
NOTA AAN DE ALGEMENE VERGADERING

Vergadering: 2020-12-08

Agendapunt: Korte terugblik 'TOV in actie 2020'

Vooraleer we vooruitkijken naar wat 2021 met zich meebrengt, blikken we kort terug op wat Toerisme Oost-Vlaanderen (TOV) in 2020 al realiseerde. Het was/is een bijzonder jaar met een eerder korte periode 'vóór Corona' en een periode 'tijdens -helaas niet na- Corona'.

Tot maart 2020: 'Vóór de Coronacrisis'

Het jaar begon zoals andere jaren. Na de kerst- en nieuwjaarsstop startten we aan de uitrol van de plannen voor de verdere ontwikkeling en promotie van toerisme en recreatie in onze provincie. De eerste 2 maanden, dus nog 'vóór de Coronacrisis' konden we nog met een aantal mooie initiatieven uitpakken, voornamelijk gericht op ondersteuning van de toeristische ondernemers in Oost-Vlaanderen.

Eind januari eindigde het opleidingstraject van 17 ondernemers (waaronder B&B's, recazaken maar ook een microbrouwerij en een bootverhuurder) uit Berlare, Laarne, Merelbeke, Sint-Amandsberg en Wetteren. Ze ontvingen hun erkenning als **'toeristisch ambassadeur Scheldeland'** en kunnen voortaan aan hun deur een schildje hangen van 'infopunt Scheldeland'. Gelijkaardige vormingstrajecten gingen eerder ook voor andere regio's door en kaderen in het beleid van TOV om infokantoren en ondernemers te ondersteunen in het bieden van professioneel en gastvrij onthaal aan toeristen.

Ook voor Gentse ondernemers was een vormingstraject opgestart. 2020 moest, met het Van Eyckjaar, een jaar vol hoogtepunten worden voor Gent met een unieke tentoonstelling en tal van evenementen. Vele duizenden bezoekers werden verwacht en om die op een gepaste manier te ontvangen, had TOV voor de Gentse horeca-uitbaters een onthaal- en ambassadeurstraject uitgewerkt, samen met Toerisme Gent. 45 ondernemers ontvingen op 3 februari in het MSK de erkenning als **'Van Eyck Infopunt'**.

TOV gaf ook een gratis **fiets- en wandelkaart** in het thema Van Eyck uit die ruim werd verspreid.

Slechts enkele weken voor de eerste lockdown, op 29 februari, ging nog de **jaarlijkse infodag voor groepsuitstappen** door. De infodag was te gast in Oudenaarde. 110 standhouders prezen er hun groepsactiviteiten en groepsverblijven aan aan bijna 750 bezoekers (verenigingen, scholen, peer groups, ...). Dit initiatief specifiek gericht op de promotie van het groepsaanbod in Oost-Vlaanderen werd opnieuw goed gesmaakt met hoge tevredenheidscijfers. Met een 10-tal prospectietochten werden de mogelijkheden van de groepsuitstappen in de regio heel tastbaar gemaakt.

Vanaf maart 2020: 'Coronacrisis'

Jammer genoeg werden dezelfde ondernemers die we ondersteunen en stimuleren vanaf maart bijzonder zwaar getroffen. We gingen naar strenge Coronamaatregelen en een lockdown. Vele ondernemers (logies, attractiepunten, musea, bezoekerscentra, ...) moesten de deuren sluiten of zagen hun activiteiten stilvallen.

TOV besliste verschillende geplande **events af te gelasten of uit te stellen** waaronder een breed netwerkmoment voor Oost-Vlaamse MICE-aanbieders en het slotmoment van het Plattelandsproject 'toerismeboeren', het project rond belevingsvolle en innovatieve vormen van logeren bij de boer. In allerijl werd alles logistiek in gereed gebracht om het **personeel** (m.u.v. de technische medewerkers) van thuis uit te laten werken.

Daarnaast **heroriënteerde TOV deels haar activiteiten**, in het besef dat we een rol konden en moesten spelen in het helpen beheersen van de crisis, in het ondersteunen van de toeristische sector tijdens de Coronacrisis en in het herlanceren van toerisme en de toeristische sector na de (eerste) lockdown. **Acties werden aangepast** (ander format; bijv. draaiboek 'starten met belevingsvol hoevetoerisme in project Toerismeboeren), **soms versneld of vertraagd en nieuwe acties werden opgestart**.

Samen met Toerisme Vlaanderen, de 5 Vlaamse provincies, Logeren in Vlaanderen en de Vlaamse kunststeden startte TOV een grootschalige informatie- en promotiecampagne '**Vlaanderen Vakantieland**' op met het oog op het herstel van het vertrouwen van het consument en op het herstel van het binnenlands verblijfstoerisme na de heropstart op 8 juni. Met de campagne (€ 1.700.000 budget) werd/wordt vakantie in eigen land op de radar gezet en gepromoot. Alle gereguleerde logiesuitbatingen werden uitgenodigd en begeleid om tot eind van het jaar gratis te adverteren op de website van Logeren in Vlaanderen. Meer dan 330 Oost-Vlaamse logies stapten zo mee in de acties. De Coronarealiteit en -regels werden en worden op de voet gevolgd wat betekent dat over de maanden heen de campagne meerdere keren werd bijgestuurd.

Een andere belangrijke actie dit jaar was de lancering van het **nieuwe fiets- en wandelmerk 'Routen'**, gevolgd door de lancering van de nieuwe **consumentenwebsite Routen.be** met primaire insteek fietsen en wandelen. De lancering was voorzien in het voorjaar maar werd uitgesteld naar juni om optimaal in te spelen op de heropening van logies en heropstart van het toerisme tegen de zomer.

Ondertussen was duidelijk geworden dat door de Coronacrisis zowel het fietsen en meer nog het wandelen sterk aan populariteit had gewonnen. Eerst vooral in eigen buurt maar later ook iets verder van huis. Bestellingen van fiets- en wandelbrochures en van de ondertussen verschenen regionale inspiratiegidsen (bijv. nieuw Vakantieboek Scheldeland) via de webshop bleven binnenkomen en werden opgevolgd. Uit de **fiets- en wandeltellingen** in de Vlaamse Ardennen en de Leiestreek bleek dat er in het voorjaar en later in de zomer **opvallend meer recreatief werd gefietst en gewandeld in eigen land**. De wandeltellers in de

Zwalmvallei bijv. gaven in juni een verdubbeling en in juli zelfs een verdrievoudiging van het aantal tellingen aan in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar.

Samen met de Routen.be website, gingen **ook 4 nieuwe regionale bestemmingswebsites** online: die van Meetjesland, Scheldeland, Waasland en de Vlaamse Ardennen. Voor de Vlaamse Ardennen ging dit gepaard met de voorstelling van een nieuwe visuele identiteit. De nieuwe websites zijn **onderling aanvullend en versterken elkaar**.

Zo kunnen we de toeristische troeven en de ondernemers effectiever en gericht promoten, met de interesses van de doelgroep voor ogen. Tegelijk houden we rekening met de strategie van Google, die streng is voor dubbele inhoud op het web. We kozen voor een **inspirationale** aanpak met veel content maar ook veel mogelijkheden (vernieuwde en aparte webshop voor consumenten en partners, vernieuwde routeplanners, ...). We kozen voor 'levende' websites, met veel inspiratie en informatie die voortdurend aangevuld en aangepast zal worden.

Zowel voor fietsen/wandelen als voor elk van de regio's volgden **promotiecampagnes** met nadruk op online en sociale media die doorleidden naar de nieuwe websites die dan ook volop werden verkend.

De eerste **resultaten van het gebruik van onze nieuwe websites** zijn trouwens zeer positief. Tussen juni-november 2020 stellen we een verdubbeling van het aantal sessies en een verdriedubbeling van het aantal bekeken pagina's vast. 95% van de bezoekers is tevreden over de websites. Logiespagina's en routes zijn de populairste pagina's en er is meer verkeer vanuit onze websites naar websites van aanbieders. Routen.be was goed voor 1.005.000 bezoeken op 6 maand en voor 3,3 miljoen paginaweergaven.

Naast de recreatieve websites, lanceerde TOV ook voor het zakentoeerisme in Oost-Vlaanderen een **nieuw merk met logo en een vernieuwde en verbeterde website**. Meeting- en eventplanners kunnen voortaan via de locatiewizard **Lowiz** en www.lowiz.org op zoek gaan naar inspiratie en naar MICE-accommodaties in Gent en Oost-Vlaanderen. Dit najaar, met extra budgetten die we daarvoor vrijmaakten, loopt nog een promotiecampagne in samenwerking met Toerisme Gent met o.a. LinkedIn acties die het MICE-aanbod in de kijker zet en de bekendheid van de nieuwe website moet verhogen.

In het najaar verscheen dan ook nog het nieuwe **fiets- en wandel magazine**, ook in volledig nieuw Routen-concept. Het magazine verschijnt vanaf nu één keer per jaar, maar is veel dikker en biedt nog meer inspiratie voor zowel dagjestoeristen als overnachters. Het Routen magazine werd gedrukt op 85.000 exemplaren en valt bij 74.000 abonnees in Vlaanderen en Nederland in de bus. Sinds de lancering van de website Routen.be meldden een tweeduizendtal nieuwe abonnees zich aan.

Natuurlijk deed TOV ook heel wat om de zwaar getroffen toeristische sector rechtstreeks te ondersteunen. Uit een steekproefsgewijze bevraging bleek dat de sector aan TOV vooral meer van hetzelfde vroeg: informeren, inspireren, adviseren/begeleiden en promoten. De

gekende communicatiekanalen (**partnerwebsite en partnernieuwsbrief**) werden intensief ingezet bijv. om te informeren over Coronaregels en -ondersteuningsmaatregelen maar ook ter inspiratie. Zo zette TOV ondernemers creatief in lockdowntijden in de kijker.

Daarnaast organiseerde TOV vele **webinars** (bijv. 'hoe klantgericht omgaan met annulaties' of 'veilig en coronaproof heropstarten') voor verschillende doelgroepen (brede sector of specifiek gericht op bijv. gidsenorganisaties, logies of MICE-ondernemers).

Op de (online) **inspiratiedag** van enkele dagen geleden nog, lichtte Bram Elewaut, onze expert online marketing, aan de sector de werking van onze nieuwe websites toe en hoe bijv. Routen.be en onze inspanningen rond fietsen & wandelen zoals de nieuwe routeplanners en -app, door ondernemers kan worden gebruikt om hun bedrijfsvoering te versterken.

Net voor de herfstvakantie lanceerden we verder **2 nieuwe wandelnetwerken in het Waasland** (Moervaartvallei en Grenspark Groot Saeftinghe), samen goed voor 420 kilometer aan bewegwijzerde wandelpaden. Ook een nieuwe wandelgids 'Wandelen in het Waasland' kwam op de markt, alles in de nieuwe Routen stijl. De wandelnetwerken blijken een enorm succes. De eerste druk van de kaarten én de belevingsgids (elk 2.000 ex.) bleek al heel snel uitgeput en moest herdrukt worden. 80% van de oorspronkelijke oplage was al verkocht voor de netwerken aan de pers en het publiek werden voorgesteld.

Ook het **wandelnetwerk Landschapspark Bulskampveld** werd, in samenwerking met o.a. Westtoer, uitgebreid en opgeladen met een expeditie op domein Menas te Aalter. De 'Expedities' zijn korte en avontuurlijke wandelroutes met belevings- en spelelementen voor gezinnen met jonge kinderen die in deze Coronatijden bijzonder populair zijn.

Vanaf het najaar kunnen wielerveders van de meer dan 50 nieuwe '**Flandrien Challenge' fietssegmenten** op hellingen en kasseistroken in de Vlaamse Ardennen en Heuvelland uittesten. Deze realisatie in het kader van het Homeland of Cycling project verhoogt de beleving van het wielervedersgoed in de Vlaamse Ardennen en sloot dan weer mooi aan op de aangepaste timing van het wielervedersseizoen en de Ronde van Vlaanderen 2020.

Uiteraard besteden we ook constant aandacht aan bestaande fiets- en wandelproducten. In de loop van 2020 werden de **fietsenwetten van Waasland en meetjesland verbeterd** en de fietsnetwerkkarten herdrukt. Waar nodig werden trajecten gewijzigd en nieuwe borden geplaatst.

Dit was een kort en onvolledig overzicht van wat TOV in 2020 realiseerde. Op de Algemene vergadering van juni 2021, wanneer we het jaar 2020 definitief afsluiten, geven we een meer volledige kijk op wat TOV in 2020 heeft gedaan om het toerisme en recreatie in Oost-Vlaanderen verder uit te bouwen en in de kijker te zetten.

Het TOV-team

8/12/2020