Vlaamse regio's als meeting- en incentivebestemming
  - biedt ondersteuning bij het aanvragen voor een event, incentive, seminarie of teambuilding
  - telde in 2019 8360 bezoekers (een stijging van 6,84% tegenover 7824 bezoekers in 2018)
  - werd in 2019 aangevuld met 51 nieuwe aanbieders.
- **Rebranding**

Om meetingplanners nog efficiënter de weg te wijzen naar de juiste meetinglocatie, werd in 2019 gewerkt aan een nieuwe branding en website.

zie Deel 2: Headlines, 9. In voorbereiding, 9.4 Rebranding en nieuwe website MICE
- **Digitale kanalen**
  - 11 nieuwsbrieven (NL) naar 2.500 meeting planners. Hiervoor werd via e-mail input opgevraagd aan de MICE-aanbieders. Topics werden geselecteerd aan de hand van een thema of relevantie.
  - regelmatige posts op Facebook en Instagram
  - communicatie via externe partners van de vakpers: Eventonline (30.000 contacten) en Eventnews (28.000 contacten)
- **Print**
  - Advertenties in Outdoor & Activitygids 2020 / Locatiegids 2020  
Jaarlijks brengt RendEvenement twee magazines uit: Outdoor & Activity Gids 2020 en Locatiegids 2020. RendEvenement bundelt de meest unieke eventlocaties en –activiteiten in België voor hun doelgroep, bestaande uit 28.300 bedrijven (Vlaanderen, Brussel en Wallonië) die op zoek zijn naar locaties voor hun evenementen, meetings en teambuildings. Beide magazines hebben een oplage van 5.000 exemplaren en een totaal bereik van 8.000 meeting planners. Via MeetinGent & Oost-Vlaanderen kregen Oost-Vlaamse aanbieders de mogelijkheid om tegen een gereduceerd tarief in de magazines te adverteren. Drie Oost-Vlaamse teambuildingaanbieders gingen op dit aanbod in en kochten advertentieruimte aan in Outdoor & Activity Gids 2020. Ook MeetinGent & Oost-Vlaanderen had hierin een publicatie van één pagina. In Locatiegids 2020 adverteren acht MICE-aanbieders via het aanbod.
  - Artikel over de werking MeetinGent & Oost-Vlaanderen in de VOKA MICE special van april 2019-
  - Artikel in het vakblad Experience Magazine over de MICE troeven van Gent en Oost-Vlaanderen (valt binnen het mediacontract met Eventnews/Experience Magazine) juni 2019.
- **Ontdekkingsdagen voor bedrijven**

MeetinGent & Oost-Vlaanderen organiseerde in 2019 twee ontdekkingsdagen voor meeting planners: op 17 mei 'Big Five': 5 van de grootste eventlocaties in Gent (30 deelnemers) en op 25 oktober in Aalst (14 deelnemers). Telkens werd een bezoek gebracht aan vijf tot zeven MICE-locaties/aanbieders in de regio, waar deelnemers uitgebreid kennis maakten met hun mogelijkheden op vlak van events, seminaries en teambuilding.
- **Management Assistant Day**

In april nam de MICE-consulente deel aan de Management Assistant Day van Voka in de Koolputten in Waasmunster. Zo'n 60 Management Assistants kregen een korte voorstelling over MeetinGent & Oost-Vlaanderen.
- **Netwerkmoment voor bedrijven en aanbieders**

In juni werden 30 meetingplanners en MICE aanbieders samengebracht aan de grill in



wijndomein Nobel voor een BBQ workshop met Oost-Vlaamse streekproducten. Meetingplanners schreven zich in via een advertentie in VOKA MICE special en aan de hand van de soort locaties waar zij naar op zoek zijn deden we een match making met de meest geschikte MICE aanbieders.

- **Salesactivatie**

Start uitwerking proces voor salesactivatie.

### 6.9.3 NETWERKING EN ADVIES

- **Netwerkmoment voor MICE-aanbieders**

In 29 november werd een netwerkmoment georganiseerd in het Design Museum en Graslei 10, met streekgebonden hapjes van De Feestarchitect (terugblik op 2019 en vooruitblik op 2020). 80 aanwezigen genoten van een gezellige netwerkvond.

- **Vormingsmomenten**

In het najaar konden MICE-aanbieders twee workshops volgen. Aan de workshop rond Interieur en Huisstijl in Zeldra en Zorro namen 33 aanbieders deel, voor de workshop Influencer Marketing schreven 21 deelnemers in.

- **Prospecties**

In 2019 werd tijdens de diverse prospecties kennis gemaakt met de organisatie en infrastructuur van de MICE locaties en werd de MICE-werking toegelicht.

- **Schutterstreffen – Lentecongres**

Adviesverlening voor het Lentecongres 2020 (logies en meetingruimte)

- **Bloggers UTD februari 2019 – Bloggers congres**

Advies en prospecteren van de juiste locatie voor dit congres (NH Gent Belfort), samenstelling inspirerend programma + communicatie voor aanwezige bloggers van het bloggers UTD. De dag zelf begeleiding van de workshops. Samenstelling en begeleiding ontdekkingsdag Waasland voor bloggers in samenwerking met de dienst Marketing van Toerisme Oost-Vlaanderen.

- **LEZ (Lage Emissiezone Gent)**

Advies in communicatie LEZ 2020 naar de sector. Organisatie van een infomoment voor de meeting- en eventsector.

- **World Choir Games 2020**

Advies aan de organisatoren met betrekking tot logiesmogelijkheden en eventlocaties  
Behandeling van 68 aanvragen van bedrijven en meetingplanners

## 7. LOGEREN IN VLAANDEREN

Logeren in Vlaanderen vzw is een samenwerkingsverband tussen de vijf Vlaamse Provinciale toeristische organisaties en de private logiessector (Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme vzw en Horeca Vlaanderen). In 2019 investeerde de vzw € 1,3 miljoen in de promotie van de logiessector in Vlaanderen. Zo konden alle aangemelde logies in Vlaanderen meestappen in dit promotieverhaal. In totaal 919 logiesuitbatingen, waarvan 138 uit Oost-Vlaanderen (73 in logiesboek + website; 65 enkel op website), kregen als adverteerder aandacht en boekingen dankzij deze marketingcampagne.

De samenwerking met Logeren in Vlaanderen Vakantieland is voor Toerisme Oost-Vlaanderen één van de belangrijkste pijlers in de ondersteuning en promotie van het Oost-Vlaamse logies. De marketingconsulent verblijfstoerisme is betrokken bij de werving en ondersteuning bij de realisatie van de advertenties in het boek en website. De manager marketing stippelt in de marketingwerkgroep mee de campagne uit en de algemeen manager is lid van het Dagelijks Bestuur.

De campagne 2020 werd gelanceerd in de week van 12 december 2019 met tv-spots op één en via een social media actie met focus op het nieuwe logiesboek en website aanbod 2020. De TV spots en social media campagne sloten aan bij de 'Vlaanderen verwondert'-campagne uit 2019, die erg opvallend en succesvol was.

## 8. ONTHAAL PAC EN DISTRIBUTIE

### 8.1 ONTHAAL PAC

Het fysieke onthaal van toeristen is inmiddels goed geïntegreerd in het algemene onthaal van het provinciebestuur, in de

inkomhal van het Provinciaal Administratief Centrum Het Zuid (PAC). De bezoekers vinden er niet alleen de talrijke gratis publicaties, maar kunnen er ook de fiets- en wandelnetwerkkarten, routebrochures en belevingsgidsen kopen. Toch worden brochures voornamelijk via de webshop aangevraagd: slechts 2% van de in 2019 verkochte brochures werden aan het onthaal aangekocht. Op digitale schermen in de inkomhal van het PAC kunnen bezoekers ook de website van Toerisme Oost-Vlaanderen raadplegen en er de beschikbare informatie raadplegen. De eigen distributiedienst vult zowel de gratis beschikbare als de betalende brochures regelmatig aan. Deze dienst verzorgt ook het telefonische onthaal en behandelt informatievragen via het centrale e-mailadres.

## 8.2 DISTRIBUTIE

De distributiedienst stond ook in 2019 in voor de coördinatie en verzending van alle leveringen en bestellingen. Voor stockage van de voorraad beschikt Toerisme Oost-Vlaanderen over 3 magazijnen. Het magazijn aan de Wiedauwkaai in Gent wordt, naast opslag van bewegwijzeringsmateriaal voor het onderhoud van routes en netwerken, voornamelijk gebruikt voor de opslag van grote volumes gratis brochures. In de twee kleinere magazijnen op de kelderverdieping van het PAC worden de grotere voorraad betalende publicaties gestockeerd, op de derde verdieping is er een lokaal voor de direct beschikbare publicaties (zowel gratis als betalende publicaties). De eigen technische dienst, die ook instaat voor het onderhoud van de routes en netwerken, verzorgt de transporten tussen de magazijnen en eventueel naar een externe partner die in opdracht grote volumes verzendingen verzorgt.

De verkoop van betalende brochures bleef ook in 2019 verder dalen. Dit heeft twee redenen: enerzijds werden heel wat oudere lusvormige wandel- en fietsroutes gesaneerd en dus niet meer in individuele brochurevorm aangeboden, anderzijds werd het aanbod aan gratis fiets- en wandellussen op de netwerken sterk uitgebreid. Met dit uitgebreide gratis aanbod van fiets- en wandellussen komt Toerisme Oost-Vlaanderen alleen tegemoet aan een grote vraag vanuit de lokale toeristische diensten en horeca, maar wordt ook de drempel voor de recreant verlaagd. Op die manier kunnen nog meer wandelaars en fietsers op een belevingsvolle manier kennis maken met het Oost-Vlaams aanbod.

Bij de fietsnetwerken scoorden Scheldeland en Waasland het hoogst in de verkoop, bij de wandelnetwerken waren de Wandelwalhallanetwerken (Zwalmlallei, Getuigenheuvels en Bronbossen) het meest gegeerd. De Gulden Ei-route en de Ronde van Vlaanderenroute waren de best verkopende lusvormige fietsroutes, terwijl de Wannelappersroute en de Gust De Smetroute aan kop lagen bij de lusvormige wandelroutes. Bij deze laatste valt op dat ook de Muziekbosroute en de Panoramroute nog goede verkoopcijfers halen, ondanks de aanwezigheid van het wandelnetwerk. Bij de fiets- en wandelgidsen namen Koplopen, Grensgevallen en Denderstreken de podiumplaatsen in.

## 9. IN VOORBEREIDING

### 9.1 WANDELNETWERKEN WAASLAND

Toerisme Oost-Vlaanderen werkte in 2019 verder aan 2 nieuwe wandelnetwerken in noordelijk Waasland: Moervaartvallei (Wachtebeke, Moerbeke en Stekene) en Grenspark Groot-Saeftinghe (Stekene, Sint-Gillis-Waas en Beveren). Er vonden onder meer vergaderingen met de stakeholders plaats om het theoretische ontwerp te actualiseren, knelpunten te detecteren en oplossingen te zoeken, en akkoorden te vragen aan de wegbeheerders voor de trajecten en de plaatsing van de bewegwijzering, naast inhoudelijke opvolging van de ruimtelijke projecten in het gebied. Opening van beide netwerken, de lancering van de bijhorende wandelkaarten en een nieuwe belevingsgids is voorzien voor najaar 2020.

Voor de realisatie van het uitzichtpunt Niemandslaan, tegen 2021 een trekpleister op de wandelnetwerken, trok Toerisme Oost-Vlaanderen een financiële bijdrage van € 30.000 uit. Vanop een hoogte van 20 à 25 meter krijgen bezoekers een panoramisch zicht op het gevarieerde agrarische landschap kenmerkend voor het Waasland en Zeeuws-Vlaanderen. Deze unieke constructie laat toe om de gedeelde cultuurhistorie (Staats-Spaanse oorlog) te visualiseren met moderne audiovisuele technieken en zal uitzonderlijke belevings- en excursiemogelijkheden voor jong en oud bieden. De trekkende partner in dit dossier is het EGTS Linieland van Waas en Hulst en de Plaatselijk Groep Grensregio Waasland. Andere betrokken partners zijn Toerisme Waasland, Bosgroep Oost-Vlaanderen Noord, Agentschap voor Natuur en Bos, EVIDES, Stichting Zeeuwse Landschap, VVV Zeeland, Plattelandscentrum Meetjesland en EROV.

### 9.2 NIEUWE WEBSITES

In de lente van 2020 pakt Toerisme Oost-Vlaanderen uit met nieuwe regiowebsites. In 2019 werd de analyse- en designfase afgerond en werd gestart met de ontwikkeling. De websites zullen elkaar aanvullen en versterken, en met wervende verhalen

en beelden inspireren tot een bezoek aan de regio. De koepsite [www.routen.be](http://www.routen.be) (zie Deel 2: Headlines, 1. Campagnes, 1.1 Thematische campagnes, 1.1.1 StapAf, Rebrandingstraject fiets- en wandelmerk StapAf) wordt een referentiesite voor fietsen en wandelen, met naast routeinfo ook info over wat er onderweg te zien/beleven valt. De sectorwebsite zal verdergaan onder de naam [www.tov.be](http://www.tov.be).

### 9.3 OMG VAN EYCK WAS HERE!

2020 wordt het jaar van Van Eyck in Gent, met een prestigieuze tentoonstelling van topwerken in het Museum voor Schone Kunsten ('Van Eyck. Een optische revolutie'), de opening van het Van Eyck bezoekerscentrum in de Sint-Baafskathedraal en tal van evenementen onder de noemer 'OMG Van Eyck was here!'. Buitenlandse promotie van de tentoonstelling en het bezoekerscentrum gebeurt in samenwerking met Toerisme Vlaanderen, Visit Gent, Cultuur Gent en PUUR Gent. Toerisme Oost-Vlaanderen zal de verschillende activiteiten tijdens het Van Eyck jaar ondersteunen met aanvullende productontwikkeling, communicatie op de binnenlandse markt, onder meer in nieuwsbrieven en op sociale media en een ambassadeurstraject voor horecaondernemingen in Gent.

Eind 2019 werden de eerste voorbereidingen getroffen voor een wandel- en fietskaart rond Van Eyck. 'Wandelen en fietsen in het Gent van Van Eyck' bevat 2 fietstochten en één wandeling en komt uit in februari 2020.

### 9.4 REBRANDING EN NIEUWE WEBSITE MICE

In 2019 werd een rebranding oefening opgestart met het creatieve bureau Skinn. Na een aantal brainstormsessies en vergaderingen met Skinn werd een nieuwe naam gekozen. De nieuwe website zal volledig worden aangepast aan de stijl van het nieuwe merk en zal meetingplanners de mogelijkheid geven om op een efficiënte manier de juiste meetinglocatie te vinden. Daarnaast zal er voldoende ruimte zijn voor inspirerende content. De nieuwe website en branding worden gelanceerd in maart 2020 (omwille van de coronacrisis uitgesteld naar de zomer van 2020).

### 9.5 HERVORMING FIETSNETWERKEN

In 2020 worden de fietsnetwerken Leiestreek, Waasland, Meetjesland en Gent en omgeving hervormd. Dat laatste zal, net als de rest van het fietsnetwerk in Oost-Vlaanderen, fijnmazig worden. In 2019 werden verschillende gesprekken gevoerd met de stad Gent om overeenstemming te bereiken over de trajecten, maar ook over hoe het toeristisch-recreatieve Oost-Vlaamse fietsnetwerk zich moet verhouden tot het nieuwe functionele fietsnetwerk dat Gent plant te maken. Dit alles werd op een participatieve en organisatiebrede manier behandeld binnen Toerisme Oost-Vlaanderen. Ook voor de opmaak van het theoretische ontwerp werd input verkregen. Eind 2019 werd een finaal theoretisch ontwerp gemaakt, met de bedoeling te landen in mei 2020.

### 9.6 WANDELNETWERK BULSKAMPVELD

In overleg met de gemeente Aalter werd in 2019 gezocht naar nieuwe trajecten om in de nieuwe wandelkaart op te nemen. Dit resulteerde in 5 alisaties die op korte termijn (in 2020) zullen doorgevoerd worden.

### 9.7 WANDELNETWERK MEETJESLANDSE BOSSEN

Eind 2019 startten Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen met de voorbereidingen van de nieuwe wandelkaart en inspiratieboekje, die hier en daar aan actualisering toe waren. Beide kunnen vanaf januari 2020 besteld worden.

### 9.8 WANDELOVERSTEEK BOEREKREEK

In 2019 werden de plannen en de financiering voorbereid voor de realisatie van een wandeloversteek over de Boerekreek, een gezamenlijke ambitie van Toerisme Oost-Vlaanderen, provinciaal domein de Boerekreek, Toerisme Meetjesland en de gemeente Sint-Laureins. Bedoeling is de beleving rondom de kreken te verhogen en de lussen in het kerngebied van het wandelnetwerk Meetjeslandse Kreken te verkorten.

# DEEL 3: REGIOWERKING



Oost-Vlaanderen telt, naast kunststad Gent, vijf toeristische regio's: Meetjesland, Waasland, Scheldeland, Vlaamse Ardennen en Leiestreek.

In elk van deze regio's is een regionaal toeristisch samenwerkingsverband actief, met Toerisme Oost-Vlaanderen, de besturen van betrokken steden en gemeenten en eventueel VVV's en de private sector. Scheldeland en Leiestreek zijn provinciegrensoverschrijdend met respectievelijk Antwerpen en West-Vlaanderen. Toerisme Provincie Antwerpen en de provincie West-Vlaanderen/Westtoer zijn er eveneens partner. In de schoot van de regionale toeristische vzw's (Toerisme Meetjesland vzw, Toerisme Vlaamse Ardennen vzw, Toerisme Scheldeland vzw, Toerisme Leiestreek vzw en Toerisme Waasland vzw) worden werkingsmiddelen voor toeristische promotie samengebracht, grosso modo voor 50 % door de gemeentebesturen (aan de hand van een verdeelsleutel) en voor 50 % door Toerisme Oost-Vlaanderen, volgens het principe van € 1 voor € 1. In Scheldeland en de Leiestreek is er eveneens een verdubbeling van de ingebrachte middelen van de niet-Oost-Vlaamse gemeenten door de respectieve provinciepartners. Toerisme Oost-Vlaanderen is vertegenwoordigd in de bestuursorganen van deze samenwerkingsverbanden en volgt op die manier het regionaal toeristisch beleid nauw op.

Daarnaast stelt Toerisme Oost-Vlaanderen in elke regio een regioteam tewerk (regiocoördinator en minstens één regiomedewerker). Het regioteam behartigt de dagelijkse toeristische werking in de regio. De regiocoördinator treedt ook op als secretaris van de regionale vzw. Er worden regionale projecten opgezet en geadviseerd.

Toerisme Oost-Vlaanderen ondersteunt nog op allerlei aanvullende manieren de regiowerking (financiering regionale websites, distributie van regiobrochures, ...) en financiert de opmaak van regionale strategische plannen.

Toerisme Oost-Vlaanderen maakte in 2019 extra promotiemiddelen vrij om gericht de regio's en kunststad Gent als unieke bestemming op de kaart te zetten. Toerisme Oost-Vlaanderen nam bij de uitwerking van deze campagnes een coördinerende rol op.

# 1. VLAAMSE ARDENNEN

## 1.1 CAMPAGNES EN ACTIES

### 1.1.1 WANDELWALHALLA VLAAMSE ARDENNEN

De realisatie van de nieuwe wandelnetwerken in de Vlaamse Ardennen eind juni 2017 was het startsein voor [wandelwalhalla.be](http://wandelwalhalla.be), een grootschalige campagne die de Vlaamse Ardennen tegen 2020 moest uitbouwen tot dé topwandelregio van Vlaanderen (een van de belangrijkste ambities van het Strategisch Beleidsplan Vlaamse Ardennen 2016-2020). De campagne liep verder in 2019, zonder grote acties maar met een budget van € 19.500 voor online promotie. Daarmee konden Toerisme Vlaamse Ardennen en Toerisme Oost-Vlaanderen naast de reguliere promotie doorheen het jaar ook nog een najaars- en wintercampagne opzetten.

Focus werd gelegd op de nieuwe verhaallijnen waarmee de regio zich herpositioneerde (zie Deel 3: Regiowerking, 1. Vlaamse Ardennen, 1.1.2 Nieuwe marktpositionering) en die centraal zullen staan op de nieuwe campagne en nieuwe website voor de regio in het voorjaar van 2020. Verrassend wandelen in het Kluisbos en langs de Z+-wandelroute in Maarkedal, herbronnen langs de Stilteroute in Everbeek of bij alpaca's, en genieten van Enamebieren en erfgoed waren enkele van de nieuwe verhalen in de online najaars- en wintercampagne 2019-2020.



### 1.1.2 NIEUWE MARKTPositionERING

Het beleidsplan voor toerisme in de Vlaamse Ardennen 2016-2020 leidde tot het opstarten van een aantal projecten om de verschillende ambities kracht bij te zetten: nieuwe wandelnetwerken en de campagne Wandelwalhalla, het project Homeland of Cycling, het project Landschapsbeleving en het traject Iedereen ambassadeur. Na de realisatie van deze projecten werd gestart met de ontwikkeling en realisatie van een nieuwe marktpositionering. Deze moet leiden tot een verfijning van de bestaande positionering, het uitwerken van typische verhaallijnen voor de regio en de visuele vertaling ervan maar ook het bepalen van de tone of voice en het verfijnen van de doelgroepen.

De nieuwe marktpositionering, inclusief het nieuwe logo 'In de Vlaamse Ardennen', werd uitgewerkt in samenwerking met het bureau 'Insiders online' uit 's Hertogenbosch (NL). Vier kernwaarden en evenveel daaraan gekoppelde verhaallijnen staan centraal in de nieuwe branding: landschap, uitdaging, rust en stilte, en verrassend wandelen, pittig koersen, slow down en van oudsher genieten. Aangepast aan dit nieuwe merk werden ook de doelgroepen verder verfijnd: rustzoekers, inzichtzoekers en verbindings- of harmoniezoekers. De tone of voice stelt de mensen in de regio centraal en laat ze zelf authentieke verhalen vertellen.

## 1.2 PROJECTWERKING

### 1.2.1 LANDSCHAPSBELEVING IN DE VLAAMSE ARDENNEN

Eind juni 2019 werd het LEADER-project 'Landschapsbeleving in de Vlaamse Ardennen', na een projectverlenging van een jaar, na 3,5 jaar afgesloten.

Na een grondige inventarisatie werden streekkenmerkende thema's vastgelegd en clusters op het terrein afgebakend. Op basis van een selectie werden tijdens het project kleine initiatieven genomen die het landschap meer leesbaar en beleefbaar hebben gemaakt. Thema's als geologie, reliëf, molenleven, bronbeken en -bossen of knobomen en wijmiers waren thema's waarmee de sectoren toerisme, erfgoed, natuur en landschap samen creatief aan de slag gingen.

Een aantrekkelijke brochure vatte de realisaties maar ook nog vele nieuwe ideeën en clusters of deelgebieden samen, net als het hele gedachtegoed en aanpak voor een duurzame toeristische ontsluiting van de wandelregio Vlaamse Ardennen.

### 1.2.2 STREEKMOTOR23

Streekmotor23 steunt projecten die mens en omgeving ten goede komen en inspelen op lokale actuele uitdagingen. Op die manier wil het project lokale initiatieven ondersteunen, het maatschappelijk engagement in de regio bevorderen en het landschap van de Vlaamse Ardennen versterken, en draagt het bij aan het doel om van de Vlaamse Ardennen een florerende en duurzame bestemming te maken waar inwoners, bezoekers en ondernemers in evenwicht met elkaar opereren.

Sinds de opstart van Streekmotor23 in 2017 werden 18 projecten gesteund. In 2019 waren 7 projecten ontvankelijk, 4 werden goedgekeurd waarvan 2 definitief: 'Een speeltuin voor het Peperkoekehuis' in Geraardsbergen en 'De Marijnhoeve, een nieuwe kans voor verbinding' in de Zwalmvallei.



## 1.3 SECTORWERKING

### 1.3.1 AMBASSADEURSTRAJECT IEDEREEN AMBASSADEUR

Binnen het samenwerkingsproject 'Samen voor streekversterking' met het Pajottenland werd in 2019 vorm gegeven aan het ambassadeurstraject. Na een opleiding over gastheerschap eind 2018, vond op 25 februari 2019 de opleiding regiokennis plaats in het Provinciaal Erfgoedcentrum in Ename (PEC). 110 aanwezigen dachten na over samenwerking rond streekidentiteit, om uiteindelijk aan de hand van een moodboard de belangrijkste thema's voor de Vlaamse Ardennen te bepalen. Sprekers vanuit de sectoren erfgoed, natuur, sportief fietsen, landbouw, recreatie en een buitenstaander uit het Pajottenland kwamen aan het woord. Tot slot werd met een quiz de regiokennis van de aanwezigen getest.

Na een lunchpauze met streekproducten brachten de aanwezigen een bezoek aan Huis Beaucarne en het vierluik Ename (archeosite, kerk, museum en bos) om vervolgens met een streekbier af te sluiten.

### 1.3.2 TOERISTISCHE ONTHAALNETWERKEN VLAAMSE ARDENNEN

Binnen het LEADER Samenwerkingsproject en aansluitend op het ambassadeurstraject 'Iedereen Ambassadeur' werd onder de naam 'Toeristische onthaalnetwerken' een nieuw initiatief genomen. Toeristische ondernemers uit de brede toeristische sector werden aangezet tot netwerking en samenwerking met de focus op toeristisch onthaal. Een begeleidingstraject werd uitgetekend met een startmoment, enkele werksessies en een slotmoment. Er werd gebrainstormd over hoe zo'n verfijnd en meer uitgebreid toeristisch onthaalnetwerk er in de toekomst uit kan zien, welk materiaal daarvoor nodig is en hoe de communicatie binnen dit onthaalnetwerk maar ook naar buiten toe dient te gebeuren. Op 21 oktober 2019 vond het startmoment plaats aan het Geutelingenmuseum in Elst. In december gingen de eerste werksessies door in 3 gevormde clusters (Route 42, Vallei Boven-Schelde, Zwalm- en Maarkebeekvallei + Ronse).

## 1.4 COMMUNICATIE EN SOCIAL MEDIA

Net als de andere toeristische regio's is Toerisme Vlaamse Ardennen al geruime tijd actief op social media. De Facebookpagina had in 2019 26.144 volgers, de Instagram account 5.134 volgers. 17.004 abonnees ontvingen maandelijks de consumenten-nieuwsbrief.





## 2. LEIESTREEK

### 2.1 CAMPAGNES EN ACTIES

#### 2.1.1 QUALITY TIME IN DE LEIESTREEK

Het magazine 'Quality time in de Leiestreek' kwam uit in maart 2019 en inspireerde potentiële toeristen uit Vlaanderen om een korte vakantie in de regio door te brengen. Het eigentijdse magazine bevatte 36 pagina's vol kwalitatieve adresjes, activiteiten, logiestips en fiets- en wandelroutes. Het mikte op drie doelgroepen: koppels, families en vriendengroepen met telkens een aangepast aanbod. Het magazine werd verspreid op 88.000 exemplaren via Knack en op 20.000 exemplaren via toeristische infopunten en logies.

#### 2.1.2 ONLINE SEIZOENSCAMPAGNE

Voor de online seizoenscampagne in samenwerking met Authority werden vier digitale seizoensmagazines gemaakt met fiets- en wandelroutes, typische seizoensactiviteiten, nieuwe adresjes en meer. Via Facebook advertenties werden mensen aangezet om de digitale magazines aan te vragen. Deze campagne richtte zich tot inwoners van de Leiestreek en de nabije omgeving. De campagne liep doorheen het hele jaar en leverde 16.500 nieuwe nieuwsbriefabonnees op.

#### 2.1.3 ONLINE CAMPAGNE GOLDEN LYS

Voor het Interreg V-project Golden Lys liep van juni tot en met augustus een kleine online campagne. De campagne focuste op beleving op en langs het water en beoogde de doelgroep grensoverschrijdende Leiestreek in Vlaanderen en Frankrijk. De campagne leverde meer dan 27.000 landing page views op.

#### 2.1.4 GEZAMENLIJKE NEDERLANDCAMPAGNE

Toerisme Leiestreek participeerde aan een gezamenlijke campagne met het Brugse Ommeland, de Westhoek en de Kust, die mikte op Nederland. Drie thema's kwamen hierin aan bod, waaronder kunst in de Oost-Vlaamse Leiestreek. De volledige campagne leverde iets meer dan 20.000 websitebezoekers op, waarvan ongeveer een derde van de bezoekers specifiek de pagina's rond kunst bekeek.

#### 2.1.5 BIER IN DE LEIESTREEK

Naast heel wat grote familiebrewerijen telt de Leiestreek ook een pak thuis- en microbrewerijen. Dat inspireerde Toerisme Leiestreek in april 2019 tot het maken van een nieuwe gratis pocket 'Bier in de Leiestreek'. Deze pocket bevatte vier verrassende fietsroutes met onderweg brouwerijen, sfeervolle cafés, brasseries en restaurants. De routes waren gebaseerd op de knooppunten van het fietsnetwerk Leiestreek en startten onder andere in Gent en Deinze. De 10.000 exemplaren van de pocket waren een gegeerd item bij fietsers en bierfanaten.

## 2.2 SECTORWERKING EN SECTORMOMENTEN

In 2019 werd de jaarlijkse startavond vervangen door de voorstelling van het nieuw strategische beleidsplan, op 5 september in Kortrijk. Zo'n 220 genodigden woonden de voorstelling van de nieuwe visie bij.

Alle netwerkmomenten voor de partners (infopunten, Greeters, logiesuitbaters en Q-labels) werden in 2019 gebundeld tot twee algemene partnernetwerkmomenten. Op 2 april en 16 december werden deze netwerkmomenten georganiseerd in respectievelijk Texture in Kortrijk en The Cube, Vives in Kortrijk. Het partnermoment op 2 april (58 deelnemers) behandelde het nieuws uit de regio, het logiesdecreet en –subsidie en het belang van digitaal onthaal. Tijdens de bijeenkomst op 16 december (50 deelnemers) stond familievriendelijkheid op het programma.

Op 9 december organiseerde Toerisme Leiestreek een opleiding 'omgaan met pers', in het kader van het Interreg V-project Golden Lys. Er waren 24 aanwezigen.



## 2.3 EVENEMENTEN

### 2.3.1 KUNSTZOMER LEIESTREEK

Onder de noemer Kunstzomer Leiestreek stond kunst voor de 11de keer centraal in de regio, opnieuw van 2 juni tot en met 22 september. Op 14 verschillende locaties in 4 steden en gemeenten van de Leiestreek maakten de bezoekers kennis met de werken van een dertigtal hedendaagse kunstenaars.

### 2.3.2 ZOMERSE BOOTTOCHTEN

Ook in 2019 stonden de zomerse boottochten op het programma. Het boottochtenseizoen startte op 22 juni en liep tot 28 september. Samen met de partners werkte Toerisme Leiestreek een vernieuwend programma uit. Een primeur was de fietsboot op de eerste zondag van augustus en september. Op een aantal plaatsen onderweg konden fietsers op- en afstappen. Er waren ook tochten die bier en tapas combineerden en een heuse rockboat. Toerisme Leiestreek pakte uit met een brochure waarin, naast de kalender van de boottochten, ook het vaste aanbod aan waterrecreatie in de Leiestreek werd opgenomen.

## 2.4 COMMUNICATIE EN SOCIAL MEDIA

Het aantal bezoekers van de website [www.toerisme-leiestreek.be](http://www.toerisme-leiestreek.be) daalde lichtjes: van 400.000 gebruikers in 2017 naar ongeveer 380.000 gebruikers en bijna 500.000 sessies in 2019. De reden daarvoor schuilt in een ander opzet van de online campagne in 2019: er werd gemikt op inschrijvingen voor het digitale seizoensmagazine in plaats van op websitebezoeken. Het aantal paginaweergaven steeg wel met 2% tot 1,1 miljoen.

Er werden in 2019 12 reguliere nieuwsbrieven uitgestuurd. Eind 2019 waren er 59.062 abonnees ten opzichte van 47.546 in 2018. Mede dankzij de campagne met de digitale seizoensmagazines steeg het aantal abonnees met 24% of 11.516 lezers. De Facebookpagina van Toerisme Leiestreek had eind 2019 7.472 volgers, meer dan 2.000 meer dan een jaar eerder. Via Facebook werden in 2019 drie online acties gelanceerd, waaronder een promocampagne met een oproep voor kandidaturen voor de creatieve hotspots, de Leiestreek-verhaallijn van 2020.

## 2.5 STRATEGISCH BELEIDSPLAN

In september 2019 stelde Toerisme Leiestreek het nieuwe strategisch beleidsplan voor toerisme en recreatie 2019-2025 voor. Het nieuwe beleidsplan biedt een kader om de Leiestreek als toeristische regio nog sterker op de kaart te zetten. De klemtoon ligt de komende jaren op de creativiteit in en van de regio. Vijf grote verhaallijnen begeleiden de verdere toeristisch-recreatieve ontwikkeling: creatieve hotspots, verfrissende momenten, verrassend dichtbij, smaakmakers en bronnen van inspiratie.

Het nieuwe beleidsplan gaat ook gepaard met een rebranding (o.a. een volledig nieuwe huisstijl en nieuw logo), uitgewerkt door het communicatiebureau Skinn. Een toolkit met een brand guide helpt de sector om zelf de nieuwe branding te integreren in het eigen merk.



## 3. MEETJESLAND

### 3.1 CAMPAGNES EN ACTIES

#### 3.1.1 CAMPAGNE MEETJESLAND

In samenwerking met Toerisme Oost-Vlaanderen ging Toerisme Meetjesland in 2019 verder met de geïntegreerde aanpak waarbij de hoofdpublicatie (vroeger 'toeristische gids') en de zomercampagne geïntegreerd werden tot één project.

Centrale publicatie in de campagne was 'Komen een Belg en een Hollander in het Meetjesland - 4 Verhalen 40 Tips', een vakantieboek vol gebiedsdekkende verhalen verzameld door journalisten Bas van Oord (NI) en Sebastiaan Bedaux (B). Parallel met het boek werd ook 'De Film van het Meetjesland' gelanceerd.

zie Deel 2: Headlines, 1. Campagnes, 1.2 Regiogerichte campagnes, 1.2.3 Campagne Meetjesland

#### 3.1.2 GLUTENVRIJ MEETJESLAND

Zeven logieshouders, tien horeca-uitbaters en het Provinciaal Streekcentrum Huysmanhoeve namen ook in 2019 deel aan Glutenvrij Meetjesland, een campagne die sinds enkele jaren het vakantieaanbod voor mensen met de glutenintolerantie coeliakie in de kijker zet. Voor de 2019-campagne werd verder gebouwd op de brochure die in augustus 2018 verscheen en verspreid werd via de infokantoren, de webshop en de Glutenvrije Wintermarkt (Sint-Niklaas, november).

#### 3.1.3 UIT IN HET MEETJESLAND

De evenementenorganisatoren die meededen aan de actie Uit in het Meetjesland financieren een gezamenlijke folder, een gezamenlijke flyer en de distributie ervan. Toerisme Meetjesland maakt de brochure en bood de opvolging ervan aan. In 2019 waren er 29 deelnemende organisatoren. Voor elk evenement werd een push voorzien op de Facebookpagina van Toerisme Meetjesland.

### 3.2 PROJECTWERKING

#### 3.2.1 'T LIEFKEN VOOR ALTIJD

Binnen het LEADER-project De Lieve Vervoert verscheen in juni 2018 de toeristische kaart 't Liefken voor Altijd, met acht fiets- en wandelroutes in de buurt van De Lieve, het oudste kanaal van Vlaanderen. In 2019 werd de kaart herdrukt op 20.000 exemplaren, ditmaal in een aangepaste versie voor het feestjaar 750 jaar De Lieve.

#### 3.2.2 LANDSCHAPSPARK DRONGENGOED

2019 was het laatste werkjaar voor het strategisch project Landschapspark Drongengoed, dat afloopt in januari 2020. In het overleg rond dit project bleef het regioteam Meetjesland zijn trekkende rol spelen van streekpromotor en toeristische productontwikkelaar (sectorsamenwerking). Het team volgde ook in 2019 de projectgroep op en de werkgroepen communicatie.

Om enerzijds de samenwerking en netwerkvorming te stimuleren en anderzijds de kennis over het Meetjeslandse onthaal te versterken, werden met het LEADER-project Ambassadeurschap Landschapspark Drongengoed 26 lokale ondernemers opgeleid tot gastheren en 23 tot ambassadeurs van de regio. Hiervoor werden twee intensieve cursussen opgezet (één voor gastheren en één voor ambassadeurs), waarop de aanwezige kennis en passie van de deelnemers en van lokale en regionale actoren werden ingezet. Op 26 november volgde een terugkoment met een workshop rond productontwikkeling. Het strategisch project voorziet bijkomende middelen om kleine projecten te financieren. Zie Deel 2: Headlines 2019, 6. Sectorwerking, 6.8 Steunpunt toeristisch onthaal, 6.8.2 Opleidingstrajecten voor toeristische ondernemers

#### 3.2.3 FLOURISHING DESTINATIONS – FLORERENDE BESTEMMINGEN

Met dit transnationale LEADER-project wil Toerisme Meetjesland in het krekengebied in Assenede en Sint-Laureins verschillende toeristische projecten realiseren die opgezet worden vanuit de gemeenschap (participatieve aanpak met rurale ondernemers, inwoners, verenigingen) en die bijdragen aan een florerende bestemming. Ook in het Provinciaal Streekcentrum Huysmanhoeve gaat het regioteam hiermee aan de slag op microschaal. Focus daarbij ligt op een verbetering van het onthaal en de uitwerking van een ambachtenwerking op de site met sterke relatie tot de omgeving.

Het concept van een florerende bestemming werd ontwikkeld door Anna Pollock (UK) en kadert binnen een groeiende bewustwording omtrent lokale inspraak als cruciaal aspect in de algemene en toeristische ontwikkeling van een gebied. Met dit project brengt Toerisme Meetjesland dit concept in de praktijk. Ook Toerisme Vlaanderen zoekt concrete uitwerkingen op het



terrein en neemt het Meetjesland mee als pilotoregio binnen haar traject Toerisme Transformeert.

In het kader van dit project nam het regioteam Meetjesland deel aan twee transnationale bijeenkomsten met twee andere LEADER-regio's: van 18 tot 23 maart in Basinul Dornel (Roemenië) en van 1 tot 7 september in Angus (Schotland). Op beide meetings, die focusten op ervaringsuitwisseling en gezamenlijke intensieve vormen, werd een vertegenwoordiging van de gemeenten Assenede en Sint-Laureins, en van Plattelandscentrum Meetjesland (beheerder provinciaal streekcentrum Huysmanhoeve) meegenomen.

Enkele voorbeelden van initiatieven en concrete projecten die ontstonden in het krekengebied:

- Onthaalproject Huysmanhoeve Eeklo (eerste workshops tweede helft 2019)
- het project 'Stilte' van Sint-Laureins: het thema 'stilte' als attractiemiddel voor dit stukje krekengebied (Dag van de Stilte op 27 oktober)
- Boer zkt. Bank in Sint-Laureins: landbouwers krijgen een bank voor hun hof en geven in ruil 'een warm hart voor de bezoeker' (voorbereiding herfst 2019)
- Overdekte boerenmarkt: een soort Holy Food Market met een sterke Meetjeslandstempel (eerste gesprekken najaar 2019)
- Dorpsbeleving: in de dorpen wordt op zaterdag- of zondagmorgen een plek voorzien waar 'kleine' initiatieven op vlotte manier kunnen aangevraagd worden bij de gemeente (2 werkgroepvergaderingen in de herfst van 2019)

Voor Flourishing Destinations werd in 2019 ook een ondersteuningsproject uitgewerkt om kleinere projecten de kans te geven zich te laten ondersteunen op vlak van promotie, kleine infrastructuur of vorming. Focus ligt op het betrekken van de inwoner, ondernemer én bezoeker en het creëren van een duidelijke meerwaarde voor de plekken in kwestie.

### 3.2.4 DUURZAAM TOERISME

Dit project kadert binnen de regionale samenwerking Meetjesland Klimaatgezond en wil de toeristische sector in de regio betrekken bij de lokale en regionale klimaatdoelstellingen. De intergemeentelijke vereniging Veneco en Toerisme Meetjesland sloegen hiervoor de handen in elkaar, in samenwerking met de Horecafederatie. Opzet is om Green Key, het internationale label voor duurzame bedrijven in de horecasector, in de regio te versterken. Tijdens een workshop op 25 november in de Huysmanhoeve werden ondernemers begeleid in hun inschrijving voor Green Key.

### 3.2.5 ZWINREGIO

Eind 2018 ondertekenden de Provincie West-Vlaanderen, de Stad Damme, de Gemeente Knokke-Heist, de Gemeente Maldegem, de Gemeente Sint-Laureins, de Gemeente Sluis, Toerisme Oost-Vlaanderen vzw en de Provincie Zeeland een overeenkomst om de gebiedsidentiteit en verhaallijnen voor vermarkting en productontwikkeling van de grensoverschrijdende Zwinstreek te bepalen, in functie van toerisme en recreatie. In 2019 werd in een gezamenlijk project van de projectpartners gezocht naar een bepaling van de gebiedsidentiteit. Ook de regiocoördinatie, de gemeenten Maldegem en Sint-Laureins werden hierbij intensief betrokken.

## 3.3 SECTORMOMENTEN

Toerisme Meetjesland ondersteunde en adviseerde ook in 2019 de toeristische sector in haar werking en activiteiten. Sectoracties in 2019 waren onder meer:

- Netwerkmoment opening toeristisch seizoen op 24 april in Woestyne Events in Aalter
- Logiesoverleg Meetjesland kwam twee keer samen in 2019, onder meer rond het verder uitwerken van het Meetjesland Logies Partnerschap, het duurzaam toerisme-project Green Key en het Gastheerserisme-project Green Key
- Meetjeslands evenementenoverleg kwam twee keer samen rond de actie Uit in het Meetjesland en het project Duurzaam toerisme in het Meetjesland
- De toeristische diensten van het Meetjesland kwamen twee keer samen om te overleggen over de lopende projecten
- Overleg met de gidsenvereniging Meetjeslandse Gidsen, over de samenwerking binnen de projecten en eventuele samenwerking op het vlak van communicatie ter vervanging van de brochure Groepsuitstappen.

## 3.4 COMMUNICATIE EN SOCIALE MEDIA

Toerisme Meetjesland bouwde in 2019 haar socialemediakanalen (Facebook-pagina's Toerisme Meetjesland, Landschapspark Drongengoed, Instagram en Twitter) verder uit tot efficiënte promotiekanalen voor het toeristisch aanbod van de regio. Ook de websites [www.toerismemeetjesland.be](http://www.toerismemeetjesland.be), [www.glutenvrijmeetjesland.be](http://www.glutenvrijmeetjesland.be) en [www.drongengoed.be](http://www.drongengoed.be) (mee) up-to-date houden, was opnieuw een dagelijkse opdracht van het regioteam. Communicatie naar het brede publiek gebeurde via eigen consumenten-nieuwsbrieven (10 edities naar 30.000 adressen).



De Facebookpagina Meetjesland had in 2019 6.500 volgers (tegenover 5.700 in 2018). Vooral de acties met de film en het vakantieboek '4 verhalen 40 tips' genereerden nieuwe volgers maar ook Uit in het Meetjesland speelt daarin jaarlijks zijn rol. De Facebookpagina Glutenvrij Meetjesland bleef stabiel op 1.300 volgers, die van het Landschapspark Drongengoed evolueerde van 947 volgers in 2018 naar 1.130 in 2019. Op Twitter en Instagram had Toerisme Meetjesland respectievelijk 997 en 630 volgers.

### 3.5 DEELNAME AAN BEURZEN EN ANDERE EVENEMENTEN

Toerisme Meetjesland nam op 29 november binnen het project Glutenvrij Meetjesland deel aan de Glutenvrije Wintermarkt in 't Bauhuis (Sint-Niklaas).



## 4. WAASLAND

### 4.1 CAMPAGNES EN ACTIES

#### 4.1.1 MARKETINGCAMPAGNE

Voor de marketingcampagne 2018-2019 kozen Toerisme Waasland en Toerisme Oost-Vlaanderen voor een nieuwe positionering van de regio, met 4 nieuwe verhaallijnen en bijhorende taglines: Creative Minds, Beyond Borders, Hidden Treasures en Go With the Flow. De campagne ging definitief van start in de lente van 2019.

zie Deel 2: Headlines 2019, 1. Campagnes, 1.2 Regio-gerichte campagnes, 1.2.2 Campagne Waasland

### 4.2 PROJECTWERKING

#### 4.2.1 SCHEEPSWERVEN IN BEELD (SUBSIDIEDOSSIER VLM – PLATTELAND PLUS)

Na goedkeuring van het projectdossier eind 2018 werd in 2019 van start gegaan met 'Scheepswerven in beeld', een PDPO-project waarmee Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Scheldeland, Toerisme Waasland, de gemeente Temse, Tolerant en de dienst Erfgoed van provincie Oost-Vlaanderen het nog aanwezige scheepsbouwerfgoed langs de Schelde toeristisch willen ontsluiten. Het project loopt nog tot einde juni 2021. In eerste instantie werden de werkgroepen opgestart op de 3 hoofdsites van het project: Erfgoedsite Scheepswerven Baasrode, de Zaat in Temse en CNR-site in Rupelmonde. In de schoot hiervan worden de realisaties per site uitgebouwd. Door middel van thematische fiets-, wandelroutes en vaartochten zullen verbindingen gelegd worden tussen de sites. Er werd samenwerking opgezet met toeristische partners om in te spelen op de realisaties en het thema nautisch erfgoed. Tot slot werden het scheepsbouwerfgoed en de nieuwe realisaties en producten gecommuniceerd en gepromoot, en werd aangevangen met de organisatie van sectormomenten en ambassadeurstrajecten met als thema het scheepswerverfgoed.

#### 4.2.2 STUDIE TOERISTISCH-RECREATIEF POTENTIEEL KASTELEN EN AANVERWANTEN EN VAN STEEN TOT STEEN LANGS DE SCHELDE

De gunning met betrekking tot de studie naar het toeristisch potentieel van erfgoedsites van kastelen en aanverwanten (forten, molens, tuinen...) in het Waasland werd al in 2018 gegund aan het Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd. Aan het einde van dit traject in 2020 zullen Toerisme Waasland en Toerisme Oost-Vlaanderen beschikken over een onderzoeksrapport dat:

- inzicht geeft in het toeristisch potentieel van kastelen en aanverwanten met focus op de binnenlandse toeristische markt
- de basis biedt voor een mogelijk draagvlak voor participatieve trajecten met partners zodat initiatieven in het Waasland beter op elkaar afgestemd kunnen worden
- de basis vormt voor verdere toeristische productontwikkeling.

Elf individuele sites werden geanalyseerd: Fort Liefkenshoek, Hof Ter Welle en Hof Ter Saksen (Beveren), Graventoren (Kruibeke), Huis Janssens, De Salons, Kasteel Walburg en Kasteel Moeland (Sint-Niklaas), Kasteel Puyenbrug/MOLA (Wachtebeke), Sier-teeltmuseum (Lochristi) en Villa Ter Beuken (Lokeren). Op basis van conclusies uit de analyse en advies zullen deze erfgoedsites verder ontwikkeld worden.

Tegelijk werd met het toeristisch hefboomproject 'Van Steen tot Steen langs de Schelde', gefinancierd door Toerisme Oost-Vlaanderen, Regionaal Landschap Schelde-Durme en Toerisme Vlaanderen, een verkennende studie gemaakt naar het toeristisch-recreatief potentieel van de kastelen in de ruime Scheldevallei. Toerisme Oost-Vlaanderen wil met het onderzoek bijdragen aan de creatie van een unieke topbeleving in Vlaanderen door het ontwikkelen van (inter)nationale kernattracties. In het onderzoek is gekeken naar de mogelijkheden van toeristische ontwikkeling van erfgoedsites in de ruime Scheldevallei en in de logica van het Vlaamse hefboomproject zijn er ook erfgoedsites meegenomen van verschillende Vlaamse provincies. De kastelen en hun domeinen vormen het primaire onderzoeksobject.

#### 4.2.3 UITKIJKTOREN NIEMANDSLAND 2020 (SUBSIDIEDOSSIER LEADER TRANSNATIONAAL)

Het uitzichtpunt Niemandsland wordt vanaf voorjaar 2021 een nieuwe toeristische trekpleister in het bosrijke gebied op de grens van Stekene (B) en Sint-Jansteen (NL). Toerisme Oost-Vlaanderen engageerde zich in 2018 tot een financiële bijdrage van € 30.000 voor de realisatie van dit uitkijkpunt. Dit project kadert ook in de realisatie van twee wandelnetwerken tegen 2020.

zie Deel 2: Headlines 2019, 9. Projecten in voorbereiding, 9.1 Wandelnetwerken Waasland

#### 4.2.4 RIVIERPARK SCHELDEVALLEI

Toerisme Waasland maakt deel uit van de begeleidingsgroep- en de stuurgroep van dit project, waarvoor het Vlaamse regeerakkoord voorziet in de oprichting van minstens 4 Vlaamse nationale parken. Rivierpark Scheldevallei zal in 2020 zijn kandidatuur indienen aan de hand van een businessplan en actieplan. In 2019 werd een ruimtelijke visie opgemaakt en een voorstel van 12



werven.

#### **4.2.5 GEOPARK SCHELDE DELTA**

De Vlaams-Nederlandse Schelde Delta is uniek in haar soort. Nergens ter wereld is er een deltagebied waar de wisselwerking tussen natuurlijke processen en cultuurhistorie zo aanwezig is als hier. Daarmee heeft de delta alles in zich om een UNESCO Global Geopark te worden. De provincies Zeeland, Noord-Brabant, Oost-Vlaanderen en Antwerpen nemen hierin het voortouw, samen met EGTS Linieland van Waas en Hulst. Samen wordt gewerkt aan een bidbook, dat eind 2020 wordt ingediend. Op 28 november 2019 ondertekenden de initiatiefnemers, samen met maatschappelijke organisaties, bedrijfsleven, overheden, onderwijs en wetenschap, de intentieverklaring als eerste stap naar de UNESCO-status. Met in totaal zo'n 70 partners krijgt het Geopark de komende tijd vorm. Toerisme Waasland is mee partner in dit project.

#### **4.2.6 ONTHAALPLAN DURMEVALLEI**

Eind 2018 stelden de 5 Durmegemeenten Lokeren, Zele, Waasmunster, Hamme en Temse, de Provincie Oost-Vlaanderen en een reeks partners, waaronder Toerisme Waasland en Toerisme Scheldeland, in een onthaalplan hun visie op de ontsluiting van de Durmevallei voor. De uitvoering van dit plan startte in 2019 en gebeurt voor een groot deel binnen de schoot van het Sigma-plan onder leiding van De Vlaamse Waterweg NV.

#### **4.2.7 STRATEGISCH PROJECT MOERVAARTVALLEI**

Met dit strategisch project werken de lokale natuur- en landbouworganisaties samen met de provincie Oost-Vlaanderen, de Gentse haven, de Vlaamse overheid en (in eerste instantie) de gemeenten Gent, Moerbeke en Wachtebeke sinds 2018 en dat gedurende 3 jaar samen om de vele kwaliteiten van de bijna 3.000 hectare grote Moervaarvallei te versterken. In het kader van toeristische productontwikkeling, het wandelnetwerk Moervaarvallei en de herbestemming van de suikersite in Moerbeke is er nauw overleg tussen de projectcoördinator van het strategisch project en het regioteam.

#### **4.2.8 LEADER GRENREGIO WAASLAND**

Het LEADER-programma richt zich op Europees niveau tot plattelandsgebieden tussen de 5.000 en 150.000 inwoners. Met 113.353 inwoners valt het LEADER-gebied Grensregio Waasland binnen deze vork.

Op basis van een diepgaande omgevingsanalyse van de Grensregio Waasland werden voor LEADER 3 thema's gekozen in de Lokale Ontwikkelingsstrategie: lokale voedselstrategieën en streekproducten, leefbare dorpen en profileren & promoten van streekidentiteit. Toerisme Waasland is lid van de projectgroep.

Goedgekeurde projecten met toeristische inslag waren:

- Agrarische Eigenheid - EGTS Linieland van Waas en Hulst
- Ruiter- en menroutes Havenland - Beveren
- Inrichting leer-en beleefcentrum Klingspoor – Sint-Gillis-Waas
- Boergondische burens en uitzichtpunt Niemandslaan – EGTS Linieland van Waas en Hulst
- Creatie toeristisch knooppunt De Kaai - Stekene

#### **4.2.9 OPTIMALISATIE KANO-,KAJAK-, EN SUPTRAJECT MOERVAART-EN ZUIDLEDE**

Sport Vlaanderen is trekker van dit project, in samenwerking met verschillende partners waaronder Toerisme Waasland. In 2019 werd een analyse gemaakt van het bestaande traject, een inventaris opgemaakt van noodzakelijke nieuwe aanlegsteigers, herstelling en renovatie van bestaande steigers, signalisatie en promotiemateriaal. Er werd een financieel ontwerpplan en overeenkomsten opgesteld om vervolgens een bestek op te maken, aan te besteden en uit te voeren. Het geoptimaliseerde traject zal in gebruik genomen worden in het voorjaar van 2020.

### **4.3 SECTORMOMENTEN**

In 2019 organiseerde Toerisme Waasland diverse overleg- en ontmoetingsmomenten waarop ideeën, suggesties en samenwerkingsmogelijkheden met de sector werden besproken:

- Kick-off toeristisch seizoen op 4 april in Bebronna in de haven van Beveren, met de voorstelling van de plannen voor 2019.
- Studiereis Waasland op 10 oktober, waarop de diensten voor toerisme, logiesuitbaters en de gidsen van het Waasland kennis maakten met het toeristische aanbod. Met bezoeken aan de fietsersgrot en de Verbeke Foundation (Stekene), brouwerij - The Musketeers (Sint-Gillis-Waas) en de Fondatie van Baudelo (Sinaai).
- Sectormoment marketingcampagne op 23 november, waarop de toeristische spelers in het Waasland werden uitgenodigd voor een exclusieve preview van de nieuwe campagnestijl.

Het regioteam stond ook mee in voor de organisatie van 'Word toeristisch ambassadeur van het Waasland' op 25, 26 en 27 februari, een opleiding met streekverkenning (12 en 14 maart) waarbij toeristische aanbieders alles over te weten kwamen over de toppers van de streek en gastvrij onthaal.

Zie Deel 2: Headlines, 6. Sectorwerking, 6.8. Steunpunt toeristisch onthaal, 6.8.2 Opleidingstrajecten voor toeristische ondernemers

## 4.4 EVENEMENTEN

### 4.4.1 AMBACHTELIJK WEEKEND

Op 17 en 18 augustus organiseerde Toerisme Waasland in samenwerking met de aangesloten steden en gemeenten, Hulst en Terneuzen Het Ambachtelijk Weekend. Het thema 'Vlaamse Meesters' inspireerde 430 exposanten. Toerisme Waasland bood een gratis brochure aan waarin 390 exposanten werden opgenomen. Het Ambachtelijk Weekend werd gepromoot met een gratis brochure en de website [www.ambachtelijkweekend.be](http://www.ambachtelijkweekend.be), die tijdens het evenement 7.155 keer werd bezocht.

## 4.5 COMMUNICATIE EN SOCIALE MEDIA

Toerisme Waasland blijft met berichten en aantrekkelijke foto's sterk inzetten op Facebook en Instagram, waarvan het aantal volgers en likes elk jaar stijgen. In 2019 had de Facebookpagina 6.073 volgers, Instagram 1.246 volgers.

Maandelijks consumentennieuwsbrieven werden verstuurd naar een bestand van 5.803 adressen. De toeristische sector van het Waasland (718 e-mailadressen) kreeg vier keer de sectornieuwsbrief in de bus.



## 5. SCHELDELAND

### 5.1 FIETS- EN WANDEL CAMPAGNE SCHELDELAND

In 2019 voerden Toerisme Scheldeland en Toerisme Oost-Vlaanderen opnieuw een grootschalige print- en online campagne om Scheldeland te promoten als weekend- en vakantiebestemming. Het vakantieboek 'Scheldeland jouw vakantie-land' uit 2018 werd verder verspreid en er werd gestart met de voorbereidingen van een nieuwe editie, die in 2020 actief zal ingezet worden als belangrijkste instrument van de marketingcampagne. Verder werd een langdurige samenwerking aangegaan met zes bloggers die er gedurende twee jaar op uit trekken in de regio.

zie Deel 2: Headlines 2019, 1. Campagnes, 1.2 Regio-gerichte campagnes, 1.2.4 Campagne Scheldeland

### 5.2 PROJECTWERKING

#### 5.2.1 BELEEFBARE DENDERVALLEI

Met dit project engageren Vlaamse en Waalse partners (waaronder Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Vlaams-Brabant) zich om het toeristisch-recreatieve potentieel van de Dendervallei op een kwaliteitsvolle en duurzame manier te ontwikkelen over de grenzen van gewesten, provincies, gemeenten, toeristische regio's en sectoren heen. Toerisme Oost-Vlaanderen wierf in 2018 een halftijdse projectcoördinator aan om 2 jaar lang dit project te coördineren, samen met een Waalse collega. Er werden ruimtelijke uitdagingen in de steden langs de Dender met name Ninove, Denderleeuw, Aalst, Lebbeke en Dendermonde (Scheldeland) samen met Geraardsbergen (Vlaamse Ardennen), Liedekerke en Roosdaal (Vlaams-Brabant) en Ath en Lessines (Wallonië) geanalyseerd, een visie, en een charter met actiepunten voor toerisme geformuleerd. Ook werd een communicatieplan uitgewerkt en een roadbook met communicatierichtlijnen voor de Dendervallei opgesteld, in samenwerking met het branding agency Lobkey Monster. Aan alle Denderpartners werd een akkoord gevraagd om deze communicatielijnen door te voeren.

#### 5.2.2 RIVIERPARK SCHELDEVALLEI (VOORTZETTING VAN SCHELDE STERK MERK)

Binnen dit project werken 31 partners sinds 2018 samen aan ruimte om te leven en te beleven in de Scheldevallei tussen Gent en Antwerpen. Samen willen deze partners de lopende initiatieven beter op elkaar afstemmen om de Schelderegio op een hoger niveau te tillen en de kwaliteiten van het gebied voor inwoners en bezoekers versterken. Toerisme Scheldeland en Toerisme Oost-Vlaanderen waren ook in 2019 vertegenwoordigd in de stuurgroep en begeleidingsgroep. In de stuurgroep werd besloten om een aanvraag in te dienen als Nationaal Park Scheldevallei, wat mogelijk een structurele subsidie kan opleveren voor de werking vanaf 2021. De nodige voorbereidingen werden getroffen.

#### 5.2.3 GEOPARK SCHELDE DELTA

Het grensoverschrijdende initiatief Geopark Schelde Delta omvat een gebied dat 2 landen, 4 provincies (Antwerpen, Oost-Vlaanderen, Zeeland en Noord-Brabant) en 61 gemeenten beslaat en ondersteund wordt door tal van partners op het gebied van erfgoed, natuur, toerisme en onderwijs en educatie en wetenschap. 18 van de 29 steden en gemeenten van Scheldeland vallen binnen het Geopark. In 2019 werd onder andere bij de Provincie Oost-Vlaanderen (dienst Erfgoed), Toerisme Oost-Vlaanderen en de Provincie Antwerpen gewerkt rond de voorbereiding voor de oprichting. Er werd afgesproken dat de Provincie Oost-Vlaanderen (dienst Erfgoed) en de Provincie Antwerpen vooral het inhoudelijke en wetenschappelijke voor hun rekening nemen, en Toerisme Oost-Vlaanderen en het regioteam Scheldeland betrokken worden voor de communicatie en marketing. In 2019 werd de intentieverklaring ondertekend om eind 2020 de kandidaatstelling voor Geopark bij Unesco te kunnen indienen. Er werd voor een eerste keer vergaderd over de 'verhaallijnen voor de Scheldevallei': welke zijn ze en hoe kunnen ze in de reeds bestaande verhaallijnen ingepast worden tot verhaallijnen van Geopark?

#### 5.2.4 LANDSCHAP VAN EREMBALD TOT KRAVALBOS

Dit strategische project, dat startte in 2017, streeft ernaar de open ruimte in het landschap op te waarderen en de hopcultuur terug te brengen in de regio van Aalst, Opwijk, Merchtem, Asse en Affligem. Het regioteam Scheldeland houdt nauw contact met betrekking tot toerisme in overleg met Toerisme Oost-Vlaanderen, Regionaal Landschap Schelde-Durme en de stad Aalst. In 2019 werd een aanvraag ingediend voor een nieuw Strategisch project.

#### 5.2.5 ONTHAALPLAN KALKENSE MEERSEN-DONKMEER

Dit plan gaat over het optimaal inrichten en onthalen van de toeristen in het gebied Berlare, Wichelen, Laarne en Wetteren, met het oog op het behoud, het herstel, het beheer en de ontwikkeling van de natuur en het natuurlijk milieu. Trekker is de Vlaamse Landmaatschappij (VLM). Er werd een 1/5de projectcoördinator aangesteld voor de uitwerking van het onthaalplan. Toerisme Scheldeland plaatste een advertentie in de nieuwe publicatie over '15x wandelen en fietsen natuurpracht niet te mis-

sen – in het spoor van de Schelde' van de Kalkense Meersen Donkmeer.

### 5.2.6 SCHEEPSWERVEN IN BEELD

Toerisme Oost-Vlaanderen vzw trekt in samenwerking met Toerisme Scheldeland vzw en Toerisme Waasland vzw, Dienst Erfgoed van de Provincie Oost-Vlaanderen, samen met Tolerant, Op Stoapel, gemeenten Temse en Kruibeke het PDPO-project 'Scheepswerven in Beeld'. In 2019 werd eerst gewerkt aan de restauratie van de verschillende sites door de partners. In 2020 zal door het regioteam Scheldeland worden gewerkt aan netwerkmomenten en promotie.

## 5.3 SECTORMOMENTEN EN STUDIEDAGEN

Op basis van ambtenarenoverleg, studiedagen, ontmoetingsmomenten, nieuwsbrieven en netwerkmomenten van derden onderhield het regioteam Scheldeland verder contacten met onder andere de diensten voor toerisme, schepenen voor toerisme, logiesector, provinciale diensten en erfgoedcellen. Zo was er op 19 november in en om Wetteren een Studiedag, met als doel de toeristische productkennis van toerismemakers te vergroten en door netwerking elkaars diensten en producten beter te leren kennen, vonden er twee ambtenarenoverlegmomenten plaats en waren er netwerkmomenten in het kader van de erfgoedprojecten Scheepswerven in beeld en Vlaamse Meesters in situ.

## 5.4 COMMUNICATIE EN SOCIALE MEDIA

In 2019 zette de stijging van het aantal websitebezoeken op [www.scheldeland.be](http://www.scheldeland.be) zich verder: van 226.186 sessies in 2018 naar 259.515 sessies in 2019. Ook het aantal abonnees op de maandelijkse consumentennieuwsbrief ging opnieuw de hoogte in: van 60.855 abonnees eind 2018 naar 72.405 eind 2019. Verder beheerde het regioteam de website [www.scheldeland.be/groote-oorlog](http://www.scheldeland.be/groote-oorlog), voor het project Groote Oorlog.

De Facebookpagina had in 2019 gemiddeld 9.344 volgers: opnieuw een mooie stijging ten opzichte van 2018, toen het gemiddelde 5.632 lag. Op Instagram steeg het aantal volgers vlot van 603 naar 1.532.

## 5.5 STRATEGISCH BELEIDSPLAN

Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Antwerpen namen het initiatief om een nieuwe strategie voor toerisme in Scheldeland te ontwikkelen: een plan dat breed gedragen is, bondgenoten verenigt en een handige leidraad is op het gebied van bestemmingsontwikkeling, management en om marketing doorbraken te realiseren. De opdracht werd in 2018 voorbereid, uitgeschreven en gegund aan het studiebureau Idea Consult. Het regioteam Scheldeland organiseerde in 2019 verschillende overlegmomenten met alle partners voor de realisatie van dit strategisch beleidsplan Toerisme in Scheldeland 2020-2025.

Na twee verkennende sessies van het regioteam Scheldeland en experts van Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Provincie Antwerpen werden in 2019 toekomstscenario's uitgewerkt voor het toerisme in Scheldeland, samen met tal van actoren die meebouwen aan dat toerisme. Via een online bevraging werd er gepeild naar ieders mening. Er werd ook het online platform [www.toerismeinscheldeland.be](http://www.toerismeinscheldeland.be) gecreëerd waarop het proces te volgen was en ideeën ingezonden konden worden. De scenario's die zich aftekenden werden afgetoetst en verder verfijnd tijdens de toerismemakers sessies. In oktober 2019 werd gestart met de planfase. Het plan werd volledig uitgeschreven in 2019, waarna in 2020 de goedkeuringsprocedure kan opstarten.





# DEEL 4: WERKING & ORGANISATIE



Toerisme Oost-Vlaanderen is een vzw en een Provinciaal Toeristisch Samenwerkingsverband volgens het decreet van 6 maart 2009 'betreffende de organisatie en erkenning van toeristische samenwerkingsverbanden'.

Toerisme Oost-Vlaanderen werkt vanuit het provinciebestuur maar in sterk partnerschap met andere publieke en private partners. De vzw heeft 88 werkende leden: de Provincie, alle 60 Oost-Vlaamse steden en gemeenten, 15 toeristische verenigingen (VVV's) en 12 verenigingen of organisaties die toerisme en recreatie ondersteunen. Elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die de taken van de vereniging ondersteunt, kan toetreden lid worden.

De werking van de vzw wordt geregeld in de statuten van de vereniging. De vzw wordt bestuurd door twee organen: de Algemene Vergadering en de Raad van Bestuur.

Alle informatie met betrekking tot de organisatie, werking en acties zijn terug te vinden op de sectorwebsite [sector.tov.be](http://sector.tov.be) ('bestuurscentrum').

## 1. STATUTEN

De geldende statuten zijn die van 24/09/2015 en zijn verschenen in de bijlagen van het Belgisch Staatsblad op 31/12/2015.

## 2. ALGEMENE VERGADERING

### 2.1 LEDEN

#### 2.1.1 WERKENDE LEDEN

**De Provincie Oost-Vlaanderen, vertegenwoordigd door:**

Leentje Grillaert, gedeputeerde voor o.a. toerisme, voorzitter

Annemie Charlier, gedeputeerde

Bruno Matthys, Carola De Brandt, Filip Van Laecke, Lut De Jaeger, Vera De Merlier en Walter Roggeman, provincieraadsleden  
Didier Detollenaere, waarnemend gouverneur, en Albert De Smet, griffier, adviserend

**Oost-Vlaamse steden en gemeenten:**

Aalst, Aalter, Assenede, Berlare, Beveren, Brakel, Buggenhout, Deinze, Denderleeuw, Dendermonde, De Pinte, Destelbergen, Eeklo, Erpe-Mere, Evergem, Gavere, Gent, Geraardsbergen, Haaltert, Hamme, Herzele, Horebeke, Kaprijke, Kluisbergen, Krui-beke, Kruisem, Laarne, Lebbeke, Lede, Lierde, Lievegem, Lochristi, Lokeren, Maarkedal, Maldegem, Melle, Merelbeke, Moerbeke, Nazareth, Ninove, Oosterzele, Oudenaarde, Ronse, Sint-Gillis-Waas, Sint-Laureins, Sint-Lievens-Houtem, Sint-Martens-Latem, Sint-Niklaas, Stekene, Temse, Waasmunster, Wachtebeke, Wetteren, Wichelen, Wortegem-Petegem, Zele, Zelzate, Zottegem, Zulte, Zwalm.

**Toeristische verenigingen (VVV's):**

Toerisme Meetjesland, VVV Eeklo, VVV Leiestreek, VVV Donkmeer, VVV Ninove, Toerisme Vlaamse Ardennen, KVVV Zottegem, VVV De Lieve, VVV Faluintjesstreek, Toerisme Hamme, Toerisme Waasland, Toerisme Brakel, VVV Oosterzele, Toerisme Leiestreek, Toerisme Scheldeland.

**Andere verenigingen of organisaties:**

Beweging.net, Gandante vzw, Gent Hotels vzw, Gentse Gidsen, Grote Routepaden, Horeca Oost-Vlaanderen, Pasar Gent-Eeklo, Pasar Waas en Dender, Pasar Zuid-Oost-Vlaanderen, Unizo Oost-Vlaanderen, VOKA Oost-Vlaanderen, V.T.B. Cultuur.

#### 2.1.2 TOEGETREDEN LEDEN

M. Aerts, R. Bondue, R. De Ridder, A. Cnudde-Veijs, M. Dubrulle, M. Hansens-Boye, G. Moortgat, R. Van Bockstaele, L. Van Cauter-Vidts

### 2.2 VERGADERINGEN

De Algemene Vergadering van Toerisme Oost-Vlaanderen kwam driemaal samen, namelijk op 25, 24 juni en op 18 december. Op 25 april was er de installatievergadering naar aanleiding van de nieuwe provinciale en lokale beleidsperiode. Er werd toelichting gegeven bij de organisatie, haar werking en structuren en de Raad van Bestuur werd aangesteld (met uitzondering van



categorie VVV's). Op 24 juni keurde de Algemene Vergadering het activiteitenverslag en de rekeningen 2018 goed, evenals een budgetwijziging 2019. De lidmaatschapsbijdrages voor de volgende jaren werden vastgelegd en een commissaris en toezicht-houder werden aangesteld. Ook de bestuurders in de categorie VVV's werden verkozen of aangesteld. Op 18 december (open vergadering met netwerkmoment) keurde de Algemene Vergadering het jaarplan en budget 2020 goed.

De leden kunnen ten allen tijde de verslagen van de Algemene Vergaderingen raadplegen via het bestuurscentrum op de sectorwebsite [sector.tov.be](http://sector.tov.be). De verslagen van de open Algemene Vergadering van 12 december zijn door iedereen raadpleegbaar.

## 3. RAAD VAN BESTUUR

### 3.1 LEDEN

De Raad van Bestuur is als volgt samengesteld:

Namens de deputatie van de Provincie Oost-Vlaanderen:

Leentje Grillaert, gedeputeerde voor o.a. toerisme, voorzitter

Annemie Charlier, gedeputeerde

#### **NAMENS DE PROVINCIERAAD VAN DE PROVINCIE OOST-VLAANDEREN:**

Karlijn Deene

Henk Heyerick

Lut De Jaeger

Hilde Bruggeman

Carola De Brandt

Bruno Matthys

#### **NAMENS DE STEDEN EN GEMEENTEN:**

Marie-Claire Van Nieuwenhuysse, Lochristi (Waasland)

Herlinde Trenson, Aalter (Meetjesland)

Marnic De Meulemeester, Oudenaarde (Vlaamse Ardennen)

Viviane De Preester, Nazareth (Leiestreek)

Daisy Poriau, Merelbeke (Scheldeland)

Bram Van Braeckeveld, Gent

#### **NAMENS DE TOERISTISCHE VERENIGINGEN (VVV'S):**

Luc Lampaert, VVV De Lieve (Meetjesland)

John De Vlieger, GVVV Leiestreek (Leiestreek)

Joris De Maere, Toerisme Waasland (Waasland)

Dieter Mannaert, Toerisme Scheldeland (Scheldeland)

Luc Hoorens, Toerisme Vlaamse Ardennen (Vlaamse Ardennen)

#### **NAMENS DE ANDERE VERENIGINGEN EN ORGANISATIES:**

Johan Browaeys, VOKA Oost-Vlaanderen

Thomas Kindt, Unizo Gent-Meetjesland

Tim Joiris, Horeca Oost-Vlaanderen

Marie-Claire Martens, Pasar Zuid-Oost-Vlaanderen

#### **ADVISERENDE LEDEN:**

Katia Versieck, algemeen manager, secretaris

Marianne Schapmans, Toerisme Vlaanderen

Erwin Van De Wiele, directeur dienst Toerisme Gent

Mieke Belmans, manager marketing, sector- en regiowerking

Pierre Goffaux, manager routebeheer, facilitair beheer en distributie

### 3.2 VERGADERINGEN

De Raad van Bestuur vergaderde in 2019 op 28 februari, 23 mei, 26 september en 14 november.

Alle beslissingen met betrekking tot de globale werking van de vzw Toerisme Oost-Vlaanderen werden aan de goedkeuring van de Raad van Bestuur onderworpen.

De bestuurders kunnen ten allen tijde de verslagen van de Raden van Bestuur raadplegen via het bestuurscentrum op de sectorwebsite [sector.tov.be](http://sector.tov.be).

# DEEL 5: PERSONEEL



## PERSONEELSTEAM op 31/12/2019

De centrale diensten in Gent werden op 31 december 2019 bemand door 30 personen. Centraal wordt een provinciebrede werking ontwikkeld. De centrale diensten werken ook coördinerend en ondersteunend naar de regiocoördinatieteams.

De regiocoördinatieteams worden bemand door een regiocoördinator en één of meerdere regiomedewerkers. De regiocoördinaties zijn een eerste contactpunt voor toeristische ondernemers en besturen in een regio en volgen de regionale toeristische werking op. De regiocoördinatieteams zijn gehuisvest in de regio's: Eeklo voor het Meetjesland, Sint-Niklaas voor het Waasland, Dendermonde voor Scheldeland, Ronse voor de Vlaamse Ardennen, Kortrijk voor de Leiestreek.

### MANAGEMENT

Katia Versieck, algemeen manager

Mieke Belmans, manager marketing, sector- en regiowerking

Pierre Goffaux, manager recreatieve infrastructuur, facilitair beheer en distributie

### CENTRALE DIENSTEN GENT

#### ALGEMENE DIENSTEN

Melissa Dheere, deskundige boekhouding en financiën

Ruth Vandersmissen, deskundige personeel en administratie

#### MARKETING EN COMMUNICATIE

Tim Bottelberghe, coördinator marketing en communicatie

Steven De Backer, verantwoordelijke pers en communicatie

Bram Elewaut, deskundige digitale media

Ellen Van Wulpen, community en content deskundige

Caroline De Ruyck, copywriter

Jan Lehoucq, medewerker lay-out

Lut Busschots, polyvalent medewerker

#### SECTORWERKING

Stijn Vandeplas, consulent sectorwerking

Deborah Ongena, consulent verblijfstoerisme

Jessica Bonte, consulent MICE-sector

#### PROJECTWERKING

Stijn Vinck, projectcoördinator

Frederik Goossens, projectcoördinator

Boris De Wolf, projectcoördinator

Elisa de Puyseleyn, projectcoördinator steunpunt toeristisch onthaal

Heleen Notebaert, projectcoördinator Beleefbare Dendervallei

David Talloen, projectcoördinator Toerisme voor Allen (in dienst Provincie Oost-Vlaanderen)

#### ROUTEBEHEER

Veronique Eeckhaut, deskundige routebeheer

Annelies De Roo, deskundige routebeheer

Ronnie Boeykens, medewerker routebeheer

#### KENNISCENTRUM

Els De Groote, deskundige data en onderzoek

Dorothy Lamiroy, deskundige data en onderzoek

## **ONTHAAL EN DISTRIBUTIE**

Veronique Vanausloos, deskundige onthaal en distributie  
Petra Cayman, medewerker onthaal en distributie

## **TECHNISCHE DIENST**

Peter Pruydt, medewerker technische dienst  
Antoine Vanden Bossche, medewerker technische dienst

## **REGIOCOÖRDINATIETEAMS**

### **VLAAMSE ARDENNEN**

Wim Haesebeyt, regiocoördinator Vlaamse Ardennen  
Ann De Pauw, regiomedewerker Vlaamse Ardennen  
Vera De Temmerman, medewerker Vlaamse Ardennen

### **MEETJESLAND**

Erik Hennes, regiocoördinator Meetjesland  
Bart Van Damme, regiomedewerker Meetjesland  
Ilse Huyvaert, medewerker Meetjesland (in dienst Toerisme Meetjesland)  
Inge Slock, medewerker Meetjesland (in dienst Toerisme Meetjesland)

### **WAASLAND**

Els Maes, regiocoördinator Waasland  
Heidi Schaght, regiomedewerker Waasland  
Ellen Coppens, medewerker Waasland (in dienst Toerisme Waasland)

### **SCHELDELAND**

Marilou Dubois, regiocoördinator Scheldeland  
Tamara Corijn, regiomedewerker Scheldeland  
Anneleen Tilburgh, regiomedewerker Scheldeland (in dienst Toerisme Provincie Antwerpen)

### **LEIESTREEK** (in gezamenlijke dienst met Westtoer)

Katrien Six, regiocoördinator Leiestreek  
Emmanuel Derdeyn, regiomedewerker Leiestreek  
Babette De Fauw, regiomedewerker Leiestreek





# DEEL 6: FINANCIIEEL VERSLAG



## BALANS PER 31 DECEMBER 2019 (in EURO)

### ACTIVA

<b>VASTE ACTIVA</b>	<b>39.529,75</b>
COMPUTERSOFTWARE	4.806,40
MEUBILAIR & ROLLEND MATERIEEL	33.099,77
BORGTOCHTEN	1.623,58
<b>VLOTTENDE ACTIVA</b>	<b>2.776.613,74</b>
VOORRAAD FIETSROUTES	25.322,62
VOORRAAD FIETSNETWERKKAARTEN	5.015,73
VOORRAAD WANDELROUTES	5.732,18
VOORRAAD THEMATOCHTEN	74.876,02
VOORRAAD WANDELNETWERKKAARTEN	14.421,73
VOORRAAD FIETSNETWERKBOXEN	429,07
VORDERINGEN < 1 JAAR	
- KLANTEN	36.391,16
- OVERIGE VORDERINGEN	177.877,96
GELDBELEGGING	742.405,29
LIQUIDE MIDDELEN	1.664.569,42
OVERLOPENDE REKENINGEN	29.572,56
<b>TOTAAL ACTIVA</b>	<b>2.816.143,49</b>

### PASSIVA

<b>EIGEN VERMOGEN</b>	<b>2.125.986,83</b>
FONDSEN VAN DE VERENIGING	94.869,99
BESTEMDE FONDS SOCIAAL PASSIEF	584.000,00
WERKINGSRESERVE VOORBIJE JAREN	1.523.014,96
VERLIES VAN HET BOEKJAAR	-331.726,26
VOORZIENING PENSIOENEN	20.634,48
VOORZIENING GELDBELEGGING	2.500,00
VOORZIENING PROJECTEN	3.000,00
VOORZIENING GROEPSVERZEKERING	20.184,66
VOORZIENING REALISATIE BELEVINGSPUNTEN BRAKEL/MAARKEDAL	115.000,00
VOORZIENING VOOR NIEUWE WEBSITE	94.509,00
<b>SCHULDEN</b>	<b>690.156,66</b>
LEVERANCIERS	376.462,36
BELASTINGEN	4.798,56
BEZOLDIGINGEN	279.325,59
OVERLOPENDE REKENINGEN	29.570,15
<b>TOTAAL PASSIVA</b>	<b>2.816.143,49</b>

## OPBRENGSTEN

	Reëel	Budget
<b>VERKOPEN</b>	<b>82.624,94</b>	<b>107.800,00</b>
VERKOOP FIETSNETWERKKAARTEN	32.203,09	45.000,00
VERKOOP FIETSROUTES	5514,44	7.500,00
VERKOOP WANDELROUTES	3986,46	7.500,00
VERKOOP THEMATOCHTEN	21.883,15	22.000,00
VERKOOP WANDELNETWERKKAARTEN	15.416,20	20.500,00
VERKOOP BROCHURES DERDEN	25,00	500,00
VERKOOP PROVINCIE OOST-VLAANDEREN	3.596,60	4.800,00
<b>LIDGELDEN</b>	<b>41.063,12</b>	<b>42.150,00</b>
LIDGELDEN STEDEN EN GEMEENTEN	39.230,03	40.000,00
LIDGELDEN VVV'S	1.161,90	1.200,00
LIDGELD VERENIGINGEN	671,19	700,00
PERSOONLIJKE LIDMAATSCHAPPEN	0,00	250,00
<b>TOELAGEN PROVINCIEBESTUUR</b>	<b>3.997.721,00</b>	<b>3.997.721,00</b>
TOELAGEN IN DE WERKING	3.997.721,00	3.997.721,00
<b>TOELAGEN TOERISME VLAANDEREN</b>	<b>101.076,40</b>	<b>108.938,00</b>
INFRASTRUCTUUR FIETS- & WANDELNETWERKEN	0,00	4000,00
INFRASTRUCTUUR PROJECTEN	101.076,40	104.938,00
<b>DIVERSE ONTVANGSTEN</b>	<b>411.650,03</b>	<b>411.825,00</b>
TUSSENKOMST VERZENDINGSKOSTEN	37.096,52	35.000,00
SPONSERING EN PARTICIPATIES	1.646,27	3.300,00
INFODAG DAGTRIPS GROEPEN/ANDERE	13.694,00	15.000,00
RECUPERATIE PERSONEELSKOST: GROEPS- & HOSPITALISATIEVERZEKERING/MC'S	40.022,31	40.950,00
GRENDOVERSCHRIJDENDE INITIATIEVEN	18.945,89	65.000,00
ANDERE RPROJECTEN	79.031,84	92.575,00
SOCIALE TUSSENKOMSTEN	109.168,79	109.000,00
DOORFACTURATIES	107.511,20	47.000,00
STRUCTURELE INTERPROFESSIONELE LOONCORRECTIE	4.533,21	4.000,00
<b>ONTVANGSTEN FINANCIËEL</b>	<b>3.520,70</b>	<b>15.000,00</b>
INTERESTEN	3.520,70	15.000,00
<b>TOTALE OPBRENGSTEN</b>	<b>4.637.656,19</b>	<b>4.683.434,00</b>

## KOSTEN

	Reëel	Budget
<b>KOSTEN BROCHURES</b>	<b>67.623,72</b>	<b>85.290,00</b>
FIETSNETWERKKAARTEN	3.591,60	4.340,00
WANDELROUTES	0,00	2.000,00
THEMATOCHTEN	46.644,20	52.000,00
WANDELNETWERKKAARTEN	10.595,00	18.000,00
BROCHURES DERDEN	3.136,32	4.000,00
DIVERSE VOOR VERKOOP	60,00	150,00
AANKOOP VOOR VERKOOP POV	3.596,60	4.800,00
<b>VOORRAADWIJZIGING HANDELSGOEDEREN</b>	<b>23.325,49</b>	<b>0,00</b>
VOORRAADWIJZIGING HANDELSGOEDEREN	23.325,49	0,00
<b>WERKINGSKOSTEN</b>	<b>258.193,54</b>	<b>301.050,00</b>
VERZENDINGSKOSTEN	90.011,42	131.000,00
BUREELBENODIGDHEDEN	4.292,77	6.000,00
INFORMATICA	43.756,33	30.000,00
TELEFONIE	8.542,59	7.000,00
HUISVESTING GENT EN REGIO'S	38.544,21	37.350,00
PAPIER/OMSLAGEN	576,44	3.500,00
BIBLIOTHEEK/ABONNEMENTEN	215,76	500,00
VERGADERKOSTEN BESTUURSORGANEN	7.783,34	13.500,00
DIENSTVOERTUIGEN	3.945,99	4.500,00
KOSTEN JAARVERSLAG/NIEUWSBRIEVEN	23.396,97	20.000,00
KOSTEN SOCIAAL SECRETARIAAT/REVISOREN/MAALTIJDCHQUES	17.941,40	16.200,00
BANKKOSTEN	2.256,56	1.000,00
HUURKOST KOPIEMACHINE	2.528,94	3.500,00
DIVERSE SECRETARIAATSKOSTEN	1.276,09	2.000,00
EXTERNE CONSULTANCY	13.124,73	25.000,00
<b>PUBLICATIES</b>	<b>85.555,24</b>	<b>89.000,00</b>
GRATIS ROUTEBROCHURES	4.457,24	14.000,00
STAPAF MAGAZINE	81.098,00	75.000,00
<b>BEURZEN EN WORKSHOPS</b>	<b>32.598,64</b>	<b>31.250,00</b>
WANDEL-& FIETSBEURS ANTWERPEN/GENT	3.643,43	3.750,00
WANDEL-& FIETSBEURS UTRECHT	7.168,95	4.500,00
INFODAG DAGTRIPS VOOR GROEPEN	21.786,26	22.000,00
DECORATIEMATERIAAL ALGEMEEN	0,00	1.000,00
<b>PERS EN P.R.</b>	<b>98.566,74</b>	<b>135.500,00</b>
PERSONTVANGSTEN/-CONFERENTIES/-BEZOEKEN	5.082,45	15.000,00
SAMENWERKING VRT	18.000,00	40.000,00
RELATIEGESCHENKEN/PRIJZEN	33,98	1.500,00
COMMUNICATIE SECUNDAIRE DOELGROEPEN	67.784,72	70.000,00
SECTORWERKING MICE	6.693,09	9.000,00
DISPLAYS E.D.	972,50	0,00
<b>PUBLICITEIT</b>	<b>914.699,02</b>	<b>590.000,00</b>
EIGEN CAMPAGNES - BINNENLAND	224.111,47	225.000,00
MAILINGS	62.910,32	70.000,00
POOL 5 VLAAMSE TOERISTISCHE FEDERATIES	62.000,00	40.000,00
INTERNET - WEBSITE	303.578,36	55.000,00
AUDIO-VISUEEL MATERIAAL & UITRUSTING	15.171,04	10.000,00
DIGITALE & SOCIALE MEDIA	215.142,08	160.000,00
PROMOTIE MICE	31.785,75	30.000,00
<b>STUDIE/ONDERZOEKEN</b>	<b>14.643,00</b>	<b>11.103,00</b>
EIGEN STUDIES/ONDERZOEKEN	14.643,00	11.103,00

	Reëel	Budget
<b>INFRASTRUCTUUR</b>	<b>74.202,57</b>	<b>233.300,00</b>
WATERGEBONDEN ROUTES	87,16	500,00
WANDELNETWERKEN	484,50	152.500,00
RECREATIEVE BEHEERSOVEREENKOMSTEN	0,00	300,00
ONDERHOUD ROUTESTRUCTUREN ALGEMEEN	73.630,91	80.000,00
<b>PERSONEEL</b>	<b>2.720.185,70</b>	<b>2.559.700,00</b>
PERSONEEL	2.441.221,66	2.275.700,00
PERSONEEL DERDEN	81.896,31	75.000,00
OPLEIDING PERSONEEL, PROSPECTIE & STUDIEREIZEN	5.160,27	18.000,00
REISKOSTEN PERSONEEL	45.408,98	39.000,00
VERZEKERING PERSONEEL	131.794,39	135.000,00
ANDERE PERSONEELSKOSTEN	14.704,09	17.000,00
<b>ANDERE KOSTEN</b>	<b>35.185,52</b>	<b>42.000,00</b>
AFSCHRIJVINGEN	35.185,52	42.000,00
<b>TOEVOEGING/TERUGNAME WAARDEVERM VORD TH 1 JR</b>	<b>92,95</b>	<b>0,00</b>
TERUGNAME WAARDEVERMINDERINGEN VORDERINGEN	92,95	0,00
<b>VOORZIENINGEN EN TERUGNAMES</b>	<b>-194.428,40</b>	<b>0,00</b>
TOEVOEGING/TERUGNAME VOORZIENINGEN VOOR PENSIOENEN	171,60	0,00
TOEVOEGING/TERUGNAME VOORZIENINGEN & RISICO'S/KOSTEN	-194.600,00	0,00
<b>DIVERSEN</b>	<b>215.447,29</b>	<b>245.500,00</b>
BEDRIJFSBELASTINGEN	3.809,48	5.500,00
NIET AFTREKBARE BTW	211.637,81	240.000,00
<b>TOELAGEN/ONDERSTEUNINGEN</b>	<b>623.491,43</b>	<b>736.770,00</b>
TOELAGEN GASTENKAMERS	-405,00	0,00
BIJDRAGE TOERISME LEIESTREEK	29.167,24	29.168,00
BIJDRAGE TOERISME MEETJESLAND	51.626,41	51.626,00
BIJDRAGE TOERISME SCHELDELAND	58.000,00	58.000,00
BIJDRAGE TOERISME VLAAMSE ARDENNEN	55.776,00	55.776,00
BIJDRAGE TOERISME WAASLAND	59.467,20	58.800,00
GEBIEDSGERICHTE PROJECTEN/TOERISMEBOEREN	203,50	5.000,00
GEBIEDSGERICHTE PROJECTEN/ BELEEFBARE DENDERVALLEI	13.587,50	20.000,00
GEBIEDSGERICHTE PROJ/IMPULS BELEEF JE EIGEN RONDE VA & HOMELAND OF CYCLING	88.936,27	115.400,00
GEBIEDSGERICHTE PROJECTEN/STATIEGISCHE PLANNEN	32.237,21	35.000,00
GEBIEDSGERICHTE PROJECTEN/INTERPROVINCIAAL FIETSPROJECT	12.245,74	12.000,00
GEBIEDSGERICHTE PROJECTEN/LANDSCHAPSPARK DRONGENGOED AMBASSADEUR	52.576,11	45.500,00
GEBIEDSGERICHTE PROJECTEN/SCHEEPSWERVEN IN BEELD	2.768,92	5.000,00
GEBIEDSGERICHTE PROJECTEN/ANDERE	697,60	0,00
TOELAGEN LOKALE BROCHURES & UITGAVEN	11.043,08	12.000,00
GRENDOVERSCHRIJDENDE INITIATIEVEN	13.963,65	92.500,00
LOGEREN IN VLAANDEREN	141.600,00	141.000,00
<b>TOTALE KOSTEN</b>	<b>4.969.382,45</b>	<b>5.060.463,00</b>
<b>RESULTAAT VAN HET BOEKJAAR (VERLIES)</b>	<b>-331.726,26</b>	<b>-377.029,00</b>

## Colofon

Coördinatie en eindredactie: Caroline De Ruyck

Foto's: Beeldbank Toerisme Oost-Vlaanderen, Beeldenbank Scheldeland, D. de Kievith, Zwyp, J. Darthet, D. Stockman, D. Samyn, J. Martens, Westtoer, B.AD, G. De Poorter, N. Caigny, Visit Gent

Druk: Perka

Verantwoordelijke uitgever: Toerisme Oost-Vlaanderen vzw

Met dank aan alle medewerkers van Toerisme Oost-Vlaanderen die input leverden voor dit jaarverslag.

D/2020/0332/007