

# Jaarverslag 2014

## Toerisme Meetjesland

### Mee bouwen aan een provinciaal streekcentrum

Op 16 mei 2014 nam Toerisme Meetjesland zijn intrek in het Provinciaal Streekcentrum Huysmanhoeve. Samen met de provincie en Plattelandscentrum Meetjesland willen we mee bouwen aan de Huysmanhoeve als provinciaal streekcentrum voor de regio. Dit gaat verder dan alleen de uitbouw van een sterk zomerprogramma en een bloeiende vrijwilligerswerking op de hoeve (taak Plattelandscentrum). De Huysmanhoeve wil ook als toeristisch ankerpunt de motor zijn van verblijfstoerisme, fietsen en wandelen in de hele streek. Met een centraal infokantoor dat ook als 'onthaalregisseur' de toeristische informatie over de hele regio verspreidt en de projecten die de regiocoördinatie opvolgt in de hele streek, wordt deze doelstelling werkelijkheid. De eerste zomer op het provinciaal streekcentrum was voor het hele team een aangename ervaring. En ook de site zelf kan goede cijfers voorleggen. Algemeen kwamen in de Huysmanhoeve 15.000 bezoekers tegenover 12.500 in 2013. De combinatie infokantoor en streekcentrum wordt dus duidelijk gesmaakt.

### Publicaties & campagnes

In 2014 publiceerde Toerisme Meetjesland zijn **toeristische gids** op 27.500 exemplaren en een toeristische kaart. Toerisme Meetjesland versterkte ook zijn werking op het vlak van **sociale media en andere onlinekanalen**.

Belangrijk in 2014 waren de eigen elektronische nieuwsbrieven die vanaf mei elke maand werden verstuurd, gekoppeld aan de nieuwsberichten op onze vernieuwde website. Dit leidde tot 48 nieuwsberichten tussen mei en december over toeristisch relevante onderwerpen in de streek. De sectornieuwsbrieven bereiken 686 toeristische initiatieven of stakeholders in de regio. De consumentennieuwsbrieven bereiken 841 'volgers' van de werking die we via wedstrijden en andere initiatieven de laatste jaren verzamelden. Onze berichten worden ook allemaal gekoppeld aan Google+, wat het zoeken naar onze website en facebookpagina's een stuk gemakkelijker maakt voor de consument.

Onze Facebookpagina had eind 2014 2.347 volgers en met Twitter eindigden we 2014 met 678 volgers.

Belangrijk onderdeel van de campagne is de vooruitgang die we in 2014 maakten met het thema '**Glutenvrij Meetjesland**'. De Facebookpagina Glutenvrij Meetjesland werd op poten gezet en verder uitgebouwd. In december haalde die reeds 406 volgers. We bouwden ook een miniwebsite [www.glutenvrijmeetjesland.be](http://www.glutenvrijmeetjesland.be). Maar dit ondernemersproject Glutenvrij Meetjesland deed in 2014 nog meer: in januari verzorgden de ondernemers een stand met lekkernijen op de jaarlijkse Nieuwjaarsreceptie van Netwerk Meetjesland i.s.m. Voka waarbij toch altijd een 500-tal stakeholders uit de streek aanwezig zijn. In november nam de groep deel aan Wintermarkt van de Vlaamse Coeliakie Vereniging in Sint-Niklaas en verspreidden ze de gloednieuwe brochure (3000 ex.). Het Meetjesland profileert zich met succes in deze nichemarkt (met ook een sociale dimensie).

De winteractie **Winter in het Meetjesland** 2013-2014 leverde 140 boekingen op. Sommige logieshouders gaven hun cijfers niet door. Maar de sector was opnieuw vragende partij. Daarom werkte Toerisme

Meetjesland samen met Toerisme Oost-Vlaanderen in september 2014 een online winteractie uit, maar de interesse van de sector bleek uiteindelijk te klein om ermee te kunnen doorgaan. Na evaluatie wil Toerisme Meetjesland de campagne 'Winter in het Meetjesland' beter voorbereid en ruimer vooraf lanceren in 2015.

De campagne '**Uit in het Meetjesland 2014**' werd dit jaar mee gedragen door 30 (betalende) evenementenorganisatoren. Daardoor kon Toerisme Meetjesland campagne voeren voor een evenementenaanbod mooi verspreid over de regio. Hoe zit de campagne in elkaar? Er wordt een brochure op 10.000 exemplaren uitgegeven waarin Toerisme Meetjesland voor 30 organisatoren niet minder dan 115 zomerse evenementendagen her en der verspreid in de streek in het voetlicht zet. Aan deze campagne wordt ook een facebook en twitteractie gekoppeld waarbij elk evenement enkele dagen voordien online gepusht wordt.

Met de (in 2012 gemaakte brochure) '**Groepsuitstappen Meetjesland**' heeft Toerisme Meetjesland op de Workshop Dagtrips Voor Groepen in Deinze gestaan eind januari 2014 en met dezelfde brochure nog de hele zomer verder publiciteit kunnen voeren voor het groepsaanbod in de regio. Eind 2014 werd de nieuwe brochure 'Groepsuitstappen Meetjesland' klaargestoomd. Deze verschijnt op 3.000 exemplaren.

**Drie digitale gidsen** werden als pdf opgemaakt voor Engelstalig, Franstalig en Duitstalig publiek.

In maart 2014 lanceerde Toerisme Meetjesland de **toeristische kaart Meetjesland** (10.000 ex.) i.s.m. Plattelandscentrum Meetjesland en Comeet. Op de kaart vindt de consument een top 20 toeristisch aanbod en een top 10 WOI aanbod. Maar ook de samenwerkingsverbanden Meetjesland Café, Meetjesland Restaurant en Hoevewinkels Mmm...Eetjesland zijn opgenomen op de kaart.

In september verscheen bij **Het Belang van Limburg** (100.000 exemplaren) en **De Gazet van Antwerpen** (220.000 exemplaren) een **toeristische gids** waarbij ook het Meetjesland in de kijker kwam te staan. Dit werd gemaakt met campagnemiddelen van Toerisme Meetjesland en bij de redactie hiervan werd de dienst ook intens betrokken. Parallel verscheen in de beide kranten van Mediahuis ook een artikel over het Meetjesland in de weekendbijlage.

I.s.m. Plattelandscentrum en Toerisme Oost-Vlaanderen werkte Toerisme Meetjesland ook het project '**Plattelandsbeleving langsheen de grens**' uit, dat werd goedgekeurd door Leader Meetjesland, Leie en Schelde. Dit resulteert in 2015 in een nieuw product met vier wandel- en (digitale) belevingsroutes rond het bekende stripfiguurtje Boerke, een creatie van striptekenaar Pieter De Poortere die zelf afkomstig is uit het Meetjesland (Zomergem-Beke).

Het **Landschapspark Drongengoed** is een samenwerkingsverband tussen de gemeenten, ANB, RLM, Natuurpunt en Toerisme Meetjesland. Onze rol binnen dit samenwerkingsverband is vooral communicatie. In 2014 creëerde het landschapspark een eigen website en in de invulling daarvan nam Toerisme Meetjesland het voortouw. Toerisme Meetjesland is ook merkbeheerder van het merk Landschapspark Drongengoed.

## Infrastructuur

2014 was een cruciaal jaar in de voorbereiding van het nieuwe toeristische product '**Wandelnetwerk Meetjeslandse Bossen**'. Toerisme Meetjesland, de gemeenten, Agentschap Natuur & Bos, Natuurpunt en Regionaal Landschap Meetjesland werden allemaal door de projectcoördinator gecontacteerd en gevraagd om hun voorstellen te bundelen tot een coherent netwerk. Betrokken gemeenten: Maldegem, Knesselare, Eeklo, Waarschoot, Zomergem, Evergem, Kaprijke en Assenede.

Fietsnetwerk Meetjesland en Wandelnetwerk Meetjeslandse Kreken werden opgevolgd naar kwaliteit in samenwerking met de dienst infrastructuur.

Tevergeefs werd nog naar oplossingen gezocht voor enkele knelpunten die zich op het Wandelnetwerk Meetjeslandse Kreken bevinden, met name enkele trajecten die interessant kunnen zijn voor opname en het probleem van de voetveren als gevolg van een discussie met WENZ.

2014 was het tweede werkjaar voor het Masterplan Toerisme & Recreatie. Hierbij werd vooral gepoogd om waar mogelijk de link te leggen met de gemeentelijke toeristische projecten. Vaak zijn infrastructurele knelpunten (bijvoorbeeld op netwerken) de aanleiding om de visie inzake toerisme lokaal en regionaal aan te scherpen. In eerste instantie tracht Toerisme Meetjesland te werken aan basiskwaliteit (Is het toeristische brochureaanbod aanwezig? Doen de aanbieders waarvoor Toerisme Meetjesland publiciteit maakt de nodige inspanningen inzake openingsuren en vernieuwd aanbod? Kan Toerisme Meetjesland hier andere (bestaande) initiatieven aan koppelen? Kunnen we logies en horeca versterken?) Daar zijn niet altijd de grote gemeentelijke budgetten voor nodig maar wel voldoende (gedeelde) aandacht.

Er werd een eerste stap gezet om gemeenten de kans te bieden een eigen **Toerisme Infopunt** te hebben. Door de verhuis van Toerisme Meetjesland uit de stadskern van Eeklo werd in de bibliotheek zo'n infopunt opgericht in samenwerking met de stad. Naast de bestaande infopunten (Maldegem, Sint-Laureins, Assenede, Drongengoedhoeve in Knesselare) werd ook in Kaprijke, Nevele, Waarschoot en Zomergem een eerste aanzet gegeven. Ook bij de resterende gemeenten groeide hiervoor de belangstelling. Toerisme Meetjesland wil hiermee verder om te komen tot een heus onthaalbeleid voor de hele regio.

## Provinciaal Streekcentrum Huysmanhoeve & infokantoor

In 2014 werd veel energie gestoken in de verhuis naar de Huysmanhoeve en in de samenwerking met het Plattelandscentrum Meetjesland. Concreet ging dit om de opbouw van een gemeenschappelijk informaticasysteem, plaatsing van internet en telefonie, bewegwijzering naar en binnen de hoeve, een nieuw boekhoudsysteem, afstemming van de taken rond administratie, poetsen en permanentie, de samenwerking met VVV Eeklo en de verdere uitbouw en planning van de site.

Toerisme Meetjesland heeft ook een eigen infokantoor. Er werkten in 2014 twee onthaalbedienden en een arbeidster, in dienst van vzw Toerisme Meetjesland. Er waren **3.008 infovragen** van bezoekers op de nieuwe stek in de Huysmanhoeve (open vanaf 16 mei). In het Toerisme Infopunt van de stad Eeklo (in de bib) kwamen nog eens **548 infovragen** binnen. Verder ontving het infokantoor **1.205 bezoekers** via de groepsuitstappen die halt houden in het provinciaal streekcentrum Huysmanhoeve. Ook dit publiek toont steeds heel veel interesse in de Meetjeslandse logies en in het fiets- en wandelproduct. Dit betekent een totaal cijfer van **4.761 bezoekers** aan ons infokantoor en het nieuwe infopunt in het stadscentrum (tegenover 3.094 in ons eigen kantoor centrum Eeklo vorig jaar).

In 2014 kreeg het infokantoor van Toerisme Meetjesland in totaal **61 behandelde informatieaanvragen** van groepen binnen. Voor **19 dagtrips** werkte Toerisme Meetjesland zelf het volledige programma uit, goed voor een totaal van **594 bezoekers** in groep.

In maart organiseerde op onze vraag de gemeente Assenede een **brochure-uitwisseling** met naburige toeristische diensten (kust, Zeeuws-Vlaanderen, Gent, Waasland) in Boekhoute.

## Netwerken en Overlegstructuren

Toerisme Meetjesland tracht door voortdurend overleg en het (stimuleren van) samenwerking de wil om te investeren in toerisme hoog te houden.

Dit zijn de overlegorganen die we zelf organiseren of waar we een trekkersrol vervullen:

- Meetjeslands Logiesoverleg : 100 tal logieshouders. Deze groep kwam drie keer samen voor overleg en vorming.
- Meetjeslands Evenementenoverleg: Er worden steeds 85 organisatoren van evenementen met meer dan 1000 bezoekers uitgenodigd waarvan er 30 deelnemen aan de actie 'Uit in het Meetjesland'. Er waren twee overlegmomenten in 2014.
- Glutenvrij Meetjesland: 12 horecabedrijven en 8 logieshouders. Deze groep ondernemers kreeg een specifieke vorming 'Glutenvrij in de horeca' in samenwerking met Horeca Meetjesland. En er werd ook een overlegmoment gehouden om de voortgang van het project te bespreken.
- Overleg toeristische diensten Meetjesland
- Overleg Landschapspark Drongengoed
- Overleg 'De Grens' met TOV, Plattelandscentrum en VVV Zeeuws-Vlaanderen en drie ondernemersmomenten in het kader van dit project.

Dit zijn de overlegorganen waar Toerisme Meetjesland in zetelt en/of de toeristische belangen van de regio verdedigt:

- Coördinatorenoverleg TOV
- Redactievergadering TOV
- Coördinatorenoverleg Meetjesland
- Merk Meetjesland, maak het mee!
- Plaatselijke Groep Leader Meetjesland, Leie en Schelde
- Gestroomlijnd Landschap Ede-Splenterbeek (Landschapspark Drongengoed richting Kleit)
- Gestroomlijnd Landschap Wagemakersbeek-Driesbeek (zuidkant Landschapspark Drongengoed)
- Horeca Meetjesland
- Meetjesland Café (12 café's met label Meetjesland Café, project Plattelandscentrum)
- Meetjesland Restaurant (11 restaurants met label Meetjesland Restaurant, project Plattelandscentrum)
- Stuurgroep Provinciaal Streekcentrum Huysmanhoeve en samenwerkingsverband Toerisme Meetjesland/Plattelandscentrum/VVV Eeklo

## Communicatie

Toerisme Meetjesland is actief op het vlak van **persbeleid** en slaagt er in om heel wat artikels over de regio te laten schrijven. De oprichting van een redactievergadering TOV en mediaplanning heeft dit nog meer gestroomlijnd. Ook op het vlak van sociale media, de regionale invulling van het fiets- en wandelmagazine Stapaf en bij het aanvullen nieuwsbrieven volgt Toerisme Meetjesland mee met de evoluties die Toerisme Oost-Vlaanderen op dat vlak doormaakt.

Toerisme Meetjesland werd nauw betrokken bij de denkoefening ter voorbereiding van de **nieuwe website** van TOV- en Toerisme Meetjesland. Toerisme Meetjesland heeft in 2014 dan ook het eerste volle jaar van deze nieuwe gebruiksvriendelijke website kunnen gebruik maken en van de extra functionaliteiten die aan de website verbonden zijn (webformulieren, nieuwsitems...).

Begin februari en eind april gaf Toerisme Meetjesland **persconferenties** voor respectievelijk lancering van onze toeristische gids en de actie Uit in het Meetjesland. In april werd ook op de persconferentie over de toekomstplannen van het Huysmanhoeve de verhuis van Toerisme Meetjesland naar de Huysmanhoeve door de gedeputeerde Eddy Couckuyt gecommuniceerd.

Volgende **nationale media** werden gehaald: Eén (Vlaanderen Vakantieland met twee uitzendingen over het Meetjesland), Libelle, Pasar, Wereldwijzer Reisforums (NL), Vlaamse Wandel- en Omnisportfederatie, VTB VAB Magazine, Break, Gazet van Antwerpen, Belang van Limburg)

## Team Toerisme Meetjesland

Eigen personeel: Inge Slock, Ilse Huyvaert en Rita Landsheere

Regiocoördinatie Toerisme Oost-Vlaanderen: Erik Hennes en Bart Van Damme

## Financieel verslag

### Actief – passief balans 2014

<b>Activa</b>	<b>278 046,07</b>
<b>Materiele vaste activa</b>	<b>137 524,48</b>
Terreinen en gebouwen	120 800,00
Meubilair en rollend materieel	4 569,88
Leasing en soortgelijke rechten	12 154,60
<b>Vlottende activa</b>	<b>140 521,59</b>
Vorderingen op ten hoogste één jaar	9 776,83
Liquide middelen	129 964,82
Overlopende rekeningen	779,94
<b>Passiva</b>	<b>278 046,07</b>
<b>Eigen vermogen</b>	<b>264 386,93</b>
Fondsen van de vereniging	120 800,00
Overgedragen winst	73 994,59
Saldo 6 en 7	51 592,34
<b>Voorzieningen</b>	<b>15 000,00</b>
<b>Schulden</b>	<b>16 659,14</b>

## Kosten en opbrengsten 2014

	budget	uitgevoerd	rest
<b>Kosten</b>	<b>200 424,83</b>	<b>167 902,08</b>	<b>32 522,75</b>
<b>Handelsgoederen, hulp- en grondstoffen</b>	<b>5 150,00</b>	<b>1 778,38</b>	<b>3 371,62</b>
<b>Handelsgoederen</b>	<b>5 150,00</b>	<b>1 778,38</b>	<b>3 371,62</b>
<b>Diensten en diverse goederen</b>	<b>83 550,00</b>	<b>59 713,12</b>	<b>23 836,88</b>
Kosten voor gebouwen	1 000,00	3 305,62	-2 305,62
Secretariaatskosten	28 300,00	16 310,07	11 989,93
Promotiekosten	54 250,00	37 972,11	16 277,89
Kosten voor activiteiten	0,00	2 125,32	-2 125,32
<b>Bezoldigingen en sociale lasten</b>	<b>108 157,83</b>	<b>102 884,07</b>	<b>5 273,76</b>
<b>Afschrijvingen, waardeverminderingen, voorzieningen</b>	<b>3 107,00</b>	<b>2 148,10</b>	<b>958,90</b>
<b>Andere bedrijfskosten</b>	<b>160,00</b>	<b>896,74</b>	<b>-736,74</b>
Belasting en taksen	160,00	896,74	-736,74
Andere bedrijfskosten		186,00	-186,00
<b>Financiële kosten</b>	<b>300,00</b>	<b>80,28</b>	<b>219,72</b>
<b>Uitzonderlijke kosten</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Belastingen op het resultaat</b>		<b>215,39</b>	<b>-215,39</b>
<b>Opbrengsten</b>	<b>218 138,32</b>	<b>219 494,42</b>	<b>-1 356,10</b>
<b>Omzet</b>	<b>10 500,00</b>	<b>11 295,03</b>	<b>-795,03</b>
Verkopen	3 000,00	2 540,31	459,69
Bijdrage in publicaties	6 500,00	7 410,00	-910,00
Bijdrage in sectormomenten		954,41	-954,41
Recuperatie bedrijfskosten (doorgerekende kosten)	1 000,00	390,31	609,69
<b>Lidgeld, schenkingen, legaten, subsidies</b>	<b>203 238,32</b>	<b>202 383,78</b>	<b>854,54</b>
Lidgeld	101 338,32	101 338,32	0,00
Schenkingen			0,00
Legaten			0,00
Subsidies	101 900,00	101 045,46	854,54
<b>Andere bedrijfsopbrengsten</b>	<b>4 400,00</b>	<b>5 460,02</b>	<b>-1 060,02</b>
<b>Diverse fin. Opbrengsten</b>		<b>355,59</b>	<b>-355,59</b>
<b>Opbrengsten - kosten</b>	<b>17 713,49</b>	<b>51 592,34</b>	