

TOERISME MEETJESLAND

JAARVERSLAG 2021



Voorstelling Norbertijnenroute, Abt de Stoop Achterna, in Drongengoedhoeve



Bezoek Roemeense delegatie Flourishing Destinations aan Oostpolderkreek

1 Voorwoord

Het jaar 2021 was voor onze organisatie en het toerisme in onze regio alweer geen evident jaar. Tweede jaar op rij coronacrisis. We hebben tijdens de lente ons toekomstplan voorgesteld in Hoeve Engelendael en dit is ook het moment geweest dat we echt voor onze transitiepaden zijn gegaan. In elk aspect van onze uitbouw van toerisme denken we na over stilte, rust en authenticiteit, verbinden we dorpen en landschappen, nemen we duurzaamheid en toegankelijkheid in overweging, zoeken we samenwerking, hebben we oog voor ons verhalend erfgoed en onze ambassadeurs en zoeken we de vernieuwing in marketing en organisatie en gaan we aan de slag met co-creatie en waarderende methodieken. Eén doel: het samen creëren van een beter toeristisch Meetjesland waar plek, bezoeker, ondernemer én inwoner beter van worden. Dat zijn steile ambities maar daar gaan we voor.

Vincent Laroy, voorzitter Toerisme Meetjesland

2 Marketing en promotie

2.1 Campagne 2021: vernieuwde website gebruiken op sociale media

In 2021 stond de vernieuwde website er definitief als een huis en hebben we, met de ondersteuning van sociale mediaspecialist Jrgndwvr.be uit Eeklo, een zomer lang gewerkt aan een 365/365 strategie, nl. elke dag aanwezig zijn op Facebook én Instagram met de relevante informatie van op onze website, gebruik makend van onze rijke beeldbank én de filmpjes die we sinds 2017 aan het maken zijn van onze ambassadeurs en toeristische initiatiefnemers (rubriek 'Toppers' op de website). Het is zo dat Meetjesland de som is van de toeristische initiatiefnemers, de logieshouders, de horecamensen, attracties, gidsen en andere toerisme-enthousiastelingen. Als we de aandacht van de bezoeker willen krijgen, dan vertellen we dat verhaal best via de gastvrije Meetjeslander zelf. Met dit uitgangspunt en het doel onze sociale media te versterken en ook meer 'métier' te creëren in deze snel evoluerende communicatiemarkt hebben we een publicatiekalender opgesteld. En zijn we met spontane berichten aan de slag gegaan. Daarnaast hebben we ook een hele reeks betalende berichten gecreëerd gericht op onze hoofdverhalen (belangrijke evenementen, aanbod in de kijker zetten), routes én het vergroten van ons volgpublik.

Hier alvast een overzicht van de meetbare resultaten:

- Sociale media Facebook (10.878) en Instagram (1.281) beiden met meer dan 25% gestegen in aantal volgers
- Najaarsactie: bereik van half miljoen mensen voor 5.000 euro
- Bereik spontane berichten via facebook stijgt van 800 naar 2.500
- Met 100 spontane (gratis) berichten op drie maand halen we een extra bereik van een kwart miljoen Vlamingen en Nederlanders.
- Met Instagram bereikten we spontaan dit jaar 66.000 verschillende accounts en 465 verschillende accounts reageerden daar (regelmatig) interactief op
- Op Instagram werd ook de functie 'Hoogtepunten' uitgewerkt en worden vanaf nu 43 interessante toeristische items aangeboden in een sort online toeristische brochure. Naast de website een groeiend potentieel.
- Websitebezoek tegenover vorig jaar is meer dan verdubbeld (27.000 in 2021 en 13.000 in 2020). Stijging door sociale mediacampagne (verviervoudiging) en verbeteringen op het vlak van zoekbaarheid (SEO, verbetering van 60%). In 2020 stond de nieuwe website reeds online
- Gemiddeld bekijkt de bezoeker 2,5 pagina's en blijft de bezoeker 2 minuten op een pagina. Dat is een verkorting, maar dat loopt parallel met een verhoogd smartphone gebruik als gevolg van onze groei op sociale media.

(Budget: Toerisme Oost-Vlaanderen vzw en Toerisme Meetjesland vzw)

2.2 Creatie van audiovisueel materiaal voor website en sociale media

In 2021 konden we onze bestaande en nieuw gerealiseerde video's met inspiratiepagina's toevoegen aan onze 'Toppers'-pagina op de website. Dit audiovisueel materiaal mét intern uitgewerkte blog en fotografie is heel dankbaar bij het promoten van de regio via het internet en sociale media. Er staan op deze manier al 27 ambassadeurs op de rubriek 'Toppers' die het verhaal van het Meetjesland vertellen.

Bijkomende video's voor 2021 waren:

- Vakantiewoning Hullehuis over duurzaamheid en ambassadeurschap (voorstelling Toekomstplan)
- Canada Poland Museum in Adegem over verhalend erfgoed (voorstelling Toekomstplan)
- Buur schenkt bank in Sint-Laureins over ambassadeurschap (voorstelling Toekomstplan)
- Met de boswachter op stap in Lievegem Kwadenbos (voorstelling Toekomstplan)
- Rap op stap-kantoor Eeklo over toegankelijkheid (voorstelling Toekomstplan)
- Drongengoedhoeve over co-creatie (voorstelling Toekomstplan)
- B&B Villa De Keyser Eeklo (project Landschapspark Drongengoed ism RLM)
- Bar Boudoir Ursel (project Landschapspark Drongengoed ism RLM)
- Filmpje ontsluiting expo 900 jaar Norbertijnen (project Landschapspark Drongengoed ism RLM)

We plaatsten ook enkele video's van derden op onze site:

- Paster Sies vertelt over Meester van Frankfurt (project Vlaamse Meesters in Situ, Openbaar Kunstbezit Vlaanderen)
- Klein kerkje Middelburg verrast met Vlaamse Meester (project Vlaamse Meesters in Situ, Openbaar Kunstbezit Vlaanderen)
- Boutique Hotel Shamon (Logeren in Vlaanderen Vakantieland)

Ook op de [inspiratiepagina Glutenvrij genieten](#) konden we extra audiovisueel materiaal toevoegen om onze website rijker te maken via het project *Doe Lokaal* van EROV de provincie Oost-Vlaanderen:

- B&B De Bijenkorf in Assenede
- Villa Magdalena in Eeklo
- De Molenkreek in Sint-Margriete
- Victor's Hof in Zomergem

2.3 Publicatie Meetjesland Bucketlist 2021-2022

In 2021 hebben we opnieuw een toeristische publicatie uitgebracht: de Meetjesland Bucketlist met 101 Tips over de regio. Bedoeling was vooral om met een brede reeks aan tips een heel gespreid aanbod in de regio te promoten, aangezien corona ons met een andere bril naar toerisme leerde kijken. Het Meetjesland was al niet de regio van de grote attracties waar honderden mensen tegelijk naartoe trekken, maar net een regio met vele kleinschalige, authentieke belevingen. Deze troef wilden we met de Bucketlist verder uitspelen.

De Bucketlist werd gedrukt op 17.000 exemplaren en vooral verdeeld via een online campagne, via de Meetjeslandse sector zelf en via ons infokantoor op de Huysmanhoeve. De online campagne hebben we vroegtijdig stopgezet door het enorme succes ervan. Het was de bedoeling om ook in 2022 met dezelfde publicatie verder te gaan maar een herdruk dringt zich op.

In het boekje voeren we ook promotie voor onze Infopunten en *Meetjesland Logies*, in 2021 zijn er 53 logies die we op deze manier in de kijker konden zetten.

(project vzw Toerisme Meetjesland)

2.4 Uit in het Meetjesland 2021

Hebben we niet kunnen realiseren. Tijdens de lente bleven de coronacijfers hoog en was het te laat om een actie voor de zomer op poten te zetten. Veel evenementen zijn ook gewoon niet doorgegaan. We hebben wel geholpen met onze online tools waar het mogelijk was. Vooral de zomer van de Huysmanhoeve hebben we kunnen versterken omdat Muziekclub N9 en CC De Herbakker naar daar uitgeweken zijn en daar toch nog mooie evenementen coronaproof hebben kunnen realiseren. Ook voor de diverse dorps-pop-ups of concerten aan Kasteel van Wippelgem in het Meetjesland hebben we onze rol zo goed en zo kwaad als het kan als promotor trachten te spelen en daar ook budget op gezet.

2.5 Winteractie

Tijdens de herfst 2021 maakten we, binnen ons budget sociale media ook ruimte om de inspiratiepagina 'Winterarrangementen in het Meetjesland' te promoten (9 toeristische partners met winteraanbod). Deze actie zorgde – ook door de fotografie – voor nogal wat interactie op onze sociale media. Deze actie was belangrijk om onze logieshouders in de kijker te plaatsen, wat gezien de coronacrisis écht wel nodig was.

(project vzw Toerisme Meetjesland)

2.6 Nieuwsbrieven

Toerisme Meetjesland heeft ook een eigen consumentennieuwsbrief (na de campagnes van de laatste jaren versterkt tot 36.000 contacten). Deze nieuwsbrieven worden gedurende het hele seizoen bijna maandelijks ingezet. Deze nieuwsbrieven worden steeds aangeklikt en gelezen door zo'n 12.000 à 14.000 van onze contacten, sinds corona is de clickrate van deze nieuwsbrieven een stuk hoger dan vroeger. Vroeger openden vaak geen 10% van de contacten deze brief, nu is dat vaak rond 40%. Vooral tijdens het seizoen mikken we op een maandelijks nieuwsbrief. Hierbij blijken aangeboden fiets- of wandelroutes steeds het

populairste item. Wanneer een aangeboden route start op de Huysmanhoeve kunnen wij dit zelfs daags na de publicatie merken op de parking.

(project vzw Toerisme Oost-Vlaanderen)

2.7 Actie 'Glutenvrij Meetjesland'

Voor de actie 'Glutenvrij Meetjesland' hebben we in 2021 een nieuwe bevraging gedaan naar de enthousiastelingen die zich hierop wensen te profileren. Op de vernieuwde website werd de inspiratiepagina 'Glutenvrije Adresjes in het Meetjesland' aangepast die als dusdanig ook tijdens de campagnezomer werd gepromoot op onze sociale media. We deden dit zowel op de facebookpagina Glutenvrij Meetjesland als op de Facebookpagina Meetjesland en op Instagram. We hebben 1.600 volgers op de pagina Glutenvrij Meetjesland. Rond het thema 'Glutenvrij' heeft zich ook een werkgroepje gevormd die de toekomstige acties wil gaan initiëren en versterken.

(project vzw Toerisme Meetjesland, deelnemers project)

2.8 Andere sociale media

Op Twitter hebben we 1.006 volgers. Dit medium gebruiken we alleen voor beleidsrelevante communicatie.

De acties van Toerisme Oost-Vlaanderen: heel belangrijk om te weten is ook dat de sociale-mediacampagne van Toerisme Oost-Vlaanderen en Routen een enorme impact gehad hebben tijdens 2021 op het aantal fietsers en wandelaars die het Meetjesland kiezen voor een dagje uit. Zo konden we er via Routen vaak in slagen om de interesse voor onze regio als fiets- en wandelgebied in de kijker te plaatsen. Met het regioteam maken we deel uit van de redactievergadering van Toerisme Oost-Vlaanderen en het provinciaal sectoroverleg. Dit heeft een belangrijke impact op de bekendheid van ons merk en de promotie van ons fiets- en wandelproduct.

2.9 Promotie Groepsaanbod

Voor de promotie van het groepsaanbod gaan we voortaan werken vanuit de vernieuwde website onder het luik 'Ervaringen' en we hebben daar regelmatig rond geïnspireerd op onze sociale media, maar het onderwerp groepsaanbod schuiven we vooral naar voor tijdens de schouderseizoenen en de winter om groepsverantwoordelijken te inspireren.

Belangrijk moment was de online versie van de jaarlijkse 'Workshop Dagtrips voor Groepen'. De periode voor de 'Tiendaagse van de Groepsuitstap' werd uitgesteld van maart naar september, wegens corona. In die periode werden er elke dag 2 tochten georganiseerd, de focus lag op het Meetjesland en werden ook vanuit het team mee begeleid. De interesse was vrij groot en we hebben verspreid over de regio toch heel wat bustochten in onze regio kunnen aanbieden en zo groepsverantwoordelijken kunnen inspireren voor een uitstap naar de streek.

(project vzw Toerisme Oost-Vlaanderen)

3 Sectorwerking

3.1 Opening Toeristisch Seizoen

Zie verder punt 4.1: Voorstelling Toekomstplan. Door corona waren we genoodzaakt onze opening toeristisch seizoen online te doen. Dit gebeurde op 26 april in Hoeve Engelendael en het was meteen de lancering van ons Toekomstplan.

3.2 Samenwerken aan onthaal

Onthaal+ in de Huysmanhoeve

Ook in de Huysmanhoeve werd een oefening (Onthaal+, initiatief binnen project Flourishing Destinations) gedaan om personeel en vrijwilligers bewust te maken van een kwalitatief en verwelkomend onthaal door alle medewerkers en vrijwilligers op de site. Dit werd uiteindelijk mee opgenomen in een grotere oefening door het Plattelandscentrum om echt een toekomstvisie uit te bouwen voor de Huysmanhoeve als site na de

huidige verbouwingen. Ook Toerisme Meetjesland werd mee in dit verhaal opgenomen, als ‘mede-bewoner’ en toeristische onthaalprofessional op de site.

(Leaderproject Toerisme Meetjesland en Plattelandscentrum Meetjesland)

Ambassadeurstraject Meetjesland

Via Toerisme Oost-Vlaanderen organiseerden we een nieuw ambassadeurstraject voor de streek met deze keer focus op het krekengebied. De nieuwe kandidaat-ambassadeurs en onze bestaande ambassadeurs kregen vorming in klantgerichtheid en de bezoekerscyclus en we gingen in het najaar op streekverkenning met de fiets of te voet in het krekengebied. Op deze manier ondersteunen we de ambassadeurs in hun eigen bedrijfsvoering, kennis van de streek en brengen we hen in contact met andere ondernemers (netwerk). Het traject bestond uit:

- Ma 18/10/2021 Workshop klantgerichtheid in Eeklo
- Ma 25/10/2021 Workshop klantgerichtheid in Zelzate
- Ma 8/11/2021 Krekengebied van Sint-Laureins
- Di 16/11/2021 Krekengebied van Assenede
- Do 25/11/2021 Krekengebied, archeologie en Zwinstreek in Middelburg

Daarnaast bood Toerisme Oost-Vlaanderen aan de brede sector ook vormingen aan rond sociale media.

(Toerisme Oost-Vlaanderen)

3.3 Merk Meetjesland, maak het mee!

Het overkoepelende streekmerk *Meetjesland, maak het mee!* en het beheer ervan is in handen van Toerisme Meetjesland. Het merk wordt nog volop ingezet als streeklogo bij alle toeristische acties en publicaties. Eind 2021 werd de bestelling geplaatst om de regioborden langsheen de N49 opnieuw te bestickeren met als centraal doel het versterken van ons merk.

(Toerisme Meetjesland)

3.4 Logiesoverleg Meetjesland

Wat het logiesoverleg betreft werd in 2021 vooral gepoogd om de logieshouders inhoudelijk te betrekken bij de uitbouw van het luik ‘Logeren’ op de vernieuwde website. Het partnerschap Meetjesland Logies werd in overleg met de sectorcel van Toerisme Oost-Vlaanderen scherp gezet. Er werd logiesoverleg georganiseerd op 8 februari en op 17 november.

Meetjesland logies

Jaarlijks tijdens de winter bevragen wij alle logieshouders in verband met (gratis) ‘lidmaatschap’ Meetjesland Logies. Concreet zijn dat de groep logieshouders die een inspiratiepagina op onze website hebben, ook het bordje ‘Meetjesland, maak het mee’ + jaartal aan hun ingang mogen hangen en prioritaire partner zijn in onze promotieacties. Wij hebben 59 Meetjesland Logies. Wat zij moeten doen is hun engagement bevestigen dat zij mee duwen aan de regio en de kwaliteit hoog houden zodanig dat dit ten goede komt aan de regio.

Inspiratiepagina's

De creatie van ondertussen **59 professionele logiespagina's** tegen eind december heeft het regioteam ertoe aangezet om hierover een heel intense conversatie met de ondernemers op te zetten waarbij ze de kans kregen (en nog steeds krijgen) om ‘hun’ logiespagina inhoudelijk mee vorm te geven en zowel de tekst als de fotografie of andere media goed te krijgen naar hun wensen. Deze pagina's kunnen voortdurend worden verrijkt en versterkt op vraag.

Fairbnb

In 2021 kwamen we ook in contact met de opstartende coöperatieve Fairbnb Vlaanderen, die verder werkt op de internationale coöperatieve. Geheel binnen de filosofie van Reizen naar Morgen en ons Toekomstplan gaat bij dit boekingsplatform de helft van de commissie naar lokale initiatieven die een meerwaarde

betekenen voor de plek. In het Meetjeslandse logiesoverleg was er alvast wel wat animo om hiermee aan de slag te gaan.

3.5 Meetjeslands evenementenoverleg

Wegens corona is er ook in 2021 geen actie Uit in het Meetjesland geweest (zie ook campagne).

Samen met Meetjeslands cultuuroverleg Comeet en de koepel der Meetjeslandse jeugddiensten Meetjesman heeft Toerisme Meetjesland in 't Klooster in Zelzate het Evenementenforum 2021 georganiseerd, noodgedwongen via livestream op 3 avonden 15, 16 en 17 maart. Deze live opgenomen vormingen zijn nog raadpleegbaar en gingen over corona, good practices, auteursrechten, fuifstewards, duurzaamheid, marketing, subsidies, het uitwisselen en huren van materiaal.

Op vrijdagavond 27 augustus organiseerden we voor de evenementenorganisatoren samen met Comeet een Kick Off van het cultuurseizoen, bedoeld als netwerkmoment voor de evenementenorganisatoren. Ook hier aandacht voor vorming rond corona-aanpak, duurzaamheid, een toekomstbeeld voor de evenementen in de regio, ... en finaal een concert van Naomi Sijmons en Ruben Block in het Kasteeldomein van Wippelgem (samenwerking met N9).

Op 15 december was er online een Meetjeslands evenementenoverleg vooral met de bedoeling de nieuwe Uit in het Meetjesland voor seizoen '22 voor te bereiden.

(Toerisme Meetjesland)

3.6 Overleg Toeristische diensten

Met alle toeristische diensten van het Meetjesland heeft het regioteam op 10 juni overleg gepleegd. Hierbij was vooral de voorstelling van het toekomstplan een belangrijk onderwerp maar werd van gedachten gewisseld over hoe wij hier als toeristische sector kunnen mee omgaan.

3.7 Overleg met Meetjeslandse Gidsen

Eén keer per jaar willen we overleggen met Meetjeslandse Gidsen om gezamenlijke projecten af te toetsen en te kijken waar er voor de dagtrips voor groepen uitdagingen liggen. Er is een gesprek geweest in oktober ter voorbereiding van een breder overleg die we met alle gidsen van het Meetjesland in elkaar willen steken.

De Meetjeslandse Gidsen werden ook betrokken bij de organisatie van de 'Tiendaagse van de Groepsuitstap', een organisatie van Toerisme Oost-Vlaanderen.

4 Projecten

4.1 Toekomstplan 2021-2026: voorstelling

Begin 2021 stond voor het regioteam in samenwerking met Toerisme Oost-Vlaanderen helemaal in het teken van de presentatie van het Toekomstplan Toerisme in Meetjesland 2021-2026. Dit proces werd twee jaar lang ondersteund door Voices That Count en we opteerden voor de aanpak met SenseMaker om te vertrekken vanuit vele verhalen. Er werd heel breed gezocht naar verhalen en inhoudelijke input van gemeenten, inwoners, bezoekers, toeristische initiatiefnemers én ondernemers. Het plan werd uiteindelijk definitief goedgekeurd door het bestuursorgaan van Toerisme Meetjesland op 26 januari, door het bestuursorgaan van Toerisme Oost-Vlaanderen op 11 februari en door de provincieraad op 24 maart.

Op 26 april 2021 hebben we ons toekomstplan aan de wijde wereld voorgesteld. We deden dat in de prachtige Hoeve Engelendael in Sint-Jan-in-Eremo met als sprekers Peter De Wilde (CEO Toerisme Vlaanderen), Leentje Grillaert (gedeputeerde toerisme provincie Oost-Vlaanderen), Vincent Laroy (voorzitter Toerisme Meetjesland), Marc Govaert (ondernemer Hoeve Engelendael) en Erik Hennes (regiocoördinator Meetjesland van Toerisme Oost-Vlaanderen) in een presentatie door regiomedewerker Bart Van Damme en een realisatie door Wim Neyt (videobedrijf Vitamine-Z). De filmpjes geregisseerd door Wim Neyt werden ook ingezet in het marketingverhaal (zie punt 2.2).

Uiteindelijk resultaat Toekomstplan: **372 verhalen, kwalitatieve dieptegesprekken met de 9 gemeenten en 172 concrete ideeën** leidden tot **14 transitiepaden** waarmee we tijdens de komende jaren tot 2026 mee aan de slag gaan. Het Toekomstplan werd gedrukt in een posterversie met de 14 transitiepaden en breed verspreid binnen de gemeenten en sector. Het volledige document, de voorstelling en de transitiepaden zijn raadpleegbaar op de sectorsite van Toerisme Oost-Vlaanderen: www.meetjesland.sector.tov.be.

(project Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland)

4.2 Flourishing Destinations

In het project Flourishing Destinations hebben we onze eerste experimentele stappen gezet naar een toerisme dat bijdraagt aan een florerende gemeenschap en wisselen we dit uit met de partners in Angus, Schotland en in Basinal Dornelor, Roemenië.

Realisaties op het terrein

Projectoproepen Sint-Laureins en Assenede

Door de coronacrisis is het project in de fase van het realiseren van de projecten wat stil gevallen. Om dit opnieuw te activeren hebben we twee projectoproepen gelanceerd naar een brede doelgroep voor dit gebied. Hiervoor werd er een jury samengesteld die de projecten kan beoordelen. In totaal werden 15 projecten ingediend waarvan 12 goedgekeurd:

1. Boer Zoekt Bank (dateert van periode 2019-2020)
2. Stilte & Mindfulness (dateert van periode 2019-2020, uiteindelijk geen budget nodig)
3. Bijtuintuin Sint-Laureins (niet doorgegaan)
4. Boer Zoekt Bank II
5. Belevingsplek De Comerratten
6. De Oude Abdij en de varkens van Oosteeklo herontdekt
7. Bloeiende ontmoetingen
8. Belevingswandeling van 't Dorp tot bij de boer
9. Vlas in Sente
10. De Peten van de Kreken
11. Kreekbelevingsplekken Assenede
12. 't Gemeentehuis van Oost-Eecloo

Onthaal+ in de Huysmanhoeve

Samen met personeel en vrijwilligers werd er de voorbije jaren gewerkt aan het gezamenlijke onthaal op de Huysmanhoeve. Gedurende dit jaar werd dit initiatief beperkt tot een vorming voor de vrijwilligers die het infokantoor geregeld open houden.

Bovenlokale projecten

Daarnaast realiseerden we vanuit Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland zelf enkele projecten die voortkomen uit de co-creatieve workshops.

a. Ambassadeurstraject krekengebied

Vanuit de eerdere workshops was er ook het projectidee om toeristische ambassadeurs te vormen voor het krekengebied. Dit initiatief hebben we opgenomen als concrete vraag naar Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland en verder met eigen middelen (buiten dit project) verder uitgewerkt. Zo organiseerde TOV workshops klantgerichtheid voor ambassadeurs en streekverkenningen in het krekengebied. De streekverkenningen voor inwoners staan gepland door Toerisme Meetjesland in 2022.

b. Klimaatgezond ondernemen

Vanuit de workshops was er ook een vraag naar ecologisch en klimaatgezond ondernemen. Ook dit hebben we als vraag opgenomen naar onze diensten en organiseerde Toerisme Meetjesland een heel traject voor toeristische ondernemers, de brede horeca en attractiepunten met vorming en ondersteuning in het behalen

van het Green Key label. Dit project werd over de ganse regio uitgewerkt en apart gefinancierd vanuit de provincie Oost-Vlaanderen (klimaatambassadeurs) en kent een vervolg in 2022-2023.

c. Toekomstplan Toerisme en Recreatie in het Meetjesland 2021-2026

Dit project legde de basis voor de hele co-creatieve en waarderende aanpak bij de opmaak van het Toekomstplan voor de ganse streek.

d. Rust en stilte

Rust en stilte was één van de thema's die uitgewerkt werden binnen de eerste workshops. Dit thema kwam ook terug bij de uitwerking van het Toekomstplan voor de ganse regio en wordt ook van daaruit voor heel de streek verder opgenomen.

Internationaal bezoek van de Roemeense partners in september

In september kregen we een delegatie van de regio Basinul Dornelor op bezoek, de Roemeense regio waar wij mee samenwerken binnen Flourishing Destinations. Ze waren hier van 21 tot 23 september en deden, naast enkele bezoeken elders in Gent en de provincie, een toeristische rondrit in Sint-Laureins en ze bezochten ook de Huysmanhoeve (werking Plattelandscentrum Meetjesland).

Verlenging aangevraagd

Vanwege de pandemie kon het project zich in 2020 niet verder ontwikkelen en er is voor de 2^{de} maal verlenging aangevraagd tot medio 2022.

(Leader, Toerisme Meetjesland, Plattelandscentrum Meetjesland)

4.3 Landschapsparken Drongengoed en Bulskampveld

Landschapspark Drongengoed

Versterking onthaalplan

Het Drongengoed heeft nog voor de indiening bij Vlaanderen voor landschapsparken afgehaakt als partner voor het Bulskampveld. Regionaal Landschap Meetjesland gaat wel verder met de inhoudelijke uitbouw van het Onthaalplan Drongengoed waarbij het principe van de kernen (klein en groot) rond het gebied en de bereikbaarheid via de dorpen en via goed uitgebouwde parkeermogelijkheden wordt versterkt. Vanuit het transitiepad 'Dorpen verbinden landschappen verbinden dorpen' ondersteunen we dit vanuit Toerisme Oost-Vlaanderen en dat uit zich vooral in de ontwikkeling van wandel- en fietsroutes op het netwerk waarbij, voor het hele Meetjesland in het algemeen en voor dit gebied in het bijzonder, heel erg de nadruk wordt gelegd op degelijke startpunten. De samenwerking hiervoor met de gemeenten Aalter en Maldegem is cruciaal. Landschapspark Drongengoed geldt als pilootregio om dit principe (een goed wandelproduct heeft een degelijk startpunt) in heel de provincie uit te rollen. Het komt erop neer dat we, toeristisch gezien, de kerngebieden van Drongengoed en Keigat vooral toegankelijker maken voor de fietser en wandelaar. En dat het genieten ervan, het recreëren, start in de dorpen en geschikte parkeerplekken er om heen. De ambassadeurs spelen hierin een belangrijke rol.

(Toerisme Oost-Vlaanderen)

Promotie principes onthaalplan en ambassadeurschap.

Wat de promotie hiervan betreft, heeft Toerisme Meetjesland zich niet beperkt tot het toepassen van de principes tijdens het maken van routes. Er werden ook drie filmpjes gepland en gemaakt in het kader van het ambassadeurschap Landschapspark Drongengoed (zie punt 2.2). Ook werkte Toerisme Meetjesland mee aan de gebiedskaart van het onthaalplan, gerealiseerd door het Regionaal Landschap Meetjesland.

Ontwikkeling Norbertijnenroute voor e-bike en versterking expo 900 jaar Norbertijnen in Drongengoedhoeve



Om de site te versterken werd een mini-project goedgekeurd waarbij we de expo 900 jaar Norbertijnen op de Drongengoedhoeve ondersteund hebben. Er werd een filmpje gemaakt en in samenwerking met de gemeente Aalter, vzw Drongengoedhoeve en de Oude Abdij van Drongen ontwikkelden we in augustus met het oog op Open Monumentendag een e-bikeroute van 80 km die de Drongengoedhoeve, het dorp Ursel, de abdij van Drongen én het Drongenhof in het Gentse Patershol verbindt. De route loopt langs de Leie, de Lieve, de Brugse vaart, door het Drongengoedbos en over de Cuesta Zomergem-Oedelem. We hebben deze route louter als inspiratiepagina op de website van Toerisme Meetjesland en

als route op Routen.be aangeboden, niet als papieren publicatie. De investering bestond dus vooral uit werk en creativiteit van het regioteam en binnen het genoemde samenwerkingsverband, ondersteund door heemkundigen in Ursel en Drongen.

De Meetjeslandse pagina van de **Norbertijnenroute, Abt de Stoop achterna** werd 12.000 keer bekeken, en dit vooral in september toen we dit ook via de sociale media gepromoot hebben en het fietsseizoen nog loopt. 7092 bezoekers van de pagina klikten hierop via Facebook, 4043 kwamen er via de mailing (onze nieuwsbrief) en 401 kwamen spontaan via Google (search engine).

Er is hiervoor 1.200 euro gespendeerd op Facebook. De advertentie werd 400.000 keer getoond, we bereikten hiermee 100.000 (verschillende) mogelijk geïnteresseerde mensen van onze doelgroep en we hadden 4.710 clicks op de advertentie zelf, wat goed is voor een doorklikratio van 4,7% (dat is boven het gemiddelde).

Als doelgroep werd expliciet ingezet op e-bikers van 30 tot 65 jaar uit Vlaanderen en het Zuiden van Nederland. Op basis van het aantal kliks kon gemakkelijk berekend worden hoeveel organische Facebook-bezoekers (via de spontane weg) we gehad hebben: 7092 websitebezoekers via Facebook in totaal – 4710 via de advertentie = 2382 websitebezoekers spontaan. Dat is opmerkelijk omdat deze spontane post door 5.365 mensen werd gezien en dat liefst 45% daarvan hebben doorgeklikt. Dat is in marketingtermen uitzonderlijk. En dat maakt deze aanpak tot een zeer geslaagd experiment, toepasbaar in andere projecten.

(Toerisme Meetjesland, Toerisme Oost-Vlaanderen)

Financiering mini-projecten

Met dezelfde filosofie als bij Flourishing Destinations financierden we 4 mini-projecten in het Landschapspark, met de restmiddelen uit het strategisch project:

1. Brochure 'Verken de Meetjeslandse Natuurgebieden', NPM
2. Tentoonstelling, video en brochure 'Uit het goede hout gesneden', KVVV Eeklo
3. Video en presentatiemateriaal 'Abt De Stoop Achterna', Vrienden van het Drongengoed
4. Promotie gastheren Landschapspark Drongengoed, Toerisme Meetjesland

(Toerisme Oost-Vlaanderen, Regionaal Landschap Meetjesland)

Landschapspark Bulskampveld

Met Landschapspark Bulskampveld werd, in samenwerking met de West-Vlaamse partners en de gemeente Aalter, wel een dossier ingediend voor erkenning op Vlaams niveau. Het dossier heeft het echter niet gehaald, vooral vanwege de te beperkte omvang van het gebied en de te kleine internationale impact die het gebied zou kunnen hebben op mogelijke toeristen.

Het samenwerkingsverband met Westtoer, de provincies West- en Oost-Vlaanderen, de gemeenten en de andere actoren, waaronder Toerisme Meetjesland, blijft wel overeind en met name in Domein Menas werd samengewerkt rond de verbetering van het wandelnetwerk en de ontsluiting van het parkdomein, evenwel op maat van en met respect voor het stiltegebied en het bezinningscentrum.

(Provincie West-Vlaanderen, provincie Oost-Vlaanderen, gemeenten Aalter, Ruiselede, Beernem, Oostkamp, Wingene)

4.4 Zwinstreek

In 2021 werd het regioteam Meetjesland intensief ingeschakeld om met de gemeenten Maldegem en Sint-Laureins de uitbouw van het grensoverschrijdende samenwerkingsverband Zwinstreek uit te rollen. De drie provincies Oost-Vlaanderen, West-Vlaanderen en Zeeland stuurden een identiteitsoefening aan rond de kwaliteit en kansen voor de Zwinstreek. Zowel op het vlak van gastronomie, sectorsamenwerking als erfgoed gaan de vijf gemeenten van de Zwinstreek meer samenwerken met de bedoeling om Zwinstreek op de kaart te zetten als landschap en als toeristische troef. Dit werd in 2021 uitgerold. In maart, tijdens de zomer en ook in de herfst werd hiervoor verschillende keren samen gezeten. Ook werd inhoudelijke ondersteuning gevraagd om de kandidatuur van de Zwinstreek als Landschapspark bij Vlaanderen te gaan ondersteunen. De Zwinstreek werd als enige regio in het Westelijke kustgebied van het land weerhouden als kandidaat. Ook het Oost-Vlaamse en Nederlandse deel van de Zwinstreek zullen hun plaats hierin krijgen.

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

4.5 Geopark Schelde Delta

In 2021 werd er vooral achter de schermen verder gewerkt aan de gezamenlijke aanvraag om dit UNESCO label te kunnen behalen. Ongeveer het ganse Meetjesland is vervat in dit projectgebied, nu ook de volledige gemeente Aalter. Ook het West-Vlaamse deel van de Zwinstreek wordt nu beschouwd als deel van het Geopark.

(Project provincies Oost-Vlaanderen, Zeeland, Antwerpen en Noord-Brabant)

4.6 Wandelnetwerken

Wandelnetwerk Bulskampveld

Eerste werkjaar sinds de hernieuwing in 2020. Vooral opvolging trajecten. In 2021 werden de betere wandeltrajecten gerealiseerd door Toerisme Oost-Vlaanderen die het deel rond Sint-Maria-Aalter een stuk aantrekkelijker kunnen maken voor de toerist-recreant. Ook de promotie van Expeditie Bulskampveld op het Domein Menas kan nu aangepakt worden, met oog voor de draagkracht van dit prachtige domein.

(project Toerisme Oost-Vlaanderen, Westtoer, gemeente Aalter)

Wandelnetwerk Meetjeslandse Bossen

Eerste werkjaar na de vernieuwde wandelnetwerkkarta Meetjeslandse Bossen. Vooral opvolging trajecten.

(project Toerisme Oost-Vlaanderen)

Wandeloversteek Boerekreek

Een droom die reeds lang binnen Toerisme Meetjesland en Sint-Laureins leefde en waarvoor in 2018 de eerste gesprekken zijn aangevat. De plannen en budgetten liggen klaar voor een wandeloversteek, de vergunningsprocedures zijn lopende. Het dossier is nu in onderzoek en dit wordt verder opgevolgd door de provincie Oost-Vlaanderen.

(project Provincie Oost-Vlaanderen, Toerisme Oost-Vlaanderen en gemeente Sint-Laureins)

4.7 Fietsnetwerk Meetjesland

Omdat Routen nu als het Oost-Vlaamse merk voor fietsen en wandelen wordt uitgebouwd, werd de fietsnetwerkkarta omgevormd naar de Routen-stijl in 2021.

(project Toerisme Oost-Vlaanderen)

4.8 Kasteel van Poeke

In februari 2021 werd de overdracht van het kasteel van Poeke van de gemeente Aalter aan Toerisme Vlaanderen officieel aan de pers voorgesteld. Tijdens het jaar werd regelmatig al eens gepolst en achter de schermen gewerkt aan dit dossier door alle belanghebbenden.

(project Toerisme Vlaanderen)

4.9 Ondersteuning Gemeentelijke initiatieven

Voor lokale toeristische initiatieven staat het regioteam steeds ter beschikking voor advies, ondersteuning of samenwerking. We onderstrepen hier even de meest frappante initiatieven waar het regioteam aan geduwd of getrokken heeft in 2021. Er waren ook plannen om in Aalter en Maldegem in 2021 een traject op te zetten maar corona heeft ervoor gezorgd dat we die denkoefeningen moesten uitstellen naar het volgende jaar. Voor de bestaande nieuwe adviesraden/werkgroepen in de regio konden we wel al een rol van betekenis spelen:

Toeristische adviesraad Lievegem

Binnen de Toeristische Adviesraad Lievegem (TAL) werd door het regioteam eerst vooral gewerkt aan het idee om een Rabot te reconstrueren op Lievegems grondgebied, maar deze piste werd voor de zomer verlaten. Tijdens de herfst werd de Toeristische Adviesraad opnieuw op de sporen gezet, en zal vooral gewerkt worden aan degelijke communicatie, een eigen brochure en betere ontsluiting van Lievegemse interessante toeristische plekken via de gemeentelijke website, naar het voorbeeld van de werking in Eeklo.

Toeristisch actieplan Eeklo

De stad Eeklo heeft in 2021 met de hulp van Toerisme Meetjesland alvast één van de drie pijlers kunnen realiseren die ze in haar visie op toerisme had vastgelegd. Met het team communicatie, de toeristische dienst van de gemeente en met ondersteuning van Toerisme Meetjesland is visit.eeklo.be grondig aangepakt geweest en krijg je daar een heel duidelijk beeld van wat de stad allemaal te bieden heeft. Deze realisatie is niet in het minst te danken aan de inzet van enkele mensen uit de Eeklose toeristische sector zelf die hun schouders onder het project hebben gezet, geheel in de filosofie van co-creatie.

In Eeklo is ook een ambtenaar toerisme/lokale economie aan de slag gegaan en in september is er tijdens de Autoluwe Zondag ook een 1^{ste} 'Dag voor Toerisme' georganiseerd, met onder andere een link richting Huysmanhoeve. En ook dit was een pijler van het Eeklose toeristische actieplan.

(Toerisme Oost-Vlaanderen)

5 Infokantoor

Om het infokantoor tijdens de pandemie toch zoveel mogelijk open te houden, werden de strikte maatregelen, uitgewerkt in overleg met onze collega's van Plattelandscentrum Meetjesland, blijvend opgevolgd. Het infokantoor was in 2021 gesloten tot 1 april en vanaf 24 november tot het einde van het jaar.

(Toerisme Meetjesland)

5.1 De cijfers

Aantal bezoekers

Totaal aantal bezoekers in het infokantoor in 2021: 2073, waarvan 931 personen uit het Meetjesland afkomstig. 208 bezoekers kwamen uit de rest van de provincie Oost-Vlaanderen.

Van de overige provincies waren vooral de West-Vlamingen (70) en de Antwerpenaars (72) vertegenwoordigd. Er kwamen ook 37 Nederlanders ons kantoor bezoeken.

In 2021 waren er 4 groepsbezoeken (groepen groter als 10 p.), en 107 sectorcontacten.

Ten opzichte van 2020 is dat een verbetering (toen 990 bezoekers). Ten opzichte van 2019 (3.109 bezoekers) en 2018 (4.521 bezoekers) is er een vrij groot verschil met als enige verklaring COVID.

5.2 Jobstudenten/vrijwilligers

Gedurende de zomer en verspreid over het seizoen werden jobstudenten aangeworven om het onthaalteam te versterken. We konden ook opnieuw rekenen op de inzet van een aantal vrijwilligers.

6 Financieel

					budget	uitgevoerd	rest
60	00	00	00	Kosten	206 560,40	153 413,73	53 146,67
60	00	00	00	Handelsgoederen, hulp- en grondstoffen	2 600,00	1 526,35	1 073,65
60	10	00	00	Handelsgoederen	2 600,00	1 526,35	1 073,65
61	00	00	00	Diensten en diverse goederen	116 790,00	65 773,44	51 016,56
61	10	00	00	Kosten voor gebouwen	2 460,00	456,38	2 003,62
61	20	00	00	Secretariaatskosten	10 230,00	9 452,84	777,16
61	30	00	00	Promotiekosten	64 500,00	41 281,59	23 218,41
		10	00	Publicaties	29 500,00	25 712,94	3 787,06
		20	00	Media	34 100,00	15 568,65	18 531,35
		30	00	Beurzen	400,00	0,00	400,00
		40	00	PR	0,00	0,00	0,00
		50	00	Beelmateriaal	0,00		0,00
		90	00	Andere promotiekosten	500,00		500,00
61	40	00	00	Kosten voor activiteiten	39 600,00	14 582,63	25 017,37
		10	00	Vergaderkosten	600,00	760,97	-160,97
		20	00	Externe prestaties/prestaties door derden/	0,00	0,00	0,00
		30	00	Ondersteuning kleinschalige projecten	8 000,00		8 000,00
		40	00	Sectormomenten	31 000,00	13 821,66	17 178,34
62	00	00	00	Bezoldigingen en sociale lasten	83 000,00	83 361,40	-361,40
63	00	00	00	Afschrijvingen, waardeverminderingen, voor	2 610,40	2 400,85	209,55
64	00	00	00	Andere bedrijfskosten	1 060,00	106,00	954,00
65	00	00	00	Financiële kosten	300,00	67,19	232,81
67	00	00	00	Belastingen op het resultaat	200,00	178,50	21,50
70	00	00	00	Opbrengsten	194 410,16	189 906,28	4 503,88
70	00	00	00	Omzet	6 300,00	1 632,78	4 667,22
70	10	00	00	Verkopen	2 100,00	1 359,40	740,60
70	20	00	00	Bijdrage in publicaties	3 700,00	0,00	3 700,00
70	30	00	00	Bijdrage in sectormomenten	0,00		0,00
70	50	00	00	Recuperatie bedrijfskosten (doorgerekende k	500,00	273,38	226,62
73	00	00	00	Lidgeld, schenkingen, legaten, subsidies	188 110,16	187 688,34	421,82
73	10	00	00	Lidgeld	99 810,16	99 810,16	0,00
		10	10	Gemeenten	49 905,08	49 905,08	0,00
		10	20	Toerisme Oost-Vlaanderen	49 905,08	49 905,08	0,00
73	40	00	00	Subsidies	88 300,00	87 878,18	421,82
		10	00	Projectmatige subsidies	88 300,00	86 357,95	1 942,05
		20	00	Niet projectmatige subsidies	0,00	1 520,23	-1 520,23
74	00	00	00	Andere bedrijfsopbrengsten	0,00	477,86	-477,86
75	60	00	00	Diverse fin. Opbrengsten		107,30	
				Opbrengsten - kosten	-12 150,24	36 492,55	