

# Workshop “Werken aan toerisme van morgen” - Verslag

15 maart 2018, De Meet, Sint-Laureins

Presentatie “Transforming Tourism – Flourishing beyond Sustainability”

---

**Anna Pollock** (Conscious Travel) komt ons inspirerende inzichten en duiding geven over een toekomstgerichte toeristische ontwikkeling. Hierin hebben kleinschalige ondernemingen en ook de inwoners van een gebied een duidelijke stem, staan aan de wieg van initiatieven en bepalen mee het beleid. Ze geeft met de presentatie een theoretische en onderbouwde achtergrond en duiding bij het concept van een florerende bestemming. Anna Pollock is hier in het kader van het project Toerisme Transformeert van Toerisme Vlaanderen. Haar presentatie [is te downloaden op de website van het project](#). Ook de **betekenisvolle vakantie verhalen** die Toerisme Vlaanderen optekende en waarvan we er enkele toonden zijn via dezelfde link te vinden.

## Workshop

---

### 1. Elementen die wijzen op transformerende kracht (voor jezelf, de bestemming & en de mensen daar en de wereld) van toerisme en reizen

In een co-creatieve workshop met alle aanwezigen selecteerden we op basis van eigen ervaringen de belangrijkste elementen die wijzen op een transformerende kracht van toerisme.

- Actief zijn
- Onverwachte situaties (van de platgetreden, vastgeroeste, onverwachte paden gaan)
- Grenzen verleggen (op de rand – grens)
  
- Dichtbij
  
- Passie overbrengen, vuur
- Enthousiasme
- Toewijding
- Aandacht
  
- Groep: samen dingen doen, wat je zelf uitstraalt krijg je terug
- Ontmoeting/vriendschap
- Lokale cultuur = authenticiteit => unieke ontdekking, ontmoeting met locals – vriendschappen
- Menselijk contact
- Integratie in de lokale gemeenschap
  
- Ruimere visie in bedrijf/beroep
- Eigenheid koesteren, vanuit een andere invalshoek bekijken
  
- Rust: genoeg zwijgen om te kunnen ontdekken
- Onthaasting, chillen, rust, natuur, terug naar basic. Gevolg => andere visie
- Natuur: rust, stiltebeleving, wisseling van de seizoenen, landbouw: je moet het laten zien, er op wijzen: helpen kijken met passie
- Gevoel <-> Materie
- Existentiële eenvoud

- Beleving
- Maatschappelijk relevante thema's
- Terug naar de essentie
- Context, persoonlijke beleving
- Zet je aan het denken
- Dilemma: ik wil niet terug naar huis, ik wil het anders terug thuis, nieuwe levensweg
- Relativering
- Andere manier om in het leven te staan
- Alles is in evenwicht op de 'goede' bestemming – alles klopt (geen overcommercialisering, puur, 1 globale wereld, veel verschillen maar evenveel gelijkenissen)
- (Local) people (connection) : nurturing mental & physical
- Authenticity
- Eyeopener (<-> perception)
- Different experiences => change your view

## 2. Toerisme van morgen – wat is veranderd in onze regio, op onze bestemming, in ons aanbod, in ons logies – VOORSTELLEN

De voorstellen die uit de verschillende groepen kwamen stellen we hieronder thematisch gebundeld voor.

<b>AANBOD</b>
---------------

*“Sterke belevingen” – “Stilte als troef”*

### **KUNSTROUTE IN ASSENEDE**

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Vergane glorie opwaarderen
- Unieke beleving

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Medewerking beleid – Luisterende houding

*Welke partnerschappen zien we?*

- Cultuurverenigingen & cultuurraad, kunstenaars, jeugd, academie, cultuurdienst samenbrengen

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Partijen samenbrengen

*Interesse om hier aan mee te werken: Michel Coene, vzw Vliet, ergoedvereniging*

### **LEVENDE TENTOONSTELLING – historische verhalen van figuren levendig maken met figuranten & vertellers**

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Samenkomen, deelnemers overtuigen, idee op de toeristische raad brengen, verhalen maken, kiezen

*Welke partnerschappen zien we?*

- Toeristische raad, Senter

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Mensen warm maken, overtuigen, gedragenheid

*Interesse om hier aan mee te werken: Jan Martens (gids)*

## **ONTVANKELIJKHEID VAN DE NATUUR IN HET KREKENGEBIED**

Het Krekengebied, één van de troeven” openstellen. Nu gaat men er rond, meer toegankelijk maken door contact en samenwerking met de landbouwers...

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Unieke beleving van het open landschap

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Uitbreiding wandelnetwerk

*Welke partnerschappen zien we?*

- Natuur, landbouw, jacht, gemeente, polderbestuur, over de grens (Nederland)

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Sensibilisering tot open geest

## **SOCIALE VERBONDENHEID TUSSEN LOCALS & REIZIGERS: ROND DE TAFEL & KORTE KETEN**

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Bv. Gemengde tafels in restaurants: locals & reizigers

## **TERRASJES OP DE DORSPLEINEN IN HET WEEKEND MET HOEVEIJS – STREEKBIER**

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Beleving van de streek

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Medewerking toerisme & gemeente

## **RECREATIEVE KOETSEN**

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Een poule aanleggen van ‘koetsbezitters’ (privé of bedrijven, geen huifkar) die op korte termijn een koetsier & koets ter beschikking stellen van B&B’s die hun cliënteel het Meetjesland willen laten ontdekken. Doe dat in samenwerking met gidsen die dit kunnen begeleiden.

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Toerisme Meetjesland legt contacten.

*Suggesties:* Informeer bij koetseneigenaars: Abdijhoeve – Oosteeklo, Boudewijn Saey – Lembeke, Wilfried & Lieve, ....

## **NETWERKEN**

“Iedereen is stakeholder” - “Interessante plekken nog meer in kaart brengen en delen” – “Meer samenwerking tussen bevolking en beleid”

## **NETWERKNAMIDDAG MET LOGIEVERSTREKKERS EN IEDEREEN DIE ZOWEL VOOR ACTIEVE ALS PASSIEVE BELEVING ZORGT IN HET MEETJESLAND**

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Dit is zowel ten goede van de ondernemer als voor de gast/toerist

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Zoveel mogelijk mensen samenbrengen en dit misschien beter in het weekend/'s avonds wanneer meer mensen hiervoor dan tijd hebben

*Welke partnerschappen zien we?*

- Verdere samenwerkingsakkoorden die verder ondernemerschap ten goede komen

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- In deze groep wordt hiervoor alleszins noodzaak gevoeld, en graag zo snel mogelijk dit organiseren  
*Interesse om hier aan mee te werken: Steven Van Thuyne (Scootmoment)*

### **DORPSCOLLECTIEF -> DORPSHUB: TOERISTISCH ONTHAAL & HORECA**

Locaties creëren waar bewoners en toeristen samen kunnen komen, in leegstaande panden...

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Leefbaarheid
- Ontmoeting locals & gasten/toeristen
- Vernieuwing naar toeristische accommodaties & ontmoeting

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Enthousiaste reizigers, logistieke organisatie

*Welke partnerschappen zien we?*

- Gemeente, burgers, verenigingen

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Participatieronde: aftoetsen enthousiasme
- Juridische, logistieke ondersteuning gemeente

### **BETROKKENHEID INWONERS**

- “Ambassadeurschappen: bewoners zijn fier op hun regio”

### **RONDTOER LANGS BELANGRIJKE ATTRACTIEPUNTEN MET LOKALE INWONER**

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Lokale inwoner is tegenover de reiziger fier over zijn gemeente.
- Lokale inwoner ervaart & beleeft zelf de attractiepunten

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Samenwerking met lokale inwoners, ondernemers

*Welke partnerschappen zien we?*

- Brouwerij, koetsenleveranciers, fietsverhuur, gidsen, verenigingen, kunstengalerij, B&B

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Partijen samenbrengen

*Interesse om hier aan mee te werken: Kurt Caboor – ToLiveFit*

### **FIERHEID/BETROKKENHEID BIJ DE BURGER AANWAKKEREN**

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Medewerking beleid – Luisterende houding

*Welke partnerschappen zien we?*

- Burgers met dezelfde interesse die samenwerken, communicatiediensten

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- (Media)campagne opstarten, vb #-campagne

-

### **ZORG VOOR DE OMGEVING**

“Doel moet zijn dat we hier nog liever willen wonen, nu probleem van leegloop.”

### **VERSTERKING ECOLOGISCH BEWUSTZIJN – Introductie in B&B, restaurants, ...**

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Lagere ecologische voetafdruk

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Versterken van de samenwerking tussen de partnerorganisaties

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Uitbaters samenbrengen en uitwisselen van ideeën

## **OPENBARE TOILETTEN IN DE DORPEN**

### **ZORG VOOR DE GASTEN**

#### **AUTHENTICITEIT IN DE STREEK BEHOUDEN EN MODERNE TECHNIEKEN & INZICHTEN TOEPASSEN (apps, digitale info, gps, filmpjes landbouw, ....)**

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Mensen helpen 'kijken' naar wat de streek te bieden heeft. Beleving van een streek die nog authentiek is.

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Interesse, begrip over de sectoren heen
- Gelijklopende visie (overheid, ondernemers, toerist zelf)

*Welke partnerschappen zien we?*

- Europa, Vlaanderen, Provincie, gemeente en sector

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Communicatie (zenden & ontvangen/luisteren)

#### **BELEVING DIE BLIJFT HANGEN VERKRIJGEN: INTERESSANTE LOCATIES, KREKEN, STILTE, NATUURELEMENTEN, ECOLOGIE, NATUUR, LANDBOUW**

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Respect voor leefgebied

*Welke partnerschappen zien we?*

- Netwerk om dit uit te bouwen

#### **MEER VUUR, PASSIE, GEPASSIONEERDE GASTHEREN/VROUWEN**

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Voldoening, verbondenheid met de plek, graag wonen.
- Gast meenemen naar eigen leven, respect voor de regio
- Regio in balans

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Mensen samen brengen
- Mensen laten samen werken

*Welke partnerschappen zien we?*

- Eigen bevolking
- Beleid/bestuur

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Bewoners zelf het aanbod laten leren kennen (bv Paster Sies)

*Interesse om hier aan mee te werken: Andie Claeys (Senter), Erik Hennes*

### CREATING AN AMABASSADORPROGRAM

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Convey our message better
- Authentic voice of the region

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Identify the key assets/people

*Welke partnerschappen zien we?*

- Better communication within the entire community

### IMPROVED ENGAGEMENT FROM STAKEHOLDERS AND LOCAL PEOPLE

(Why is it always the same people who attend the meetings)

*Welke transformerende kracht zit hier in voor onszelf, de gast/toerist, de wereld?*

- Education, common understanding, support
- Improved service, facilities, experience
- Learning opportunity, best practise

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Education, Leadership from the people that work in the industry, flexibility to change

*Welke partnerschappen zien we?*

- Tourism Cooperative, Package Propositions

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Start the conversation

### 12 DORPEN, ELK DORP EXPERIMENTEERT, ELKE MAAND, 12 MAANDEN

*Wat is nodig om dit te kunnen realiseren?*

- Draagvlak, gemeenschap

*Welke partnerschappen zien we?*

- Brouwerij, koetsenleveranciers, fietsverhuur, gidsen, verenigingen, kunstengalerij, B&B

*Wat is een 1<sup>e</sup> stap om dit idee te kunnen realiseren?*

- Partijen samenbrengen

## Verslag

---

Deze workshop past in het project [Florerende Bestemmingen](#) van LEADER Meetjesland. Dit project wordt uitgevoerd door Toerisme Meetjesland en Plattelandscentrum Meetjesland i.s.m de gemeenten Sint-Laureins en Assenede en met Toerisme Vlaanderen. Dit is ook een transnationale samenwerking met de regio's Angus in Schotland en Basinul Dornelor in Roemenië en met Conscious Travel. Vertegenwoordigers van beide regio's waren ook aanwezig op de workshop.

De workshop werd gefaciliteerd door Toerisme Vlaanderen in het kader van [het traject Toerisme Transformeert](#). Het Meetjeslandse krekengebied is pilootregio in dit project.

Begeleiding en verslag workshop: Els Meerschaert - altijd onderweg met mensen