

TOERISME VLAAMS-BRABANT VZW

JAARVERSLAG 2015



VLAAMS-
BRABANT

Groene Gordel

Leuven

Hageland



* Wijndomein Daems * Park van Tervuren * Wandelnetwerk Pajottenland

VLAAMS-BRABANT	
Algemeen	6
Missie en visie	6
Werking	6
Toerisme in cijfers	6
Marketing en communicatie	7
Pers en media	7
Publicaties	7
Campagnes	7
Beurzen	8
Digitale communicatie	9
Logiessector en Logeren in Vlaanderen Vakantieland	10
Meeting Leuven & Vlaams-Brabant	10
Beurzen	10
Marketingacties	10
Partnerwerking	10
Kwaliteitsbewaking van routegebonden producten	
Routebeheer	11
Toeristische valorisatie	11
Iedereen Toerist	12
Brussel en expats	12
Groote Oorlog in Vlaams-Brabant	12

Belevingscentrum '14-'18 in Tildonk	12
Toeristisch onthaal en gidsenwerking	13
REGIO'S	
Algemeen	
Strategische beleidsplannen	16
Toerismeconvenant (2015-2019)	17
Groene Gordel	18
Nieuwe regiowerkers	18
Kernwaarden	18
Equitrail Vlaams-Brabant rond Brussel	19
Gordelfestival	20
Brabants trekpaard	20
Hageland	21
Nieuwe regiowerker	21
Kernwaarden	21
Hagelands Bloesemweekend	22
Hagelandse Wijn	22
Sven Nys Cycling Center	23
Wandelnetwerk Getevallei	23
Organogram	24

Voorwoord

2015 was een jaar vol uitdagingen en nieuwigheden op toeristisch vlak.

De provincie Vlaams-Brabant besliste te investeren in toerisme, met meer middelen en extra medewerkers. Zo werd er iemand aangeworven om het toeristisch aanbod in Vlaams-Brabant bekender te maken bij Brusselaars en expats. Toerisme is economie, dat is vanzelfsprekend. Maar toerisme heeft ook een sociale rol. Iedereen verdient immers vakantie. Daarom zet de provincie een medewerker in op sociaal en toegankelijk toerisme onder de noemer 'Iedereen Toerist'.

Naast deze inhoudelijke beleidslijnen, hebben we de regiowerking versterkt. De regiocoördinatoren kregen daarvoor de nodige ondersteuning. Toerisme Vlaams-Brabant sloot convenanten af met de gemeenten, er werden overlegplatformen opgericht en samen met de schepenen voor toerisme werden nieuwe thema's uitgewerkt. Deze manier van werken jaagt een frisse wind door onze toeristische regio's Hageland en Groene Gordel.

In 2015 lopen twee toeristische producten in de kijker: de Equitrail Vlaams-Brabant, een 230 km lange route die ruiters helemaal rond Brussel leidt met daaraan gekoppeld 200 km dagtochten voor ruiters en menners. Het wandelnetwerk in de Getevallei werd al meteen genomineerd om mee te dingen voor de prijs van "wandelroute van het jaar 2015".

Dankzij de samenwerking met de gemeenten, de toeristische sector en de vele partners was 2015 erg succesvol. Voor het eerst haalde Vlaams-Brabant de kaap van twee miljoen overnachtingen. Toerisme is meer dan ooit een economische sector die voor tewerkstelling en welvaart zorgt in onze provincie.

Monique Swinnen
Voorzitter Toerisme Vlaams-Brabant





VLAAMS-BRABANT

Algemeen

Toerisme in cijfers

Marketing en communicatie

Meeting Leuven & Vlaams-Brabant

Kwaliteitsbewaking van routegebonden producten

Iedereen Toerist

Brussel en expats

De Grote Oorlog

Toeristisch onthaal en
gidsenwerking



ALGEMEEN

Missie en Visie

De missie van het provinciale toerismebeleid luidt: 'Het toerisme in Vlaams-Brabant uitbouwen om daar economische, culturele en sociale voordelen uit te halen. Met respect voor de eigenheid en de draagkracht van de natuur, de cultuur, het landschap en de mensen.'

In mentaal houdt dit in:

- Bezoekers van buiten de provincie worden zo efficiënt mogelijk aangetrokken. Zij spelen een economische rol. Het gaat daarbij zowel om zaken- als recreatieve toeristen.
- Een randvoorwaarde bij het ontwikkelen van de toeristische sector is dat de natuur, het landschap en de cultuur - het basiskapitaal - gevrijwaard blijven. Ook op lange termijn. Zo ontwikkelt het toerisme en de recreatie zich op een duurzame manier.
- De provincie is ook voor de Vlaams-Brabanders zelf een belangrijk recreatiegebied. Deze maatschappelijke functie wordt veiliggesteld en uitgebouwd.

Budget

Het werkingsbudget van de vzw Toerisme Vlaams-Brabant bedroeg in 2015 ruim 3 miljoen euro. De opbrengsten bestonden uit:

- subsidies provincie Vlaams-Brabant
- subsidies Toerisme Vlaanderen
- bijdragen gemeenten
- Europese subsidies
- eigen inkomsten
- overgedragen resultaat

Personeel

Toerisme Vlaams-Brabant beschikte in 2015 over 22 voltijdse equivalenten (VTE) provinciepersoneel. De vzw zelf stelde ook 2 VTE tewerk.

TOERISME IN CIJFERS

Het toerisme in Vlaams-Brabant is in 2015 - alweer - sterk gegroeid.

LOGIESUITBATING



Aan de aanbodzijde steeg het aantal logiesuitbatingen van 310 in 2010 naar 411 in 2015. Een stijging van 32% op vijf jaar tijd. De startende en bestaande logiesuitbaters konden rekenen op de steun van Toerisme Vlaams-Brabant.



*Brabants Leemplateau

Groene Gordel

82% van het meetingtoerisme in Vlaamse regio's

Wandelnetwerk Zuid-Dijleland

98% is tevreden tot uiterst tevreden

Fietstoerisme in het Hageland

€ 5.800.000 omzet per jaar

2.000.000 overnachtingen per jaar in Vlaams-Brabant

Toerisme zorgt voor

30.000 JOBS in Vlaams-Brabant

MARKETING EN COMMUNICATIE

Pers en Media

Persconferenties en -berichten, redactionele aandacht

Toerisme Vlaams-Brabant organiseerde in 2015 veertien persconferenties, verspreid over de provincie. Soms gebeurde dat in samenwerking met andere partners. De vzw verdeelde ook elf persberichten over allerlei onderwerpen.

Om de provincie extra te promoten als toeristische regio, werden journalisten gecontacteerd, persreizen aangeboden en foto's, teksten en meer informatie ter beschikking gesteld. Het resultaat: 188 bijdragen in kranten, tijdschriften, boeken, brochures en andere publicaties, vermeldingen op websites en reportages op televisie, radio en in andere media. Daarvan waren 103 reportages van regionaal en 85 van (inter)nationaal belang.

Vlaanderen Vakantieland - VRT

Het VRT-programma Vlaanderen Vakantieland werd in oktober 2015 stopgezet. Toch had het dat jaar nog een grote impact en haalde het hoge kijk- en waarderingcijfers, ook in Nederland. De structurele samenwerking van Toerisme Vlaams-Brabant met de VRT resulteerde in 2015 in tien reportages en zes presentatielocaties.

Provinciale communicatiekanalen

De provincie Vlaams-Brabant kocht in 2015 zendtijd op de regionale televisiezenders ROB-tv en Ring TV. Op 7 en 9 mei 2015 was er op beide zenders een item te zien met de titel 'Toerisme is economie'. Ook van het eigen huis-aan-huisblad MAG Vlaams-Brabant en van de provinciale pagina's in het gratis wekelijkse magazine De Zondag heeft Toerisme Vlaams-Brabant vaak gebruik gemaakt.

Publicaties

Hageland & Groene Gordel Magazine



In de lente en de zomer zoek je als toerist ander genot dan in de herfst en winter. Dus om toerisme te promoten is een seizoensgebonden aanpak nodig. In 2015 gaf Toerisme Vlaams-Brabant twee keer het Groene Gordel & Hageland Magazine uit. Deze wervende magazines staan vol inspiratie en tips die aanzetten tot actie. In het voorjaar luidde de slagzin 'Verken boeiend, bloeiend Hageland'. Het najaarsmagazine belichtte vooral het heerlijk nazomer in de regio's. Nu al meer dan 16.000 abonnees krijgen het magazine om de zes maanden gratis in de bus.

Campagnes

Bier

In samenwerking met Toerisme Leuven werd in 2015 voor het vierde jaar 'Leuven Bierweekend en Biermaand Vlaams-Brabant' georganiseerd. Leuven Bierweekend focuste op het Zythos Bierfestival en tal van activiteiten in de stad. Tijdens de aansluitende Biermaand Vlaams-Brabant stelden heel wat Vlaams-Brabantse brouwerijen hun deuren open voor het grote publiek. In een aantal biergemeenten stonden er bierwandelingen, -proeverijen en andere -activiteiten op het programma.



Het volledige aanbod werd gebundeld in de kaart 'The Place to Beer', uitgegeven in het Engels en het Nederlands. Deze kaart werd verspreid via de biercafés en de toeristische diensten. Flyers en affiches in onder meer de treinstations zorgden voor extra zichtbaarheid. Om de Biermaand in Vlaanderen te promoten, werd er een online campagne opgezet met een Facebookwedstrijd 'De Meesterproef', online advertenties (570.000 weergaven) en een e-mail naar 200.000 adressen. De wedstrijd 'De Meesterproef' scoorde ontzettend goed: van iedereen die een verwijzing naar de wedstrijd zag, nam 58 % er effectief aan deel, ver boven de te verwachten 20%.

Op weekend in de mooiste decors van Vlaams-Brabant

Deze actie zette Vlaams-Brabant als wandelbestemming op de kaart. In een handige gids van 36 pagina's als bijlage bij Nina Magazine (bij de weekendkrant van Het Laatste Nieuws), maakten bekende figuren uit de streek de lezers warm voor een tocht op het wandelnetwerk. De gids werd verdeeld op 375.000 exemplaren. Gemeenten die participeren in de regiowerking van Toerisme Vlaams-Brabant en logies in deze gemeenten konden tegen een voordeeltarief ook eigen promotie voeren.

De actie werd gesteund door een mediacampagne in samenwerking met Het Laatste Nieuws. Er verschenen online-advertenties (500.000 impressies) en websiteachtergronden op hln.be en demorgen.be, in combinatie met advertenties in de gedrukte krant. Redactionele artikels, zowel online als in print, en e-nieuwsbrieven maakten het plaatje compleet.

Beurzen

Toerisme Vlaams-Brabant stond met een stand op:

- Fiets- en Wandelbeurs Mechelen
- Jaarbeurs Gent

Voorts had Toerisme Vlaams-Brabant een infostand op evenementen zoals:

- Gordelfestival
- Dag van het Brabants Trekpaard
- Wezemaalse wijnfeesten



*Campagnebeeld *Wezemaalse wijnfeesten *Gordelfestival *Gordelfestival

Digitale communicatie

www.toerismevlaamsbrabant.be

De website www.toerismevlaamsbrabant.be bereikte in 2015 ruim 500.000 bezoekers, waarvan 17.500 afkomstig uit Nederland. De website is thematisch onderverdeeld in wandelen, fietsen, logeren, uit in groep etc. Bezoekers kunnen ook per regio, stad of gemeente het toeristische aanbod ontdekken en raadplegen. En ze kunnen online publicaties bestellen en liefst 230 fiets-, ruit- en wandelroutes gratis downloaden.

De homepagina zet evenementen en hoogtepunten extra in de kijker. De meest populaire items zijn 'wandelen', 'fietsen' en 'publicaties'. 72% van de bezoekers komt via zoekmachines op de website. Mobiele surfers worden doorverwezen naar de site m.toerismevlaamsbrabant.be.

www.verliefdopvlaamsbrabant.be

De website www.verliefdopvlaamsbrabant.be wordt vooral ingezet tijdens campagnes. Zo lokte de site tijdens de najaarscampagne meer dan 13.000 bezoekers goed voor 90.000 paginaweergaven. De mailing bij de aanvang van de campagne zorgde meteen voor meer dan 6.000 bezoekers.

e-nieuwsbrieven

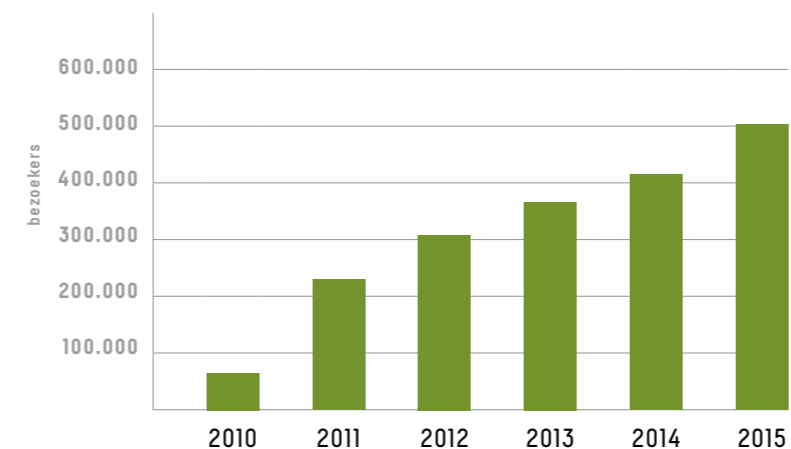
Toerisme Vlaams-Brabant heeft een consumenten-databank met ruim 26.000 e-mailadressen. Elk mail-adres kreeg drie nieuwsbrieven toegestuurd. De openingsratio bedroeg gemiddeld 44%.

Het toeristische werkveld - ongeveer 800 abonnees - kreeg zeswekelijks een sectornieuwsbrief. Gemiddeld 34% van de ontvangers opende deze nieuwsbrief.

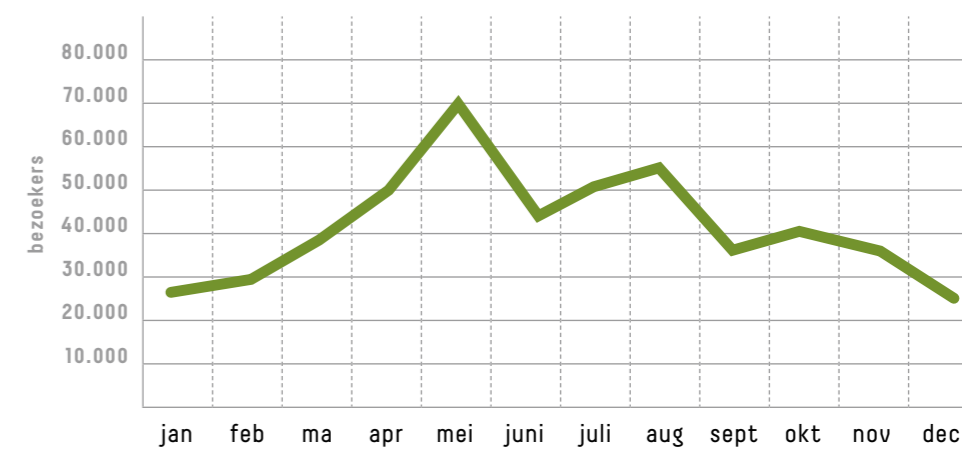
Uitbreiding consumentenbestand

Toerisme Vlaams-Brabant breidde zijn consumentenbestand op twee vlakken gevoelig uit: het aantal abonnees op de magazines groeide van ruim 4.000 naar meer dan 16.000 (+300%). Het aantal abonnees op de digitale nieuwsbrief steeg van 17.000 naar 26.500 (+52%). We bereikten deze groei door een e-mail uit te sturen naar het adressenbestand van Logeren in Vlaanderen (+/- 220.000 adressen). Een heel kostenefficiënte manier om onze boodschap bij de doelgroep te krijgen.

EVOLUTIE BEZOEKERSAANTALLEN - WWW.TOERISMEVLAAMSBRABANT.BE



BEZOEKERSAANTALLEN PER MAAND 2015 - WWW.TOERISMEVLAAMSBRABANT.BE



Logiessector & Logeren in Vlaanderen Vakantieland



Toerisme Vlaams-Brabant informeert de uitbaters van logies over de wijzigingen in het logiesdecreet, subsidiemogelijkheden, toeristische publicaties, productontwikkeling en promotieacties.

De marketingconsulent logies is hun aanspreekpunt. Die gaat langs bij startende logiesuitbaters, maakt hen wegwijs in het logiesdecreet en informeert hen over het toepassen van de regelgeving. Het bezoek is meteen een eerste kennismaking met de promotiekanalen en publicaties van Toerisme Vlaams-Brabant.

De vergunde logies werden gestimuleerd om deel te nemen aan de promotiecampagnes van Toerisme Vlaams-Brabant.

Voor de campagne Logeren in Vlaanderen Vakantieland werkt Toerisme Vlaams-Brabant samen met de vzw Logeren in Vlaanderen en de provinciale toeristische organisaties. De voorbereiding voor de editie 2016 startte al in 2015. Zo werden de logiesuitbaters uitgenodigd op een provinciaal infomoment over de promotiemogelijkheden. Met succes: 50 Vlaams-Brabantse logiesuitbaters tekenden in voor een advertentie in de brochure, 36 uitbaters kozen enkel voor een webadvertentie. Dit betekent een stijging van 10% in vergelijking met een jaar eerder. Je vindt de deelnemende logies op www.logereninvlaanderen.vakantieland.be.

Toerisme Vlaams-Brabant werkte in 2015 mee aan het Europees project Seniors Go Rural. Bedoeling is een aanbod voor plattelandsreizen voor senioren tijdens het laagseizoen uit te bouwen.

MEETING LEUVEN & VLAAMS-BRABANT

Beurzen

Meeting Leuven & Vlaams-Brabant nam deel aan verschillende beurzen en netwerkmomenten:

- Inspiration Seminar
- BBT Online workshop
- Assistant Club netwerkmomenten in Leuven, Gent en Hasselt

Marketingacties

Meeting Leuven & Vlaams-Brabant organiseerde een succesvolle inspiratiedag in maart 2015. Deze 'Experience Leuven & Vlaams-Brabant' trok meer dan 80 professionele meetingplanners. Er waren boeiende presentaties en de deelnemers konden er volop netwerken met aanbieders van vergaderzalen en logies. Er stonden bovendien 3 inspiratietrips op het programma naar meetinglocaties in Leuven, de Groene Gordel of het Hageland.



*Engelenburcht *Meeting Vinobelga

Ook op andere momenten in het jaar konden planners kennismaken met het aanbod van de provincie door deel te nemen aan inspiratietrips over 'bier' (Stella Artois en Palm), 'boardmeetings in het groen' (het Hageland) en 'vergaderen rond de luchthaven' (Groene Gordel).

Sinds het najaar wordt de nieuwsbrief niet meer 4 keer per jaar, maar maandelijks verstuurd. Het gemiddelde openingspercentage ligt op 30,5%. Verder verschenen er advertenties en reportages in vakmedia zoals Eventnews, MICE Magazine, Rendevenement, Headquarters (voor associaties) en het Duitse Convention International.

Specifiek voor de associatiemarkt organiseerde Meeting Leuven & Vlaams-Brabant een associatiediner en begeleide bezoeken aan mogelijke congreslocaties.

Partnerwerking

In maart 2015 stelde Toerisme Vlaanderen de resultaten van haar onderzoek over de meetingindustrie voor aan de partners van Meeting Leuven & Vlaams-Brabant. Bij deze boeiende uiteenzetting in het provinciehuis kwamen niet enkel cijfers, maar ook trends en toekomstige projecten aan bod.



KWALITEITSBEWAKING VAN ROUTEGEBONDEN PRODUCTEN



*bewegwijzeringsbordje

Routebeheer

Toerisme Vlaams-Brabant heeft over de jaren heen een uitgebreid aanbod aan recreatieve routes ontwikkeld. Dat aanbod groeit nog steeds en wordt continu vernieuwd. In 2015 was dat goed voor liefst 6.400 km bewegwijzerde recreatieve fiets-, wandel-, ruiters-, en menroutes. Een aantal ruiters- en menroutes (670 km) zijn niet bewegwijzerd.

	LUSSEN	NETWERK	TOTAAL
FIETSEN	1.050	1.800	2.850
WANDELEN	1.350	1.800	3.150
RUITER EN MENROUTES	430	0	430
TOTAAL	2.830	3.600	6.430

Het onderhoud van de bewegwijzering en de randinfrastructuur - overzichtsboarden, picknicktafels en rustbanken - van de recreatieve routes kostte in 2015 75.000 euro (excl. btw) aan werkopdrachten. Daar zijn de materiaalkosten niet inbegrepen. Deze werkopdrachten kwamen er telkens na een melding van de vrijwilligers die de routes controleren of van recreanten via het meldpunt 'routedokter'.

In 2015 kwamen gemiddeld 38 meldingen per week binnen:

73,3% via peters en meters

14,3% via het meldpunt 'routedokter' (recreanten)

8,4% via Toerisme Vlaams-Brabant

4% via andere kanalen

Deze betroffen meldingen over:

38,2% het fietsnetwerk (1.800 km)

24% de wandellussen (1.450 km)

33,3% de wandelnetwerken (1.800 km)

4,3% de fietslussen (1.050 km)

De werkopdrachten (gemiddeld 79 per week) werden in het arrondissement Leuven uitgevoerd door IGO-W en in arrondissement Halle-Vilvoorde door 3Wplus.

Wat werd er uitgevoerd?

82% herstelling bewegwijzeringsbordjes

3,7% snoeien/maaien rond bordjes/palen

14% herstelling palen en bewegwijzeringsbordjes

0,3% andere herstellingswerkzaamheden

Toeristische valorisatie

Om de fiets- en wandelnetwerken te valoriseren, worden kaarten en infogidsen gemaakt en thematische routes op de netwerken ontwikkeld. De fietsgids en de fietskaart van het fietsnetwerk Vlaams-Brabant editie 2016 werd in 2015 voorbereid en herdrukt. Er kwamen extra fietsvriendelijke cafés en logies bij, dat werden er 216 in totaal. Er kwamen ook vier nieuwe themaroutes op het fietsnetwerk bij. Ook het wandelnetwerk Hagelandse Heuvels en het wandelnetwerk Pajottenland werd herdrukt. Op het wandelnetwerk Pajottenland werden 2 nieuwe thematische routes ontwikkeld.



*Getelinie fietsroute *Dijelijn fietsroute

IEDEREEN TOERIST

Toerisme moet voor iedereen haalbaar en mogelijk zijn. Daarom lanceerde Toerisme Vlaams-Brabant in september 2015 'Iedereen Toerist', een programma dat een toeristisch-recreatief aanbod uitbouwt dat voor iedereen toegankelijk is. De provincie wierf een personeelslid aan - Sandrina Peeters - dat zich hiermee bezig houdt.

Iedereen Toerist bouwt voort op bestaande initiatieven die de provincie Vlaams-Brabant in het verleden nam, zoals de Rap-op-Stapkantoren, de begeleidingspas voor personen met een handicap, de sociale tarieven in de provinciedomeinen en de steun aan vier organisaties voor vrijetijdszorg.

Toerisme Vlaams-Brabant ondersteunde in 2015 vier organisaties die vrijetijdsactiviteiten aanbieden voor personen met een handicap: 't Balanske vzw in Tielt-Winge, de KVG Vrijetijdswerking Vlaams-Brabant, Indivo vzw en Gehandicapt en solidariteit. Deze organisaties geven advies bij nieuwe toeristisch-recreatieve projecten en organiseerden samen met Toerisme Vlaams-Brabant op 12 september de 'Iedereen Vinne-dag' in Provinciedomein Het Vinne. Mensen met een beperking konden er kennismaken met het (toegankelijke) toeristische aanbod van onze provincie. Het domein zette die dag extra in op toegankelijkheid en bezoekers konden genieten van een boeiend toegankelijk aanbod voor groot en klein.



De krachtlijnen van het 'Iedereen Toerist'-programma:

- Het bestaande aanbod professionaliseren en uitwerken.
- Een groter toeristisch aanbod voor mensen met een beperkt inkomen.
- Een betere fysieke toegankelijkheid in onze toeristische attracties, onthaalpunten en logies.
- Een toeristisch aanbod op maat van mensen met een beperking.
- Goed communiceren om 'Iedereen Toerist' bekend te maken.
- Advies en ondersteuning bieden rond toegankelijkheid en vakantieparticipatie.

BRUSSEL EN EXPATS

Toerisme Vlaams-Brabant wil Brusselaars en expats bewust maken van het toeristische potentieel van de Groene Gordel als aantrekkelijke, pittoreske en groene regio. Brussel ligt immers vlakbij, met haar hoge concentratie Europese en internationale instellingen en organisaties.

Eva De Smedt is sinds oktober 2015 in dienst om hiervan werk te maken. Haar taak? Brusselaars en expats als toeristische doelgroepen (h)erkennen en leren kennen, hen te enthousiasmeren en inspireren zodat ze de toeristische troeven van de Groene Gordel zelf gaan ontdekken.

Met strategische krachtlijnen als leidraad zet ze in op bestaande en nieuwe toeristische initiatieven. De nieuwe doelgroep wordt bereikt door evenementen op touw te zetten, met een gerichte communicatie en door constructieve samenwerkingsverbanden met partners.

DE GROOTE OORLOG IN VLAAMS-BRABANT

Belevingscentrum '14-'18, Tildonk

Toerisme Vlaams-Brabant opende op 11 juni 2014 het Belevingscentrum '14-'18 in het voormalige Ursulinenklooster in Tildonk. Het Belevingscentrum '14-'18 brengt aan de hand van authentieke verhalen de oorlogsgeschiedenis van de provincie weer tot leven.

Ook in 2015 vonden heel wat mensen de weg naar Tildonk, de teller staat al op meer dan 15.000 bezoekers. Het gaat om zowel individuele bezoekers als



*Belevingscentrum '14-'18

groepen toeristen. Zowat alle scholen die in 2014 een bezoek brachten aan het Belevingscentrum, kwamen in 2015 terug. De maandelijkse lezingen trokken heel wat geïnteresseerden aan, net als Erfgoeddag en Open Monumentendag. Ook mensen met een beperking vinden de weg naar Tildonk: het Belevingscentrum haalde in 2015 het A-label voor toegankelijk toerisme.

Het Belevingscentrum '14-'18 legde in 2015 de oorlogslink met andere attracties in de omgeving. Een uitgestippelde fietsroute naar de universiteitsbibliotheek in Leuven zet mensen aan om beide sites te combineren.

Het Belevingscentrum blijft een waardevol alternatief voor een ver bezoek aan de Westhoek. Dit werd beaamd door Radio 2, tijdens een radio-uitzending vanuit Tildonk op 11 november 2015.

Het Belevingscentrum '14-'18 kwam tot stand door de samenwerking van Toerisme Vlaams-Brabant, Toerisme Vlaanderen, eigenaar Immo Kwaliteitsfonds, elf gemeenten en de hulp van vele vrijwilligers.

TOERISTISCH ONTHAAL EN GIDSENWERKING

Toerisme Vlaams-Brabant zette in 2015 in op de kwalitatieve uitbouw van het toeristische onthaal in onze regio's. De gemeente Tervuren kreeg steun bij de realisatie van het Bezoekerscentrum De Warandepoort, en ook de Plantentuin Meise kon rekenen op advies.

Er werd ook geïnvesteerd in een degelijke gidsenwerking. Op 12 mei namen dertien gidsen deel aan een vormingsmoment over het rondleiden van kinderen en jongeren. Samen met CVO De Oranjerie en COOVI werd werk gemaakt van kwaliteitsvolle opleidingen tot regiogids Hageland en Groene Gordel.



*Toeristisch bezoekerscentrum De Warandepoort in Tervuren



REGIO'S

Algemeen

Groene Gordel

Hageland



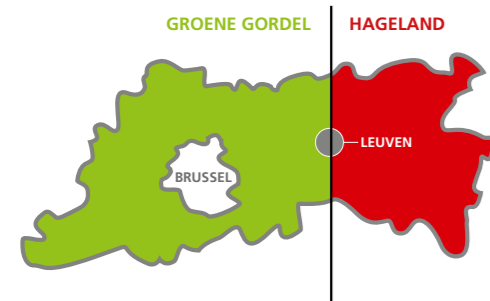
STRATEGISCHE BELEIDSPLANNEN

Toerisme Vlaams-Brabant schreef een opdracht uit voor een nieuw strategisch plan voor het Hageland en de Groene Gordel voor de periode 2014-2019. Deze strategische plannen moeten de beide regio's laten uitgroeien tot krachtige en belevingsvolle bestemmingen. Ze formuleren een langetermijnvisie en bouwen voort of sturen bij op wat eerder uitgewerkt is.

De **centrale doelstelling** voor het toerisme in de Groene Gordel en het Hageland wordt in het nieuwe plan omschreven als:

Nastreven van groei, boven het gemiddelde groeicijfer van de Vlaamse regio's, door intenser gebruik van de toeristisch-recreatieve voorzieningen, waartoe iedereen bijdraagt op een duurzame, kwaliteitsvolle en marktconforme manier.

PROVINCIE VLAAMS-BRABANT



Nastreven van groei: de bestemming wil in positieve en dynamische zin verder evolueren, erop vooruitgaan, stilstaan is geen optie. De opwaartse spiraal die aan de gang is, wordt bestendig.

Boven het gemiddelde groeicijfer van de Vlaamse regio's: de uitdaging is beter te doen dan de andere Vlaamse regio's. Schommelingen zijn toegestaan.

Intenser gebruik van de toeristisch-recreatieve voorzieningen waartoe iedereen bijdraagt: het gaat om een gedeelde doelstelling voor de hele regio, voor alle actoren. Dus iedereen werkt samen aan de realisatie van de centrale doelstelling.

Duurzaam: er wordt rekening gehouden met het karakter van de bestemming, zijn belanghebbenden, bewoners, landschap, erfgoed, patrimonium. Dit omvat ecologische maar ook menselijke aspecten.

Kwaliteitsvol: niet alleen een kwantitatieve groei is het doel, ook de kwaliteit is belangrijk.

Marktconform: de bezoeker staat centraal.



*Vlooybergtoren *Park van Tervuren *Druiventeelt in het Dijleland

TOERISMECONVENANT (2015-2019)

Toerisme Vlaams-Brabant sloot in het voorjaar van 2015 een nieuw convenant af met de gemeenten in de Groene Gordel en het Hageland. Dit toerismeconvenant is de opvolger van het voormalige Toeristisch-Recreatieve Actie Platform (TRAP) en loopt tot eind 2019.

Wat houdt dit convenant in? Toerisme Vlaams-Brabant ontvangt jaarlijks van de gemeenten een vaste bijdrage per inwoner. Enerzijds kunnen gemeenten hiervoor rekenen op een vastomlijnd dienstverleningspakket. Anderzijds ondersteunen de regiocellen Groene Gordel en Hageland hen bij de organisatie van bovenlokale, thematische projecten en bij het invullen van een regiowerking.

Er is overleg op drie niveaus.

- **Toeristisch Overlegplatform (TOP) Groene Gordel en Hageland:**
 - is samengesteld uit de regiocoördinator en de schepenen van toerisme
 - stelt een jaaractieplan en een begroting op
 - bepaalt de samenstelling van de thematische werkgroepen
 - buigt zich over acties en thematische campagnes.
- **Ambtenarenoverleg (AO):**
 - is samengesteld uit de regiocoördinator of regiowerker en de ambtenaren van toerisme
 - bereidt TOP Groene Gordel en TOP Hageland voor.
- **Thematische Werkgroep (TW):**
 - is samengesteld uit de regiocoördinator of regiowerker en de ambtenaren van toerisme

- samen met de relevante toeristische actoren, logiesondernemers, attracties, terreinbeheerders ...
- bepaalt thematische acties, werkt ze uit en volgt ze op
- rapporteert aan TOP Groene Gordel en TOP Hageland.

De voordelen voor de deelnemende gemeenten?

- 30% korting op de aankoopprijs van de betalende publicaties van Toerisme Vlaams-Brabant bij bestellingen van minstens 45 euro.
- Geen verzendkosten voor de publicaties (gratis of betalend) die ze bij Toerisme Vlaams-Brabant bestellen.
- Gratis promomateriaal en gratis lenen van beachflags, spandoeken, tenten van de toeristische regio.
- Het gemeentelijke toeristische aanbod verschijnt op de website van Toerisme Vlaams-Brabant (500.000 bezoekers/jaar), via de UiT-databank.
- Daguitstappen voor groepen in de gemeente verschijnen op de nieuwe website van Toerisme Vlaams-Brabant.
- Ondersteuning als de gemeente bovenlokale toeristische producten ontwikkelt. Toerisme Vlaams-Brabant verzorgt de cartografie van thematische fiets- en wandelroutes op de netwerken (niet meer dan 1 per gemeente per jaar), en geeft advies, helpt met terreinverkenning en zorgt voor de correctie van de publicatie.
- Eenmaal per jaar organiseert Toerisme Vlaams-Brabant een netwerkmoment, thematische workshop of een studiedag.

- Toeristische kerncijfers op regio- of gemeentenniveau.
- Voordeeltarief als de gemeente deelneemt aan de promotiecampagne van Toerisme Vlaams-Brabant in Vlaanderen.

De voordelen voor de toeristische ondernemers in de deelnemende gemeenten?

- 30% korting op de aankoopprijs van de betalende publicaties van Toerisme Vlaams-Brabant bij bestellingen van minstens 45 euro.
- Geen verzendkosten voor de publicaties (gratis of betalend) die ze bij Toerisme Vlaams-Brabant bestellen.
- Een tegemoetkoming voor advertenties binnen de campagne Logeren in Vlaanderen Vakantieland.
- Voordeeltarief als de toeristische ondernemer deelneemt aan de promotiecampagne van Toerisme Vlaams-Brabant in Vlaanderen.

GROENE GORDEL

Nieuwe regiowerkers

In 2015 werd de regiocel Groene Gordel uitgebreid met drie regiowerkers (2,5 VTE): Ragna Van Den Bergh, Wout Wierinckx en Vanessa Massaer. Dit team is verantwoordelijk voor de nieuwe thematische regiowerking in samenwerking met de gemeenten van de Groene Gordel.



Kernwaarden en positionering

Kernwaarden

De kernwaarden van de Groene Gordel maken van de regio een unieke bestemming. Waarden om te koesteren.

Stijl en klasse

Verfijning en kwaliteit, 'met cachet'. Je vindt het in de kastelen, de parken en statige tuinen, de eeuwenoude bossen en arboreta.

Duo's van beleving

Je hoeft niet te kiezen, in de Groene Gordel kan het allebei: ontspannen en werken, lokale en internationale ontmoetingen, cultuur en natuur, authentiek en innovatief, sportief en slow, platteland en de stad dichtbij. Combinaties die creatieve mogelijkheden scheppen voor productontwikkeling en communicatie.

Sterk groen

Tot vandaag is de regio een verrassend groene regio. Je vindt er unieke groengebieden die de verstedelijkingsdruk weerstaan zoals het Zoniënwood, Meerdaalwoud en Heverleebos, het Hallerbos en andere delen van het Pajottenland, Dijleland en Brabantse Kouters.

Smaak en vakmanschap

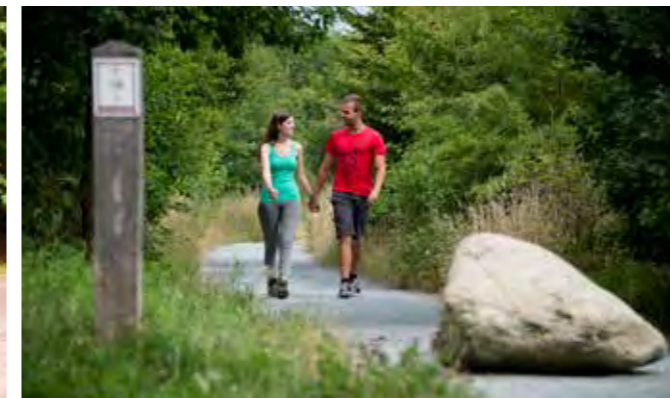
Geuze, lambiek en andere biersoorten, witloof, tafeldruiven, platte kaas. Streekeigen recepten en vakmanschap. En dat vakmanschap vind je ook bij de fokkers van het Brabantse trekpaard, hoefsmeden, modemakers, artiesten etc.

Variëteit met persoonlijkheid

Het Pajottenland & Zennevallei, het Dijleland en de Brabantse Kouters. De deelgebieden of subregio's van de Groene Gordel hebben elk hun eigenheid en specifieke kenmerken.



*Fietsen in het Pajottenland * Equitrail Vlaams-Brabant rond Brussel



*Hoeve Celongaet | Neerijse *Speelberg Meerdaalwoud * Speelberg Meerdaalwoud

Regiowerking

In 2015 ging de regiocel Groene Gordel van start met de nieuwe regiowerking: er werd een convenant afgesloten met de gemeenten. De vroegere toeristische vzw's Toerisme Dijleland en Toerisme Brabantse Kouters werden ingekanteld bij Toerisme Vlaams-Brabant. De regio Pajottenland en Zennevallei koos voor het voortbestaan van haar toeristische vzw.

In juni organiseerde Toerisme Vlaams-Brabant een kick-offvergadering met alle deelnemende gemeenten. In september kwam het Ambtenarenoverleg (AO) en in oktober het Toeristisch Overlegplatform (TOP) voor het eerst samen. De volgende werkhema's werden vastgelegd:

- De thematische werking: hop, bos en authentiek groen, WOI, witloof en asperges, druiven.
- De reguliere werking: geocaching, communicatie, wandelen en innovatieve productontwikkeling.
- Evenementen: open stoeterijendag.

Ter inspiratie organiseerde Toerisme Vlaams-Brabant in augustus 2015 een infomoment rond apps en mobiele toepassingen. In november gingen we met de ambtenaren en schepenen op excursie naar de kunststad Mechelen.

Enkele projecten die door de regiowerking worden opgevolgd en ondersteund:

- Project Groene Vallei
- Project Erembald tot Kravaal
- Paddenboek Gooik
- Bruegelproject
- Folder streekwandelingen in Dijleland en Brabantse kouters.



*Equitrail rond Brussel

Equitrail Vlaams-Brabant rond Brussel

Toerisme Vlaams-Brabant stelde dit nieuwe netwerk in juni 2015 voor. Het telt liefst 430 km aan ruiters- en menroutes: een 200 km lang trail dat als een lint rond Brussel de mooiste bezienswaardigheden, maneges en paardenlogies aan elkaar rijgt, en daar 7 verrassende dagtochten op geborduurd die dieper de regio in duiken. Vrijwilligers hielpen het Equitrail Vlaams-Brabant rond Brussel mee uitstippelen en bewegwijzeren. Ruiters kunnen met de hulp van een viertalige kaart en infogids zelf hun droomroute uitstippelen.

Gordelfestival

De provincie Vlaams-Brabant, Toerisme Vlaams-Brabant, Bloso en vzw 'de Rand' werkten ook in 2015 samen aan de organisatie van het Gordelfestival. Dat hield veel meer in dan een enkele festivaldag: de hele zomer lang stond de Groene Gordel in de kijker en werden er activiteiten georganiseerd onder de noemer Gordelfestival.

De topdag op 6 september lokte 20.000 bezoekers. Hofstade en Huizingen waren de twee grote uitvalsbasisen, Londerzeel was de focusgemeente. Vanuit de gemeenschapscentra van vzw de Rand en het PIVO



*Gordelfestival campagnebeeld *Gordelfestival *Brabants Trekpaard

vertrokken wandelingen en fietstochten.

Toerisme Vlaams-Brabant stond in voor de organisatie van het Gordelfestival in het Provinciedomein Huizingen. Net geen 6.000 bezoekers - vooral gezinnen met (jonge) kinderen - genoten van de streekproductenmarkt, een ridderdorp, optredens van fanfares, kinderanimatie, en als afsluiter een optreden van Urbanus & De Fanfaar. De wandel- en fietsroutes die hier vertrokken hadden als thema 'proef de streek', en dat was letterlijk te nemen.

De Gordelfestivalapp zorgde voor extra promotie van de regio. De 50 routes op deze app werden aangevuld met het nieuwe Equitrail en de wandel- en fietstochten van het Gordelfestival.



Brabants trekpaard

Het Brabants trekpaard is een icoon van de Groene Gordel. Toerisme Vlaams-Brabant blijft inzetten op de promotie via verschillende kanalen.

- De vijfde Dag van het Brabants trekpaard in Vollezele - zoals steeds op de derde zondag van oktober - lokte dit jaar vijfduizend bezoekers.
- Het Brabants trekpaard komt aan bod in de infogids en op de kaart van het Europese PDPO-project 'Equitrail rond Brussel. In de hoefsporen van het Brabants trekpaard'. De gids en kaart zijn te koop sinds juli 2015.
- Toerisme Vlaams-Brabant gaf in 2015 voor het vijfde jaar op rij een subsidie aan de Vlaams-Brabantse kwekers van het Belgisch Trekpaard: 200 euro per veulen. In 2015 werden er 89 veulens geboren. De veulenpremie heeft als gevolg dat de fokkers niet alleen hun merrieveulens grootbrengen, maar ook de hengstveulens zodat die niet langer meteen verkocht worden om te slachten. Dat is gunstig voor het aantal maar ook voor de bloedspreiding. Hoe meer veulens er immers opgefokt worden, hoe meer verschillende afstammelingen ze hebben. In het kleine bestand trekpaarden is het gevaar voor inteelt zeer reëel. De premie draagt dus bij voor meer variatie in de bloedlijnen van het trekpaard.



*Samenvloeiing Grote en Kleine Gete Zoutleeuw

HAGELAND

Nieuwe regiowerker

In 2015 werd de regiocel Hageland uitgebreid met een voltijds medewerker: Pieter Vandepierre. Samen met de regiocoördinator van het Hageland is Pieter verantwoordelijk voor de nieuwe thematische regiowerking in samenwerking met de Hagelandgemeenten.



Kernwaarden en positionering

Kernwaarden

De kernwaarden van het Hageland geven de regio een eigen gezicht.

Prettig en pittig

Prettig staat voor het warme, gastvrije karakter van de Hagelander. Pittig drukt dynamiek uit, 'spirit'. De Hagelenders nemen initiatief, willen vooruit.

Positieve spanning in tegengestelden

Het Hageland heeft 'the benefits of both', zoals het Regional Brandingsproces het heeft verwoord. Hier hoeft je niet te kiezen maar kan je uitersten vlot combineren. Rust en rock, ontspannen en werken, authenticiteit en innovatief, sportief en slow. Combinaties die creatieve mogelijkheden scheppen voor productontwikkeling en communicatie.

Nieuw groen

Dit heeft een dubbele betekenis. Het Hageland is voor veel mensen een nog ongekende bestemming, een onontgonnen gebied op toeristisch vlak. En het Hagelandse landschap wordt ook op een ecologische manier toeristisch gevalideerd.

Smaak en vakmanschap

Refereert naar de mooie streekproducten die het Hageland rijk is. Fruit, wijn, bier. Ook streekeigen recepten en vakmanschap typeren het Hageland. Dat vakmanschap vind je ook bij de Hagelandse artiesten, organisatoren van festivals etc.

Kleinschalig met persoonlijkheid

Het Hageland is niet groot en telt veel kleinschalige logies en attracties, maar de regio heeft wel een eigenheid en sterke persoonlijkheid.

Regiowerking

Op 1 juni 2015 vergaderde het Toeristisch Overlegplatform (TOP) van het Hageland voor het eerst. De Hagelandse gemeenten gaven er groen licht voor een vernieuwde toeristische werking. In het najaar werd het jaarprogramma 2016 voorgesteld en goedgekeurd. De thema's:

- Organisatie en promotie van de 'Maand van de Hagelandse wijn' van 13 augustus tot 18 september 2016.
- De laatste twee weken van april staan de bloesems in de kijker tijdens 'Boeiend, bloeiend Hageland'.
- Promotie van de wielercultuur: het nieuwe outdoor Sven Nys Cycling Center, de Eddy Merckx fietsroutes en een samenwerking met de organisatoren van 'Dwars door het Hageland'.
- Tijdens de Biermaand van 23 april tot 22 mei 2016 staat het bieraanbod van Vlaams-Brabant in de kijker.

De reguliere werking focust op de ondersteuning van de gidsenwerking in het Hageland, een toeristisch aanbod dat toegankelijk is voor iedereen, een nieuwe visie rond dag- en groepsuitstappen en een nieuw communicatieconcept.

Op 26 november trok Toerisme Vlaams-Brabant met de bevoegde schepenen en ambtenaren op excursie naar Mechelen. Ze deden er inspiratie op voor de thematische en reguliere toeristische werking.

Enkele projecten die door de regiowerking worden opgevolgd en ondersteund:

- Project 'Ontmoet de Demer'
- Project Wandelen (net)werkt
- Ontwikkeling van een nieuwe brochure 'Top 5 Merode momenten' (i.s.m. de provincie Antwerpen)
- Het nieuwe belevingscentrum Averbodia in de abdij van Averbode

- Project 'Avontuurlijke Getevallei'
- Een innovatieproject i.s.m. Kunststad Leuven: de fietsroute op het fietsnetwerk Leuven – Kasteel van Horst – Leuven krijgt een innovatieve, artistieke belevingslaag.

Hagelands bloesemweekend

De boomgaarden staan dik geplant in het Hagelandse fruitland. In het voorjaar levert dat een prachtige bloemenweelde op. De gemeenten Glabbeek, Hoegaarden, Kortenaeken, Landen, Tienen en Zoutleeuw organiseerden samen met Toerisme Hageland en Toerisme Vlaams-Brabant een Hagelands Bloesemweekend. Van 24 tot en met 26 april 2015 organiseerden ze smakelijke wandelingen en originele fiets-, paarden- en ezeltochten. Een eerste succesvol bovenlokaal thematisch project.



*Bloesem *Houwaartse wijnberg



Hagelandse wijn

De Hagelandse wijn blijft één van de grote toeristische troeven van de regio. Het aantal wijndomeinen groeit elk jaar en zeventien wijnbouwers zijn intussen bereid om toeristen te ontvangen. Toerisme Vlaams-Brabant zette daarom ook in 2015 in op de promotie van de Hagelandse wijnbouw op verschillende manieren:

- In de opleiding 'Streekgids Hageland' werd een dagprogramma over de Hagelandse wijn uitgewerkt. Zo zijn de toekomstige gidsen in het Hageland op de hoogte van de toeristische troeven van de wijnbouw.
- In april 2015 organiseerde Toerisme Vlaams-Brabant een denktank aan het Kasteel van Horst over de toeristische ontsluiting van de Hagelandse wijn. Alle wijnbouwers tekenden present en ook de gidsen en logiesuitbaters namen enthousiast deel.
- De Nederlandstalige wijnbrochure, boordevol toeristische info en inspiratie, werd vernieuwd.
- De Wezemaalse en de Houwaartse wijnfeesten ontvingen een subsidie van 1.000 euro.



Sven Nys Cycling Center

Op de Balenberg in Baal opent in juni 2016 het Sven Nys Cycling Center. De oude woning op de heuvel ruimt plaats voor een gloednieuw belevingscentrum waar elke liefhebber van offroad fietsen zijn hart kan ophalen. Rond het centrum komt een natuur- en fietslandschapspark. Toerisme Vlaams-Brabant coördineert de publiek-private samenwerking (PPS) die dit project mogelijk maakt.

Het project werd in juni 2015 onder grote media-belangstelling aan het publiek voorgesteld. De ruwbouwwerken gingen van start en de inhoud werd uitgetekend. Er werd ook een nieuwe mountainbikeroute, een natuurbeheersplan en de samenwerkingsovereenkomst tussen de diverse partners voorbereid. Tientallen mensen reageerden enthousiast op de oproep naar vrijwilligers om mee te werken aan de uitbating van dit belevingscentrum.



Wandelnetwerk Getevallei

In september 2015 opende Toerisme Vlaams-Brabant samen met het Regionaal Landschap Zuid-Hageland en de gemeenten Geetbets, Linter, Tienen en Zoutleeuw een nieuw wandelnetwerk in de Getevallei. De bijzonder mooie groene vallei werd ontsloten door 250 km bewegwijzerde wandelpaden. Met de kaart stippel je een tocht op maat uit van knooppunt naar knooppunt. De infogids vertelt je meer over deze unieke streek en de bezienswaardigheden op je weg.




*Sven Nys *Simulatie Sven Nys Cycling Center *Wandelnetwerk Getevallei

ORGANOGRAM TOERISME VLAAMS-BRABANT

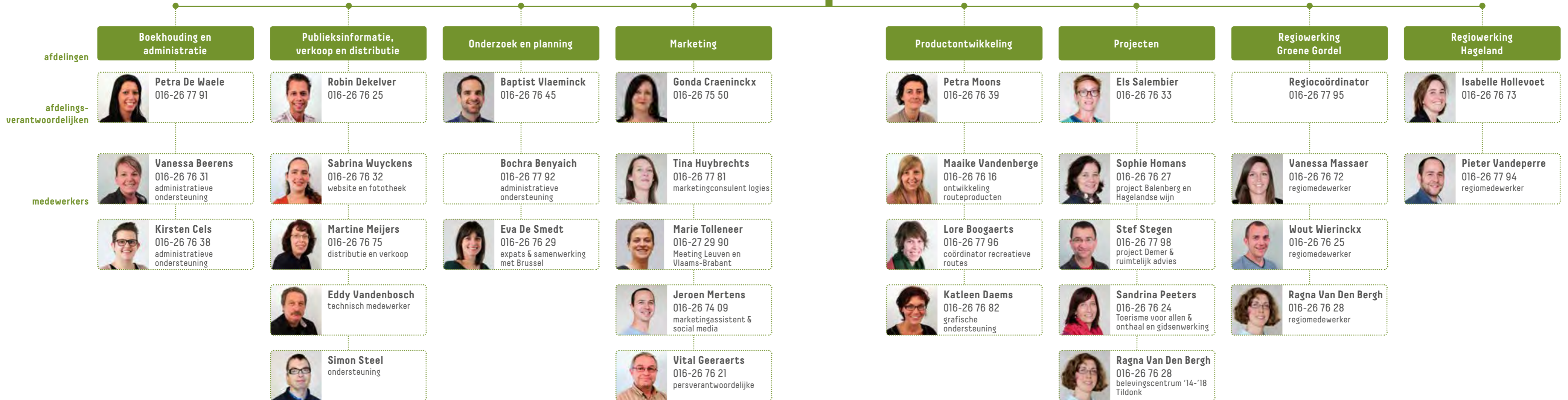
mailadressen: voornaam.achternaam@vlaamsbrabant.be



**DIRECTEUR
VRIJE TIJD**
Lieven Elst
016-26 76 43



**DIENSTHOOFD
TOERISME**
Karen Salaets
016-26 76 22





Colofon

Een uitgave van Toerisme Vlaams-Brabant vzw
Provincieplein 1 - 3010 Leuven
tel.: +32(0)16-26 76 20 - toerisme@vlaamsbrabant.be
www.toerismevlaamsbrabant.be

Groene Gordel: groenegordel@vlaamsbrabant.be
Hageland: hageland@vlaamsbrabant.be

Foto's: © Lander Loeckx, Provincie Vlaams-Brabant, Toerisme Vlaams-Brabant, Meeting Leuven & Vlaams-Brabant, Papiermolen Herisem, Kristel van Loock, Ivan Deleus, Bert Dekelver, Golazo sports (foto Sven Nys), Wijndomein Vinobelga, T. Degreeff, Dominic Verhulst, S3Architecten.

Druk: drukkerij Goekint Graphics nv



MEER INFO

www.toerismevlaamsbrabant.be

Toerisme Vlaams-Brabant vzw

Provincieplein 1 - 3010 Leuven

016-26 76 20

toerisme@vlaamsbrabant.be

Beleidsverantwoordelijke

gedeputeerde Monique Swinnen

016-26 70 57

kabinet.swinnen@vlaamsbrabant.be

Groene Gordel

Leuven

Hageland