



strategisch plan toerisme in Scheldeland

Ontwerpproject - 28/11/2019

Deze studie werd uitgevoerd door:

Michelle Accardo
Toon Berckmoes

Jozef II-straat 40 B1
1000 Brussel

T: +32 2 282 17 10
info@ideaconsult.be

www.ideaconsult.be

IDEA 
CONSULT *thinking ahead*

member of
IDEAGROUP

Inhoudsopgave

Inleidend	3
Leeswijzer	4
DEEL 1 Profielschets Scheldeland	5
1 / Situering in ruimte & tijd	6
2 / Factsheet Scheldeland	8
DEEL 2 Strategisch kompas	10
1 / Vier uitdagingen voor Scheldeland	12
Uitdaging 1: Zoeken naar evenwicht	12
Uitdaging 2: Krachten bundelen	12
Uitdaging 3: vertrekken vanuit het DNA	12
Uitdaging 4: Professionaliseren in gastvrijheid	12
2 / Business case bezoekerseconomie in Scheldeland	13
Onze waardepropositie	13
Onze bezoekers	13
Onze inzet x5	13
3 / Strategie 2025	15
#1 Samen toerisme maken	16
#2 Water als smart grid	18
#3 Net wel dat ietsje meer!	20
#4 Kennis & kunde	22
Betrokkenen	24
Toelichting	25



Inleidend

Dit strategisch plan komt voort uit een boeiend interactief traject met publieke en private toerismepartners uit Scheldeland en daarbuiten. In het traject werd onderzoek gecombineerd met toekomstverkennde sessies. Onze partners en experts 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. Op basis hiervan hebben we toekomstscenario's voor het toerisme in Scheldeland uitgewerkt in diverse toerismesessies. Tal van actoren, partners en stakeholders die meebouwen aan het toerisme in Scheldeland, werden zo betrokken. Na opeenvolgende sessies, begon de opmaak van het strategisch plan. De verzamelde ideeën en ambities hebben we gekneed tot een strategie voor de toekomst. Experts van Vlaanderen de provincie Antwerpen en Oost-Vlaanderen werden nauw betrokken. Een belangrijke laatste stap was de consultatie van beleidsmakers. Het plan dat over meerdere jaren uitgerold zal worden, is breed getoetst en afgestemd. Het is een plan van en voor onze toeristische sector.

De strategie die uit dit traject voortkomt getuigt van een visie op de toekomst die verder gaat dan toerisme en beleving. Het is een kijk op de toekomst die vertrekt vanuit bezoekers en betekenis. De bezoekerseconomie waar toerismemakers in Scheldeland samen naar toe willen, is er één die haar betekenis ontleent aan het rivierenlandschap dat zo kenmerkend is voor Scheldeland.

"Bezoekers dat zijn niet enkel de toeristen die van ver weg komen. Bezoekers zijn alle mensen die vertoeven in Scheldeland of ze er nu wonen of werken, vakantieviëren 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."

Opmaak: hier een landschapsbeeld of collage van beelden die het bijzondere karakter van het landschap illustreren

Leeswijzer

DEEL 1

Het eerste deel schetst het profiel van bestemming Scheldeland vandaag. De bestemming wordt bondig gesitueerd in ruimte en in tijd. Vervolgens worden een aantal kerncijfers gegeven. Dit is de basis – de situatie nu - van waaruit we vertrekken.

DEEL 2

Het tweede deel is opgevat als een strategisch kompas. Er wordt eerst ingezoomd op onze ambitie 2030. Die gaat voorbij het tijdsbestek van dit strategisch plan. Het is een punt op de horizon waar we in een bondgenootschap met tal van actoren naar toe streven. De ambitie 2030 vertolkt hoe partners de toekomst van Scheldeland als bestemming zien.

De belangrijkste uitdagingen voor het toerisme in Scheldeland worden vervolgens uiteengezet. Uitdagingen die we samen met onze partners in toerisme in beeld hebben gebracht. Uitdagingen die we samen met hen willen aangaan. We stellen een businesscase toerisme in Scheldeland voor, met vijf concrete doelen. Dat is onze leidraad voor 2025. De uitdagingen en vijf doelen uit de businesscase worden vervolgens verweven in de strategie 2020-2025.

De strategie 2025 rust op vier stevige bouwstenen die telkens worden verrijkt met actielijnen.

DEEL 3

Het derde deel is een opvolgingsinstrument. In een overzichtelijke tabel worden de actielijnen per bouwsteen verder gedetailleerd, gekoppeld aan partners, gesitueerd in ruimte en tijd. Met deze monitor kunnen we onze inspanningen evalueren. We zetten in op een continu en flexibel strategieproces 2020-2025, dat bijgestuurd en verrijkt kan worden op basis van interne en externe gegevens en opportuniteiten.

Scheldeland dat zijn WJ

Het toerisme in Scheldeland is het werk van vele partners. Die partners zijn tal van publieke en private actoren of organisaties die actief zijn op lokaal, regionaal, provinciaal en Vlaams niveau. Dit is een plan voor iedereen die werkt aan het toerisme in Scheldeland. Een plan om samen te realiseren. Samen werken wij aan de toekomst van het toerisme in Scheldeland.

Toerisme Oost-Vlaanderen vzw 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.





DEEL 1 Profielschets Scheldeland



1/ Situering in ruimte & tijd

Scheldeland, een groenblauw central park

De Durme, de Rupel en de Dender vormen samen met de Schelde een uitgestrekt rivierennetwerk. Deze rivieren, met hun 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.

Kaart 1 Scheldeland geografisch: alle rivieren met nametag + waterpartijen (meren, meersen, wielen en moeren) in blauw, grenzen Scheldeland in contrastkleur, steden met nametag (dit is de onderlegger voor alle volgende kaarten)

Scheldeland is met zijn vele rivieren een 'waterregio'. Het rivierennetwerk met haar 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 met hun zijrivieren en bijhorende natuur, zijn evenwaardige elementen van het kernproduct.

Kaart 2 Scheldeland groen-blauw park: alle rivieren Schelde? Durme, Rupel + Nete, Dijle, Zenne + waterpartijen in blauw, grenzen Scheldeland in contrastkleur, natuurgebieden in groen met nametag

Leven in Scheldeland

Het leven van mensen uit de streek is sterk verbonden met het water. Die verbondenheid wordt duidelijk in het landschap.

In de loop van de geschiedenis heeft de stroom van de rivieren het landschap grotendeels bepaald. 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 haar zijrivieren. Ook mensen bepalen het landschapsbeeld. De steden en dorpen langs deze rivieren getuigen van een rijke cultuur-historie. De belforten en abdijen, kastelen en hoven, monumentale sluisen en bruggen, ze herbergen schatten aan verhalen over het leven in deze regio doorheen de tijd.

Op hoger gelegen zones worden reeds in de prehistorie de eerste kampen geslagen. Op strategische locaties worden kastelen en forten opgetrokken. Door overstromingen en nieuwe kronkels in de rivieren verdwijnen dorpen en worden elders nieuwe gesticht. Dijken worden aangelegd en verstevigd. Rivieren worden kunstmatig rechtgetrokken of omgeleid. Een systeem van kanalen en sluisen krijgt vorm. Het water is een bron van voedsel, en zorgt voor vruchtbare grond. Landbouw en nijverheid komen hier tot bloei. Het water functioneert al sinds de Romeinen en Vikingen als belangrijke handelsweg. Aanlegsteigers, havens en veren zorgen tot op heden voor bedrijvigheid in het rivierenlandschap. De lokale keuken en de folklore, ambachten en kunsten, gedijen op een geschiedenis die grotendeels bepaald wordt door het ritme van het water. Meer dan ooit wonen en recreëren mensen dichtbij het water. Daar duiken talloze verhalen op: over de overstromingen, scheepswerven, over vissers, steenbakkers, brouwers en veermannen, over die van de overkant... Het rivierennetwerk is de drager en verbinder van oude en nieuwe verhalen.

Kaart 3 Scheldeland relatie mens-water historisch-cultureel: aanduiding van erfgoed (beschermde stads- en dorpsgezichten, UNESCO erfgoed (belforten, + begijnhoven), kastelen, forten, scheepswerven, industrieel erfgoed, abdijen en monumenten).

Kaart 4 Scheldeland relatie mens-water technisch-infrastructureel: aanduiding van kanalen, dijken, sluisen +oudsas Bornem, aanlegsteigers, havens en veren.

Het rivierenlandschap is een transformerend landschap

Bij extreme weersomstandigheden kunnen de Schelde en haar zijrivieren gevaarlijk hoge waterstanden bereiken en overstromen. Om Vlaanderen beter te beschermen tegen die 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 overstromingsgebieden kunnen op een gecontroleerde manier overtollig rivierwater opvangen. De rivieren krijgen nu ruimte om te stromen én te overstromen. Door ruimte te gunnen aan de Schelde en haar zijrivieren wordt tegelijkertijd gewerkt aan een betere waterkwaliteit, meer biodiversiteit en dus een gezondere leefomgeving. Het plan heeft naast waterveiligheid en ontwikkeling van riviernatuur ook oog voor recreatie en lokale economie.

De volledige realisatie van het Sigmaplan loopt tot 2030. Om de vijf jaar starten nieuwe projecten. Een groot deel van de projecten zijn in uitvoering, andere projecten zijn in voorbereiding. Die projecten hebben een grote impact op het toekomstbeeld van het rivierenlandschap.

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 blijft dus ook evolueren in tijd.

Kaart 5 Scheldeland relatie mens-water SIGMA 2: aanduiding sigmaprojectgebieden (zie vb. kaart sigma – maar in onze huisstijl omzetten) en ook ORBP gebieden Dender

Briefing lay-out: voorbeeld kaart SIGMA <https://www.sigmaplan.be/nl/projecten/>

Eenheid in veelzijdigheid & een glansrol voor het water

De identiteit van Scheldeland wordt bepaald door de rivieren samen met de bijhorende natuur, de cultuur en het erfgoed. Het water is het verbindend element, de gemeenschappelijke deler. Het water tekent het landschap. De beleving van en langs het water kleurt de identiteit van Scheldeland.

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.

In al haar veelzijdigheid is Scheldeland een bestemming waarin het water een glansrol speelt.

Kaart 6 Scheldeland identiteit: kaart 1+ kaart 2 (blauw/ groen) + routenetwerken fietsen, wandelen, varen + veren (in contrastkleuren)

Legende bij kaart:

1100km fietsroutenetwerk

277km bevaarbaar waternetwerk

725km wandelnetwerk

12 veren die wandelaars en fietsers van oever naar oever brengen



1100km fietsroutenetwerk



277km waternetwerk + 12 veren



725km wandelnetwerk



DEEL 2 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.



op de horizon



1/ Vier uitdagingen voor Scheldeland

In Scheldeland is er groeipotentieel. Meer bezoekers, die vaker komen en langer blijven, dat kan hier prima. Maar groei is niet onze eerste drijfveer. Het is het gevolg van onze gezamenlijke inspanningen. De filosofie van onze strategie? Wat vandaag een uitdaging is, is in de toekomst een kracht! Vier uitdagingen die we samen met onze partners aanpakken:



Uitdaging 1: Zoeken naar evenwicht

Wat betekenen trends van vandaag voor de toekomst? Toerisme wordt wereldwijd, ook in eigen land, één van de belangrijkste industrieën. Het aantal bezoekers van dichtbij én van (héél) ver weg blijft groeien. De druk op onze planeet wordt groter. De behoefte aan vakantie en vrije tijd blijft. Daarbij horen unieke ervaringen. De behoefte aan groen en gezonde lucht neemt toe. Toerisme blijft de sector waar mensen, al dan niet met een diploma op zak, aan de slag kunnen. Het aantal jobs in toerisme blijft stijgen. Met een duurzame toerisme strategie spelen we in op deze ontwikkelingen. Voor onze partners is een duurzaam toerisme één van de belangrijkste uitdagingen voor de regio. Dat vergt een gezamenlijk en consequent streven naar een evenwicht tussen mens, planeet en welvaart. Zowel de provincies als de gemeenten hebben eigen verantwoordelijkheden op het gebied van duurzame recreatie en toerisme. Niet enkel toeristen maar ook de toekomstige generaties, bezoekers en bewoners spelen mee.

Uitdaging 2: Krachten bundelen

Provinciale toeristische organisaties faciliteren en stimuleren de sector zoveel mogelijk. Dat blijven we ook doen. Maar we zijn één van de partners in de vrijetijdsketen. Een toeristische regio ontwikkelen vergt een transversaal beleid vanuit verschillende sectoren (mobiliteit, marketing, economie, cultuur, erfgoed, natuur, ruimte en water) en vanuit alle beleidsniveaus (Vlaamse, provinciale en lokale overheid). Op diverse plaatsen, vanuit diverse sectoren en op verschillende snelheden, wordt er aan de bestemming gewerkt. Een bundeling van krachten is noodzakelijk om bestemming Scheldeland op een hoger niveau te tillen. Er moet intensief samengewerkt worden. We voelen de noodzaak van een gemeenschappelijke visie en agenda. Een win-win filosofie voor de versterking van het kernproduct. We doen daarom beroep op de innovatiekracht en creativiteit van organisaties en partners in Scheldeland én daarbuiten. We bundelen onze krachten.

Uitdaging 3: vertrekken vanuit het DNA

Elk deel van Scheldeland heeft zijn eigen, soms nog verborgen, kenmerken. Die getuigen van een stormachtig verleden, van zin voor onafhankelijkheid, van vakmanschap en gevoel voor schoonheid. Plekken hebben een eigen ziel, een specifiek DNA. Dat willen we naar boven brengen en uitwerken in verhalen. En dat doen we samen met bewoners en partners. Het rivierennetwerk zien we als een sterke drager van diverse verhalen, maar ook als een verbinder van plekken. Het DNA vormt de basis bij de ontwikkeling en ontsluiting van de bestemming. Het DNA inspireert bij vermarkting en productontwikkeling. 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.

Uitdaging 4: 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.

2/ Business case bezoekerseconomie in Scheldeland

De businesscase omvat vijf doelen die we samen met onze partners willen bereiken. Die doelen zijn onze leidraad voor 2025. Met een concrete invulling van de waarde van onze bestemming en met oog voor onze bezoekers, willen we van onze uitdagingen onze sterktes maken. Zo creëren we *meer waarde* voor onze partners en onze bezoekers.

Onze waardepropositie

Het rivierennetwerk met haar typerende natuur, dat is het kernproduct van Scheldeland. En daarmee gaan we verder aan de slag. In de periode 2020-2025 wordt de bezoekerseconomie in Scheldeland verder uitgebouwd en gestoeld op win-win cross-overs 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 bezoekers

Onze bezoekers stellen hoge eisen, zijn kritisch en verwachten kwaliteit. Ze zijn op zoek naar rust en nieuwe energie. Ze zoeken – vanuit hun passie – naar inspiratie en willen verrast worden. Of ze nu van dichtbij of van verder weg komen, in Scheldeland trekt het water aan en komt men thuis in elk dorp, in elke stad. Onze bezoekers ontdekken het *waar en waarom daar* van tal van projecten. Ze worden nieuwsgierig gemaakt naar nog volgende transformaties. Onze bezoekers groeien uit tot mede-eigenaars en ambassadeurs van Scheldeland.

Vandaag zijn onze bezoekers vooral koppels zonder kinderen of groepen, die er samen op uit trekken. In de toekomst willen we ook een drempelvrij en familievriendelijk aanbod ontwikkelen. Een bestemming met zoveel zuurstof en water, erfgoed en groen, is een bestemming om te delen.

Onze inzet x5

Natuurinnovatie in het rivierenlandschap

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



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, ...

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



3/ 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.

Per bouwsteen worden telkens andere aspecten van de ontwikkeling en positionering van Scheldeland uitgewerkt. We houden rekening met initiatieven die vandaag in uitvoering zijn. En we nemen nieuwe initiatieven. Samen met onze partners geven we de komende jaren uitvoering aan een goed gevulde agenda. Samen leiden we de realisatie van een centraal gelegen en aantrekkelijk cultuur- en landschapspark in goede banen.

Bouwsteen 1: Samen toerisme maken

De eerste bouwsteen legt een stevige basis en 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 wordt, met deze eerste steen, de basis gelegd voor de realisatie van een centraal gelegen cultuur- en landschapspark.

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.

Bouwsteen 3: Net wel dat ietsje meer!

We kiezen bewust voor meer én beter. Want onze bestemming heeft groeipotentieel. Met deze bouwsteen leggen we de klemtoon op de opwaardering en realisatie van een onderscheidend aanbod. En 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.

Bouwsteen 4: Kennis & 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.

#1 Samen toerisme maken

De eerste bouwsteen legt een stevige basis en 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 wordt, met deze eerste steen, de basis gelegd voor de realisatie van een aantrekkelijk cultuur- en landschapspark voor bewoners, bezoekers en ondernemers.

Actielijn [1] toetsingskader ambitie & kwaliteit

Scheldeland is volop in transitie. Er is geen bestemming in Vlaanderen waar op zo'n grote schaal en met zoveel innovatiekracht riviernatuur ontwikkeld wordt. Om die ontwikkeling als hefboom voor toerisme te valoriseren, is een gemeenschappelijke visie en uitvoeringsagenda noodzakelijk. Voor specifieke locaties zijn ontwikkel- en onthaalplannen opgemaakt of in uitvoering. We willen waken over het evenwicht tussen en de samenhang van projecten. Het stroomlijnen van beleidsvisies en projecten die een impact hebben op het kernproduct, helpt om het duurzame karakter te bestendigen, om keuzes te maken en om middelen efficiënt in te zetten.

De innovaties in het rivierennetwerk inspireren om sterkere en nieuwe verbindingen te realiseren, zowel op terrein als in samenwerking. We zetten in op:

- » Een gemeenschappelijke visie voor het toeristisch kernproduct i.o.m. transversale actoren op Vlaams niveau, waarbij de ambitie 2030 fungeert als drijfveer.
- » We zetten in op een dynamische (geografische) invulling van bestemming Scheldeland – op basis van de kenmerken van het rivierenlandschap en samenwerking met onze fijne burens.
- » Een gedeeld ownership op alle beleidsniveaus & binnen alle sectoren m.b.t. de toeristische ontwikkeling van Scheldeland.
- » Het stroomlijnen van ontwikkelvisies voor plaats-gebaseerde projecten, in het bijzonder de toeristische ontwikkeling en ontsluiting van de Dendervallei, de Scheldevallei, de Rupelvallei, de Durmevallei, en het erfgoed.
- » Duidelijke spelregels voor recreatie-activiteiten op het water. Wat mag wel of niet, op welke locatie? Wat zijn de voorwaarden voor de ontwikkeling van aanbod bv. kajakverhuur, pleziervaart, installaties op het water...

Beeld - illustratie van Scheldeland in transitie: bewerking van kaart Scheldeland met pop-up's die projectlocaties visualiseren + namtag per locatie (zie inventaris in groeirapport p. 23 actoren evt. ook benoemen)

Actielijn [2] consortium zonder grenzen

Toerisme krijgt een centralere rol op de beleidsagenda's van Vlaamse, provinciale en lokale besturen. Een gemeenschappelijke visie en de agenda 2025 is de basis en wordt vertaald naar een actief (lokaal) toerismebeleid. Zo kunnen we onze ambities omzetten naar realisaties op het terrein. Alle steden en gemeenten in Scheldeland en in het bijzonder de inwoners vormen het hart van de bestemming.

We streven daarom naar:

- » Een hernieuwd interprovinciaal bondgenootschap via een samenwerkingsovereenkomst gestoeld op de ambitie 2030.
- » Een brede Vlaamse alliantie dat zijn schouders zet onder de ambitie 2030 en de strategie 2025 valideert. De uitvoering van het projectmanagement wordt gedelegeerd naar een samengesteld projectbureau. *(zie actielijn 3: monitoren uitvoeringsagenda)*
- » De gemeenten die samen Scheldeland vormen, onderschrijven de ambitie 2030 en strategie 2025. Er is meer focus op toerisme en recreatie in de gemeentelijke beleidsagenda's 2024.
- » Burgerbetrokkenheid bij de ontwikkeling van de bestemming. De verbondenheid en betrokkenheid van inwoners willen we maximaal stimuleren.

Actielijn [3] monitoren uitvoeringsagenda

Op alle beleidsniveaus wordt er intensief samengewerkt, over de grenzen van sectoren heen, om Scheldeland als bestemming duurzaam te ontwikkelen.

Een sterke regie op projecten is nodig om de kwaliteit te bewaken en de voortgang te monitoren. Om de inspanningen ter ontwikkeling van het kernproduct goed te organiseren, is het cruciaal om te voorzien in een (samengesteld) projectbureau dat instaat voor dedicated projectmanagement en monitoring. Het projectbureau wordt georganiseerd binnen het kader van de samenwerking TOV en TPA. Het projectbureau wordt gevormd door projectcoördinatoren, die reeds binnen specifieke clusters werken aan realisaties en de regiocoördinator Scheldeland, die hierin een trekkende rol opneemt. De uitvoering van de toerisme agenda 2025 wordt door het projectbureau bewaakt via continue monitoring en evaluatie.

Het projectbureau staat in voor:

- » Kwaliteitsborging i.o.m. actoren op transversaal niveau.
- » Vorbereiden van evaluaties en adviseren rond bijstellingen.
- » Rapporteren aan stuurgroepen en adviseren van werkgroepen binnen specifieke projecten.

Actielijn [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. Het rivierennetwerk verbindt lokale besturen en toeristische partners. We willen het toeristisch ondernemerschap stimuleren. Daarom ontwikkelen we:

- » Een 'actieplan versterking toeristisch ondernemerschap' op interprovinciaal niveau. In dit actieplan staat kwaliteitsverbetering van het bestaand aanbod centraal, o.a. via innovatieve businessmodellen en ontwikkeling van nieuwe product-markt-combinaties in co-creatie met partners. Onderdeel van dit actieplan is een 'Toolbox routeplanner' waarmee publieke en private partners in co-creatie routes kunnen ontwikkelen en nieuwe productcombinaties in de markt kunnen zetten.
- » We ontwikkelen een 'partnershipmodel voor bestemmingspromotie'. In dit partnershipmodel worden communicatiediensten uitgewerkt voor lokale besturen en ondernemers uit de deelnemende gemeenten. Onderdeel van deze diensten is een 'Toolbox bestemmingspromotie' waarmee publieke en private partners zelf aan de slag kunnen gaan om hun product gelinkt aan Scheldeland zelf in de kijker kunnen zetten.



#2 Water als smart grid

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.

Actielijn [1] riverbased routenetwerk

Het rivierennetwerk wordt uitgebouwd tot de drager van verhalen en verbinder van plekken. Daarvoor moeten we de kwaliteit van fiets-, wandel en vaarinfrastructuur langs de rivieren opschalen. Ook is het nodig om missing links op de routestructuren weg te werken. Scheldeland moet vlot bereikbaar zijn bereikbaar *via en over* het water. Uitgebouwde structuren zijn de basis voor (nieuwe) projecten/producten.

- » Routes in het rivierenlandschap willen we bestendigen als blijvende waarde:
 - Een geïntegreerde visie van fiets- en wandelnetwerken wordt ontwikkeld om de kwaliteit en missing links in infrastructuur en voorzieningen langs de rivieren in kaart te brengen. Op basis van deze visie kunnen we de uitbouw van infrastructuur en voorzieningen plannen en trajecten prioriteren i.s.m. de bevoegde diensten.
 - Binnen deze visie worden ook de landschappelijke kwaliteiten geïnventariseerd. Welke plekken spreken voor zich, waar kan een kunst- of culturele interventie voor toegevoegde waarde zorgen en betekenis geven aan het landschap? Zo gaan we locaties aanduiden die een extra impuls kunnen gebruiken en dragen. (*zie bouwsteen 3, actielijn 4 – Scheldeland-PULSE*)
 - Dit leidt tot een wensbeeld voor de fiets- en wandelinfrastructuur op lange termijn. Een visie die door de relevante partners worden onderschreven. Deze ambities voor het routenetwerk worden gemeengoed via online projectcommunicatie (website).
- » Vanuit de geïntegreerde visie initiëren we 'pilots fiets- en wandeltrajecten'. Deze pilootprojecten zijn gericht op de uitvoering van kwaliteitsupgrades in infrastructuur en voorzieningen van knoop tot knoop. Meerdaagse fiets- en wandelvakanties worden zo gestimuleerd.
- » De veren zijn een topattractie. Ze vertolken de streekidentiteit en voegen een beleving toe aan het kernproduct. We willen de veren bestendigen en uitbouwen als attractieve trekpleisters op het routenetwerk vanuit hun historische en actuele betekenis:
 - Samen met de veermannen- en vrouwen werken we 'veer(hi)stories' uit. Verhalen van vroeger en nu, die deel gaan uitmaken van storyweaving-projecten (*zie bouwsteen 3, actielijn 1*).
 - Ook willen we routeontwikkeling vanuit de veren faciliteren via integratie van deze attracties in de Toolbox routeplanner.
- » Met de actie mobiliteit-in-transitie brengen we het verbeteren van de bereikbaarheid van onze bestemming via en over het water onder de aandacht. De veerdiensten en rederijen zorgen voor de bereikbaarheid en de ervaring van de bestemming van op het water. In de uitrol van waterbus- of taxidiensten en bij het ontwikkelen van aanlegplekken zijn we nauw betrokken.

Beeld - illustratie (abstract) routegrid met met pop-up's van veerlocaties, vroegere veerhuisjes, oplichtend traject van knoop tot knoop (langs het water!) dat reeds in ontwikkeling is, watertaxi tag in steden

Actielijn [2] ontwikkelen dwarsverbindingen

Vanuit het riviergebaseerde routenetwerk kunnen we het erfgoed, natuur- en recreatiedomeinen, de dorpen en de steden connecteren aan het water. We streven naar krachtige dwarsverbindingen die onze bestemming verknoot 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.

Beeld - illustratie dwarsverbinding op (abstract) routegrid met met pop-up's van erfgoedlocaties, en naar dorp of stad een oplichtende dwarsverbinding.

Actielijn [3] ontsluiten van erfgoed

De ontwikkeling en ontsluiting van erfgoedsites als toeristische hotspots voegt een belangrijke dimensie toe aan het kernproduct. 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, ...

Door bijzondere erfgoedplekken ook onderling te verbinden in cultuur-historische clusters, 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 sluisen 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 haar verscheidenheid (kerken, kunstschaten, begijnhoven en abdijen) en ontwikkelen van projecten samen 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 industriesties 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.

Beeld - illustratie erfgoedclusters op (abstract) routegrid met met pop-up's van erfgoedlocaties in beeld (per cluster eenzelfde kleur/symbool)

Actielijn [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.

#3 Net wel dat ietsje meer!

Bouwsteen 3: Net wel dat ietsje meer!

We kiezen bewust voor meer én beter. Want onze bestemming heeft een enorm groeipotentieel. Met deze bouwsteen leggen we de klemtoon op de opwaardering en realisatie van een onderscheidend aanbod. En 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.

Actielijn [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.

De identiteit van Scheldeland wordt bepaald door de rivieren samen met de bijhorende natuur, de cultuur en het erfgoed. Het water is het verbindend element, de gemeenschappelijke deler. Het water tekent het landschap. Dat landschap evolueert dankzij innovatie in riviernatuur. Op termijn ontvouwt Scheldeland zich als een aantrekkelijk cultuur- en landschapspark. We kiezen voor betekenis bij de ontwikkeling en positionering van dit park-inwording, door vanuit het DNA te vertrekken. We zetten in op het verweven van krachtige verhalen in ons toeristisch aanbod via:

- » Verkennen van krachtige verhaallijnen en dit vervlechten met de ambitie 2030 en de initiatieven die genomen worden om die ambitie in te realiseren. Dit zijn verhalen van plekken maar ook verhalen van mensen en hun passie (bijvoorbeeld voor brouwen, gastronomie, fietsen, wandelen en varen...). Dit is ook het koepelverhaal van Scheldeland 2030 en de weg ernaartoe.
- » Documenteren, uitwerken en visualiseren van de verhaallijnen, om ze te kunnen verweven in productontwikkeling en communicatie. Dit gebeurt in co-creatie met lokale actoren, inwoners en partners.
- » Het verhalenportefolio is de basis voor een rebranding van Scheldeland, en wordt doorgetrokken in alle communicatiekanalen en campagnes. Online en on site worden de verhalen beleefbaar en gedeeld.
- » Evenementen die bijdragen aan de uitstraling en het verhaal van de bestemming en die mensen met elkaar verbinden, kunnen in Scheldeland rekenen op faciliterend beleid en ondersteuning in promotie. We willen dat evenementbezoekers 'proeven' van Scheldeland: onze streekproducten en onze gastvrijheid.

Illustratie storyweaving proces

Actielijn [2] creëren van ervaringen

In Scheldeland kunnen bewoners en bezoekers 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. Inwoners en bezoekers worden verrast met beklijvende ervaringen.

- » Bewoners en bezoekers reizen naar het cultuur-en landschapspark van de toekomst. Natuurinnovatiegebieden 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. Hier kunnen ook suggesties verzameld worden. Er worden begeleidde gidstochten in/rond de ontwikkelsite georganiseerd.
- » We willen relevante en onderscheidende ervaringen bieden. Daarom nemen we 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 en designers en lokale inwoners en organisaties. We sturen op gedrag

van bezoekers via slimme ingrepen op goedgekozen locaties. Dit kan middels installaties of interventies op het water (wandelen op water, water-art), de uitbouw van een netwerk van watergebonden en/of watergeïnspireerde elementen, culturele evenementen die vanuit de betekenis van het water vertrekken.

- 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'. De nadruk ligt op het verbinden van interessante plekken en horeca en op het verbinden van water met het hinterland. We evalueren en valideren de voorstellen van product-markt-partner-combinaties.
- Spraakmakend Scheldeland: Bezoekers kunnen proeven van kwaliteitsvolle streekproducten, typische gerechten en dranken, aan elke toeg en aan elke tafel. Van volkscafé tot gastronomische topper, we zetten in op een spraakmakende ervaring in nauwe samenwerking met Horeca, EROV, RURANT en streekproducenten.

Actielijn [3] creëren van meerwaarde

De ontwikkelingen in Scheldeland bieden kansen om het unieke karakter van Scheldeland te versterken en uit te spelen. Met een aantal passende ingrepen kunnen we méér waarde creëren in het cultuur-en landschapspark. De ingrepen moeten in lijn zijn met de draagkracht van het gebied en gebeuren in samenwerking met de toeristische ondernemers.

- » Het rivierenlandschap en in het bijzonder nieuwe natuurontwikkelingen en overstromingsgebieden kunnen uitgeknipt ontsloten worden. Een aantrekkelijke toeleiding naar uitzichtplekken en 'afleiding' van gevoelige natuur, helpt bij het bewaken van de draagkracht. Er dient te worden voorzien in een logische aantakking op routenetwerken en kwalitatieve basisinfrastructuur voor wandelaars en fietsers. Daarbij kan worden voorzien in 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. Ook kunnen ze via open oproepen rond concrete projecten samenwerken met andere toerismemakers bijvoorbeeld rond programmeren van erfgoed, initiëren van unieke logies op unieke plekken, toetsen van duurzame businessmodellen voor logies...

Beeld - illustratie meerwaarde bv. infographic PULSE + infographic logies-in-transitie'

#4 Kennis & kunde

Bouwsteen 4: Kennis & 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.

Actielijn [1] organisatie van het netwerk

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. Volgende initiatieven liggen daarbij aan de basis:

- » Toerisme Scheldeland groeit verder als netwerkorganisatie en werkt jaarlijks een lerend netwerk programma uit. Kennis en expertise bij de provinciale toeristische organisaties stroomt door naar de toerismepartners. Toerisme Scheldeland fungeert als aanspreekpunt voor de sector en organiseert ontmoetingen binnen het lerend netwerk. *(zie ook actielijn 2+3)*
- » Een geïntegreerd aanbod van bestaande en nieuwe inhoudelijke modules (workshops, trainingen, incentives) wordt ingezet om de professionalisering van de toeristische sector te bevorderen. Daartoe wordt een scan van het bestaand aanbod uitgevoerd en een complementair aanbod ontwikkeld. In samenwerking met relevante partners worden leermodules uitgewerkt. Daarbij worden verschillende inhoudelijke accenten gelegd. *(zie ook: Bouwsteen 1, Actielijn 4: actieplan versterken toeristisch ondernemerschap)*
- » We gaan op zoek naar brand-ambassadeurs met als doel de uitbouw van een community van ambassadeurs uit de streek. *(zie bouwsteen 3, actielijn 1).*
- » De uitbouw van een gidsencommunity krijgt voortgang. We werven en selecteren nieuwe gidsen en organiseren een opleiding op maat i.s.m. partners. We organiseren inspiratiesessies rond nieuwe projecten en thema's.

Beeld - illustratie netwerkorganisatie – met aanduiding van initiatieven (skills + ambassadeurs + gidsen)

Actielijn [2] opschalen van de kwaliteit van onze diensten

Onze partners maken deel uit van een lerend netwerk. Op het programma staan trainingen, coachings en inspiratie. Maar ook onze partners bepalen mee wat de inhoud en focus moet zijn van netwerkmomenten. Dit netwerk is een netwerk vol wisselwerking. Het opschalen van de kwaliteit van onze gezamenlijke diensten doen we via:

- » Organisatie van sector- en netwerkmomenten voor publieke en private toerismemakers: hier bieden we een inhoudelijk programma, gestroomlijnde sectorcommunicatie en inspiratie. We stimuleren synergiën binnen het netwerk en faciliteren bottom-up initiatieven. We stimuleren de groei van (startende) ondernemers via dit netwerk en binnen dit netwerk. *(zie ook: Bouwsteen 1, Actielijn 4: actieplan versterken toeristisch ondernemerschap)*
- » Organisatie van inspiratietours en benchmarks in Scheldeland, maar ook daarbuiten: We organiseren ontdektrips binnen de regio zodat onze partners mee zijn met de laatste ontwikkelingen. We organiseren studiereizen en benchmarkvisits, ook buiten de regio. Met deze activiteiten willen we de innovatiekracht en creativiteit van toeristische ondernemers prikkelen. Dit met als doel het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten. *(zie ook: Bouwsteen 1, Actielijn 4: actieplan versterken toeristisch ondernemerschap)*
- » Premium onthaalservices: 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 de ruimere productkennis is belangrijk. Elke partner heeft een informatie- en doorverwijsfunctie binnen een cluster. We organiseren mystery visits in infokantoren, musea en attracties. Op basis van de rapporten worden evaluatiemomenten ingelast.

- » Premium horeca Scheldeland: uitbaters zijn belangrijke ambassadeurs van onze regio. We voorzien daarom maatwerk ambassadeurs-programma's voor groepen ondernemers en leggen we de focus op gastvrijheid, productkennis van de regio, het belang van lokale producten, kennis van lokaal culinair vakmanschap (bier, chocolade, asperges, hopkeesten...). Uitbaters worden betrokken bij storyweaving-projecten (zie *Bouwsteen 3, Actielijn 1*). We organiseren mystery visits en bespreken de resultaten met de uitbaters. (zie ook: *Bouwsteen 1, Actielijn 4: actieplan versterken toeristisch ondernemerschap*)

Actielijn [3] verwerven van een unieke positie

Scheldeland is een toeristische bestemming die volop evolueert. Publieke en private toerismemakers leveren grote inspanningen om het toerisme te ontwikkelen. De vermarkting van Scheldeland als toeristische bestemming leverde campagnes met impact én meer bezoekers. Het aantal dagtoeristen en verblijfstoeristen blijft stijgen.

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 toekomstgericht park-in-ontwikkeling, waar fietsers, wandelaars en vaarders erop uit kunnen trekken. Samen met onze partners kunnen we een straffere positie innemen en uitspelen. Dat pakken we zo aan:

- » We volgen macrotrends en evoluties en organiseren trendsessies en brainstorms voor de sector. Zo kunnen we samen met toerismemakers inspelen op relevante ontwikkelingen.
- » We houden onze reputatie in de gaten via continue media- en stakeholdermonitoring en bezoekersonderzoeken. We ontwikkelen een analyse- en rapporteringstool, waaruit we gegevens kunnen onttrekken om te delen met onze partners. We betrekken hen actief bij kwaliteitsverbetering.
- » Scheldeland now+future: Met een nieuwe website nemen we bezoekers en geïnteresseerden mee op een virtuele reis naar de toekomst. We prikkelen om vandaag de bestemming te ontdekken en gaan een lange termijn relatie aan met onze bezoekers, die mee eigenaar worden van het Scheldeland verhaal. We bieden exposure aan ondernemers en communities die zich inspannen om de ambitie 2030 te realiseren. (zie ook: *Bouwsteen 1, Actielijn 4*)
- » Brand awareness: Scheldeland is nog vrij onbekend. We willen blijven inzetten op het vergroten van merkbewustzijn. En dat doen we als groen-blauwe regio met ons eigen verhaal. Ons koepelverhaal is de unieke transitie van onze bestemming, de verhaallijnen daarbinnen zijn dna-based. We bepalen de verhaallijnen op basis van het DNA van plekken. We verweven deze verhalen in ons product- en programma aanbod én in onze campagnes. Daarbij gaan we het aanbod matchen met specifieke interesses, passies en motivaties van doelgroepen. Zo worden betekenisvolle product-markt-combinaties bepaald. Waar nodig gaan we ook op het gebied van bestemmingspromotie een synergie aan met onze fijne burens (cf. factsheet Scheldeland).
- » Gestroomlijnde bestemmingspromotie: We stimuleren het gebruik van de toolbox bestemmingspromotie onder partners. Zij kunnen Scheldeland meer visibiliteit geven in onthaalkantoren, openbare plaatsen, logies, reca en musea. (zie ook: *Bouwsteen 1, Actielijn 4*)

Beeld - illustratie van de tekst in vorm van infographic



Betrokkenen



Toelichting

Dit strategisch plan komt voort uit een boeiend interactief traject met publieke en private toerismepartners uit Scheldeland en daarbuiten. In het traject werd onderzoek gecombineerd met toekomstverkennde sessies. Onze partners en experts 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 toerisemesessies. Ruim 330 actoren, partners en stakeholders die meebouwen aan het toerisme in Scheldeland, werden aldus betrokken.

Na opeenvolgende sessies, begon de opmaak van het strategisch plan. De verzamelde ideeën en ambities hebben we gekneed tot een strategie voor de toekomst. Experts van de provincie Antwerpen en Oost-Vlaanderen werden nauw betrokken. Een belangrijke laatste stap was de consultatie van beleidsmakers. Het plan dat over meerdere jaren uitgerold zal worden, is breed getoetst en afgestemd. Het is een plan van en voor onze toeristische sector.

Kerngroep+ (Buggenhout 22/02/2019 en 06/09/2019 Antwerpen)

- » Tamara Corijn (TSL)
- » Marilou Dubois (TSL) (06/09/2019)
- » Anneleen Tilburgh (TSL)
- » Katia Versieck (TOV)
- » Mieke Belmans (TOV)
- » Heleen Notbaertr (TOV)
- » Tim Bottelberghe (TOV)
- » Elisa De Puyseleyn (TOV)
- » Frederik Goossens (TOV)
- » Boris Dewolf (TOV)
- » Gilles Facon (TPA)
- » Gaston Maes (TPA)
- » Linne Apers (TPA)
- » Toon Berckmoes (IDEA Consult)
- » Michelle Accardo (IDEA Consult)

Strategische sessie beleidsmakers (Berlare, 27/05/2019)

- » Stefanie Audenaert (Laarne)
- » Michel Casteur (Ninove)
- » Menno Claes (Zwijndrecht)



- » Els De Keyser (Gent)
- » Stefaan De Landtsheer (Bornem)
- » 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)
- » An-Sofie Morel (Puurs-Sint-Amands)
- » Daisy Poriau (Merelbeke)
- » Somers Ronny (Willebroek)
- » Erwin Van Heesvelde (Melle)
- » Bart Waegeman (Aalst)
- » Withofs Jos (Zele)
- » Boris Dewolf (TOV)
- » Gilles Facon (TPA)
- » Gaston Maes (TPA)
- » Linne Apers (TPA)
- » Marilou Dubois (TSL)
- » Tamara Corijn (TSL)
- » Anneleen Tilburgh (TSL)
- » Michelle Accardo (IDEA Consult)

Expertensessie (Berlare 13/06/2019)

- » Joke Bungeneers (Provincie Antwerpen)
- » Marc De Borgher (Agentschap Onroerend)
- » Elisa De Puyssseleyr (TOV)
- » Hans De Schryver (ANB)
- » Sofie De Veirman (EGC Land van Dendermonde)
- » Sabine Denissen (Provincie Antwerpen)
- » Lieven Deschampelaer (Natuurpunt)
- » Erik Hennes (Reizen naar morgen)
- » Stefaan Nollet (Vlaamse Waterweg)



- » Heleen Notebaert (TOV)
- » Lambert Schoenmakers (Rivierpark Maasvallei)
- » Elly Vaes (RLRL)
- » Stijn Vandeplas (TOV)
- » Stef Van Riet (VLM)
- » Tom Wezenbeek (RLSD/RPSV)
- » Gaston Maes (TPA)
- » Gilles Facon (TPA),
- » Linne Apers (TPA)
- » Anneleen Tilburgh (TSL)
- » Marilou Dubois (TSL)
- » Michelle Accardo (IDEA Consult)

Toerismemakerssessie 1 (Aalst 17/06/2019)

- » An Heirbaut (Lebbeke)
- » Gaston Maes (TPA)
- » Tamara Corijn (TSL)
- » Boris Dewolf (TOV)
- » Marilou Dubois (TSL)
- » Ann Housen (Chillann)
- » An Heirbaut (Lebbeke)
- » Stefanie Audenaert (Laarne)
- » Lieselot Breynaert (Denderleeuw)
- » Dirk Beck (stokerij Rubbens)
- » Ignace Brys (VVV Donkmeer)
- » Pieterjan Buggenhout (EGC Denderland)
- » Tijl De Bock (Wetteren)
- » Lieve De Kimpe (Lede)
- » Martin De Jaegher (Oost-Vlaamse Scheldelandse gidsen)
- » Lieve De Palmenaer (botenverhuur Donkmeer)
- » Karen De Nul (Berlare)
- » Kristof De Smet (Wichelen)
- » Minne De Wachter (Hof ten Broeck en Minerva café)
- » Barbara Desein (Grote Routepaden)
- » 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)
- » Michelle Accardo (IDEA Consult)

Toerismemakerssessie 2 (Boom 21/06/2019)

- » Kris Baert (Brouwerij Duvel-Moortgat)
- » François Bouvard (Greenstarline)
- » Heidi van Haudt (Greenstarline)
- » Christel Carpentier (B&B Het Koekoeksnest)
- » Seppe De Batselier (Gemeente Buggenhout)
- » Hanne Jacobs (Gemeente Buggenhout)
- » Liesbeth De Keersmaecker (Gemeente Puurs-Sint-Amands)
- » Sabine Denissen (Provincie Antwerpen)
- » Karin De Mulder (TRS en TKBS)
- » 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 Lories (Brouwerij Het Anker)
- » Danny Luyckx (Palingfestival)
- » Leo Maes (Tolerant)
- » Pieter Malengier (Interwaas)



- » Els Michiels (Toerisme Dendermonde)
- » Sara Peeters (Rivertours)
- » Ronald Rothwell (Grote Routepaden vzw)
- » Anke Spans (Streekvereniging Zuidrand)
- » Frederik Van Bockland ('t Geleeg)
- » Patrick Van Dam (De Velodroom)
- » Pieter Vermeire (Gemeente Hamme)
- » Maria Goovaert (Vromishoeve)
- » Gaston Maes (TPA)
- » Gilles Facon (TPA)
- » Linne Apers (TPA)
- » Boris Dewolf (TOV)
- » Marilou Dubois (TSL)
- » Anneleen Tilburgh (TSL)
- » Michelle Accardo (IDEA Consult)

Strategische consultatie provincies (Aalst 21/10/2019)

- » Kris Rockelé (provincie Antwerpen)
- » Anneke Lippens (provincie Oost-Vlaanderen)
- » Wim L'Ecluse (provincie Oost-Vlaanderen)
- » Bart De Leppeleere (provincie Oost-Vlaanderen)
- » Eline De Smet (EROV)
- » Tom Wezenbeek (RLSD/RPSV)
- » Ankatrien Boulanger (RLRL)
- » Myrtle Verhaeven (RLRL/ Strategisch project ORIOM)
- » Maarten Pacque (provincie Antwerpen)
- » Johan Vandenmooter (Kempens landschap)
- » Gaston Maes (TPA)
- » Gilles Facon (TPA)
- » Boris Dewolf (TOV)
- » Marilou Dubois (TSL)
- » Michelle Accardo (IDEA Consult)

Strategische consultatie Vlaamse Overheid (Brussel 17/12/2019)

- » Chris Danckaerts (Vlaamse Waterweg)
- » Stefaan Nollet (Vlaamse Waterweg)
- » Gilles Facon (Toerisme Provincie Antwerpen)
- » Katia Versieck (Toerisme Oost-Vlaanderen)



- » Marilou Dubois (Toerisme Scheldeland)
- » Marleen Evenepoel (Agentschap voor Natuur en Bos)
- » Hatim El Sghiar (Agentschap voor Natuur en Bos)
- » Peter De Wilde (Toerisme Vlaanderen)
- » Mia Lammes (Toerisme Vlaanderen)
- » Toon Denys (Vlaamse Landmaatschappij)
- » Michelle Accardo (IDEA Consult)



IDEA Consult

Jozef II-straat 40 B1

1000 Brussel

België

Contact

T: +32 (0)476 77 30 38

E: Michelle.accardo@ideaconsult.be