

TOERISME VLAAMS-BRABANT

JAARVERSLAG 2017



VLAAMS-
BRABANT

Groene Gordel

Leuven

Hageland



*Herfst in Tervuren *Sven Nys Cycling Center *Demeroevers in Langdorp

VLAAMS-BRABANT	
Missie - visie	5
REGIO'S	
Strategische beleidsplannen	8
Toerismeconvenant (2015-2019)	9
Groene Gordel	11
Regiowerking	12
(H)op smaak	13
Druiventro(t)s	14
Watertrappen	15
Open Stoeterijendag	16
Mysterieuze bossen	17
Tildonk - Grote oorlog	18
Hageland	21
Regiowerking	22
B(l)oeiend Hageland	23
(Sp)rankelend Hageland	24
Sven Nys Cycling Center	25
Demertrefplaatsen	26

Colofon

Een uitgave van Toerisme Vlaams-Brabant vzw, Provincieplein 1 - 3010 Leuven, tel.: +32(0)16-26 76 20, toerisme@vlaamsbrabant.be, www.toerismevlaamsbrabant.be
 Groene Gordel: groenegordel@vlaamsbrabant.be | Hageland: hageland@vlaamsbrabant.be
 Foto's: © Lander Loeckx, Provincie Vlaams-Brabant, Toerisme Vlaams-Brabant, Meeting Leuven & Vlaams-Brabant, Kristel van Loock, Bert Dekelver, Golazo sports (foto Sven Nys), Luc De Blick, Palm Belgian Crafts Brewers, Pieter Coomans
 Druk: drukkerij Goekint Graphics nv

Routes en routebeheer	27
Logies in Vlaams-Brabant	29
Marketing en communicatie	30
Projecten en doelgroepenwerking	32
Meeting Leuven & Vlaams-Brabant	32
Iedereen Toerist	33
Brussel en expats	34
Toeristisch onthaal en gidsenwerking	34
Wandelen (Net)werkt	34
Toerisme in cijfers	34
Fotowedstrijd 2017	35
Organogram	36
Jaarplan 2018	38

Voorwoord

In 2017 viel er het hele jaar rond wel wat te beleven in Vlaams-Brabant.

In het voorjaar stroomden de bezoekers toe in het Hageland om te genieten van de prachtige fruitbloesems tijdens 'B(l)oeiend Hageland'. In de Groene Gordel werd voor het eerst de campagne "Watertrappen" gelanceerd, waarbij fietsers op en langs het kanaal verfrist werden met mooie landschappen en lokale streekproducten. En de gloednieuwe website van Toerisme Vlaams-Brabant kwam online.

In mei zakten bierliefhebbers uit alle hoeken van de wereld af voor de biercampagne. Een opzet van Toerisme Vlaams-Brabant - het Hageland en de Groene Gordel - en kunststad Leuven. In dezelfde maand opende het vernieuwde Damiaanmuseum. Voor de inrichting van het onthaal en de buiteninfrastructuur kon het museum rekenen op de steun van Toerisme Vlaams-Brabant. Het Brabants trekpaard is een icoon, en dat werd extra in de verf gezet tijdens de Open Stoeterijendag, de Leuvense jaarmarkt en op de Dag van het Brabants trekpaard.

In de zomermaanden trokken de thematische campagnes zich op gang: '(Sp)rankelend Hageland' rond de wijn van het Hageland, de druiven van de Druivenstreek met 'Druiventro(t)s', en de hop van de Groene Gordel met '(H)op smaak'. Deze campagnes werden samen met de gemeenten uitgewerkt. De evaluaties leren dat dergelijke provinciale regiowerking met gemeenten en andere partners succes heeft en meer bezoekers naar de regio's lokt. In het najaar leverde de regiowerking nog een prachtige campagne op rond 'Mysterieuze bossen'.

Voor mensen met een beperkt budget of met een beperking zette Toerisme Vlaams-Brabant acties op touw zodat ook zij konden genieten van het toerisme in het Hageland en de Groene Gordel. Zo kwamen er aangepaste rondleidingen en tarieven in het belevingscentrum WOI in Tildonk en het Sven Nys Cycling Center. De expats werden benaderd, en het aanbod voor de zakentoeurist - vergaderfaciliteiten, logies, teambuilding - werd bekendgemaakt met inspiratiebezoeken en campagnes.

Fietsers konden zich uitleven in het Sven Nys Cycling Center en op de thematische lussen, terwijl er achter de schermen volop werd gewerkt aan de vernieuwing en uitbreiding van het Fietsnetwerk Vlaams-Brabant. Er kwam een nieuwe uitgave van het wandelnetwerk Zuid-Dijleland. De honderden peters en meters die vrijwillig de 6.500 km recreatieve, bewegwijzerde routes controleren in Vlaams-Brabant, werden in de watten gelegd. Achter de schermen werkte Toerisme Vlaams-Brabant aan twee nieuwe, bewegwijzerde wandelnetwerken en aan de heruitgave van de wandelnetwerken Pajottenland en Hagelandse Heuvels.

De kroon op het werk? Dat was het project 'Ontmoet de Demer': op vijf locaties langs de Demer kwamen opvallende ontmoetingsplaatsen waar wandelaars en fietsers kunnen verpozen en genieten van de rust en het mooie landschap van het Hageland.

Monique Swinnen,
 Voorzitter Toerisme
 Vlaams-Brabant





VLAAMS-BRABANT

Missie en Visie

Het toerisme in Vlaams-Brabant uitbouwen om daar economische, culturele en sociale voordelen uit te halen. Met respect voor de eigenheid en de draagkracht van de natuur, de cultuur, het landschap en de mensen.

- Toeristen van buiten de provincie worden zo efficiënt mogelijk aangetrokken. Zij spelen een economische rol. Het gaat daarbij zowel om zaken, als recreatieve toeristen.
- Een randvoorwaarde bij het ontwikkelen van de toeristische sector is dat de natuur, het landschap en de cultuur - het basiskapitaal - gevrijwaard blijven. Ook op lange termijn. Zo ontwikkelt het toerisme en de recreatie zich op een duurzame manier.
- De provincie is ook voor de Vlaams-Brabanders zelf een belangrijk recreatiegebied. Deze maatschappelijke functie wordt veiliggesteld en uitgebouwd.

Budget

Het werkingsbudget van de vzw Toerisme Vlaams-Brabant bedroeg in 2017 ruim 3 miljoen euro. De opbrengsten bestonden uit:

- subsidies provincie Vlaams-Brabant
- subsidies Vlaanderen
- bijdragen gemeenten
- Europese subsidies
- eigen inkomsten.

Personeel

Toerisme Vlaams-Brabant beschikte in 2017 over 32 provinciepersoneelsleden. De vzw zelf stelde ook 4 VTE tewerk.



REGIO'S

Algemeen

Groene Gordel

Hageland



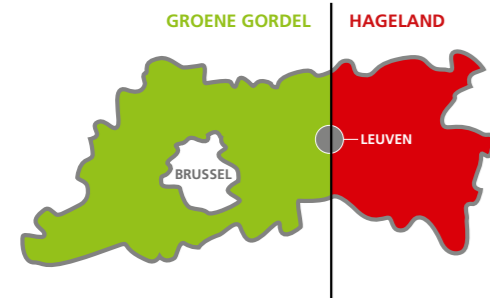
STRATEGISCHE BELEIDSPLANNEN

Toerisme Vlaams-Brabant schreef in 2013 een opdracht uit voor een strategisch plan voor het Hageland en de Groene Gordel voor de periode 2014-2019. Deze strategische plannen moeten de beide regio's laten uitgroeien tot krachtige en belevingsvolle bestemmingen. Ze formuleren een langetermijnvisie en bouwen voort of sturen bij op wat eerder uitgewerkt is.

De **centrale doelstelling** voor het toerisme in de Groene Gordel en het Hageland wordt in het plan omschreven als:

Nastreven van groei, boven het gemiddelde groeicijfer van de Vlaamse regio's, door intenser gebruik van de toeristisch-recreatieve voorzieningen, waartoe iedereen bijdraagt op een duurzame, kwaliteitsvolle en marktconforme manier.

PROVINCIE VLAAMS-BRABANT



Nastreven van groei: de bestemming wil in positieve en dynamische zin verder evolueren, erop vooruitgaan, stilstaan is geen optie. De opwaartse spiraal die aan de gang is, wordt bestendig.

Boven het gemiddelde groeicijfer van de Vlaamse regio's: de uitdaging is beter te doen dan de andere Vlaamse regio's. Schommelingen zijn toegestaan.

Intenser gebruik van de toeristisch-recreatieve voorzieningen waartoe iedereen bijdraagt: het gaat om een gedeelde doelstelling voor de hele regio, voor alle actoren. Dus iedereen werkt samen aan de realisatie van de centrale doelstelling.

Duurzaam: er wordt rekening gehouden met het karakter van de bestemming, zijn belanghebbenden, bewoners, landschap, erfgoed, patrimonium. Dit omvat ecologische maar ook menselijke aspecten.

Kwaliteitsvol: niet alleen een kwantitatieve groei is het doel, ook de kwaliteit is belangrijk.

Marktconform: de bezoeker staat centraal.



*Wijndomein Hageling *Dag van het Brabants trekpaard 2017 *Wandelen in Bierbeek

TOERISMECONVENANT (2015-2019)

Toerisme Vlaams-Brabant sloot in 2015 een nieuwe convenant af met de gemeenten in de Groene Gordel en het Hageland. Deze toerismeconvenant loopt tot eind 2019.

Wat houdt deze convenant in? Toerisme Vlaams-Brabant ontvangt jaarlijks van de gemeenten een vaste bijdrage per inwoner. Enerzijds kunnen gemeenten hiervoor rekenen op een vastomlijnd dienstverleningspakket. Anderzijds ondersteunen de regiocellen Groene Gordel en Hageland hen bij de organisatie van bovenlokale, thematische projecten en bij het invullen van een regiowerking.

Er is overleg op drie niveaus.

- **Toeristisch Overlegplatform (TOP) Groene Gordel en Hageland:**
 - is samengesteld uit de regiocoördinator en de schepenen van toerisme
 - stelt een jaaractieplan en een begroting op
 - bepaalt de samenstelling van de thematische werkgroepen
 - buigt zich over acties en thematische campagnes.
- **Ambtenarenoverleg (AO):**
 - is samengesteld uit de regiocoördinator of regiowerkers en de ambtenaren van toerisme
 - bereidt TOP Groene Gordel en TOP Hageland voor.
- **Thematische Werkgroep (TW):**
 - is samengesteld uit de regiocoördinator of regiowerkers en de ambtenaren van toerisme

- samen met de relevante toeristische actoren, logiesondernemers, attracties, terreinbeheerders ...

- bepaalt thematische acties, werkt ze uit en volgt ze op

- rapporteert aan TOP Groene Gordel en TOP Hageland.

De voordelen voor de deelnemende gemeenten?

- 30% korting op de aankoopprijs van de betalende publicaties van Toerisme Vlaams-Brabant bij bestellingen van minstens 45 euro.
- Geen verzendkosten voor de publicaties (gratis of betalend) die ze bij Toerisme Vlaams-Brabant bestellen.
- Gratis promomateriaal en gratis lenen van beachflags, spandoeken, tenten van de toeristische regio.
- Het gemeentelijke toeristische aanbod verschijnt op de website van Toerisme Vlaams-Brabant, via de UiT-databank.
- Ondersteuning als de gemeente bovenlokale toeristische producten ontwikkelt. Toerisme Vlaams-Brabant verzorgt de cartografie van thematische fiets- en wandelroutes op de netwerken (1 per gemeente per jaar) en geeft advies, helpt met terreinverkenning en zorgt voor de correctie van de publicaties.
- Eenmaal per jaar organiseert Toerisme Vlaams-Brabant een netwerkmoment, een thematische workshop of een studiedag.

• Toeristische kerncijfers op regio- of gemeentenniveau.

• Voordeeltarief als de gemeente deelneemt aan promotiecampagnes van Toerisme Vlaams-Brabant in Vlaanderen.

De voordelen voor de toeristische ondernemers in de deelnemende gemeenten?

- 30% korting op de aankoopprijs van de betalende publicaties van Toerisme Vlaams-Brabant bij bestellingen van minstens 45 euro.
- Geen verzendkosten voor de publicaties (gratis of betalend) die ze bij Toerisme Vlaams-Brabant bestellen.
- Een tegemoetkoming voor advertenties binnen de campagne Logeren in Vlaanderen Vakantieland.
- Voordeeltarief als de toeristische ondernemer deelneemt aan de promotiecampagnes van Toerisme Vlaams-Brabant in Vlaanderen.



ONTDEK
HET BESTE

Groene Gordel

*Museumtuin van Gaasbeek

GROENE GORDEL

Kernwaarden

De kernwaarden van de Groene Gordel maken van de regio een unieke bestemming. Waarden om te koesteren.

Stijl en klasse

Verfijning en kwaliteit, 'met cachet'. Te vinden in de kastelen, de parken en statige tuinen, de eeuwenoude bossen en arboreta.

Duo's van beleving

Er is tal van keuze in de Groene Gordel: ontspannen en werken, lokale en internationale ontmoetingen, cultuur en natuur, authentiek en innovatief, sportief en slow, platteland en de stad dichtbij. Combinaties die creatieve mogelijkheden scheppen voor productontwikkeling en communicatie.

Sterk groen

Tot vandaag is de regio een verrassend groene regio. Je vindt er unieke groengebieden die de verstedelijkingsdruk weerstaan zoals het Zoniënwoud, Meerdaalwoud en Heverleebos, het Hallerbos en andere delen van het Pajottenland, Dijleland en Brabantse Kouters.

Smaak en vakmanschap

Geuze, lambiek en andere biersoorten, witloof, tafeldruiven, platte kaas. Streekeigen recepten en vakmanschap. En dat vakmanschap vind je ook bij de fokkers van het Brabantse trekpaard, hoefsmeden, modemakers, artiesten etc.

Variëteit met persoonlijkheid

Het Pajottenland & Zennevallei, het Dijleland en de Brabantse Kouters. De deelgebieden of subregio's van de Groene Gordel hebben elk hun eigenheid en specifieke kenmerken.

Regiowerking

Het team van de regiowerking Groene Gordel is verantwoordelijk voor de thematische regiowerking in de Groene Gordel. Dat gebeurt in nauwe samenwerking met de gemeenten. In 2017 werkte het team de campagnes '(H)Op Smaak', 'Druiventro(t)s', 'Open Stoeterijendag', 'Watertrappen' (kanaaltoerisme) en 'Mysterieuze Bossen' uit. Het legde ook een stevige basis voor de thema's voor de volgende jaren: het witte goud en Wereldoorlog I. De werking werd aangevuld met de provinciale thema's 'Iedereen toerist' en 'Bier'.

Het regioteam werkte voor elk thema een aangepaste productontwikkeling uit, en investeerde in beeld- en videomateriaal. De pers werd ingeschakeld en een intensieve Facebookcampagne opgestart. Dankzij een intensiever management van de sociale media werd de Facebookpagina van de Groene Gordel een stuk dynamischer. De campagnes kregen ook een eigen pagina op de website van Toerisme Vlaams-Brabant.

Een bevraging – online en op evenementen – zorgde voor interessant cijfermateriaal over de campagnes. De cijfers vergemakkelijken een evaluatie en bijsturing.

Ter inspiratie organiseerde Toerisme Vlaams-Brabant op 19 oktober een regio-excursie voor toerismemedewerkers en schepenen, met een toelichting over het project 'Mysterieuze Bossen' en een teamactiviteit rond geocaching in Heverleebos.

Andere projecten die door de regiowerking worden opgevolgd:

- Kanaaltochten Brabant
- Project 'Landschap van Erembald tot Kravaalbos'
- VVV Pajottenland en Zennevallei
- Herinrichting Plantentuin Meise
- Opvolging ontwikkeling hefboomproject Zoniën-woud

- Project 'Wandelen Netwerk'
- Samenwerking Gordelfestival
- Project 'Mysterieus en Majestueus met herinrichting Bosmuseum'
- Project 'Wandelnetwerk Brabantse Kouters'
- Samenwerking 'Vollezele leeft'
- Project 'Wandelnetwerk Demer en Dijlevallei'



*Avontuurlijk vuur en lichtfeest in de Kluis ikv campagne 'Mysterieuze bossen' *Heemkundig museum De Botermolen *Geocaching Tremelo

*Campagnebeeld '(H)op smaak'

(H) op smaak

Toerisme Vlaams-Brabant organiseerde de Hopmaand, samen met Affligem, Asse, Kapelle-op-den-Bos, Londerzeel, Opwijk en Aalst. Die liep van zondag 26 augustus tot en met zondag 17 september 2017. Toerisme Vlaams-Brabant wil hiermee de traditie van de hoppluk weer levendig maken. Twee weken lang maakten bezoekers kennis met de hopcultuur, de hopvelden, de bieren, de brouwerijen en het mooie landschap in de hopregio. Deelnemers aan de hoppluk waren fier om nadien het bier te mogen proeven dat gemaakt werd met de hop die ze zelf hadden geplukt. Een A3-flyer op 40.000 exemplaren, affiches, de website, social media en een hopfilmje op de regionale zender zorgde voor de nodige promotie.



*Hoppluk Microbrouwerij Den Triest *Hop

CAMPAGNE (H)Op Smaak IN CIJFERS

10 activiteiten

34,8% bezoekers van buiten Vlaams-Brabant

118.044 bereikte personen
298.129 weergaven

8,4/10 tevredenheid bezoekers

DRUIVEN TRO(T)S

WANDELEN, FIETSEN EN FEESTEN IN DE DRUIVENSTREEK

Editie 2017



VLAAMS-BRABANT
ONTDEK HET BESTE
Groene Gordel

www.toerismevlaamsbrabant.be/druif

*Campagnebeeld 'Druiventro(t)s'

Druiventro(t)s

Toerisme Vlaams-Brabant werkte, samen met de gemeenten Tervuren, Hoeilaart, Huldenberg en Overijse, het project 'Druiventro(t)s' uit. Van begin augustus tot begin oktober gonsde het van activiteiten in het teken van de druif: thematische druivenwandelingen, druivenfietsroutes, ondersteuning van de serristen en de ontwikkeling van een thematische website. Wandelroutes en een fietsroute met de druiventeelt als thema werden opgefrist en uitgegeven in een gedrukte publicatie.


Logiesuitbaters, fietscafés, serristen en verkooppunten van streekproducten werden nauw betrokken. De communicatie ter promotie van het evenement gebeurde via Facebook, Ring TV, ROB-tv, De Zondag, een nieuwsbrief, de website, flyers en affiches. De tevredenheid bij partners en bezoekers was hoog. Het aantal serristen dat op toeristisch vlak actief is, steeg naar tien.




*Druivenserras Kelleveld

CAMPAGNE Druiventro(t)s IN CIJFERS

 **26** activiteiten

 **28,8%** bezoekers van buiten Vlaams-Brabant

 **157.703** bereikte personen
386.889 weergaven

 **8,2/10** tevredenheid bezoekers

WATER TRAPPEN

KANAAL- EN FIETSRoutes

30.04.17-31.10.17



VLAAMS-BRABANT
ONTDEK HET BESTE
Groene Gordel

www.toerismevlaamsbrabant.be/water

*Campagnebeeld 'Watertrappen'


Watertrappen

Het thema 'Watertrappen' promootte het vaartoerisme op het Zeekanaal Brussel-Schelde. Dat gebeurde in samenwerking met de gemeenten Grimbergen, Kapelle-op-den-Bos, Meise, Vilvoorde en Zemst. Een flyer met waardebonnen – een 'verfrissingspakket' voor fietsers – koppelde de kanaaltochten aan het toeristische aanbod en de producten van de streek. Het Waterfeest in Vilvoorde op 30 april was de start van het vaarseizoen. Het werd een succes en kon rekenen op heel wat pers- en media-aandacht. De promotie werd gevoerd via Facebook, Ring TV, Libelle, de website, flyers, affiches en de pers.



*Watertrappen

CAMPAGNE Watertrappen IN CIJFERS

 **27.8%** bezoekers van buiten Vlaams-Brabant

 **8,3/10** tevredenheid bezoekers

**OPEN
STOETERIJENDAG**
LONDERZEEL
Zondag 11 juni 2017

VLAAMS-
BRABANT

ONTDEK
HET BESTE
Groene Gordel

Ga van stal tot stal
www.toerismevlaamsbrabant.be/open-stoeterijen

*Campagnebeeld 'Brabants trekpaard'

Brabants trekpaard

Het Brabants trekpaard is een icoon van de Groene Gordel. Toerisme Vlaams-Brabant blijft inzetten op de promotie via verschillende kanalen.

• Veulenpremie

Toerisme Vlaams-Brabant kent een veulenpremie toe aan alle veulens van Vlaams-Brabantse fokkers, geregistreerd in het stamboek van de Koninklijke Maatschappij van het Belgisch trekpaard. Sinds 2013 kregen al 455 veulens een premie van 200 euro. Onder meer dankzij deze premie stagneerde de terugval van het aantal geboortes in onze provincie, in tegenstelling tot de meeste andere provincies. Ook in 2017 blijkt de veulenpremie zijn vruchten af te werpen en bevestigen de cijfers dezelfde tendens.

• Dag van het Brabants Trekpaard in Vollezele

Toerisme Vlaams-Brabant en 'Vollezele Leeft' organiseren deze publiekstrekker elke jaar op de derde zondag van oktober. Het is een wervelende dag vol demonstraties, menwedstrijden, shows, animatie, veulenkampioenschap en proeverijen. Een 4.000-tal bezoekers kwamen er dit jaar op af.

• Brabants trekpaard blaast Leuvense jaarmarkt nieuw leven in

De provincie Vlaams-Brabant en de stad Leuven werkten een rits activiteiten uit om het Brabants trekpaard in de kijker te zetten tijdens de Leuvense jaarmarkt. Op het Sint-Jacobsplein werden de dieren gekeurd en volgden er de hele voormiddag shows door stal De Brabander. Voltige (turnen te paard), stijlrijden en spelen wisselden elkaar af. De photobooth met een levensecht Brabants Trekpaard aan de infostand van Toerisme Vlaams-Brabant, kreeg veel aandacht.

• Open stoeterijendag

Op 11 juni zette de Stoeterij van Diepensteyn in Londerzeel de deuren open tijdens de eerste Open Stoeterijendag. Bezoekers konden genieten van tochten met (historische) koetsen en interactie tussen paarden en kinderen. De communicatie ter promotie van het evenement gebeurde via Facebook, Ring TV, website en de distributie van flyers.

CAMPAGNE Open Stoeterijendag IN CIJFERS

36.2% bezoekers van buiten Vlaams-Brabant

15.973 bereikte personen

8,6/10 tevredenheid bezoekers

**MYSTERIEUZE
BOSSEN**
oktober - november 2017

VLAAMS-
BRABANT

ONTDEK
HET BESTE
Groene Gordel

www.toerismevlaamsbrabant.be/bos

*Campagnebeeld 'Mysterieuze bossen'

Mysterieuze bossen

Begin oktober werd de campagne Mysterieuze Bossen gelanceerd, een thematische samenwerking met gemeenten Huldenberg, Bertem, Bierbeek, Kortenberg en Oud-Heverlee.

Voor de promotie zette Toerisme Vlaams-Brabant vooral in op sociale media, waarbij het rondreizende kunstwerk 'tree of light' van kunstenaar Benny Conings voor visibiliteit zorgde. Een mysterieuze videoclip wekte de nieuwsgierigheid, en affiches en flyers garandeerden de lokale betrokkenheid. De thematische deelsite op de website van Toerisme Vlaams-Brabant gaf de waaier van het brede aanbod weer.

Mysterieus dwalen leidde bezoekers naar bestaande wandelingen in de bossen, met 'Laat je leiden door Mysterieuze bossen' ging een gids de deelnemers vooraf. Mysterieus slapen zette een schatkist in je slaapkamer die je kon openen door de juiste cijfers te vinden in bosrijke locaties. Met Mysterieuze smaak kon je als bezoeker proeven van de streek op proeverij-avonden op unieke plekken in het bos. En dan had je nog Mysterieuze uitdagingen, Mysterieuze onthullingen en Magisch Mysterieuze spektakels, waarbij Sacred Places in elke gemeente voor een mysterieuze sfeersetting zorgde. Deze gezinsvriendelijke evenementen kenden een gigantisch succes en waren telkens volzet.

CAMPAGNE Mysterieuze Bossen IN CIJFERS

22 activiteiten

91% van de partners zou opnieuw deelnemen

7% bezoekers van buiten Vlaams-Brabant

101.846 bereikte personen
506.654 weergaven
17.391 videoweergaven

8,8/10 tevredenheid bezoekers

De Grote Oorlog in Vlaams-Brabant: Belevingscentrum '14-'18 in Tildonk

Toerisme Vlaams-Brabant opende op 11 juni 2014 het Belevingscentrum '14-'18 in het voormalige Ursulinenklooster in Tildonk. Het Belevingscentrum '14-'18 brengt aan de hand van authentieke verhalen de oorlogsgeschiedenis van de provincie weer tot leven.

2017 werd een actief jaar met veel lezingen en expo's. De belevingsroute 'De geheimen van het Ursulinen-internaat ontsluit' waarbij twee gidsen in de huid kropen van zuster Bénédicte en mademoiselle Florentine, kende in 2016 een groot succes. De route werd daarom ook in 2017 georganiseerd, één keer per maand.

In het voorjaar vonden twee themalezingen plaats: Frieda Joris kwam op 15 februari waargebeurde 'Liefdesverhalen aan het front' vertellen, en Annelies Tollet wijdde de bezoekers op 28 april in in de 'Geschiedenis van de Vlaams-Brabantse bier- en jenevercultuur'.

Eind juni werd de kloostertuin in gereedheid gebracht voor de openluchtexpo 'Door de lens van de bezetter', een unieke fotocollectie van ons Vlaams-Brabants erfgoed in samenwerking met het KIK. De foto's werden in 1917-1918 gemaakt door de Duitse bezetter. De expo zal zeker nog tot de zomer van 2018 de kloostertuin inpalmen.

Tijdens de zomermaanden konden jonge bezoekers op geurenzoektocht van Vlieg door het Belevingscentrum '14-'18.

Op 10 september – Open Monumentendag – belichten lokale kunstenaars de Engelenburcht. Met succes: 320 bezoekers vonden de weg naar Tildonk. Op dezelfde dag werden de restanten van een obus uit 1914 onthuld. Deze obus werd in februari opgegraven in Wespelaar en veilig tot ontploffing gebracht. De burgemeester van Haacht schonk de restanten aan het Belevingscentrum '14-'18.



*Belevingscentrum '14-'18



*Getelnie fietsroute



ONTDEK
HET BESTE

Hageland

*Wandelnétték Hagelandse Heuvels

HAGELAND

Kernwaarden

De kernwaarden van het Hageland geven de regio een eigen gezicht.

Prettig en pittig

Prettig staat voor het warme, gastvrije karakter van de Hagelander. Pittig drukt dynamiek uit, 'spirit'. De Hagelanders nemen initiatief, willen vooruit.

Positieve spanning in tegengestelden

Het Hageland heeft 'the benefits of both', zoals het *Regional Brandingsproces* het heeft verwoord. Hier hoeft men niet te kiezen, maar kan er gecombineerd worden. Rust en rock, ontspannen en werken, authentiek en innovatief, sportief en slow. Combinaties die creatieve mogelijkheden scheppen voor productontwikkeling en communicatie.

Nieuw groen

Dit heeft een dubbele betekenis. Het Hageland is voor veel mensen een nog ongekende bestemming, een onontgonnen gebied op toeristisch vlak. En het Hagelandse landschap wordt ook op een ecologische manier toeristisch gevalideerd.

Smaak en vakmanschap

Refereert naar de mooie streekproducten die het Hageland rijk is. Fruit, wijn, bier. Ook streekeigen recepten en vakmanschap typeren het Hageland. Dat vakmanschap vind je ook bij de Hagelandse artiesten, organisatoren van festivals, etc.

Kleinschalig met persoonlijkheid

Het Hageland is niet groot en telt veel kleinschalige logies en attracties, maar de regio heeft wel een eigenheid en sterke persoonlijkheid.

Regiowerking

In het najaar van 2016 werd het jaarprogramma 2017 voor het Hageland voorgesteld en goedgekeurd door de Hagelandse gemeentes. Enkele thema's die in 2016 hun succes bewezen hebben, werden voortgezet. Waaronder:

- De laatste twee weken van april stonden de bloesems centraal tijdens 'B(l)oeiend Hageland'.
- Tijdens de Biermaand tussen 21 april en 5 juni 2017 stond het bieraanbod van Vlaams-Brabant in de kijker.
- Promotie van de wielercultuur: het Sven Nys Cycling Center, de Eddy Merckx fietsroutes en een samenwerking met de organisatoren van 'Dwars door het Hageland'.
- De organisatie en promotie van '(Sp)rankelend Hageland', waarbij de Hagelandse wijndomeinen hun wijndomein openstelden tijdens enkele weekends eind augustus en begin september.
- De 2de editie van de semiklassieker 'Dwars door het Hageland' met de start in Aarschot en de finale op de Citadel in Diest. Deze wedstrijd, met mooie beelden van het Hageland, werd live uitgezonden op VTM.

De reguliere werking focust op:

- De ondersteuning van de gidsenwerking in het Hageland.
- De ontwikkeling en het onderhoud van de website www.hagelandgidsen.be wordt ondersteund vanuit het regiobudget. Bij de uitwerking van thema's wordt er samengewerkt voor gidsbeurten en de aanwezigheid op evenementen. Dat gebeurde in 2017 in het kader van (Sp)rankelend Hageland.
- Het creëren van een toeristisch aanbod dat toegankelijk is voor iedereen.

- De financiële ondersteuning voor het geboortehuis en museum van Pater Damiaan, met onder andere het uitbouwen van het toeristisch onthaal in het museum en een actualisering van de Damiaanwandeling.

Op 12 oktober trok Toerisme Vlaams-Brabant met de bevoegde schepenen en ambtenaren op excursie naar Lier en het Pallieterland. Een dag vol inspiratie voor de thematische en reguliere toeristische werking in het Hageland.

Enkele projecten die door de regiowerking worden opgevolgd en ondersteund:

- Project 'Ontmoet de Demer'
- Project 'Wandelen (Net)werkt'
- Project 'Wandelnetwerk Demer en Dijlevallei'
- Project 'Getevallei': ontwikkeling en herziening van de wandellussen uit de brochure Hagelands Haspengouw.



*Sven Nys Cycling Center Route *Maagdrentoren Scherpenheuvel-Zichem *Zoutleeuw bloesems *Demerbaken

B(L)OEIEND HAGELAND
DE 14-DAAGSE VAN DE BLOESEM
14.04-30.04.2017

VLAAMS-BRABANT

ONTDEK HET BESTE Hageland

www.toerismevlaamsbrabant.be/bloesems

*Campagnebeeld 'B(l)oeiend Hageland'

B(l)oeiend Hageland

De boomgaarden staan dik geplant in het Hagelandse fruitland. In het voorjaar levert dat een prachtige bloemenweelde op. De gemeenten Glabbeek, Hoegaarden, Kortenaeken, Landen, Lubbeek, Tienen, Zoutleeuw, Bekkevoort, Linter, Geetbets en Tielt-Winge organiseerden samen met Toerisme Vlaams-Brabant van vrijdag 14 tot en met zondag 29 april de bloesem 14-daagse in het Hageland. Voor de derde keer al. De verschillende activiteiten werden onderverdeeld in drie themaweekends: vuurmagie, picknickpret en culinair op pad. Het eerste weekend - 14 en 15 april - stond in het teken van vuurmagie: bezoekers konden genieten van verschillende nocturnewandelingen tussen de bloesems. Het tweede weekend - 22 en 23 april - was het sprekende picknickleed op de weide van Fruit Vanhellemont de uitvalbasis voor een wandeling, fiets- of huifkartocht en een heerlijke picknick met streekproducten. Tijdens het derde weekend - 29 en 30 april - waren er allerlei culinaire activiteiten zoals bloesemlounges, -terrassen en kookdemo's. Met de bloesemwedstrijd op de website konden deelnemers een luchtdoop in een sportvliegtuig winnen.

Naast deze bloesemactiviteiten ter gelegenheid van de bloesem 14-daagse konden de toeristen ook kennismaken met de bloesem- en fruitstreek via een vast wandel- en fietsaanbod. Dat aanbod werd in 2017 uitgebreid met de Panbruggewandeling in Landen. Verschillende bloesemcamera's volgen de bloeiwijze van de kers-, appel- en peerboomgaarden op de voet.

Het volledige bloesemaanbod werd gebundeld in de folder 'B(l)oeiend Hageland'. Een succesvolle mediacampagne werd uitgewerkt met onder meer reportages op Radio 2, ROB-tv en Ring TV, een redactioneel artikel in Libelle, advertenties in Rondom, affiches in treinstations en een online campagne met een e-mailing (30.000 ontvangers) en Facebookadvertenties met een hoge doorklikratio.

Het bloesemkunstproject dat kadert binnen het subsidieprogramma Platteland+ werd opgestart. Het bestek voor een curator werd uitgeschreven. Zijn taak? Het kiezen van het ontwerp, de aankoop en de plaatsing van elf kunstwerken in elf bloesemgemeenten.

CAMPAGNE B(l)oeiend Hageland IN CIJFERS

10 activiteiten

33,6% bezoekers van buiten Vlaams-Brabant

205.674 weergaven
10 advertenties met een bereik tussen 1.950 en 67.851

30.000 mensen ontvingen de nieuwsbrief

8,7/10 tevredenheid bezoekers

(SP)RANKELEND HAGELAND
3 WIJNWEEKENDS
 19.08-03.09.2017



VLAAMS-BRABANT
 ONTDEK HET BESTE Hageland

www.toerismevlaamsbrabant.be/wijn

*Campagnebeeld '(Sp)rankelend Hageland'

(Sp)rankelend Hageland

De Hagelandse wijn blijft één van de grote toeristische troeven van de regio. Het aantal wijndomeinen groeit en vijftien wijnbouwers zijn intussen bereid om toeristen te ontvangen. Toerisme Vlaams-Brabant zette daarom ook in 2017 in op de promotie van de Hagelandse wijnbouw op verschillende manieren:


- In 2017 organiseerde Toerisme Vlaams-Brabant voor de tweede keer (Sp)rankelend Hageland. Tijdens drie opeenvolgende weekends konden bezoekers genieten van de Hagelandse wijnen, kennismaken met de wijnboeren en de wijnregio op een unieke manier verkennen. Een initiatief dat zowel door wijnboeren als bezoekers heel erg werd gesmaakt. Voor deze editie werden de smaaktrips ontwikkeld. Deze handige stempelkaart moest enerzijds bezoekers ertoe aanzetten om meerdere wijndomeinen in de omgeving te bezoeken en, anderzijds, je laten genieten van een gratis passend hapje bij je glas Hagelandse wijn.
- De Wezemaalse en de Houwaartse wijnfeesten ontvingen een subsidie van 1.000 euro.
- De nieuwe wijndomeinen die toeristen ontvangen, kregen een wijninfolbord in de huisstijl van het Hageland.

(Sp)rankelend Hageland 2017 werd een erg succesvolle editie dankzij een uitgebreide mediacampagne met onder meer reportages op de regionale zender RTV/TV plus, spots op de radiozender Nostalgie en ROB-tv, een live uitzending van Radio 2, het verdelen van folders in goodiebags, advertenties in Rondom, affiches in treinstations, een online campagne met e-mailing en Facebookadvertenties.

CAMPAGNE (Sp)rankelend Hageland IN CIJFERS

 **19** activiteiten

 **36,8%** bezoekers van buiten Vlaams-Brabant

 **445.932** weergaven
 11 advertenties met een bereik tussen 111.379 en 57.927

 **30.000** mensen ontvingen de nieuwsbrief

 **8,5/10** tevredenheid bezoekers



Sven Nys Cycling Center

Op de Balenberg in Baal opende in juni 2016 onder grote mediabelangstelling het Sven Nys Cycling Center. Sinds de start ontdekten meer dan 100.000 bezoekers deze site, en bezochten meer dan 15.000 mensen het belevingscentrum. Het belevingscentrum is de spil van het Sven Nys Cycling Center. Onder de kampioentruitjes door wandel je door de geschiedenis van de cyclocross. Je kan er onder meer een kijkje nemen in de camper waar de veldrijders zich voorbereiden op een koers en zelf proberen hoe ver je met de fiets door de zandbak geraakt. Op de buitenparcours kan je ontdekken welke discipline van het offroad fietsen jou het beste ligt. Waag je aan het gekende veldritparcours van de Grote Prijs Sven Nys of probeer het BMX freestyle- of trialparcours.

Voor wie de ruimere regio wil ontdekken, werden er in het Sven Nys Cycling Center heel wat mogelijkheden ontwikkeld. Een wandelparcours toont je de mooiste plekken van de Balenberg. Het Sven Nys Cycling Center sluit naadloos aan op het Fietsnetwerk Vlaams-Brabant en op de Balenberg vertrekt er een bewegwijzerde mountainbikelus en geocache.

Sven Nys stippelde zijn favoriete trainingsparcours in de regio uit: de Sven Nys Cycling Route is 93 kilometer lang. Een bewegwijzerde tocht langs de mooie plekken van het Hageland. Al sinds het voorjaar 2017 een geliefde trip voor veel wielertoeristen. Vanuit het Sven Nys Cycling Center neemt Sven Nys je mee op training langs enkele pittige hellingen van het Hageland. De route gaat onder meer langs het standbeeld van Eddy Merckx, de Vlooybergtoeren, het kasteel van Horst en de Hagelandse fruit- en wijngaarden.

Op donderdag 21 december trok de Warmste Koers zich op gang in het Sven Nys Cycling Center. Met deze warme actie namen Toerisme Vlaams-Brabant en de gemeente Tremelo deel aan De Warmste Week van Studio Brussel. Van donderdag 21 tot en met zaterdag 23 december fietsten enkele honderden enthousiastelingen op de rollen voor het goede doel. De actie bracht 8.246 euro op en ging naar Join2Bike, een vzw die mensen met en zonder beperking op de fiets wil helpen.

Toerisme Vlaams-Brabant droeg financieel bij aan de vierdelige tv-serie 'DNA Nys', die vanaf eind december primetime op één te zien was. Het Sven Nys Cycling

Center en de toeristische troeven in de omgeving werden op deze manier op een prachtige manier in beeld gebracht bij een ruim publiek.



*Sven Nys belevingscentrum *Sven Nys Cycling Center *Sven Nys Cycling Route

Ontmoet de Demer

Als een blauw en groen lint kronkelt de Demer door de mooiste landschappen van Diest tot Werchter. De Demervallei is een van de laatste grote aaneengesloten open ruimtegebieden in Vlaams-Brabant en kent een uitzonderlijk hoge natuur- en erfgoedwaarde. Het afwisselende rivierlandschap tussen de ijzerzandstenen getuigenheuvels is een lust voor het oog van bezoekers.

De voorbije jaren werd hier al op ingespeeld met het wandelnetwerk Hagelandse Heuvels en de wandelbox Noord-Hageland van Toerisme Vlaams-Brabant en Regionaal Landschap Noord-Hageland, met de opleiding tot Demerambassadeurs, met projecten van lokale ondernemers zoals B&B's en kanovaarten op de Demer. Het Regionaal Landschap Noord-Hageland en Toerisme Vlaams-Brabant willen met het project 'Ontmoet de Demer' de unieke troeven van de Demervallei nog meer in de kijker zetten.

Aan de oever van de Demer nodigen vijf unieke trefplaatsen je sinds dit jaar uit om kennis te maken met het landschap en het leven op en langs het water. Het geknipte vertrekpunt voor een wandeling of fietstocht in de Demervallei. De ontwerpen verwijzen naar de lokale geschiedenis. In Diest leren de kanonnen je kijken met de ogen van de verdedigingstroepen, in Zichem smul je van het landschap van op een platboot, Langdorp nodigt je uit aan een lange picknicktafel, in Betekom ontdek je de Demervallei van op de brug en het tolhuis en in Werchter dwaal je tussen eikenkruinen.

Dit project werd mee mogelijk gemaakt door cofinanciering uit Platteland+ met subsidies van Vlaanderen en de provincie Vlaams-Brabant.

Strategisch Project Demervallei

Vanuit Toerisme Vlaams-Brabant werd de visie uitgewerkt voor de toeristisch-recreatieve mogelijkheden en ontwikkelingen in de Demervallei, geïntegreerd in de totaalvisie op de Demervallei over waterveiligheid, natuurontwikkeling, landbouw en toeristisch-recreatieve ontwikkeling.



*Demerbaken Langdorp *Demerbaken Betekom *Demerbaken Zichem *Demerbaken Langdorp *Demerbaken Diest

KWALITEITSBEWAKING VAN ROUTEGEBONDEN PRODUCTEN

Routebeheer

Toerisme Vlaams-Brabant heeft over de jaren heen een uitgebreid aanbod aan recreatieve routes ontwikkeld. Dat aanbod groeit nog steeds en wordt continu vernieuwd. In 2017 was dat goed voor liefst 6.500 km bewegwijzerde recreatieve fiets-, wandel-, ruiter-, en menroutes. Een aantal ruiter- en menroutes (670 km) zijn niet bewegwijzerd.

	LUSSEN	NETWERK	TOTAAL
FIETSEN	1.120	1.800	3.010
WANDELEN	1.350	1.620	2.970
RUITER EN MENROUTES	430	70	500
TOTAAL	2.900	3.490	6.480



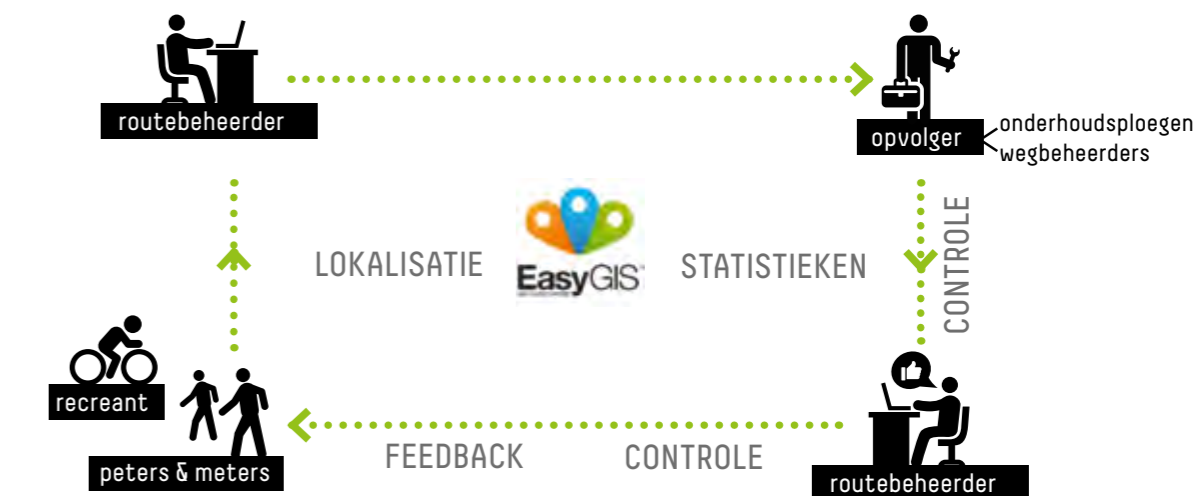
*Bewegwijzeringsbordje wandelnetwerk

Om de kwaliteit van de routes op peil te houden doet Toerisme Vlaams-Brabant beroep op vrijwilligers die de routes een aantal keer per jaar controleren (peters en meters) en op recreanten die problemen signaleren. De meldingen van vrijwilligers en recreanten worden door onderhoudsploegen aangepakt. Sinds september 2016 verloopt de kwaliteitsbewaking via een online routemeldpunt dat de controles, meldingen en werkopdrachten verzamelt en lokaliseert, en de opvolging ervan stroomlijnt.

In september 2017 zijn de contracten voor het uitvoeren van werkzaamheden aan de route-infrastructuur vernieuwd. Voor het onderhoud wordt samengewerkt met IGO-W, 3Wplus en Pro Natura. Ze nemen elk een subgebied voor hun rekening.

De omschakeling naar het nieuwe systeem met EasyGIS zorgde voor een stijging in de meldingscijfers. Dit komt omdat de meldingen voor elke specifieke locatie worden ingezameld en minder worden gebundeld. Bovendien spoort het systeem de peters en meters aan om maandelijks te controleren.

MELDPUNT MET EASYGIS



Zo worden er effectief meer controles uitgevoerd, met meer meldingen tot gevolg.

In 2017 werden gemiddeld 70 meldingen per week geregistreerd:

75%	via peters en meters
12,2%	via recreanten
9,1%	via Toerisme Vlaams-Brabant zelf
2,4%	via de gemeentebesturen
1,3%	via andere kanalen

Het ging om meldingen over:

31,3%	het fietsnetwerk (1.800 km)
23%	de wandellussen (1.350 km)
33,6%	de wandelnetwerken (1.620 km)
8,1%	de fietslussen (1.210 km)
4%	de ruiterroutes (430 km)

Routeproducten

• Heruitgave wandelnetwerken

In het voorjaar 2017 werd het wandelnetwerk Zuid-Dijleland heruitgegeven. De trajecten zijn gescreend en waar nodig aangepast, en er is de nodige aandacht gegeven aan toegankelijkheid. Er kwamen vier nieuwe suggestieroutes, waarvan één toegankelijk voor rolstoelen.

De heruitgaven van de wandelnetwerken Pajottenland en Hagelandse Heuvels werden voorbereid. Voor het Pajottenland was dat nodig omdat dit netwerk sinds midden 2017 aansluit op het nieuwe wandelnetwerk Bronbossen in Oost-Vlaanderen. Het wandelnetwerk Hagelandse Heuvels dateert van 2011. De heruitgave speelt in op een aantal nieuwe kansen, zowel inhoudelijk als wat betreft de trajecten.

Verder zette Toerisme Vlaams-Brabant in op de versterking van het wandelaanbod in de Groene Gordel en begon ze de voorbereidingen van een wandelnetwerk in de Brabantse Kouters en in het noorden van het Dijleland. Beide netwerken worden gelanceerd in het najaar van 2018.



* Wandelnetwerk Hagelandse Heuvels

• Bruegelroute

Met Bruegeljaar 2019 in het vooruitzicht, werd de fietsroute door het land van Bruegel opgefrist. De bewegwijzering werd vervangen en het overzichtsbord aan de Sint-Annakerk geactualiseerd en vernieuwd. Als ondersteuning kwam er een gratis flyer met een routekaart en toeristische info.

• Vernieuwing fietsnetwerk

In 2017 zijn de voorbereidingen getroffen voor de vernieuwing van het fietsnetwerk tegen juni 2018. De vernieuwingsoperatie focust op het oudste, meest oostelijke deel van het netwerk, in het Hageland en Leuven. Op de rest van het netwerk - in de Groene Gordel - zijn de wijzigingen beperkt.

- Er komen extra trajecten en knooppunten bij zodat:
 - het fietsnetwerk over de volledige provinciegrens naadloos aansluit op de fietsknooppunten in de provincies Waals-Brabant en Luik,
 - alle centrumverbindingen worden omgezet naar knooppuntrajecten,
 - het fietsnetwerk in het oostelijk deel van de provincie (het Hageland en Leuven) grondig gescreend is op veiligheid, fietscomfort en beleving, met 150 km nieuwe en 55 km verbeterde trajecten als resultaat,
 - de thematische fietslussen in het Hageland en Leuven opgenomen worden in het knooppuntennetwerk en de aparte zeshoekige wit-rode bewegwijzering verdwijnt.

- De bewegwijzering in het Hageland heeft zijn beste tijd gehad en wordt volledig vernieuwd. Van januari tot mei 2018 worden alle borden systematisch vervangen en de nieuwe trajecten bewegwijzerd.

- De fietskaart Vlaams-Brabant wordt volledig vernieuwd en is beschikbaar tegen april 2018.



Fietsonderzoek Vlaams-Brabant

In 2017 werden de resultaten voorgesteld van een grootschalig onderzoek bij de gebruikers van het fietsnetwerk Vlaams-Brabant.

Hieruit bleek dat 96% van de fietsers tevreden tot uiterst tevreden zijn over hun fietstocht in Vlaams-Brabant. Ook de horeca vaart er wel bij: de fietser spendeert gemiddeld 13,48 euro per persoon.



LOGIES IN VLAAMS-BRABANT

Logiessector & Logeren in Vlaanderen Vakantieland

Toerisme Vlaams-Brabant informeert de logiesuitbaters over de wijzigingen in het logiesdecreet, subsidiemogelijkheden, toeristische publicaties, productontwikkeling en promotieacties.

De logiesconsulent is hun aanspreekpunt. Die gaat langs bij startende logiesuitbaters, maakt hen wegwijs in het logiesdecreet en informeert hen over het toepassen van de regelgeving. Het bezoek is meteen een eerste kennismaking met de promotiekanalen en publicaties van Toerisme Vlaams-Brabant.

De vergunde logies werden gestimuleerd om deel te nemen aan de promotiecampagnes van Toerisme Vlaams-Brabant. Voor de campagne Logeren in Vlaanderen Vakantieland werkt Toerisme Vlaams-Brabant samen met de vzw Logeren in Vlaanderen en de provinciale toeristische organisaties. De voorbereiding voor de editie 2018 startte al in 2017: 46 Vlaams-Brabantse logiesuitbaters tekenden in voor een advertentie in de brochure, 35 uitbaters kozen enkel voor een webadvertentie. De marketingcampagne is gericht op gastvrijheid en kwaliteit en zet de logies een jaar lang in de kijker. Je vindt de deelnemende logies op www.logereninvlaanderenvakantieland.be.

Logeren in Vlaanderen en PTO-samenwerking

Toerisme Vlaams-Brabant werkt samen met Logeren in Vlaanderen en de andere provinciale toeristische organisaties aan de naamsbekendheid en het imago van Vlaanderen Vakantieland.

In 2017 waren er twee campagnes: het magazine In Vlaanderen werd eind april met De Zondag verdeeld (700.000 exemplaren), en hieraan gekoppeld ook een onlinecampagne. Vanaf het voorjaar liep ook een onlinevideocampagne (Facebook/Instagram en YouTube). Voor elke provincie waren er zes filmpjes waarin een ambassadeur zijn favoriete plekje voorstelde aan reporter Anne Paulissen. De campagne scoorde uitzonderlijk goed. Bijna alle targets werden ruimschoots overschreden. De eerste drie Vlaams-Brabantse filmpjes haalden 4,5 miljoen impressies op Facebook en 684.000 impressies op Youtube.



*Huize Dumberg *B&B De Meren *De Borgerij

MARKETING EN COMMUNICATIE

Pers en Media

Toerisme Vlaams-Brabant organiseerde in 2017 21 persontmoetingen, verspreid over de provincie. Soms gebeurde dat in samenwerking met andere partners. De vzw verdeelde ook dertien persberichten over allerlei toeristische onderwerpen. Op vraag van de journalisten stelde Toerisme Vlaams-Brabant foto's, teksten en allerlei informatie ter beschikking. Zeven persreizen - vooral in verband met de wandelnetwerken - zorgden voor extra promotie. Toerisme Vlaams-Brabant heeft ook ruim gebruik gemaakt van het eigen huis-aan-huisblad MAG Vlaams-Brabant en van de provinciale pagina's in het gratis wekelijkse magazine De Zondag.

Het resultaat: 190 bijdragen in kranten, tijdschriften, boeken, brochures en andere publicaties, vermeldingen op websites en reportages op televisie, radio en in andere media. Daarvan waren 134 reportages van regionaal en 56 van (inter)nationaal belang.

Publicaties



*Toeristische kaart

30 redenen om voor Vlaams-Brabant te vallen

De kaart '25 redenen om voor Vlaams-Brabant te vallen' onderging een opfrisbeurt en werd uitgebreid met vijf nieuwe bezienswaardigheden. Er werden 120.000 exemplaren gedrukt en verdeeld.



Groene Gordel & Hageland Magazine

In de lente en de zomer zoek je als toerist ander genot dan in de herfst en winter. Dus om toerisme te promoten is een seizoensgebonden aanpak nodig. In 2017 gaf Toerisme Vlaams-Brabant twee keer het Groene Gordel & Hageland Magazine uit. Deze wervende magazines staan vol inspiratie en tips die aanzetten tot actie. In het voorjaar stond het lentegevoel in Vlaams-Brabant in de kijker. Het najaarsmagazine belichtte vooral het aanbod rond nazomer. Nu al meer dan 18.300 abonnees krijgen het magazine om de zes maanden gratis in de bus.

Beurzen

Toerisme Vlaams-Brabant stond met een stand op:

- Fiets- en Wandelbeurs Utrecht
- Fiets- en Wandelbeurs Gent
- Flanders Horse Expo

Campagnes

Bier

In samenwerking met Toerisme Leuven werd in 2017 voor het zesde jaar 'Biermaand Vlaams-Brabant & Leuven' georganiseerd. Leuven focuste op het Zythos Bierfestival, tal van activiteiten in de stad en het Leuven Innovation Beer festival. Tijdens de Biermaand Vlaams-Brabant stelden heel wat Vlaams-Brabantse brouwerijen hun deuren open voor het grote publiek. In een aantal biergemeenten stonden er bierwandelingen, -proeverijen en andere activiteiten op het programma.

Het volledige aanbod met meer dan 60 bierbelevingen werd gebundeld in een brochure 'Alle spots op brouwkunst'. Verder werd de Biermaand in Vlaanderen bekend gemaakt via een onlinecampagne met een e-mailing (220.000 adressen), affiches in treinstations en een videocampagne op Facebook. De Facebookadvertenties hadden een bereik van bijna 670.000 unieke gebruikers. De advertenties werden in totaal 2.361.754 keer weergegeven. De Facebookcampagne resulteerde in 33.482 bezoeken aan de website.



*Campagnebeeld Biermaand



Digitale communicatie

De nieuwe website - www.toerismevlaamsbrabant.be - is inspirerend, gebruiksvriendelijk en volledig mobiel. Zo kan je altijd en overal surfen door het aanbod aan 'Wandelen', 'Fietsen', 'Natuur & Recreatie' en 'Cultuur & Erfgoed'. Weet je niet wat doen maar wil je toch op stap in Vlaams-Brabant? Dan kan je terecht op de homepage en onder de rubriek 'Ontdekken': je vindt er aankomende evenementen, lopende campagnes en de hoogtepunten uit de provincie.

Dankzij een uitgebreide mediatheek is de nieuwe website opgebouwd uit knappe beelden, genomen door onze huisfotograaf, partners en sympathisanten uit de provincie. Met kaartjes en de routeplanner is het volledige wandel- en fietsaanbod in de provincie te raadplegen. Liever een publicatie in handen? Via de publicatiepagina kan je dan alle betalende en gratis publicaties bestellen. Bezoekers kunnen hun zoekactie filteren per categorie en gemeente. In het najaar lanceerde Toerisme Vlaams-Brabant de regiowebsites met succes, daar vind je alle informatie over het Hageland en de Groene Gordel netjes verzameld.

e-nieuwsbrieven

Toerisme Vlaams-Brabant heeft een consumentendatabank met ruim 30.000 e-mailadressen. Elk mailadres kreeg zes nieuwsbrieven toegestuurd. De openingsratio bedroeg gemiddeld 38%.

Het toeristische werkveld - ongeveer 800 abonnees - kreeg eveneens een viertal sectornieuwsbrieven. Gemiddeld 33% van de ontvangers opende deze nieuwsbrief.





*Meeting Leuven & Vlaams-Brabant

PROJECTEN EN DOELGROEPEN

Meeting Leuven & Vlaams-Brabant

Meeting Leuven & Vlaams-Brabant (MLVB) werd in 2011 opgericht als een samenwerking tussen de stad Leuven, Toerisme Vlaams-Brabant en de KU Leuven om het zakentoeurisme in onze regio te stimuleren. Voor een duurzame groei wordt de werking in 2018 opgesplitst in twee afzonderlijke organisaties: Zakentoeurisme Vlaams-Brabant (Toerisme Vlaams-Brabant) en Leuven Convention Bureau (Stad en KU Leuven).



Resultaten 2012 – 2017

1. Klanten

1.000 informatie- of prijsaanvragen

Duizend keer contacteerde een bedrijf of instelling MLVB voor informatie over het organiseren van een zakelijk event in 2017. Elk jaar groeit het aantal aanvragen met gemiddeld 19%.

60 tot 76% naar Vlaams-Brabant

Van de aanvragen die MLVB ontving, vond er uiteindelijk in 60 tot 76% van de gevallen een evenement in Vlaams-Brabant plaats: 56% in Leuven, 11% in de Groene Gordel, 9% in het Hageland.

40% van de klanten komt uit de eigen regio

De klanten kwamen voor 90 tot 95% uit België, waarvan 36 tot 42% uit Vlaams-Brabant. Eén op drie aanvragers kwam uit Brussel.

2. Partners

In 2017 waren er 216 actieve partners aangesloten bij MLVB, waarvan 75% vergaderlocaties en 25% event- en teambuildingorganisaties. Tijdens 25 familiarisation trips werden in het totaal 104 locaties bezocht met 440 eventplanners. De partners werden ook gepromoot via de maandelijkse nieuwsbrieven en de website die meer dan 3.000 unieke bezoekers per maand aantrok. Tijd om te netwerken en om de trends in het zakentoeurisme te bespreken, was er tijdens het jaarlijkse partnerevent.

Iedereen Toerist

Toerisme moet voor iedereen haalbaar en mogelijk zijn. Daarom maakt Toerisme Vlaams-Brabant sinds 2015 werk van 'Iedereen Toerist', een programma dat een toeristisch-recreatief aanbod uitbouwt dat voor iedereen toegankelijk is.

De krachtlijnen van het 'Iedereen Toerist'-programma zijn:

- Het bestaande aanbod professionaliseren en uitwerken.
- Een groter toeristisch aanbod voor mensen met een beperkt inkomen.
- Een betere fysieke toegankelijkheid in onze toeristische attracties, onthaalpunten en logies.
- Een toeristisch aanbod op maat van mensen met een beperking.



- Goed communiceren om 'Iedereen Toerist' bekend te maken.
- Advies en ondersteuning bieden rond toegankelijkheid en vakantieparticipatie.

Concreet zette Toerisme Vlaams-Brabant in 2017 in op:

- De ondersteuning van vier organisaties die vrijetijdsactiviteiten aanbieden voor personen met een handicap: 't Balanske vzw in Tiel-Winge, de KVG Vrijtijdswerking Vlaams-Brabant, Indivo vzw en Gehandicapten en solidariteit. Deze organisaties geven advies bij nieuwe toeristisch-recreatieve projecten en organiseerden samen met Toerisme Vlaams-Brabant op 11 juni 2017 de 'Iedereen Toeristdag' in Hofstade. Mensen met een beperking konden er kennismaken met het (toegankelijke) toeristische aanbod van onze provincie.

Het domein zette die dag extra in op toegankelijkheid en bezoekers konden genieten van een boeiend toegankelijk aanbod voor groot en klein.

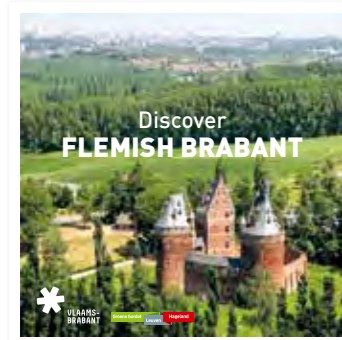
- Een interactieve workshop Hagelandse wijnen met aansluitend rondleiding in het Bezoekerscentrum Hagelandse Wijn in Wezemaal, voor blinden, slechtzienden en zienden.
- Het Belevingscentrum '14-'18 in Tildonk en het Sven Nys Cycling Center in Baal namen deel aan de Acces Days in maart.
- Het creëren van nieuwe toegankelijke wandel- en fietsroutes in de regio.

*Toegankelijk Sportimomium *Iedereen Toeristdag *Iedereen Toeristdag

Brussel en expats

Toerisme Vlaams-Brabant wil Brusselaars en expats bewust maken van het toeristische potentieel van de Groene Gordel en het Hageland als aantrekkelijke, pittoreske en groene regio's. Brussel ligt immers vlakbij, met haar hoge concentratie Europese en internationale instellingen en organisaties. Daarom wil Toerisme Vlaams-Brabant Brusselaars en expats als toeristische doelgroepen (h)erkennen en leren kennen, hen enthousiasmeren en inspireren zodat ze de toeristische troeven in Vlaams-Brabant zelf gaan ontdekken.

In mei 2017 schakelde Toerisme Vlaams-Brabant hiervoor een nieuwe medewerker in. De initiële focus lag op een grondige kennismaking met de relevante partners in de Brusselse expat-gemeenschap, maar er werden ook concrete acties voorbereid die expats uitdagen onder het motto 'to become a local'. Deze acties moeten hen inspireren om op stap te gaan naar enkele verborgen parels in onze provincie.



Een onderzoek naar de meest geschikte communicatiestrategie om deze gefragmenteerde internationale doelgroep te bereiken, stelde het belang van mond-tot-mond reclame en influencer marketing centraal.

Toeristisch onthaal en gidsenwerking

Toerisme Vlaams-Brabant zette in 2017 verder in op de kwalitatieve uitbouw van het toeristisch onthaal in onze regio's. De gemeente Tremelo kreeg steun bij de realisatie van het toeristische onthaal in het vernieuwde Damiaanmuseum en kon rekenen op advies.

Samen met CVO De Oranjerie en COOVI maakte Toerisme Vlaams-Brabant werk van kwaliteitsvolle opleidingen tot regiogids Hageland en Groene Gordel. Er werd bovendien nauw overlegd met de gidsenbonden.

Wandelen (Net)werkt

In het kader van het Platteland+ project 'Wandelen (Net)werkt' zette Toerisme Vlaams-Brabant in het Hageland en Zuid-Dijleland een samenwerking op met lokale ondernemers en partners die een toeristische ambassadeursrol willen opnemen voor het wandelnetwerk in hun regio. Bedoeling is dat dit streekplatform leidt tot een grotere economische meerwaarde van het wandelnetwerk voor de regio. In de beide regio's werden de lokale ondernemers in 2017 uitgenodigd op twee inspirerende netwerkcafés en één geocoin-event. Een arrangemententoolkit werd uitgewerkt en nieuwe toeristische producten werden ontwikkeld: een geocoin voor beide regio's, rugzakken en draagtassen ter promotie van beide wandelnetwerken.

Toerisme in cijfers

Toerisme Vlaams-Brabant maakte infochies met toeristische kerncijfers per gemeente. Het doel? Het economische belang van het toerisme in Vlaams-Brabant in de verf zetten en de sector en de gemeentes informeren over een aantal specifieke kenmerken van het toerisme in de regio's.

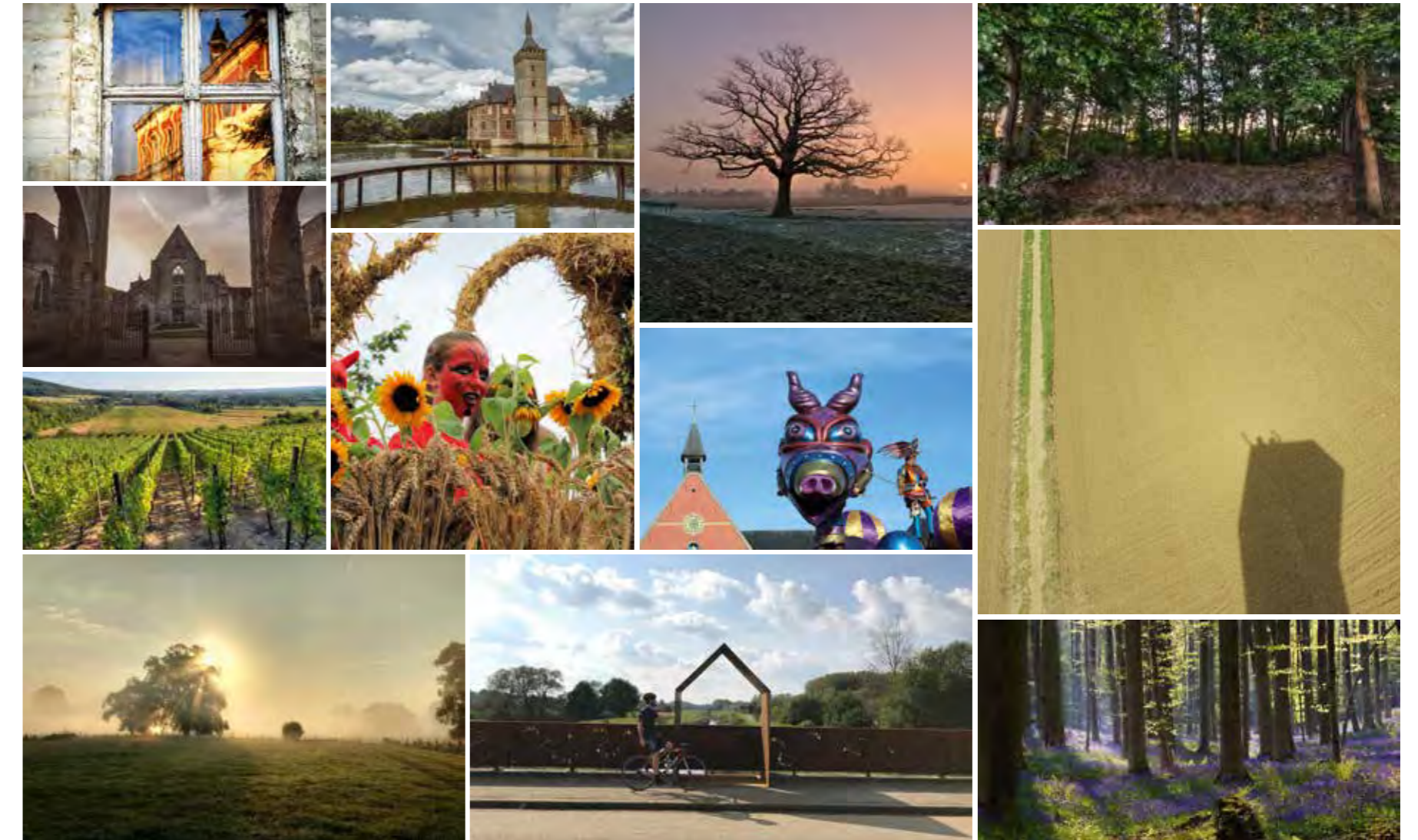


Op de infochie staat informatie over:

- het aantal kilometers aan routenetwerken per gemeente
- de link met toerisme en economie in de horecasector
- de evolutie van het aantal overnachtingen per regio
- het profiel van de fiets- en wandeltoeristen per regio
- het belang van zakentoeerisme.

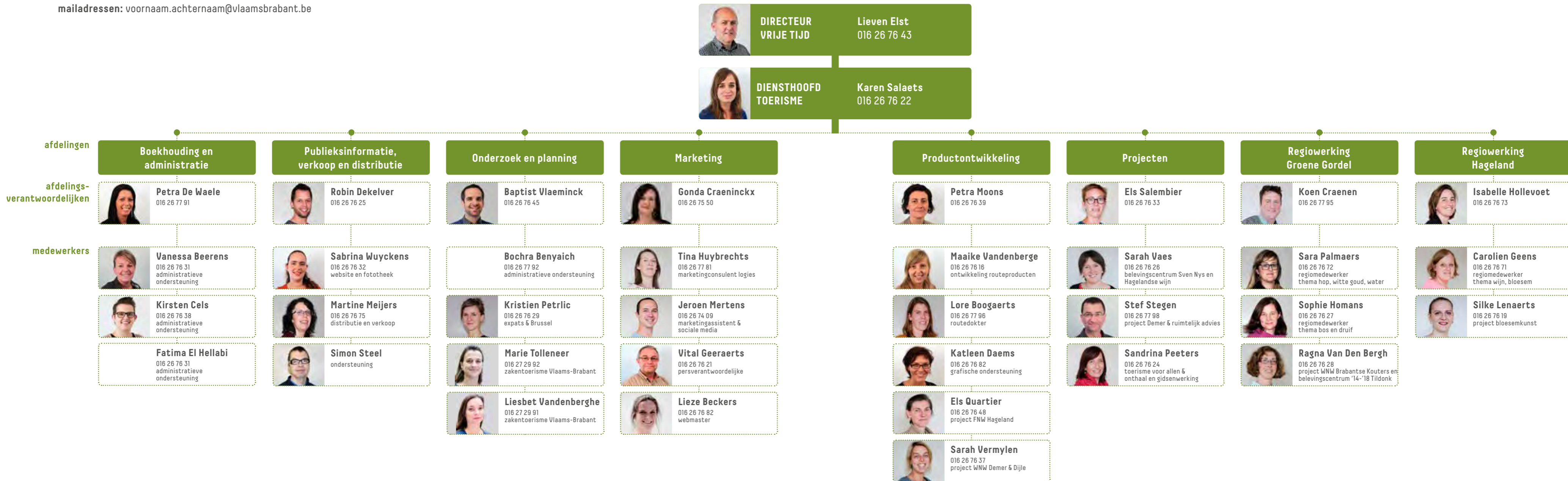
Fotowedstrijd 2017

CATEGORIEËN • Geschiedenis & erfgoed • Land van bier & wijn • Landschapsparels • Toerist in het vizier



ORGANOGRAM TOERISME VLAAMS-BRABANT

mailadressen: voornaam.achternaam@vlaamsbrabant.be



JAARPLAN 2018 TOERISME VLAAMS-BRABANT

ONDERZOEK EN PLANNING	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Onderzoeken			► Gemeentefiches		► Hagelandse Heuvels	► Vlaamse regio's						
Zakentoeerisme		► Website		► Voorjaarscampagne				► Najaarscampagne				
Expat / Brussel				► Lancering campagne Bucket List								

PROJECTEN	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Sven Nys Cycling Center			► Campagne gezinsvriendelijke site		► Schatten van vlieg							
Belevingscentrum '14-'18	► Coming World Remember Me				► Lancering haikuboom	► Jubileum 4 jaar nieuwe tentoonst.	► Schatten van vlieg	► Open Monumentendag		► Concert Toeterdonk		
Groote Oorlog						► Klaprozeninstallatie Tervuren		► Campagne herdenking WO1 2018				
Ontmoet de Demer			► Campagne									
Iedereen Toerist				► Inspiratiedag		► Iedereen Toeristdag 17/06					► Iedereen op de fiets	
Bloesemkunst			► Project bloesemkunst									

MARKETING	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Groene Gordel & Hageland Magazine		Voorjaarsmagazine	► Abonnementcampagne					► Najaarsmagazine				
Bier				► Campagne 13/04 - 29/04								
Campagne fietsen en wandelen				► 'Fietsen in Vlaams-Brabant'		► 'Vlaams-Brabantwandelland'						
Beurzen & events	► Fiets-en wandelbeurs Gent 10-11/02	► Fiets-en wandelbeurs Utrecht 2-4/03					Bike Brussels 14-17/09	► Wandelbeurs Wandelsport VL 29-30/9				
			► Toerisme awards 28/03					► Peter- & meterdag 30/09				
Logeren				► Inspiratietrip kampeerautoterreinen				Lancering boek Logeren in Vlaanderen Vakantieland 2019				

ROUTES	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Fietsnetwerk Vlaams-Brabant						► Vernieuwing Fietsnetwerk						
Wandelnetwerken									► Brabantse Kouters		► Demer en Dijlevallei	
Ruiter -en mennetwerk									► De Merode fase 2			
Heruitgave publicaties		Pajottenland		Hagelandse Heuvels	► Kaart Fietsnetwerk	► Hagelands Haspengouw						

HAGELAND	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
THEMATISCHE CAMPAGNES				► B(!)oeiend Hageland		► Campaigne 13 - 29/04						
								► Campaigne 18/08 - 02/09				
TOPACTIVITEIT						► Dwars Door het Hageland						

GROENE GORDEL	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
TOERISME			► Lancering toeristische filmpjes Groene Gordel									
THEMATISCHE CAMPAGNES				► Watertroeven			► Waterfeest 28/04 + campagne 28/04 - 30/09					
							► (H)op smaak		► Campagne			
									► Mysterieuze Bossen		► Campagne	
							► Druiventro(ts)		► Campagne			
									► Witte goud		► Campagne	
TOPACTIVITEIT						► Zomerzoektocht Davidsfonds 02/06 - 16/09				► Dag van het Brabants trekpaard 14/10		

VZW TOERISME VLAAMS-BRABANT	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Raad van Bestuur (RVB) - Algemene Vergadering (AV)		► RVB 27/02				► RVB + AV 29/05			► RVB 18/09		► RVB + AV 20/11	



MEER INFO

www.toerismevlaamsbrabant.be

Toerisme Vlaams-Brabant vzw

Provincieplein 1 - 3010 Leuven

016 26 76 20

toerisme@vlaamsbrabant.be

Beleidsverantwoordelijke

gedeputeerde Monique Swinnen

016 26 70 57

kabinet.swinnen@vlaamsbrabant.be

Groene Gordel

Leuven

Hageland