SCHELDELAND

OKTOBER 2020

OP NAAR MORGEN!

profielschets • fact sheet • uitdagingen • business case • strategie 2025

© David Samyn

Scheldeland dat zijn wij

Dit is een plan van en voor iedereen die werkt aan het toerisme in Scheldeland. Tal van actoren, partners en stakeholders die meebouwen aan het toerisme in Scheldeland, waren betrokken bij de opmaak van het strategisch plan. De verzamelde ideeën en ambities werden gekneed tot een strategie voor de toekomst. Samen werken wij aan de toekomst van het toerisme in Scheldeland.

Samen werken wij aan de toekomst van het toerisme in Scheldeland

De strategie getuigt van een visie op de toekomst die verder gaat dan toerisme en beleving. Het is een kijk op de toekomst die vertrekt vanuit betekenis en bezoekers. De bezoekerseconomie waar toerismemakers in Scheldeland samen naar toe willen, is er één die haar betekenis ontleent aan het bijzondere rivierenlandschap en de rijkdom aan erfgoed. Scheldeland is een bestemming die nog tot volle wasdom moet komen.

“Bezoekers zijn alle mensen die vertoeven in Scheldeland of ze er nu wonen of werken, vakantievieren of studeren. In onze bestemming is iedereen een bezoeker in het landschap, dat zo markant getekend wordt door de rivieren en de getijdenatuur. Een uniek landschap in Vlaanderen én zeldzaam in Europa. Een landschap dat we koesteren en waar we omzichtig mee om willen gaan. Iedereen is hier een gast. En onze gastvrijheid draagt fier een groenblauw lintje.”

In dit strategisch plan wordt het beeld van Scheldeland als cultuur- en landschapspark in ontwikkeling geschetst. De innovatieve ontwikkeling van riviernatuur zal een toenemende aantrekkingskracht hebben op bezoekers en (stads)bewoners. De valleien van de Schelde en de Dender zijn volop in transitie. De rivieren verbinden ook toeristische steden met het hinterland. De rijkdom aan cultureel erfgoed van Scheldeland is verder aan te boren en uit te spelen. We kiezen voor een gestroomlijnde aanpak vanuit een krachtig toekomstperspectief waarin de duurzame ontwikkeling en ontsluiting van de bestemming, onze natuur en erfgoed, centraal staat.

SCHELDELAND IS ...

© David Samyn

EENHEID IN VEELZIJDIGHEID & EEN GLANSROL VOOR HET WATER

De bestemming laat zich ontdekken via routenetwerken voor wandelaars, fietsers en vaarders, veerponten, horeca, veelal kleinschalige musea en evenementen. De rivierboorden bieden telkens een ander uitzicht op het water én op de overkant. Elk dorp of stad heeft, net zoals de riviernatuur, zijn eigen-aardigheid.

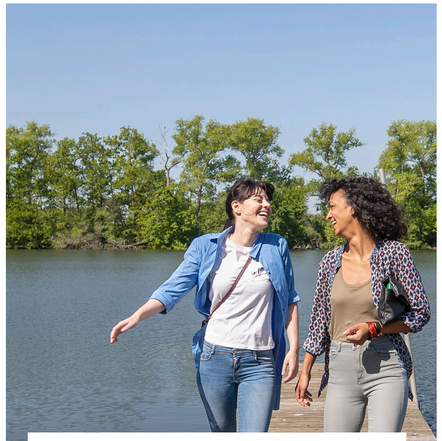
Profielschets

SCHELDELAND, EEN GROENBLAUW CENTRAL PARK

De Durme, de Rupel en de Dender vormen samen met de Schelde een uitgestrekt rivierennetwerk. Deze rivieren, de zijrivieren en tal van waterpartijen, vervlechten het land met het water. Tussen de kunststeden Antwerpen, Gent en Mechelen en metropool Brussel, vormt dit rivierenlandschap een centraal gelegen park.

Scheldeland is met zijn vele rivieren een 'waterregio'. Het rivierennetwerk met zijn typerende natuur, is het toeristisch kernproduct van Scheldeland. De Schelde is als getijdenrivier de ruggengraat. De getijden laten zich voelen in de zijrivieren van de Schelde. De Durme, de Rupel en de Dender en bijhorende natuur, zijn evenwaardige elementen van het kernproduct.

© Vilda en Stijnaelan



LEVEN IN SCHELDELAND

Het leven van mensen uit de streek is sterk verbonden met het water en dat is duidelijk in het landschap.

Dit landschap is onderhevig aan veranderingen in het klimaat, de evolutie van onze kustlijn en de toenemende invloed van de getijden op de Schelde en zijn zijrivieren. Ook mensen bepalen het landschapsbeeld (cultuur- en landschapspark). De steden en dorpen langs deze rivieren getuigen van een rijke cultuur-historie. De belforten en abdijen, kastelen en hoven, monumentale sluizen en bruggen, ze herbergen schatten aan verhalen over het leven in deze regio doorheen de tijd.

© David Samyn

Factsheet

725 km wandelnetwerk

1100 km fietsroutenetwerk

277 km waternetwerk + **12** veren

604.244
Inwoners

15
Attracties

1.365
Restaurants

10.062
Jobs in toerisme

29
Steden in **2** provincies

4.220
Aantal bedden

940
Cafés en tavernes

SCHELDELAND DAT ZIJN WIJ!

Samen maken wij het toerisme in Scheldeland

ONZE INWONERS

TOERISTISCHE ONDERNEMERS

ORGANISATIES ATTRACTIES EN VERENIGINGEN
werkzaam op het gebied van natuur, cultuur, erfgoed en toerisme

29 GEMEENTEN

Aalst
Berlare
Boom
Bornem
Buggenhout
Denderleeuw
Dendermonde
Destelbergen
Erpe-Mere
Haaltert
Hamme
Hemiksem
Laarne
Lebbeke
Lede
Melle
Merelbeke
Niel
Ninove
Puurs-Sint-Amands
Rumst
Schelle
Wetteren
Wichelen
Willebroek
Zele
Zwijndrecht
Gents buitengebied
Mechels buitengebied.

FIJNE BUREN

Temse
Kruibeke
Gent
Mechelen
Antwerpen
Vlaamse Ardennen
Waasland
Groene Gordel

REGIONALE ACTOREN

Regionaal Landschap Schelde-Durme
Regionaal Landschap Rivierenland
Toerisme Klein-Brabant-Scheldeland
Toerisme Rupelstreek
Toerisme Scheldeland.

PROVINCIALE ACTOREN

Provincie Antwerpen
Toerisme Provincie Antwerpen
Provincie Oost-Vlaanderen
Toerisme Oost-Vlaanderen.

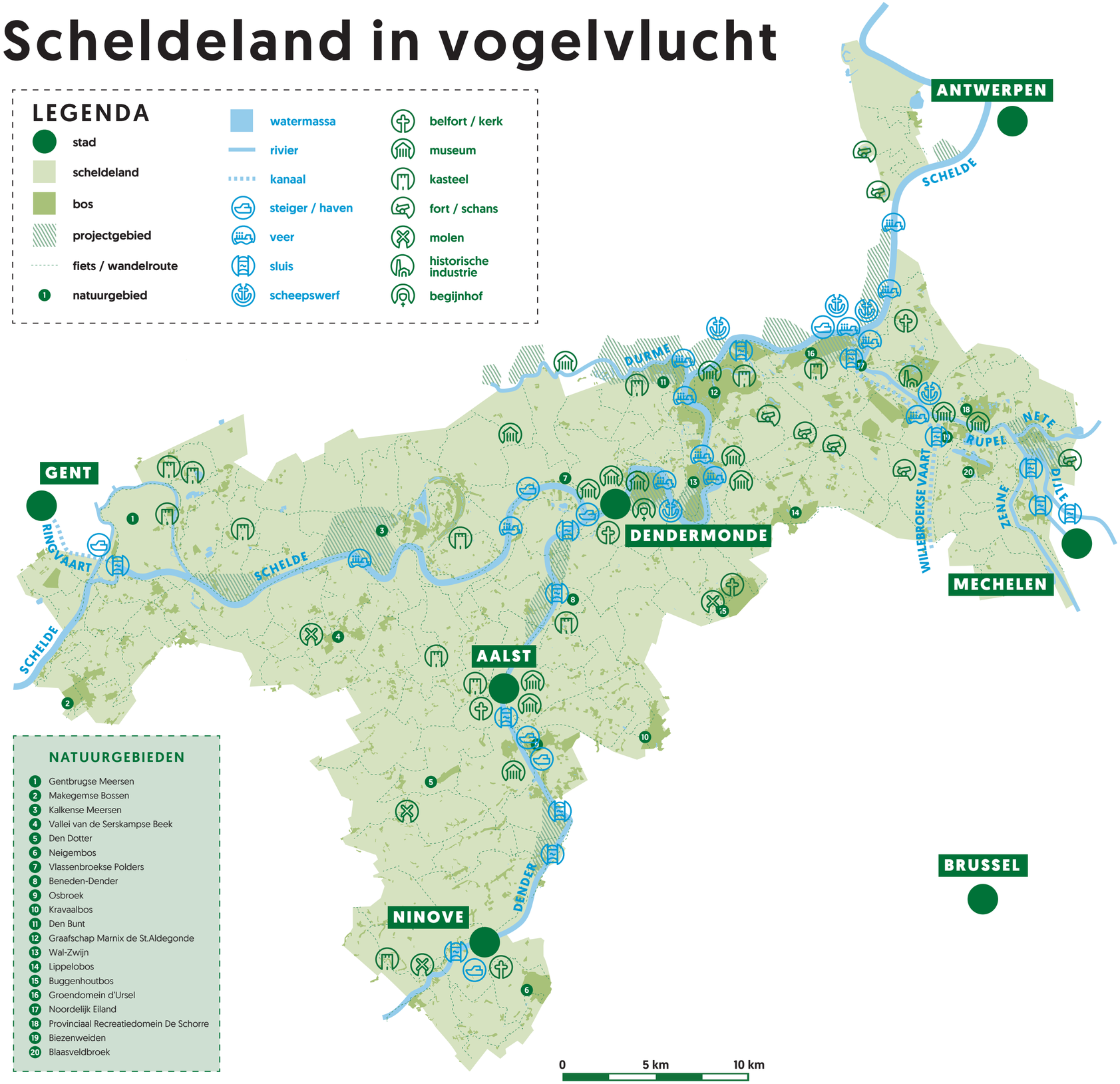
VLAAMSE OVERHEID

Toerisme Vlaanderen
De Vlaamse Waterweg
Agentschap voor Natuur en Bos
E.V. Flanders Hydraulics
Vlaamse Landmaatschappij
Departement Omgeving
Agentschap Onroerend Erfgoed.

Scheldeland in vogelvlucht

LEGENDA

- stad
- scheldeland
- bos
- projectgebied
- fiets / wandelroute
- natuurgebied
- watermassa
- rivier
- kanaal
- steiger / haven
- veer
- sluis
- scheepswerf
- belfort / kerk
- museum
- kasteel
- fort / schans
- molen
- historische industrie
- begijnhof



NATUURGEBIEDEN

1. Gentbrugse Meersen
2. Makegemse Bossen
3. Kalkense Meersen
4. Vallei van de Serskampse Beek
5. Den Dotter
6. Neigembos
7. Vlassenbroekse Polders
8. Beneden-Dender
9. Osbroek
10. Kravaalbos
11. Den Bunt
12. Graafschap Marnix de St.Aldegonde
13. Wal-Zwijn
14. Lippelobos
15. Buggenhoutbos
16. Groendomein d'Ursel
17. Noordelijk Eiland
18. Provinciaal Recreatiedomein De Schorre
19. Biezenweiden
20. Blaasveldbroek

EEN TRANSFORMEREND RIVIERENLANDSCHAP

Om Vlaanderen beter te beschermen tegen overstromingen, worden ingrijpende werken uitgevoerd. Deze werken kaderen binnen het Sigmaplan en het overstromingsrisicobeheerplan voor de Dender.

Het Sigmaplan investeert in stevigere en hogere dijken en een ketting van natuurlijke overstromingsgebieden in de riviervalleien. De rivieren krijgen nu ruimte om te stromen én te overstromen. Door ruimte te gunnen aan de Schelde en zijn zijrivieren wordt tegelijkertijd gewerkt aan een betere waterkwaliteit, meer biodiversiteit en dus een gezondere leefomgeving. Het plan heeft ook oog voor recreatie en lokale economie. De volledige realisatie van het Sigmaplan loopt tot 2030. Ook voor de Dender worden gerichte maatregelen gepland om overstromingen aan te pakken. Met nieuwe infrastructuur en ruimte voor water wordt gestreefd naar een meerlaagse waterveiligheid. Het landschapsbeeld rond de Dender evolueert zo in tijd.

> De rivieren krijgen nu ruimte om te stromen en te overstromen

PROJECTGEBIED ORBP* DENDER

1. Pompstation monding Dender
2. Dijk Okegem
3. Dijk Pollare
4. Dijk Zandbergen

*overstromingsrisicobeheerplan

PROJECTGEBIED SIGMAPLAN

1. Scheldemeander Gent-Wetteren
2. Cluster Kalkense Meersen
3. Durmevallei
4. Vlassenbroek
5. Wal-Zwijn
6. Lippenbroek
7. Schouselbroek
8. Cluster Bornem
9. Polders van Kruibeke
10. Dijlemonding

STRATEGISCH KOMPAS

AMBITIE 2030 - ONZE VISIE OP DE TOEKOMST

Centraal in Vlaanderen ligt een cultuur- en landschapspark, getekend door rivieren, boordevol biodiversiteit en rijk aan historie.

Scheldeland is uitgegroeid tot een modelregio, hét voorbeeld van hoe een transversaal bondgenootschap tussen water, natuur, mobiliteit, erfgoed en toerisme een regio doet floreren. Het is een gastvrije regio van duurzame transities. Transities die volgbaar zijn én volgers aantrekt.

Scheldeland is een levendige bestemming waar bezoekers en bewoners herbronnen in een bijzonder rivierenlandschap. Mens, water en land zijn hier verbonden. Erfgoed vertolkt die eeuwenoude banden. Het getijdenlandschap herbergt de toekomst.

Omringd door verdichte steden vormt Scheldeland een cultuur- en landschapspark waar stadsbewoners en stadsbezoekers varend, fietsend of wandelend op adem komen. Een cultuur- en landschapspark waar het toeristisch ondernemerschap groeit.

© David Samyn

4 uitdagingen voor Scheldeland

De filosofie van onze strategie?
Wat vandaag een uitdaging is, is in de toekomst een kracht!
Vier uitdagingen die we samen met onze partners aangaan:

© David Samyn

ZOEKEN NAAR EVENWICHT

Toerisme is een groeieconomie en het aantal jobs in de toeristische sector neemt toe. Dit is bijzonder gunstig voor mensen met een lagere opleiding. Tegelijk groeit de behoefte aan ontspannen in een groene omgeving en aan gezonde lucht. Met een duurzame toerismestrategie spelen we hierop in. We gaan voor een duurzaam toerisme. Een evenwicht tussen mens, planeet en welvaart. We kiezen voor toeristen én de toekomstige generaties. Voor bezoekers én bewoners.

KRACHTEN BUNDELEN

Met een bundeling van krachten kunnen we de bestemming Scheldeland op een hoger niveau tillen. Er zal intensief samengewerkt worden, over grenzen van sectoren heen mobiliteit, marketing, economie, cultuur, erfgoed, horeca, natuur, ruimte en water vormen de ingrediënten van ons toerismebeleid. Met een gemeenschappelijke visie en agenda, zetten we in op de versterking van het kernproduct. We doen beroep op de innovatiekracht en creativiteit van organisaties en partners in Scheldeland én daarbuiten.

VERTREKKEN VANUIT HET DNA

Elk deel van Scheldeland heeft zijn eigenheid en specifiek DNA. Dat willen we naar boven brengen en uitwerken in verhalen samen met bewoners en partners. Het rivierennetwerk zien we als een sterke drager van die verhalen, maar ook als een verbinder van plekken. We verweven de verhalen met de bestemming, om bezoekers te verleiden om dieper in het land te trekken of terug te komen, nieuwsgierig naar meer.

PROFESSIONALISEREN IN GASTVRIJHEID

Inspireren, bevestigen, verbazen en bedanken! Toerisme is de economie van de gastvrijheid. Gastvrijheid zit in alles én in iedereen: online en offline onthaal, routestructuren en signalisatie, attracties en musea, logies en reca... In elke stap van de bezoekerscyclus bepaalt onze gastvrijheid de bezoekerservaring. Alle toerismemakers dragen hieraan bij. De professionalisering van de gastvrijheid zetten we voorop. Leren en innoveren in gastvrijheid doen we binnen een netwerk van partners.

© David Samyn

Business case: bezoekerseconomie Scheldeland

Van onze uitdagingen maken we onze sterktes. We stellen daarom 5 doelen voorop, die we samen met onze partners willen bereiken.

KRUISBESTUIVING

In de periode 2020-2025 wordt de bezoekerseconomie in Scheldeland verder uitgebouwd door kruisbestuiving tussen de domeinen water, natuur, erfgoed, mobiliteit, cultuur en toerisme. Ondertussen wordt de bestemming gepositioneerd als een dichtbij en centraal gelegen cultuur- en landschapspark-in-ontwikkeling.

Scheldeland = Herbronnen in de natuur met uitzicht op het water, geleid worden door de stroming tot diep in het land, ongehinderd ontdekken van verleden en de toekomst in nieuwe natuur, erfgoed en gastronomie.

ONZE INZET X5

Natuurinnovatie in het rivierenlandschap
We valoriseren natuurinnovatie in het rivierenlandschap als hefboom voor toerisme en spelen dit uit in de positionering.

Nieuwe positionering & branding
We positioneren en rebranden Scheldeland als cultuur-en landschapspark-in-ontwikkeling. De focus ligt op het rivierenlandschap en erfgoed. De inspiratiebron is het DNA.

Een competitieve sector
We versterken de competitiviteit van de toeristische sector en stimuleren het toeristisch ondernemerschap i.s.m. lokale besturen.

Kwaliteitsinjectie
We verhogen de kwaliteit van routenetwerken en realiseren krachtige dwarsverbindingen tussen de rivieren en het erfgoed, de steden en de dorpen.

Erfgoed hotspots
We ontwikkelen en ontsluiten erfgoed als toeristische hotspots: scheepswerven, kastelen, erfgoed in stads- en dorpskernen, steenbakkerijen, ...

© Sigmaplan en Vilda

Strategie 2025

Als we Scheldeland op langere termijn willen zien evolueren naar een modelregio, dan is het alle hens aan dek. De strategie toerisme in Scheldeland 2025 bestaat daarom uit vier stevige bouwstenen. De bouwstenen worden gevoed vanuit de uitdagingen en de vijf doelen uit de business case. Onze ambitie voor 2030 houden we in het vizier. Scheldeland moet uitgroeien tot een aantrekkelijk cultuur- en landschapspark voor bewoners, bezoekers en ondernemers.

bouwsteen 1
Samen toerisme maken

bouwsteen 2
Water als smart grid

bouwsteen 3
Net wel dat ietsje meer!

bouwsteen 4
Kennis & kunde

bouwsteen 1

SAMEN TOERISME MAKEN

De eerste bouwsteen is het fundament. Enkel door krachten te bundelen, kan de huidige natuurinnovatie in het rivierenlandschap een hefboom voor het toerisme zijn. Samen met talrijke partners gaan we voor de realisatie van een aantrekkelijk cultuur- en landschapspark voor bewoners, bezoekers en ondernemers.

1 Toetsingskader ambitie & kwaliteit

Er is geen bestemming in Vlaanderen waar op zo'n grote schaal en met zoveel innovatiekracht riviernatuur ontwikkeld wordt. Voor diverse locaties zijn ontwikkel- en onthaalplannen opgemaakt of in uitvoering. We zetten verder in op de toeristische ontwikkeling en ontsluiting van de Dendervallei, de Scheldevallei, de Rupelvallei, de Durmevallei en van het erfgoed. Er zijn duidelijke spelregels nodig voor de ontwikkeling van recreatie-activiteiten op het water. Het afstemmen van plannen en waken over de kwaliteit zijn nu een belangrijke opgave. Zo kunnen we, samen met lokale, provinciale en Vlaamse partners het duurzame karakter van Scheldeland versterken en bestendigen. De ambitie 2030 is hierbij onze drijfveer.

2 Monitoren uitvoeringsagenda

Een sterke regie op projecten is nodig om de kwaliteit te bewaken en de voortgang te monitoren. We richten een projectbureau op. Het bureau bestaat uit coördinatoren die binnen specifieke clusters werken aan realisaties en waken over de uitvoering vvan de toerisme agenda 2025. Ze delen kennis, geven advies en evalueren de voortgang van projecten.

3 Consortium zonder grenzen

Een gemeenschappelijke visie en de agenda 2025 is de basis en wordt vertaald naar een actief (lokaal) toerismebeleid. Toerisme en recreatie moet duidelijker op de alle beleidsagenda's 2024 staan. Alle steden en gemeenten in Scheldeland en in het bijzonder de inwoners vormen het hart van de bestemming. Inwoners worden meer betrokken bij het toerismebeleid, ze voelen zich verbonden met Scheldeland en dragen dit ook uit.

4 Faciliteren ondernemerschap

De innovatie in riviernatuur is een hefboom voor de toeristische competitiviteit van de regio. Het is een belangrijke stimulans voor het ondernemerschap en geeft de lokale economie de nodige impulsen. We willen het toeristisch ondernemerschap verregaand stimuleren. Dat doen we met een **actieplan versterking toeristisch ondernemerschap** op interprovinciaal niveau. Hierin staat kwaliteitsverbetering van het bestaand aanbod centraal.

KLAAR VOOR ACTIE?

Toolbox routeplanner:

onze toeristische partners kunnen zelf routes ontwikkelen en nieuwe productcombinaties in de markt zetten.

Toolbox bestemmingspromotie:

onze communicatiediensten voor lokale besturen en ondernemers uit de deelnemende gemeenten, krijgen een upgrade. Met een handige toolbox kunnen onze partners hun Scheldeland product zelf in de kijker te zetten.

bouwsteen 2

WATER ALS SMART GRID

Het rivierennetwerk is een raster voor routestructuren dat we verder willen ontwikkelen. We zien dit raster als een drager van verhalen en verbinder van plekken. De tweede bouwsteen omvat de ontwikkeling van hoogwaardige trajecten met slimme dwarsverbindingen naar en tussen erfgoedparels in stad en hinterland.

1 Riverbased routenetwerk

Scheldeland moet vlot bereikbaar zijn via en over het water. Fiets-, wandel en vaarinfrastructuur en goede voorzieningen langs de rivieren zijn essentieel. We zetten in op het verhogen van de kwaliteit, opwaardering van de landschappelijke beleving en op het wegwerken van missing links op de routes. Dat doen we met een stevige routescan. Met pilootrajecten kunnen we met slimme ingrepen – van knoop tot knoop - routes gericht uitbouwen.

Partners en toerismemakers denken en doen mee. We streven naar een all-in beleving en bezoekersservices: picknick's, kaarten online /onsite, online info, signalisatie en gidstochten. Samen met de veermannen- en vrouwen werken we 'veer(hi)stories' uit. Verhalen van vroeger en nu, die deel gaan uitmaken van storyweaving-projecten. Ook willen we routeontwikkeling vanuit de veren faciliteren via integratie van deze attracties in de Toolbox routeplanner. De veren zijn een topattractie die de streekidentiteit vertolken.

2 Ontwikkelen dwarsverbindingen

Vanuit het riviergebaseerde routenetwerk worden erfgoed, natuur- en recreatiedomeinen, dorpen en steden fysiek verbonden met het water. We ontwikkelen dwarsverbindingen met aantrekkingspolen binnenin, aan de rand en buiten de regio. Zo ontstaat een cultuur- en landschapspark met diverse toegangen en doorgangen. Een cultuur- en landschapspark met duurzame toeristisch-recreatieve voorzieningen, die uniform in kwaliteit zijn.

3 Ontsluiten van erfgoed

Scheldeland is rijk aan erfgoed dat telkens een ander verhaal van de streek belicht: scheepswerven, kastelen, belforten en ander erfgoed in stads- en dorpskernen, steenbakkerijen, ...

We zetten in op aantrekkelijke cultuur-historische clusters. Door bijzondere erfgoedplekken ook onderling te verbinden, ontstaat er een verrassende wisselwerking tussen riviernatuur en cultuur:

Nautisch erfgoed
Nog aanwezig scheepsbouwerfgoed langs de Schelde ontsluiten, verbinden en promoten. Het project scheepswerven in beeld krijgt hierbij uitvoering. Binnen deze cluster kan ook het potentieel van ander erfgoed zoals monumentale sluizen verkend worden.

Kastelen en landgoederen
De kastelen in Scheldeland ontsluiten, verbinden en promoten in samenspraak met publieke en private stakeholders. Het project van Steen tot Steen wordt gerealiseerd. De kastelenstudie wordt vertaald naar concrete projecten.

Religieus erfgoed
verkennen van de potenties van het religieus erfgoed in al zijn verscheidenheid (kerken, kunstschatten, begijnhoven en abdijen) en projectontwikkeling met partners.

Industrieel erfgoed
verkennen en ontwikkelen van het toeristisch potentieel van industrieel erfgoed. Denk daarbij aan de opwaardering van steenbakkerijen in de Rupelstreek, de toeristische invulling van voormalige industriesites in steden of gemeenten (bv. Electrabelsite in Schelle) en het onderzoeken van de potenties van spoor- en trambeddingen.

Immaterieel erfgoed
verkenning en ontwikkeling van het toeristisch potentieel van immaterieel erfgoed. We denken daarbij aan volksverhalen, carnaval en feesten, Ros Beiaard, reuzen, ...

Landschappelijk erfgoed en archeologische zones
verkenning en ontwikkeling van het toeristisch potentieel van cultuur-historische landschappen en archeologische sites.

4 Drempelvrij

Iedereen heeft recht op een ontspannende vakantie, maar voor sommigen is dit niet vanzelfsprekend. Door drempels – fysiek, sociocultureel, mentaal of financieel – weg te werken, kunnen we het verschil maken. We zetten daarom in op een drempelvrije bezoekerseconomie:

Toegankelijkheid en veiligheid zijn kwaliteitsvereisten, waar we samen met onze partners aan werken bij de ontwikkeling van routeinfrastructuur en ontsluiting van erfgoedsites.

Via samenwerking met kennisinstellingen en organisaties bieden we onze partners opleidingen en coachings aan. Zo verkrijgen we meer inzicht in drempels en mogelijkheden om drempels weg te werken.

bouwsteen 3

NET WEL DAT IETSJE MEER

We kiezen bewust voor meer én beter. Want onze bestemming heeft een enorm groeipotentieel. Hier leggen we de klemtoon op de opwaardering en realisatie van een onderscheidend aanbod. Dat doen we in combinatie met een straffe doorsteek van beleving naar betekenis en van ontwikkeling naar positionering. Inwoners en bezoekers worden verrast met straffere verhalen, betere diensten en beklijvende ervaringen.

1 Kiezen voor betekenis

De identiteit van Scheldeland en daarbij horende verhaallijnen, zijn de basis voor product- en programma ontwikkeling op het terrein én voor de communicatie. We zetten daarom in op het verweven van krachtige verhalen in ons toeristisch aanbod.

Aan de slag met een DNA stappenplan:

Stap 1
Verkennen van krachtige verhaallijnen. Dit zijn verhalen van plekken maar ook verhalen van mensen en hun passie (bijvoorbeeld voor brouwen, gastronomie, fietsen, wandelen en varen...).

Stap 2
Documenteren, uitwerken en visualiseren van de verhaallijnen in samenwerking met lokale actoren, inwoners en partners.

Stap 3
Een DNA-based rebranding van Scheldeland en uitrol van spraakmakende campagnes. Online en on site komen verhalen tot leven.

Stap 4
Evenementen kunnen het verhaal van onze bestemming op een unieke manier kracht bij zetten. Organisatoren van evenemen ten mogen rekenen op faciliterend beleid en ondersteuning in promotie. De evenementbezoekers? Die 'proeven' van Scheldeland, onze streekproducten en onze gastvrijheid!

© Yannig Van De Wouwer

2 Creëren van ervaringen

Inwoners en bezoekers worden verrast met beklijvende ervaringen.

Natuurinnovatie-gebieden worden voorzien van herkenbare pop-up's (dit kan bv. een verplaatsbaar werfpaviljoen of uitkijktoren zijn) die fungeren als tijdelijke ontmoetingsplekken. Hier wordt info gegeven over water- en natuuruitbreidingswerken.

We nemen een rol op als 'curator van ervaringen' in de volledige bezoekerscyclus:

Via co-creatie initiatieven
Maximaliseren van waterbeleving voor wandelaars en fietsers, via co-creatie met kunstenaars, designers, lokale inwoners en organisaties.

Via bottom-up initiatieven:
Publieke en private actoren ontwikkelen samen recreatieve routes die een deel van het unieke Scheldeland-verhaal vertolken. Dat doen ze met de 'Toolbox routeplanner'.

Spraakmakend Scheldeland:
Bezoekers kunnen proeven van kwaliteitsvolle streekproducten, typische gerechten en dranken, aan elke toog en aan elke tafel. Van volkscafé tot gastronomische topper, we zetten in op een spraakmakende ervaring in nauwe samenwerking met onze partners

3 Creëren van meerwaarde

Met een aantal passende ingrepen kunnen we méér waarde creëren in het cultuur-en landschapspark. De ingrepen zijn in lijn met de draagkracht van het gebied en gebeuren in samenwerking met de toeristische ondernemers.

Een aantrekkelijke toeleiding naar uitzichtplekken en 'afleiding' van gevoelige natuur, helpt bij het bewaken van de draagkracht. Er wordt voorzien in een logische aantakking op routenetwerken en kwalitatieve basisinfrastructuur voor wandelaars en fietsers, zoals herkenbare kleinschalige ingrepen, basisvoorzieningen zoals doorkijken, vlonders, picknick- en rustplekken.

Scheldeland-PULSE* beoogt de versterking van de identiteit of het verhaal van de plek. Dat doen we met duurzame ingrepen in het landschap (landmark/installatie...) op goed gekozen plekken. Iconen die het ervaren van het rivierenlandschap extra kracht bijzetten. De ingrepen voegen een culturele component toe aan het landschapsbeeld. (*werktitel)

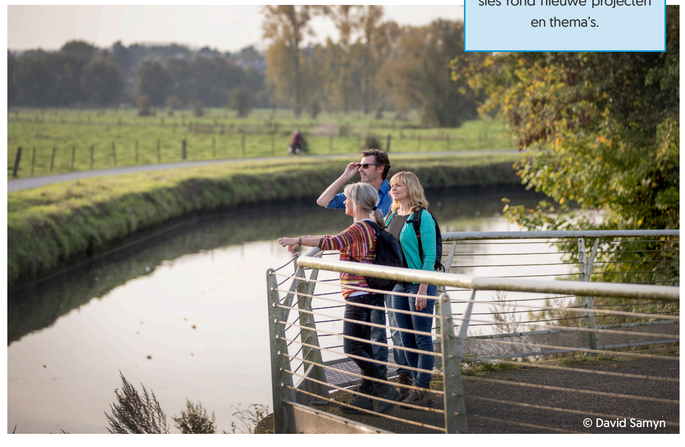
Het ondernemerschap groeit mee: Om het innovatief en creatief ondernemerschap maximaal te stimuleren worden lokale ondernemers betrokken bij de uitrol van een PULSE-project en bijhorende productontwikkeling.

© Lang Schelde

bouwsteen 4

KENNIS EN KUNDE

De uitbouw van een inspirerend en gastvrij Scheldeland vergt samenwerking die gepaard gaat met kennis en kunde. Toerisme is een sector die continu evolueert. Daarom zetten we met de vierde bouwsteen alles in op lerende netwerken, training & kennisdeling en kennis-gebaseerde marketingactiviteiten.


© David Samyn

1 Organisatie van het netwerk

De professionalisering van de gastvrijheid zetten we voorop. Leren en innoveren doen we binnen een netwerk van partners:

Toerisme Scheldeland groeit verder als netwerkorganisatie en werkt jaarlijks een lerend netwerk programma uit.

Een geïntegreerd aanbod van bestaande en nieuwe inhoudelijke modules (workshops, trainingen, incentives) wordt ingezet om de professionalisering van de toeristische sector te bevorderen.

We gaan op zoek naar brand ambassadors met als doel de uitbouw van een community van ambassadeurs uit de streek.

We organiseren inspiratiesessies rond nieuwe projecten en thema's.

2 Opschalen van de kwaliteit van onze diensten

De kwaliteit van onze gezamenlijke diensten versterken dankzij sterke wisselwerkingen binnen het partnernetwerk. Publieke en private toerismemakers treffen elkaar regelmatig in sector- en netwerkomenten:

We organiseren een inspiratietour in Scheldeland. We trekken er samen op uit om te leren van andere toeristische ontwikkelingen elders. Hiermee prikkelen we de innovatiekracht en creativiteit van toeristische ondernemers.

We organiseren trainingsmomenten om premium onthaalservices te ontwikkelen. Daarnaast coachen we onze partners om meer oog te hebben voor alle facetten van onthaal en stimuleren hen om verbeteringen door te voeren waar nodig. We screenen de digitale en fysieke onthaalservices, maar ook ruimere productkennis is belangrijk. Elke partner heeft een informatie- en doorverwijsfunctie. We organiseren mystery visits in infokantoren, musea en attracties. Op basis daarvan worden evaluatiemomenten ingelast.

Horeca-uitbaters zijn belangrijke amabssadeurs van onze regio. Met maatwerk ambassadeurs-programma's leggen we de focus op gastvrijheid, productkennis van de regio, het belang van lokale producten, kennis van lokaal culinair vakmanschap (bier, chocolade, asperges, hopfeesten...).

3 Verwerven van een unieke positie

Een aantrekkelijk cultuur- en landschapspark van formaat krijgt gestaag vorm. Dit grijpen we aan om onze positionering te herzien. We gaan voor een profilering als toekomstgerichte fiets- wandel- en vaarbestemming. Hoe pakken we dat aan?

Nieuwe trends en evoluties? Trendsessies en brainstorms.

Onze reputatie? Media- en stakeholdermonitoring en bezoekersonderzoeken. Analyses delen. Samen inzetten op kwaliteitsverbetering.

De toekomst van Scheldeland? Nieuwe website met een virtuele reis naar de toekomst voor partners en bezoekers. Exposure voor ondernemers en communities die zich inspannen om de ambitie 2030 te realiseren.

Scheldeland onbekend? Vergroten van merkbewustzijn met ons eigen verhaal. Ontwikkelen van DNA-based producten programma's en campagnes.

Gestroomlijnde bestemmingspromotie? Partners aan de slag met een toolbox bestemmingspromotie. Meer visibiliteit voor Scheldeland in onthaalkantoren, openbare plaatsen, logies, reca en musea.

Tamara Corijn (TSL),
Anneleen Tilburgh (TSL), Marilou Dubois (TSL),
Katia Versieck (TOV), Mieke Belmans (TOV), Heleen Notebaert (TOV),
Tim Bottelberghe (TOV), Elisa De Puysseleyr (TOV), Frederik Goossens (TOV),
Boris Dewolf (TOV), Gilles Facon (TPA), Gaston Maes (TPA), Linne Apers (TPA),
Toon Berckmoes (IDEA), Michelle Accardo (IDEA), Stefanie Audenaert (Laarne),
Michel Casteur (Ninove), Menno Claes (Zwijndrecht), Stefaan De Landtsheer (Bornem),
Els De Keyser (Gent), Karin De Mulder (TKBS + TR), Jan De Nul (Denderleeuw), Karen De Nul (Berlare),
Emma Dobbelaere (Wichelen), An Heirbaut (Lebbeke), Geert Mannaert (Buggenhout), Rebekka Koch (Mechelen),
Dieter Mannaert (Dendermonde), Ann-Marie Morel (Puurs-Sint-Amands), Ronny Somers (Willebroek),
Erwin Van Heesvelde (Melle), Bart Waegeman (Aalst), Withofs Jos (Zele), Joke Bungeneers (PA), Marc De Borgher (AOE),
Hans De Schryver (ANB), Sofie De Veirman (EGC Land van Dendermonde), Sabine Denissen (PA), Lieven Deschampelaer (Natuurpunt),
Erik Hennes (TML/TOV), Lambert Schoenmakers (Rivierpark Maasvallei), Stijn Vandeplas (TOV),
Elly Vaes (RLRL), Stef Van Riet (VLM), Tom Wezenbeek (RPSV), Ann Housen (Chillann),
An Heirbaut (Lebbeke), Stefanie Audenaert (Laarne) ,Lieselot Breynaert (Denderleeuw),
Dirk Beck (stokerij Rubbens), Ignace Brys (VVV Donkmeer),
Tijl De Bock (Wetteren), Lieve De Kimpe (Lede), Kristof De Smet (Wichelen),
Palmenaer (botenverhuur Donkmeer), Barbara Dessein (Grote Routepaden),
Pieterjan Buggenhout (EGC Denderland),
Martin De Jaegher (Oost-Vlaamse Scheldelandse gidsen), Lieve De
Minne De Wachter (Hof ten Broeck en Minerva café), Karen Merckx (Catarina M), Guide Moens (Scaldisnet), Bart Ottoy (Haaltert),
Michaël Pector (Merelbeke), Geert Scheurweg ('t Schipken), Tim Pauwels (de Blauwe Koe), Mieke Penninck (Melle),
Ilse Van den Bossche (Erpe-Mere),Lieve Van den Driessche (Haaltert), Rudy Van der Ween (Gent), Pieter Verhulst (Erpe-Mere),
Charlotte Walraevens (B&B De Stuifduinen), Jos Withofs (Zele), Maxim Steeman (VVV Donkmeer), Celle Adriaensen (Plukboerderij Schelle),
Kris Baert (Brouwerij Duvel-Moortgat), François Bouvard (Greenstarline, Christel Carpentier (B&B Het Koekoeksnest),
Liesbeth De Keersmaecker (Puurs-Sint-Amands), Seppe De Batselier (Buggenhout), Hanne Jacobs (Buggenhout),
Heidi van Haudt (Greenstarline), Sabine Denissen (Provincie Antwerpen), Luc De Wachter (Zilverreiger),
Lien Grootvriendt (Visit Aalst), Sandy Osselaer (Visit Aalst), Rebekka Koch (Visit Mechelen), Sandra Lecour (Veervrouw),
Maarten Lobbestael (Stoomtrein Dendermonde-Puurs), Kristina Loriers (Brouwerij Het Anker),
Danny Luyckx (Palingfestival), Leo Maes (Tolerant), Pieter Malengier (Interwaas), Sara Peeters (Rivertours),
Els Michiels (Toerisme Dendermonde), Ronald Rothwell (Grote Routepaden vzw), Kris Rockelé (PA),
Anke Spans (Streekvereniging Zuidrand), Frederik Van Bockland ('t Geleeg), Eline De Smet (EROV),
Patrick Van Dam (De Velodroom), Pieter Vermeire (Gemeente Hamme), Wim L'Ecluse (POV),
Maria Goovaert (Vromishoeve), Anneke Lippens (POV), Bart De Lepeleere (POV),
Johan Van den Mooter (vzw Kempens Landschap), Ankatrien Boulanger (RLRL),
Myrtle Verhaeven (RLRL Strategisch project ORIOM), Maarten Pacquée (PA),
Chris Danckaerts (VWW), Stefaan Nollet (VWW), Peter De Wilde (TVL),
Marleen Evenepoel (ANB), Hatim El Sghiar (ANB),
Mia Lammens (TVL) , Toon Denys (VLM)

SCHELDELAND

Langs Schelde, Dender en Rupel

Betrokkenen

Dit strategisch plan komt voort uit een boeiend interactief traject met publieke en private toerismepartners uit Scheldeland en daarbuiten. Onderzoek werd gecombineerd met toekomstverkennende sessies. Onze partners en experten hebben mee het antwoord geformuleerd op de vraag “hoe zie jij de toekomst van het toerisme in Scheldeland?”.

HOE ZAG HET TRAJECT RICHTING DIT PLAN ERUIT?

In een eerste fase hebben we de staat van het toerisme in Scheldeland onder de loep genomen: de vraag en het aanbod, de vele projecten en initiatieven, trends en evoluties. Via een online bevraging peilden we naar ieders goesting en mening. De input van 218 respondenten vormde de basis voor toekomstscenario’s voor het toerisme in Scheldeland. Hierop werkten we verder in diverse toerismesessies. Ruim 330 actoren, partners en stakeholders die meebouwen aan het toerisme in Scheldeland, werden aldus betrokken.

Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Provincie Antwerpen namen het initiatief om een nieuwe strategie voor het toerisme in Scheldeland te ontwikkelen. Voor de begeleiding van het traject richting een nieuwe strategie werd samengewerkt met IDEA Consult.

SCHELDELAND Langs Schelde, Dender en Rupel

Toerisme provincie Oost-Vlaanderen

Provincie Antwerpen