

# Toerisme Meetjesland - Planning 2019

## 1 Marketing en promotie

### 1.1 Campagne 2019

In samenwerking met de dienst marketing van Toerisme Oost-Vlaanderen gaat Toerisme Meetjesland in 2019 verder met de geïntegreerde aanpak waarbij de hoofdpublikatie (vroeger 'toeristische gids') en de zomercampagne geïntegreerd wordt tot één project.

Doelstelling:

- Het Meetjesland positioneren als een aantrekkelijke bestemming voor een korte vakantie.
- Verhogen van de naamsbekendheid van de regio Meetjesland als toeristische bestemming.
- De creatie van een vakantieboek en die verspreiden de doelgroep om potentiële bezoekers aan te zetten tot het boeken van een verblijf of maken van een uitstap.
- Verdere uitbouw van het e-mailingbestand van geïnteresseerden in de bestemming Meetjesland
- Trafiek genereren naar de website [www.toerismemeetjesland.be](http://www.toerismemeetjesland.be)
- Conversatie en bereik bevorderen op/van de social mediakanalen (vooral facebook en instagram) van Toerisme Meetjesland

In een derde editie, als opvolger van het fietsboek in 2017 en de 'Bucketlist 101 Tips' in 2018, zullen de journalisten Bas van Oort (NL) en Sebastiaan Bedaux (B) een gezamenlijk **Vakantieboek** maken.

De publicatie focust opnieuw op 'De blik van buitenaf' zoals we in 2017 ook Bas van Oort aan het werk hebben gezet en zet de verschillende **toeristische clusters** van onze regio in de kijker: 'het Krekengebied', Landschapspark Drongengoed, De Lieve, De Kalevallei, Rndom Huysmanhoeve en Rndom Wippelgem. Clusters die zich de laatste jaren meer en meer in ons werkgebied aftekenen en veel te maken hebben met lopende toeristische ontwikkelingsprojecten, gemeenschappelijk landschappelijke kenmerken, populaire routestructuren, de wandelnetwerken... Ze zijn ook **gebiedsdekkend**, dus relevant om de hele regio aan elkaar te 'binden', te 'verbinden'.

De publicatie zal opnieuw ook geïnteresseerde **logieshouders** de kans geven mee te stappen in het verhaal (op een vergelijkbare manier als het fietsboek 2017 en Bucketlist Meetjesland 2018).

Via **sociale media** zal het nieuwe Vakantieboek aangeprezen worden. Hier is het erg belangrijk dat we anderen laten zeggen hoe goed het is om naar de streek te komen. Dat doen we via influencers<sup>1</sup> en media-acties die uiteindelijk leiden naar het bestellen van het vakantieboek en het inschrijven op onze nieuwsbrief (momenteel een bereik van bijna **30.000 mensen** die de nieuwsbrief maandelijks ontvangen). Vergelijkbare ervaringen in Scheldeland tonen aan dat dit klantenbestand nog meer kan opgekrikt worden.

Op een reeks online **inspiratiepagina's** houden we de content van de 'Bucketlist 2018' levendig en ook daar kan zowel promotioneel als naar free publicity mee gewerkt worden om alle aspecten van de toeristische clusters in de kijker te blijven plaatsen. Deze inspiratiepagina's garanderen de gebiedsdekking binnen onze promotie en laten ons ook toe om onze toeristische ondernemers en initiatiefnemers naar voor te schuiven richting toerist-recreant. Deze inspiratiepagina's moeten de aantrekkelijkheid van onze website versterken.

*(project Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland)*

---

<sup>1</sup> Influencer marketing is een vorm van marketing waarbij er een persoon wordt ingezet om invloed uit te oefenen op het gedrag van de doelgroep. In ons geval om aan te zetten het Meetjesland te bezoeken. De influencers hebben veel volgers op sociale media. Het zijn dikwijls bloggers of vloggers.

## 1.2 Actie 't Liefken voor Altijd/750 jaar De Lieve

Publicatie Toeristische kaart 't Liefken voor Altijd/750 jaar wordt verspreid via een actie op Facebook en via Reiseroutes. Meer details onder punt 3 'Projecten/3.2. 't Liefken voor Altijd/750 jaar De Lieve'.

## 1.3 Actie 'Glutenvrij Meetjesland'

Voor deze actie bouwen we verder op de brochure die we in 2018 hebben gemaakt met vernieuwd bestand van geïnteresseerde ondernemers (logies en restaurants). Verder blijven we actief gebruik maken van de vernieuwde mini-website en acties via sociale media. Ook hier maken we zoveel mogelijk gebruik van influencers met een groot bereik binnen de doelgroep. Jaarlijkse beursdeelname in Sint-Niklaas in november.

*(project vzw Toerisme Meetjesland, deelnemers project)*

## 1.4 Actie 'Uit in het Meetjesland'

De evenementenorganisatoren die meedoen aan de actie 'Uit in het Meetjesland' financieren een gezamenlijke folder, een gezamenlijke flyer en de distributie ervan. Toerisme Meetjesland maakt de brochure en biedt de opvolging ervan aan. In 2018 waren er 28 deelnemers. Bij de campagne is ook inbegrepen: een 'push' voor elk evenement op de facebookpagina Meetjesland ter waarde van 60 euro, er is de rolkrant op de Huysmanhoeve en automatische opname in alle kalenders die via Toerisme Meetjesland gevoed of verspreid worden.

*(project vzw Toerisme Meetjesland, Meetjeslandse evenementenorganisatoren)*

## 1.5 Groepsuitstappen Meetjesland

De brochure 'Groepsuitstappen Meetjesland', in 2018 herwerkt, zal ook in 2019 verder verspreid worden. Belangrijk moment hiervoor is de Workshop Dagtrips voor Groepen van Toerisme Oost-Vlaanderen op zaterdag 23 februari in Brielpoort Deinze .

*(project vzw Toerisme Meetjesland, Toerisme Oost-Vlaanderen)*

## 1.6 Online

### Promotieoverleg binnen TOV, Landschapspark Drongengoed én Huysmanhoeve

Door inhoudelijk overleg en strategisch plannen van de sociale media die we binnen Toerisme Meetjesland beheren of mee beheren kan je promotioneel een sterker verhaal schrijven. Bedoeling is om dat promotioneel strategisch denken binnen alle clusters verder uit te dragen.

### Websites [www.tov.be](http://www.tov.be), [sector.tov.be](http://sector.tov.be), Toerisme Meetjesland, Glutenvrij en Drongengoed

Als websitebeheerder van Toerisme Meetjesland en mede-redacteur van de website Drongengoed.be hebben we toegang tot de websites [www.tov.be](http://www.tov.be), [sector.tov.be](http://sector.tov.be), [www.toerismemeetjesland.be](http://www.toerismemeetjesland.be), [www.glutenvrijmeetjesland.be](http://www.glutenvrijmeetjesland.be) en [Drongengoed.be](http://Drongengoed.be). Deze websites zijn onthaalpoorten waarmee we een groot deel van het publiek bereiken. Deze websites en hun verwante sociale mediakanalen up-to-date houden is een dagelijkse opdracht.

### Sociale media: Facebook, Twitter en Instagram

In 2017 willen we onze kanalen op sociale media verder uitbouwen tot efficiënte promotiekanalen voor het toeristisch aanbod van de regio.

Onze **facebookpagina Meetjesland** heeft momenteel 5.572 volgers (alweer een stijging van 1.000 gerealiseerd op jaarbasis...). Hier koppelen we ook heel sterk de werking op de Huysmanhoeve en de evenementenactie Uit in het Meetjesland aan. Het totale bereik van deze facebookpagina (views) liep de laatste jaren steeds tot in de miljoenen. Vooral de fietsacties brachten hiertoe bij. De actie Uit in het Meetjesland is dan weer een klassieker aan het worden op het vlak van ons organisch (niet-betaald) bereik. Ook de campagne verloopt via deze pagina.

De **facebookpagina Glutenvrij Meetjesland** heeft ondertussen 1.320 volgers, wat voor een niche-pagina toch een mooi cijfer is.

Wij zijn ook medebeheerder van de **Facebookpagina Landschapspark Drongengoed** die in 2018 zijn volgersaantal verdubbelde tot 911 volgers. Zeker het gevolg van regelmatig overleg met de werkgroep communicatie van het Landschapspark, waar Toerisme Meetjesland ook deel van uitmaakt.

De **Twitter-account Meetjesland** heeft 989 volgers. Aan de hand van verschillende thema's en samen met de sector zetten we ook het individuele aanbod in de kijker. Een interessant medium voor de aankondiging van evenementen. Kan naar communicatie nog meer ingezet worden, een aandachtspunt voor 2019.

Met **Instagram**: Instagram (en zijn mogelijkheden met de **hashtags**) heeft aan promotioneel belang gewonnen t.o.v. bijvoorbeeld Twitter, zeker wat de toeristisch-recreatieve mogelijkheden betreft (sfeer, fiets- en wandeltips, verslaggeving evenementenaanbod). Hier zetten we ook meer op in tijdens de campagnes. (vooral via de influencers). Onze Instagram heeft momenteel 312 volgers. De hashtags Meetjesland 3.200 berichten), Drongengoed (621 berichten) en Kreken (366) doen het heel goed

## Nieuwsbrieven

- Regioteam Meetjesland voedt de StapAf nieuwsbrieven van Toerisme Oost-Vlaanderen (bereik 70.000, ook via de redactievergadering).
- Toerisme Meetjesland heeft ook een eigen consumentennieuwsbrief (na de campagnes 2017 en 2018 versterkt tot bijna 30.000 adressen). Deze nieuwsbrieven worden **gedurende het hele jaar bijna maandelijks** ingezet. Deze nieuwsbrieven worden door tussen de 30 en 40% aangeschreven adressen ook effectief geopend en door 10% van het doelpubliek wordt ook effectief doorgelinkt naar de website.

## 1.7 Beurzen

Toerisme Oost-Vlaanderen gaat naar de fietsbeurs in Utrecht (Jaarbeursgebouw 1,2 en 3 maart) en Gent (Flanders Expo 2 en 3 februari). Focus op de fietsnetwerken. Toerisme Meetjesland voorziet beursdeelname binnen het project 'Glutenvrij Meetjesland', deze beurs is in november in Sint-Niklaas.

*(project vzw Toerisme Meetjesland, Toerisme Oost-Vlaanderen)*

## 1.8 Zakentoeerisme en de meeting industry

Vanuit MeetInGent & Oost-Vlaanderen zetten we het Meetjeslands aanbod voor de meeting industry in de kijker. Deze contacten verlopen via de Mice-specialist Jessica Bonte van Toerisme Oost-Vlaanderen. Het regioteam biedt ondersteuning.

*(project MeetInGent & Oost-Vlaanderen)*

# 2 Sectorwerking

Belangrijk is dat Toerisme Meetjesland verder werkt aan de netwerken en aan het merk. Samenwerking stimuleren en faciliteren is ons motto hierin, naast het aanbieden van vormingen en begeleiding.

## 2.1 Opening toeristisch seizoen

Toerisme Meetjesland plant begin 2019 een openingsevenement voor de sector, de 'Opening Toeristisch Seizoen' waarbij we de sector en de betrokken overheden op één welbepaalde (toeristische) plek uitnodigen om te netwerken en elkaar te ontmoeten.

*(project vzw Toerisme Meetjesland)*

## 2.2 Samenwerken aan onthaal

In 2019 gaat het uitwerken van een onthaalvisie voor heel Oost-Vlaanderen zijn tweede jaar in. Ondertussen is er met Elisa De Puysseleer een projectcoördinator Onthaal in de Sectorcel van Toerisme Oost-Vlaanderen bijgekomen. Samen met de projectcoördinator zal het regioteam Meetjesland aan onthaalversterking doen, binnen de krijtlijnen van de onthaalvisie.

## Onthaalpunten Meetjesland Café

Specifiek voor het Meetjesland werkte Toerisme Meetjesland met Plattelandscentrum Meetjesland een traject uit om van de Meetjesland Cafés volwaardige infopunten te maken voor toeristen en recreanten in onze regio. De cafés doorliepen hiervoor een traject om het uiteindelijke label te ontvangen en in 2019 zullen we door plaatsbezoeken en binnen het overleg Meetjesland Café evalueren waar we hiermee staan

## Gastheren en Ambassadeurs Landschapspark Drongengoed

Bedoeling is om de gevormde gastheren (ondernemers) en ambassadeurs (omwonenden) ook meteen in te zetten in het onthaalverhaal. (zie ook punt 3.3. Landschapspark Drongengoed)

## Meetjeslandse ontdekkingsdagen

Voor de verschillende onthaalpunten (gemeentelijk, attracties, logies, cafés, gastheren, ambassadeurs en gidsen) voorzien we opnieuw korte en efficiënte bezoeken aan vooral nieuwe initiatieven in de regio. Op die manier leren deze mensen het aanbod (en het verhaal hierachter) rechtstreeks beter kennen en leren ze elkaar ook beter kennen.

*(project Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Meetjesland, Plattelandscentrum Meetjesland)*

## 2.3 Merk Meetjesland, maak het mee!

Het merk Meetjesland, maak het mee! speelt een belangrijke rol in elke actie die we ondernemen, niet in het minst in ons communicatie-aanbod (campagnes, brochures, publicaties, persbeleid, online media, ...) Toerisme Meetjesland blijft kandidaat om het (mede-)beheer en de inhoudelijke lijn van het merk in de toekomst verder op te volgen in functie van de continuïteit.

*(Toerisme Meetjesland, Plattelandscentrum Meetjesland, Netwerk Meetjesland)*

## 2.4 Glutenvrij Meetjesland

Met 7 logieshouders en 10 restaurants besteedt de bestaande brochure "Glutenvrij Meetjesland" aandacht aan deze voedselintolerantie, die het moeilijk maakt voor deze doelgroep om onbezorgd op vakantie te gaan. De groep ondernemers 'Glutenvrij Meetjesland' richt zich specifiek tot deze doelgroep met een volwaardig aanbod glutenvrij ontbijt en glutenvrije gerechten. Promotie van het aanbod en profilering van de regio. We voorzien vorming waar nodig. In 2019 werken we verder aan de promotie met de gids 2018/2019 (zie ook punt 1.3. Actie Glutenvrij Meetjesland)

*(Project Toerisme Meetjesland ism Horeca Meetjesland)*

## 2.5 Logiesoverleg Meetjesland

Het logiesoverleg zal in 2019 een drietal keer samenkomen. Focus is samenwerking, kwaliteitsverhoging en innovatie stimuleren en informeren.

## 2.6 Meetjeslands evenementenoverleg

Komt twee tot drie keer per jaar samen. Omvat vooral de uitbouw van de evenementenactie 'Uit in het Meetjesland' tijdens de zomer en daar wordt ook gezocht naar mogelijke samenwerkingsverbanden en ideeënuitswisseling tussen grote evenementenorganisatoren in de streek (principe 1000+, meer dan 1000 bezoekers). In februari volgt binnen het project 'Duurzaam Toerisme in het Meetjesland' een vorming voor de evenementenorganisatoren naar duurzaamheid toe met projectleider Veneco, en met OVAM en festivalorganisator Jeroen Vereecke van Boomtown/Gentse Feesten die pionier is op het vlak van duurzaamheid op evenementen. Ook de actie 'Uit in het Meetjesland' kadert binnen het Meetjeslands Evenementenoverleg.

## 2.7 Overleg Toeristische diensten

Twee tot drie keer per jaar komen de collega's van de gemeentelijke diensten samen met onze dienst om gezamenlijk na te denken over de promotie van de streek en om kennis te nemen van elkaars projecten. Het is de bedoeling om dit op te trekken naar vier keer per jaar, ook in het kader van de nieuwe visie 'onthaal' van Toerisme Oost-Vlaanderen.

## Omgaan met Sociale Media

Voor de onthaalmensen in de regio denken we in 2019 specifiek aan een vorming 'sociale media' door de eigen specialisten binnen Toerisme Oost-Vlaanderen.

## 2.8 Overleg met Meetjeslandse Gidsen

Eén keer per jaar willen we overleggen met Meetjeslandse Gidsen om gezamenlijke projecten af te toetsen en te kijken waar naar groepsonthaal uitdagingen liggen. Met Meetjeslandse Gidsen als trekker zal Toerisme Meetjesland ook adviesverlener zijn binnen een visievorming rond het opkrikken en maximaliseren van kansen inzake groepsaanbod in de regio. In het kader van het onthaal is de verhouding van de professionele gids tegenover de ambassadeur-/gastheertrajecten een aspect om te blijven opvolgen.

## 2.9 Brochure-uitwisseling met naburige toeristische diensten

In maart zal infokantoor Toerisme Meetjesland met de collega's van Zeeuws-Vlaanderen, Damme, Knokke en Brugse Ommeland contact opnemen om op een goedkope manier brochures uit te wisselen, wellicht door kort plaatsbezoek. Ook met de stad Deinze zullen de nieuwe contacten gebruikt worden om ook deze informatie efficiënt in het kantoor te doen belanden. Op deze manier zijn de meest gevraagde bestemmingen buiten het Meetjesland aanwezig in ons kantoor zonder al te hoge portkosten.

## 2.10 Toeristische Initiatiefmap Meetjesland en sector.tov.be

De Toeristische Initiatiefmap Meetjesland blijft een belangrijk instrument om de sector te ondersteunen in de uitbouw van hun toeristische projecten en initiatieven. De hernieuwde map wordt bij sectorcommunicatiemomenten actief gebruikt. In 2019 willen we de map grondig evalueren en herzien waar nodig. Daarnaast bundelen we binnen Toerisme Oost-Vlaanderen alle informatie en activiteiten op de sectorwebsite sector.tov.be

*(project Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland)*

# 3 Projecten

## 3.1 Masterplan 2020-2024

2019 wordt vooral het jaar dat we schrijven aan een nieuw masterplan voor de periode 2020-2024. Het 'Strategisch Beleidsplan voor Toerisme en Recreatie in het Meetjesland 2020-2024', kortweg Masterplan, wordt verder uitgewerkt in samenwerking met een (nog te zoeken) projectbegeleider en moet leiden tot een einddocument dat in het voorjaar 2020 zal voorgesteld worden aan het grote publiek. Dit beleidsplan zet de lijnen uit voor, enerzijds, de nabije toekomst van toeristisch Meetjesland en, anderzijds, de taak die vzw Toerisme Meetjesland en het regioteam Meetjesland van Toerisme Oost-Vlaanderen daar in de nabije toekomst dient in op te nemen.

### Tijdslijn:

- Eind 2018-begin 2019: evaluatie Masterplan 2012-2017 en zoektocht naar procesbegeleider voor nieuw Masterplan.
- April 2019 tot december 2019: proces Masterplan 2020-2024 onder leiding procesbegeleider, dagelijks bestuur en stuurgroep: breed onderzoek binnen de sector en lokale overheden naar een strategische visie voor toerisme in het Meetjesland
- December 2019: voorstelling kader en 'grote lijnen' Masterplan aan Open Algemene Vergadering van vzw Toerisme Meetjesland.
- Begin 2020: goedkeuring/voorstelling van masterplan bij alle betrokken instanties
- April 2020: voorstelling nieuw Masterplan bij Opening Toeristisch Seizoen 2020

*(project Toerisme Oost-Vlaanderen)*



## 3.2 't Liefken Voor Altijd/750 jaar De Lieve

### Het oudste kanaal van Vlaanderen krijgt een gezicht

Als vervolg op het Leaderproject 'De Lieve Vervoert' krijgt de toeristische kaart **'t Liefken voor Altijd** (verspreid op 10.000 exemplaren in 2018) een opvolger op 20.000 exemplaren voor het jaar 2019 nog gerealiseerd met de Leadermiddelen. Verspreiding zal nog voor het grootste deel in 2019 gerealiseerd worden (focus op het voorjaar en de zomer).

Als kers op de taart kunnen we in 2019 de toeristische kaart 't Liefken voor Altijd kaderen in het feestjaar 750 jaar De Lieve. Hieraan gekoppeld stimuleren we, als promotor en adviesverlener, toeristische en culturele initiatieven die dit feestjaar ondersteunen.

Gekoppeld aan deze actie blijft onze website [www.toerismemeetjesland.be/tliefken](http://www.toerismemeetjesland.be/tliefken) met het digitaal verhaal (Podcast), filmpjes met Lieve-ervaringen, de fiets- en wandelroutes en de meer dan 80 ondernemers tussen Gent en Damme die we aan dit project koppelden.

Promotor Toerisme Oost-Vlaanderen en co-promotor Plattelandscentrum Meetjesland vzw hebben met de projectpartners Toerisme Meetjesland, zes Meetjeslandse gemeenten (Zomergem, Waarschoot, Lovendegem –nu samen Lievegem-, Evergem, Eeklo, Maldegem), Erfgoedcel Meetjesland (Comeet), IOED Meetjesland (Intergemeentelijke Onroerend Erfgoeddienst), VVV De Lieve, de steden Gent en Damme gezorgd voor een unieke lijnvormige cluster binnen de regio die specifiek onderdeel uitmaakt van het toeristische product Meetjesland. Door het feestjaar in 2019 kunnen we 't Liefken voor Altijd een doorstart laten maken en voor jaren deze cluster een gezicht geven.

Naast de promotionele meerwaarde binnen ons toeristisch product, heeft het Leaderproject ook een aanzet gegeven naar een visie en toeristische raad voor de nieuwe gemeente Lievegem. Het is de ambitie van Toerisme Meetjesland om in 2019 dit proces te kunnen sturen in de richting van een actief én gedragen toeristisch beleid voor de fusiegemeente, die zeker de landschappelijke en inhoudelijke potentie in zich draagt om daar ook flinke stappen vooruit te zetten.

*(Leader, Promotor Toerisme Oost-Vlaanderen, co-promotor Plattelandscentrum Meetjesland)*

## 3.3 Landschapspark Drongengoed

### Uitbouw strategisch project

Binnen het strategisch project zal Toerisme Meetjesland in het overleg zijn trekkende rol van streekpromotor en toeristische productontwikkelaar (sectorsamenwerking) blijven spelen. Toerisme Meetjesland volgt daartoe de projectgroep op en de werkgroep communicatie. Voor het laatste duwen we samen met Regionaal Landschap Meetjesland en de coördinator van het Landschapspark mee aan het merk Landschapspark Drongengoed. Toerisme Oost-Vlaanderen zetelt in de stuurgroep van het strategisch project, dat een heel belangrijke toeristische component in zich draagt.

Ook Landschapspark Drongengoed heeft zich binnen Toerisme Meetjesland, niet in het minst door de inspanningen van de gemeenten, als toeristische cluster op de kaart gezet.

### Ambassadeurschap Landschapspark Drongengoed

Om enerzijds de samenwerking en netwerkvorming te stimuleren en anderzijds de kennis over en het onthaal in het gebied te versterken, vormen we in samenwerking met Natuur Educatie IVN uit Nederland ondernemers om tot gastheren voor dit stuk Meetjesland en geïnteresseerde omwonenden tot ambassadeurs voor het gebied. Zo komen we met dit ambassadeurschap terecht in een netwerk dat in Nederland al een heel solide basis heeft. Het geeft ons de kans om met die ploeg van gastheren en ambassadeurs nog sterker het merk Landschapspark Drongengoed uit te bouwen en naar toeristisch onthaal alweer enkele stappen vooruit te zetten.

*(LEADER, Promotor Toerisme Oost-Vlaanderen ism Landschapspark Drongengoed en Toerisme Meetjesland)*

## Gestroomlijnd Landschap

In het kader van Landschapspark Drongengoed volgt Toerisme Meetjesland ook twee ‘**Gestroomlijnde landschappen**’ op. Dit zijn stroomgebieden waarrond de provincie Oost-Vlaanderen interdisciplinair overleg opzet om acties in het gebied te stroomlijnen. De insteek van Toerisme Meetjesland is vooral: belevingsverhoging op het fiets- en wandelnetwerk. Het gebied **Splenterbeek-Ede**, noordzijde Landschapspark Drongengoed, was één van de eerste gebieden die werden aangepakt en deze dossiers worden in aflopende fase nog steeds geëvalueerd en uitdovend opgevolgd. Het actiegebied **Wagemakersbeek-Driesbeek**, zuidzijde Landschapspark Drongengoed, is nu in uitvoering.

*(Natuurpunt, Regionaal Landschap Meetjesland, gemeenten Maldegem, Knesselare en omliggende, provincie Oost-Vlaanderen, Vlaanderen)*

## Onthaalplan Landschapspark

De coördinatie van het Landschapspark Drongengoed heeft de taak op zich genomen tot een onthaalplan voor het Landschapspark te komen, gebaseerd op de principes die van in het begin gehanteerd worden om de leefbaarheid in het gebied te stimuleren en de omliggende kernen te versterken. Ook bij deze evenwichtsoefening speelt Toerisme Meetjesland zijn rol als adviesverlener en ‘mee-denker’.

*(Landschapspark Drongengoed)*

## 3.4 Duurzaam Toerisme

Meetjesland werkt al een tijdje aan Klimaatgezond Meetjesland, waarin alle sectoren uitgenodigd worden om te werken aan een beter klimaat. Ook de toeristische- en horecasector kan daartoe zijn steentje bijdragen. Dat kunnen we op vele manieren, maar eerst willen we focussen op energie. Het leuke aan duurzaam werken is dat het ook kosten bespaart: je helpt er dus niet alleen het klimaat mee, maar ook jouw portemonnee.

Veneco, Netwerk Meetjesland en Toerisme Meetjesland hebben hiervoor de handen in elkaar geslagen in samenwerking met de horecafederatie. Voor toerisme en horeca bestaat er een internationaal label: Green Key, dat we graag willen versterken. Sinds kort kent dit label ook een erg vernieuwde dynamiek. In het traject dat aangeboden wordt, begeleiden we de ondernemer naar een betere energiefactuur.

Naast logies en horeca richt het project zich ook op de evenementenorganisator (zie punt 2.6 Meetjeslands evenementenoverleg)

*(Veneco, Netwerk Meetjesland, Toerisme Meetjesland ism Horeca en Good Planet)*

## 3.5 Flourishing Destinations

Met dit Transnationaal samenwerkingsproject van LEADER Meetjesland willen we acht toeristische projecten realiseren in het krekengebied in Assenede en Sint-Laureins die opgezet worden vanuit de gemeenschap (rurale ondernemers, inwoners, verenigingen) en die bijdragen aan een florerende bestemming. Ook in het provinciaal streekcentrum Huysmanhoeve te Eeklo gaan we hiermee aan de slag op microschaal en focussen hierbij 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 dat inspraak van de lokale gemeenschap essentieel is in de algemene en toeristische ontwikkeling van een gebied. Met dit project brengen we het concept in de praktijk en testen het voor het eerst uit. Ook Toerisme Vlaanderen zoekt concrete uitwerkingen op het terrein en neemt het Meetjesland mee als pilootregio binnen haar traject Toerisme Transformeert.

In de concrete uitwerking plannen we ook gezamenlijke intensieve vorming en ervaringsuitwisseling met twee andere LEADER-regio's in Schotland en Roemenië op vier transnationale bijeenkomsten.

Doelstellingen:

- Concretiseren en in de praktijk brengen van het concept florerende bestemming
- De ontwikkeling van capaciteiten bij gastheren (zowel ondernemers als bewoners) om van hun bestemming een florerende bestemming te maken die voor iedereen bijdraagt. Dit doen we a.h.v. workshops.
- Realiseren van concrete projecten die een duidelijk voordeel voor de gemeenschap betekenen
- Uitwisselen van kennis en ervaring tijdens transnationale bijeenkomsten, waarin we ook ondernemers en inwoners willen betrekken
- Ervaring en kennis door video-opnames verspreiden via eigen websites én nationale en internationale platformen

Toerisme Meetjesland is promotor van het project en lead partner.

*(Leader, Toerisme Meetjesland, Plattelancscentrum Meetjesland)*

### 3.6 Zwinregio

De Zwinregio is een gebied op de grens van Oost-Vlaanderen en West-Vlaanderen (België) en Zeeland (Nederland) en omhelst de gemeenten Damme, Knokke-Heist, Maldegem, Sint-Laureins en de deelgemeenten Dudzele, Lissewege en Zeebrugge (Brugge) in België en de gemeente Sluis (West-Zeeuws-Vlaanderen) in Nederland.

De regio kent een woelig verleden, gekruid met stormvloed, overstromingen, verzandingen, bloei, teloorgang, oorlogen, handel, landbouw, visserij, toerisme en natuur. Een verscheidenheid van elementen die de geschiedenis van de Zwinregio zo aantrekkelijk maken.

Door overleg, gezamenlijke projecten en promotie willen we de toeristische ontwikkelingen in dit grensoverschrijdend gebied een duw in de rug geven.

Regioteam Meetjesland zal binnen de Zwinregio vooral een functie van adviesverlener en mede-promotor opnemen. Toerisme Oost-Vlaanderen investeert mee in het project, samen met de betrokken gemeenten en de andere twee provincies West-Vlaanderen en Zeeland.

*(Toerisme Oost-Vlaanderen, Westtoer, provincie Zeeland, Sluis, Knokke, Damme, Maldegem, Sint-Laureins)*

### 3.7 Mini-projecten

Binnen Toerisme Meetjesland willen we een reglement uitwerken om toeristisch relevante mini-projecten een duw in de rug te geven. Basisprincipe kan zijn dat het project in kwestie toeristisch-inhoudelijk of promotioneel een meerwaarde kan betekenen voor Toerisme Meetjesland. Bovendien moet het ingediende project het lokale overstijgen en/of het principe van samenwerking binnen de toeristische sector versterken.

*(Toerisme Meetjesland)*

### 3.8 Wandelnetwerken

In 2019 wordt de vernieuwing Wandelnetwerk Meetjeslandse Bossen gerealiseerd.

Opvolging van de trajecten en verdere promotie van beide wandelnetwerken. Ultieme ambitie van Toerisme Oost-Vlaanderen, provinciaal domein De Boerekreek, Toerisme Meetjesland en gemeente Sint-Laureins is het realiseren van een wandeloversteek over de Boerekreek. Hiermee verhogen we de beleving van de kreek en verkorten we de lussen in het kerngebied van het netwerk.

*(project Toerisme Oost-Vlaanderen)*

### 3.9 Fietsnetwerk Meetjesland

Het huidige netwerk blijft qua knooppunten onveranderd tot 2020. Alleen minieme trajectaanpassingen tussen twee knooppunten (en wegomleggingen uiteraard) kunnen wel. De zorg voor correcte aanduiding is tevens een zorg van alle dag, niet in het minst de verdienste van de meters en peters maar ook het OSYRIS-



systeem (OSYRIS staat voor 'onderhoudssysteem recreatieve infrastructuur') van Toerisme Oost-Vlaanderen. Het regioteam speelt zijn rol als doorgeefluik van de toerist naar de dienst infrastructuur.

*(project Toerisme Oost-Vlaanderen)*

### 3.10 Gemeentelijke initiatieven

Voor lokale toeristische initiatieven staat het regioteam steeds ter beschikking voor advies, ondersteuning of samenwerking. Hierop kan steeds beroep gedaan worden. Zij bekijken de vraag verder met de collega's van Toerisme Oost-Vlaanderen voor de beste opvolging van het project.

## 4 Samenwerking en ondersteuning

### 4.1 Pasar zomert in het Meetjesland

Op negen dinsdagavonden tijdens de zomer organiseert Pasar Gent-Eeklo jaarlijks geleide wandelingen van ongeveer 8 km in het Meetjesland. De wandelingen worden al enkele jaren gezamenlijk gepromoot via de eigen kanalen van beide organisaties. Voor het vierde jaar op rij kan deze samenwerking opnieuw tot stand worden gebracht. De Pasar-wandelingen maken ook deel uit van het project 'Uit in het Meetjesland' en zijn stilaan wandelklassiekers op het terrein geworden.

*(Project Pasar en Toerisme Meetjesland)*

### 4.2 Zomerzoektochten

Samenwerking en promotionele ondersteuning van de zomerzoektochten van derden, zoals VVV De Lieve.

## 5 Infokantoor

### 5.1 Bezoekersvriendelijk infokantoor: digitale knipoog en streekproducten

In het vernieuwde infokantoor willen we het principe van bezoekersvriendelijkheid nog aanscherpen door een vlotte opvolging van onze drie digitale schermen (touchscreen met streekoverzicht, rolkrant voor evenementen, scherm met filmaanbod Huysmanhoeve/Meetjesland). Ook onze verkoop streekproducten willen we nog verfijnen en versterken.

*(Toerisme Meetjesland)*

### 5.2 Onthaalregisseurs

Het infopunt blijft verder ook het aanspreekpunt voor de sector en de andere infopunten in de streek. We bieden hen in die zin tweedelijns-ondersteuning, naast het rechtstreeks ontvangen van bezoekers.

*(Toerisme Meetjesland)*

### 5.3 Jobstudenten tijdens de zomer

Om vooral de weekendwerking tijdens de zomer te versterken zal ook in 2019 beroep worden gedaan op jobstudenten.

*(Toerisme Meetjesland)*

### 5.4 Werving vrijwilligers

Toerisme Meetjesland blijft bouwen een eigen poule vrijwilligers, specifiek als ondersteuning voor de onthaalfunctie.

*(Toerisme Meetjesland)*