
NOTA AAN ALGEMENE VERGADERING

Vergadering: 2021-12-08

Agendapunt: Korte terugblik 'TOV in actie 2021'

2021 was opnieuw een jaar dat sterk in het teken stond van de Coronacrisis. Het was een jaar met veel ups en down, met hoopvolle periodes maar ook met sombere periodes en veel onzekerheid. De toeristische sector had het hard te verduren maar bereidde zich ook voor op de toekomst. De medewerkers van TOV leverden vele inspanningen om vragen van de sector op te vangen, ze van informatie te voorzien, ze te ondersteunen in hun werking en het toerisme en recreatie in onze provincie volop te promoten. De druk was vaak groot en er moest soms snel geschakeld worden. Opnieuw moesten hals over kop geplande fysieke activiteiten worden afgelast of omgegooid. Zo bijv. de jaarlijkse inspiratiedag die zou doorgaan op 29/11. Ondanks de crisis die nog steeds voortduurt, kunnen we toch een aantal mooie acties en resultaten voorleggen.

Dat de Coronacrisis het toerisme en vooral het fietsen en wandelen in eigen land ook een boost heeft gegeven, was al geweten. TOV investeerde daarom ook in 2021 verder in haar **fiets- en wandelproduct**.

TOV zette in op extra beleving en comfort op de wandelnetwerken in de Vlaamse Ardennen. Op het Bosgat in Schorisse (Maarkedal) werd een nieuw, rolstoeltoegankelijk, uitkijkplatform gebouwd. Ernaast werd een rustpunt ingericht met picknicktafel, ideaal om uit te rusten tijdens een wandeling op de 850 km tellende, bewegwijzerde wandelnetwerken in de Vlaamse Ardennen. In september werd ook in Brakel (3 Scheppes) een rustpunt ingehuldigd met een kunstwerk onder de vorm van een 7 meter hoge stalen libelle en met zitbanken. Om de wandelnetwerken én de rustpunten in de kijker te zetten, stippelde TOV wandelroutes uit die gratis worden aangeboden op de fiets- en wandelwebsite routen.be, iets wat TOV trouwens doet met vele, vaak thematische, suggestieroutes op de fiets- en wandelnetwerken.

Net voor de paasvakantie lanceerde TOV een nieuwe wandelgids 'Wandelen in Oost-Vlaamse bossen' en in de zomer kwam dan weer de vernieuwde fietsgids 'Fietsen in de Dendervallei' uit. Met hun meerdere routes en heel wat praktische en toeristische info zijn de fiets- en wandelgidsen ideaal zowel voor dagtrips als voor meerdaagse vakanties.

2021 was ook het jaar waarin alle Oost-Vlaamse fietsknooppuntennetwerken werden herwerkt. De netwerken worden continu onderhouden maar om de vier jaar grondig onder de loep genomen. Fietsnetwerkkarten kregen een update maar ook de trajecten worden waar nodig verbeterd. Het Gentse fietsknooppuntennetwerk en de aansluitingen met de omliggende regio's werden gevoelig uitgebreid om Gent beter te verbinden met de regio's. Op de fietsrouteplanner op de routen website en op de app Vlaanderen-fietsland.be was te allen tijde een overzicht van de werken op het terrein te zien. De nieuwe fietsnetwerkkarten (1 per regio en Gent) werden uitgegeven met verbeterd kaartmateriaal en in de nieuwe routen stijl. Van de 6 kaarten en de fietsnetwerkbox samen werden ruim 36.000 exemplaren gedrukt waarvan er eind november al 40% verkocht was.

Tegen de zomer stelden de 5 Vlaamse provinciale toeristische organisaties (PTO's) en Toerisme Vlaanderen samen een nieuw netwerk van iconroutes voor. Hiermee wordt een nieuw fietsaanbod gecreëerd waarmee de provincies en Vlaanderen zich op de kaart willen zetten als een internationale topbestemming voor fietsvakanties. De Schelderoute, een 180 kilometer lange fietsroute doorkruist 4 van de 5 Oost-Vlaamse regio's en Gent en ook de kunststedenroute en de Vlaamse Heuvelsroute

doen Oost-Vlaanderen aan. Met de realisatie kwam het project 'Fietsen in Vlaanderen 2020-2025' op gang. Er is alvast een portaalwebsite en overzichtskaart gemaakt. Andere acties om het nieuwe fietsaanbod in de markt te zetten zijn in voorbereiding.

In maart, net voor de start van Vlaanderens Mooiste, kreeg de brochure van de Ronde van Vlaanderen fietsroutes een update. De kaart met 3 bewegwijzerde fietsroutes voor de sportieve fietser en de Ronde van Vlaanderen liefhebber is beschikbaar in het Nederlands en het Engels. De uitgave kaderde in het project Homeland of Cycling dat het erfgoed en het landschap van de Ronde van Vlaanderen in de Vlaamse Ardennen in de kijker zet. De brochure speelt in op de Flandrien Challenges die eind vorig jaar werden gelanceerd.

In het voorjaar startten we een nieuw project op rond 'Toegankelijk routen in Oost-Vlaanderen'. Een selectie van fiets-, wandel- en autoroutes worden nog toegankelijker en kwaliteitsvoller gemaakt voor mensen met een mobiele beperking. Doelgroeporganisaties en toeristische aanbieders worden betrokken om een volwaardig aanbod te creëren. De Rap-op-Stap kantoren, laagdrempelige reisbureaus voor mensen met een beperkt budget, worden aangespoord om hun werking uit te breiden naar mensen met een fysieke beperking en het aanbod te promoten.

Op gebied van **marketing en communicatie** bouwden we verder aan de weg die in 2020 werd ingeslagen. TOV focust zich enerzijds op promotie van de bestemmingen (de regio's) en anderzijds op de promotie van fietsen en wandelen via het merk 'Routen'.

In het voorjaar viel de 2^{de} editie van 'Routen', het gratis fiets- en wandelmagazine, in de bus bij 65.000 abonnees in Vlaanderen en Nederland. Het magazine biedt inspiratie en tips voor een vakantie of uitstap in Oost-Vlaanderen, telkens rond een bepaald thema en met suggesties voor fiets- en wandelroutes. Routen wordt gedrukt op 80.000 exemplaren en wordt o.a. ook verdeeld via de Oost-Vlaamse diensten voor toerisme en de webshop. Ook partners kunnen een voorraadje aanvragen om mee te geven aan hun klanten.

Een jaar na de lancering van de 6 nieuwe websites (Routen, 4 regio's en Lowiz) in juni 2020, volgde een evaluatie. De websites kenden op zijn zachtst gezegd een succesvolle start en legden deze zomer al heel mooie resultaten voor. Begin juni 2021 telden we al 3.248.000 bezoeken op al deze websites samen, een stijging van maar liefst 87%. De stijging doet zich voor bij alle regio'sites en Lowiz.org maar is het meest opvallend bij de routen website (+133%). Het aantal downloads en doorclicks bij routen.be was nog opvallender (+402%). Halverwege het jaar waren er al 560.000 routes gedownload en bijna 57.000 bestellingen in de webshop. 97% van de gebruikers was tevreden over de websites. Toch keken we ook waar nog verbeteringen mogelijk waren. Zo werd de weergave van de routes aangepast om meer downloads te genereren en de visibiliteit van de sector te verbeteren.

Niet alleen de Routen-website doet het goed, ook de Routen consumentennieuwsbrief blijft iedere maand meer abonnees aantrekken. De laatste nieuwsbrief kwam bij meer dan 104.000 lezers in de mailbox terecht. De openingsrate van rond de 50% toont aan dat de artikels aanslaan bij onze doelgroep en leveren heel wat clicks op naar onze website en die van onze partners. Nieuw is het gebruik van video's met fiets- en wandeltips die doorlinken naar de website en naar het youtubekanaal en extra inspirerend zijn.

De 2^{de} editie van het routen magazine was de aanleiding voor een online lezersonderzoek door ons **kenniscentrum**. Uit het profiel van de respondenten blijkt een voorzichtige verjonging van het abonneebestand, wat ook het doel was. Het Routen magazine wordt zeer goed gesmaakt: 28% van wie het boekje ontving zegt het tot in detail te lezen, 58% hier en daar een artikel. 97% van de lezers beoordeelde het magazine goed tot zeer goed. Het magazine blijkt ook effectief aan te sporen om Oost-Vlaanderen te bezoeken. Van wie het Routen magazine heeft doorbladerd, zegt 85% dat ze minstens 1 fiets- of wandelroute uit het magazine hebben ondernomen. Op basis van de antwoorden

schatte de kenniscel in dat 99.000 tochten werden ondernomen op basis van de trajecten achterin het boekje, door de abonnees tot begin november 2021.

Ook op **interprovinciaal niveau** werden de promotie-inspanningen verdergezet om de toeristische sector door de Coronacrisis te loodsen. Extra middelen werden vrijgemaakt om de relancecampagnes onder de merknaam 'Vlaanderen vakantieland' verder te zetten. Logeren in Vlaanderen fungeerde als draaischijf. Het hele jaar door werden toeristen en recreanten warm gemaakt voor een trip in Vlaanderen. Ook op de Waalse markt is Vlaanderen Vakantieland ondertussen goed ingeburgerd als 'Destination Flandre'.

Ook specifiek ten voordele van de kampeersector werden de handen in elkaar geslagen. Gedurende 3 jaar zal Logeren in Vlaanderen in samenwerking met de PTO's en kampeerorganisaties het kamperen in Vlaanderen extra in de kijker zetten. De PTO's leveren hiervoor een extra financiële bijdrage die in verhouding staat tot wat de kampeersector in de campagne inbrengt.

Om het herstel van de **sector** van logies en attracties te ondersteunen, riep de Vlaamse Regering begin maart het Vlaamse Stimulusprogramma in het leven. Wie op Vlaams niveau niet geselecteerd werd, kreeg een extra kans in het aanvullende Oost-Vlaamse Stimulusluik. TOV kende een budget van meer dan € 218.000 toe aan 13 Oost-Vlaamse hotels, B&B's en vakantiewoningen, verspreid over de hele provincie. De steun is deels een toelage en deels een renteloze lening en werd toegekend aan ondernemers die investeringen planden in (minstens) het ecologisch verduurzamen van hun uitbating. TOV trok experts en consultants aan om de Oost-Vlaamse ondernemers te adviseren bij de opmaak van hun dossier. Het heeft er zeker mee voor gezorgd dat er voor Oost-Vlaanderen waardevolle dossiers werden ingediend.

TOV investeerde in 2021 verder ook in opleidingstrajecten. Toeristische ondernemers en MICE-aanbieders die hun sociale media skills wilden versterken konden instappen in een opleidingsprogramma met professionele trainers en met zowel sessies voor beginners als vervolgtrajecten voor gevorderden. We telden meer dan 300 deelnemers die zowel online als fysiek de sessies bijwoonden.

De infodag groepsuitstappen ging in 2021 noodgedwongen door in een alternatieve vorm en in het najaar. Er waren 20 ontdekkingstochten, verspreid over de provincie en in de tijd. De tochten waren een succes, met 228 deelnemers en hoge tevredenheid. 92% van de deelnemers is door de infodag overtuigd om een groepsuitstap op te nemen in hun planning. Voor de online beurs was er jammer genoeg te weinig interesse.

Bezoekers gastvrij ontvangen en de regio mee promoten was de inzet van de ambassadeurstrajecten voor ondernemers en partners uit Scheldeland en Vlaamse Ardennen (met focus op de Dendervallei) en voor het Meetjesland (met focus op het Krekengebied). Kandidaat ambassadeurs kregen workshops (bijv. rond klantgerichtheid of gastenbeleving) aangeboden én een streekverkenning. TOV geeft de ambassadeurs extra zichtbaarheid, bijv. op de websites.

In samenwerking met Gent Congres lanceerde TOV onder de merknaam 'Lowiz' een sociale media campagne om de Oost-Vlaamse **MICE-sector** een duwtje in de rug te geven. De campagne werkt met video's en is bedoeld om bedrijven hun weg te laten vinden naar de Oost-Vlaamse MICE-aanbieders én de promotiekanalen van Lowiz.

TOV geeft MICE-aanbieders in Oost-Vlaanderen ook de kans om professioneel fotomateriaal voor hun zaak te laten aanmaken. Goed beeldmateriaal is belangrijk in de promotie. TOV stelde een fotograaf aan waarop MICE-partners beroep kunnen doen en neemt de helft van de kostprijs voor

een fotosessie voor haar rekening. Zowel de ondernemer als TOV kan het fotomateriaal rechtenvrij gebruiken.

Voor wat betreft de **regiowerking**, stelde TOV in het voorjaar het nieuwe toekomstplan Toerisme in het meetjesland voor en in het najaar het toekomstplan voor het Waasland. Beide plannen kwamen tot stand in nauwe samenwerking met de steden en gemeenten en de toeristische sector. Voor beide regio's streven we naar een duurzame ontwikkeling van toerisme en recreatie waarbij evenwichten worden gezocht tussen de belangen van de plek en haar bewoners, bezoekers en ondernemers. Ondanks het feit dat in moeilijke omstandigheden moest worden gewerkt was er een ruime betrokkenheid van en een groot enthousiasme bij de partners.

TOV team
06/12/2021