

TOERISME VLAAMS-BRABANT



JAARVERSLAG 2019



VLAAMS-
BRABANT

Groene Gordel

Leuven

Hageland



*Wijndomein Petrushoeve *Brasserie Brouwershof *Dag van het Zoniënwood 2019

VLAAMS-BRABANT	
Missie - visie	5
TOERISTISCHE REGIO'S	
Toerismeconvenant (2020-2025)	7
Groene Gordel	9
Regiowerking	11
(H)op smaak	12
Druiventro(t)s	13
Watertroeven	14
Witte Goud	15
Mysterieuze Bossen	16
Brabants Trekpaard	17
De Grootte Oorlog in Vlaams-Brabant	18
Rondje Vlaams-Brabant. (H)echte biermomenten	19
Hageland	21
Regiowerking	22
(Sp)rankelend Hageland	23
B(l)oeiend Hageland	24
Sven Nys Cycling Center	25
Kunststad Leuven	27
KWALITEITSBEWAKING VAN ROUTEGEBONDEN PRODUCTEN	
Routebeheer	29

MARKETING EN COMMUNICATIE	
Pers en media	30
Beurzen	30
Groene Gordel & Hageland magazine	30
Fietsfiches	30
#DEWANDELPROVINCIE	31
www.toerismevlaamsbrabant.be	32
e-nieuwsbrieven	32

SECTOR EN DOELGROEPEN	
Logiessector & Logeren in Vlaanderen Vakantieland	33
Expats	34
Brussel & Wallonië	34
Zakentoeerisme Vlaams-Brabant	35
Iedereen toerist	36
Toerisme in cijfers	37

ORGANOGRAM	38
-------------------	-----------

JAARPLAN 2019	40
----------------------	-----------

Voorwoord

2019 was opnieuw een recordjaar voor het toerisme in Vlaams-Brabant. Nooit telden we meer bezoekers die een nachtje bleven slapen om beter kennis te maken met onze provincie. Achter de schermen werd er dan ook hard gewerkt. We verkozen samen met onze toeristische partners een nieuwe Algemene Vergadering en een Raad van Bestuur, en troffen de voorbereidingen om een nieuw convenant af te sluiten met de Vlaams-Brabantse gemeenten voor de periode 2020-2025.

Daarin staan ook de negen doelen die we samen met de toeristische sector, onze partners, inwoners en bezoekers hebben vooropgesteld voor de volgende zes jaren:

1. Samenwerking om ons regionaal toerismebeleid te versterken
2. Dé wandelprovincie van Vlaanderen worden
3. Toeristisch onthaal optimaliseren
4. Actief toerisme verder vermarkten
5. Volop kiezen voor digitaal en innovatie
6. Hefboomprojecten ondersteunen of realiseren
7. Ons netwerk met de toeristische sector en partners versterken
8. Specifieke doelgroepen verder integreren
9. Onderzoek en cijfers verzamelen om het beleid te ondersteunen.

Wat gebeurde er nog in 2019? Onze toeristische regio's Hageland en Groene Gordel stonden het hele jaar rond in de kijker. We pakten uit met ons aanbod aan streekbieren, fietsten door de prachtige bloesemstreek in het voorjaar, speelden in volle zomer onze landschappen vol wijngaarden uit en pronkten met onze dikke tafeldruiven uit de serres. In de herfst zetten we onze hopcultuur in de kijker en nodigden we iedereen uit om te verdwalen in de mysterieuze bossen van Vlaams-Brabant.

We trokken volop de wandelkaart. De nieuwe brochure #dewandelprovincie laat elke lezer proeven van de mooiste wandelingen. We werkten ook naarstig voort aan de volledige vernieuwing van het Fietsnetwerk in de Groene Gordel en aan de uitbreiding van het Wandelnetwerk de Merode. Het resultaat van onze promotiecampagnes om te komen logeren in Vlaams-Brabant is af te lezen van de recordcijfers.

Toerisme is van en voor iedereen. Daar zorgden we voor met acties voor jonge of iets oudere bezoekers, voor ieders budget, voor bezoekers met of zonder beperking. In onze eigen belevingscentra maakten we autismedraaiboeken. Voor expats creëerden we een specifiek aanbod om de regio's rond de hoofdstad en hun inwoners beter te leren kennen. En ook de zakentoeerist inspireerden we met enkele pop-up vergaderingen midden in onze mooie landschappen.

Het Belevingscentrum '14-'18 bestond in 2019 vijf jaar en dat vierden we met boeiende nocturnes die de bezoekers onderdompelden in de oorlogsverhalen. En dan is er nog het Sven Nys Cycling Center dat drie interactieve belevingsfietsen kreeg. Het sportieve centrum sloot het jaar in stijl af met De Warmste Omloop in het kader van de Warmste Week.

We kunnen dit allemaal niet alleen. Dus aan alle toeristische partners, gemeentebesturen, fietscafés en druiventelers, bierbrouwers en logiesuitbaters, vrijwilligers en gidsen ... Kortom, iedereen die Vlaams-Brabant mee op de toeristische kaart zet: bedankt!

Monique Swinnen,
Gedeputeerde voor Toerisme





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 inwoners, de natuur, de cultuur en het landschap.

Toerisme is economie. Wij mikken op bezoekers van buiten de provincie, zowel toeristen als zakenreizigers. Maar de provincie is ook voor de Vlaams-Brabanders zelf een belangrijk recreatiegebied.

Deze maatschappelijke functie wordt veiliggesteld en uitgebouwd. Het toerisme en de recreatie ontwikkelen zich op een duurzame manier, betaalbaar en toegankelijk voor iedereen.

Budget

Het werkingsbudget van de vzw Toerisme Vlaams-Brabant (TVB) bedroeg in 2019 een kleine 3 miljoen euro. De opbrengsten bestonden uit:

- subsidie provincie Vlaams-Brabant (€ 2.501.551)
- subsidies Vlaanderen
- bijdragen gemeenten
- eigen inkomsten

Personeel

Toerisme Vlaams-Brabant kon in 2019 rekenen op 30 personeelsleden van de provincie Vlaams-Brabant. Toerisme Vlaams-Brabant stelde zelf ook 2 personeelsleden tewerk.



TOERISTISCHE REGIO'S

Groene Gordel

Hageland

Kunststad Leuven

TOERISMECONVENANT (2020-2025)

Dankzij de goede samenwerking met TVB dragen de Vlaams-Brabantse gemeenten veel bij tot het algemeen toerismebeleid en de grote toeristische thema's. Uit onderzoek blijkt dat de toeristische themacampagnes erg goed scoren, zowel bij de bezoekers, de deelnemende partners en de gemeenten met hun inwoners.

De convenanten met de gemeenten willen we vernieuwen en verder versterken. De thematische campagnes rond (H)Echte biermomenten, (B)loeiend Hageland, Druiventro(t)s, (Sp)rankelend Hageland, (H)Op Smaak, Witte Goud en Mysterieuze Bossen zijn gedragen door de gemeenten in samenwerking met de brede toeristische sector (logies, restaurants, cafés, streekproducenten, attracties). Het vast toeristisch aanbod in combinatie met thematische campagnes trekt toeristen aan van Vlaanderen en daarbuiten, maar wordt ook erg gesmaakt door lokale inwoners die ook graag hun eigen regio beter leren kennen.

Wat houdt deze convenant juist in? Toerisme Vlaams-Brabant ontvangt jaarlijks van de geconvenanteerde gemeenten een vaste bijdrage per inwoner. Hierdoor kunnen deze gemeenten o.a. rekenen op de ondersteuning vanuit Toerisme Vlaams-Brabant bij de organisatie van bovenlokale, toeristische themacampagnes en bij het invullen van een toeristische regiowerking.

Er is overleg op drie niveaus:

- **Toeristisch Overlegplatform (TOP) Groene Gordel en Hageland:**

- is samengesteld uit de schepenen van toerisme
- stelt een jaaractieplan en een begroting op
- bepaalt de samenstelling van de thematische werkgroepen
- beslist over acties en thematische campagnes
- geleid door de regiocoördinator

- **Ambtenarenoverleg (AO):**

- is samengesteld uit de regiomedewerkers en de ambtenaren van toerisme
- bereidt TOP voor onder leiding van de regiocoördinator

- **Thematische Werkgroep (TW):**

- is samengesteld uit een regiomedewerker en de ambtenaren van toerisme
- wordt aangevuld met relevante partners
- werkt thematische campagnes uit en volgt ze op
- rapporteert aan TOP Groene Gordel en TOP Hageland



ONTDEK
HET BESTE

Groene Gordel

* Fietsen in Leefdaal

GROENE GORDEL

Kernwaarden

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

Variatie met persoonlijkheid

Het Pajottenland, het Dijleland en de Brabantse Kouters. De deelgebieden van de Groene Gordel hebben elk hun eigenheid en specifieke kenmerken.

Stijl en klasse

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

Lekker Labeur

Geuze, lambiek en andere biersoorten, witloof, tafeldruiven, platte kaas. Streekeigen recepten en vakmanschap. En dat vakmanschap is er ook bij de fokkers van het Brabants trekpaard, de hoptelers, serristen, etc. Thema's zoals 'Druiventro(t)s', '(H)Op Stap' en 'Rondje Vlaams-Brabant' worden gesmaakt door de bezoekers.

Duo's van beleving

Er is tal van keuze in de Groene Gordel: ontspannen en werken, 'locals' en expats, cultuur en natuur, authentiek en innovatief, sportief en slow, platteland en dichtbij de stad.

Galant Groen

Het is een verrassend groene regio. Er zijn, ondanks de verstedelijking, unieke groengebieden zoals het Zoniënwoud, Meerdaalwoud en Heverleebos, het Hallerbos en andere delen van het Pajottenland, Brabantse Kouters en Dijleland. De oprichting van een nationaal park Brabantse Wouden kan dit aanbod nog versterken. De bossen worden extra in de kijker gezet tijdens de campagne van 'Mysterieuze Bossen'.



* Avontuurlijk vuur en lichtfeest in de Kluis

Regiowerking

Toerisme Vlaams-Brabant is onder meer verantwoordelijk voor de toeristische regiowerking in de Groene Gordel. Dat gebeurt in nauwe samenwerking met de gemeenten, toeristische partners en sector.

In 2019 werkte TVB het nieuwe convenant uit over de toeristische werking voor de Vlaams-Brabantse gemeenten voor de periode 2020-2025. Zes extra gemeenten van de Groene Gordel stapten alvast mee in de vernieuwde regiowerking.

De toeristische themacampagnes (H)Op Smaak, Druiventro(t)s, Watertroeven, Witte Goud en Mysterieuze Bossen werden opnieuw uitgewerkt. Ook de biercampagne (H)Echte Biermomenten liep het hele jaar door en zette het bieraanbod in de kijker.

Voor elk thema werd een aangepaste productontwikkeling uitgewerkt en audiovisueel promotiemateriaal. De pers werd benaderd en er volgden intensieve mediacampagnes, zowel offline, online op sociale media en de website, als via klassieke media (regionale televisie- en radiozenders). De Facebookpagina van de Groene Gordel werd ook een stuk dynamischer in 2019.

Een nieuw concept werd bedacht om de prachtige parken en tuinen in de Groene Gordel in de toekomst ook toeristisch meer in de kijker te zetten.

Onderzoek zorgde voor interessant cijfermateriaal over de themacampagnes. De cijfers vergemakkelijken een evaluatie en worden gebruikt om waar nodig bij te sturen.

Andere projecten en partnerschappen die lopen in de Groene Gordel:

- Kanaaltochten Brabant vzw
- Regionale landschappen
- VVV Pajottenland en Zennevallei vzw
- Streekproducten Vlaams-Brabant
- LEADER Pajottenland
- Vollezele leeft vzw en Vlaams-Brabantse kwekers vzw
- Dag van het Brabants trekpaard 2019
- Strategisch project 'Landschap van Erembald tot Kravaalbos', meer specifiek het OKW-project HOP AAA+
- Strategisch projecten Dendervallei, Zennevallei, Zenne- en Barebeekvallei, Horizon+
- Project 'Mysterieus en Majestueus met herinrichting Bosmuseum' in het Zoniënwoud
- Dag van het Zoniënwoud 2019
- Gordelfestival 2019
- Bruegeljaar 2019
- Brabantse wouden
- Landschapsstudie Pajottenland - strategisch project hernieuwbare energie



*(H)echte Biermomenten *Hoppluk Microbrouwerij Den Triest *Zoniënwoud



*Campagnebeeld '(H)op smaak'

(H) op smaak

Toerisme Vlaams-Brabant organiseerde de Hopmaand, samen met de gemeenten Affligem, Asse, Kapelle-op-den-Bos, Londerzeel, Opwijk en Aalst. Die liep van zondag 25 augustus tot en met zondag 22 september 2019. Toerisme Vlaams-Brabant wil hiermee de traditie van de hoppluk weer levendig maken. Een maand 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. Voor de plukkers waren er originele hopplukzakken en tijdens alle evenementen waren gratis fiets- en wandelflyers met hoproutes te verkrijgen.

De Hopdag in Affligem op zaterdag 7 september viel samen met de Erembald-Kravaal-happening. Tijdens het hopplukken in Affligem, Kapelle-op-den-Bos en Opwijk werd de nieuwe hopplukmachine voorgesteld.

Het strategische project 'Landschap van Erembald tot Kravaalbos' - met het project HOP AAA+ - en de nieuwe mobiele hopplukmachine gaven de belangstelling voor de hopteelt een flinke duw in de rug.

Bedrukte bierviltjes, 250 affiches voor elke gemeente, een hop-promotiefilmpje op de regionale tv-zenders, specifieke webpagina's en een sociale mediacampagne zorgden voor de nodige ruchtbaarheid. Een deskundige fotograaf legde alle hopplukmomenten vast op beeld. Medio augustus kwamen ook alle gemeenten met een hopveld uitgebreid in beeld tijdens een professionele fotoshoot van Toerisme Vlaams-Brabant.



*Hoppluk Opwijk 2019

CAMPAGNE (H)OP SMAAK IN CIJFERS

6 activiteiten

293.000 weergaven
2.432 links geklikt



*Campagnebeeld 'Druiventro(t)s'

Druiventro(t)s

Toerisme Vlaams-Brabant werkte samen met de gemeenten Tervuren, Hoeilaart, Huldenberg en Overijse de campagne '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 thematische webpagina's.

Tijdens de Druivenfeesten sierde een reuzegrote, opblaasbare druiventros de straten. Kunstenaar Marc Gaij maakte unieke kinderleerplaten rond de Duisburgse figuur Soi de Serrist. Deze werden verspreid bij de toeristische horeca in de druivenstreek. Bedrukte bierviltjes, buttons, vlaggetjes, druiventattoos en op maat gemaakte wandel- en fietstochten brachten de toerist verder in de juiste sfeer. Nieuw was het aanbod aan interactief promotiemateriaal via de online applicatie Veeew. Terwijl de bezoeker wachtte op een hapje of een drankje, bracht deze app de wondere wereld van de tafeldruif tot leven via grote zeildoeken in de straten. En onder de rijpende druiven konden bezoekers in deze periode ook genieten van vijf serreconcerten. Het betere muzikale werk in een unieke setting. De organisatie was hoofdzakelijk in handen van Jazz met Pit. VRT-journaalanker Hanne Decoutere mocht de eerste tafeldruiven van het seizoen proeven.

Druiventro(t)s geeft de nodige impulsen aan de lokale economie. Logiesuitbaters, fietscafés, serristen en verkooppunten van streekproducten werden nauw betrokken bij deze toeristische themacampagne. De promotie gebeurde via sociale media, regionale tv-zenders, affichage, een aparte nieuwsbrief, websites en flyers. De tevredenheid bij de organiserende partners en bezoekers was hoog. Het aantal serristen dat op toeristisch vlak actief is, steeg naar tien.

Samen met Toerisme Huldenberg en Centrum Ganspoel organiseerde Toerisme Vlaams-Brabant begin september ook een succesvolle inclusieve fietstocht door de druivenstreek met proevertjes onderweg. Toerisme Overijse en Toerisme Hoeilaart werkten mee aan een inclusieve, toeristische rondleiding langs Druiven Van Camp en bezoekerscentrum Druif onder begeleiding van een doventolk.



*Bezoekerscentrum Druif

CAMPAGNE DRUIVENTRO(T)S IN CIJFERS

33 activiteiten

33% bezoekers van buiten Vlaams-Brabant

408.000 weergaven
5.576 links geklikt

8,9/10 tevredenheid bezoekers

93% zou de activiteit aanraden

55 jaar gemiddelde leeftijd bezoekers

WATER TROEVEN

VLAAMS-BRABANT

ONTDEK HET BESTE
Groene Gordel

www.toerismevlaamsbrabant.be/water

*Campagnebeeld 'Watertroeven'

Watertroeven

De campagne 'Watertroeven' promoot het vaartoe-risme op het zeekanaal Brussel-Schelde. In samen-werking met Kanaaltochten Brabant vzw werden er op zes vrijdagavonden in juli en augustus muzikale aperitifcruises georganiseerd, telkens met een live muziekband aan boord. Toeristen ontdekten van op het water de groene omgeving van Brussel, Vilvoorde en Grimbergen. De promotie werd online gevoerd via sociale media en websites, en via de pers.



*Muzikale aperitifcruise

CAMPAGNE WATERTROEVEN IN CIJFERS



18 Zondagscruises
6 Aperitif cruises



8.280 passagiers rondvaarten
43.954 passagiers waterbus

WITTE GOUD

WITLOOF - ASPERGES - WITBIER

VLAAMS-BRABANT

ONTDEK HET BESTE
Groene Gordel

www.toerismevlaamsbrabant.be/wittegoud

*Campagnebeeld 'Witte Goud'

Witte Goud

Sinds 2017 engageert Toerisme Vlaams-Brabant zich samen met de betrokken gemeenten, gidsenverenigingen, toeristische organisaties, onderzoeksinstellingen, streekproducenten en ondernemers om het kostbare "witte goud" in de Groene Gordel sterker op de (menu)kaart te zetten.

De gemeenten Haacht en Kampenhout duelleerden op maandag 18 november met vork en mes tijdens de eerste editie van de kookwedstrijd "Witte Goud". In de kloosterkerk van de Engelenburcht in Tildonk werd de kookwedstrijd live uitgezonden, de nieuwe toeristische reportages ter promotie van het witloof en de regio werden voorgesteld en alle gerechten werden tijdens een fotosessie smaakvol vereeuwigd.



*Standbeeld Witloofboer Kampenhout *Kookwedstrijd Witte Goud

Streekproducenten, restauranthouders, pers en andere geïnteresseerde partners van Boortmeerbeek, Haacht, Kampenhout, Keerbergen, Kortenberg, Steenokkerzeel en Zemst werden verwelkomd om samen nog meer 'witte goud'-toepassingen te ontwikkelen.

De toeristische reportages over de witloofteelt worden ingebed in het vernieuwde Witloofmuseum. Het verbouwingsdossier en de scenografie van dit museum worden van nabij opgevolgd door Toerisme Vlaams-Brabant.



MYSTERIEUZE BOSSEN

oktober – november 2019



VLAAMS-BRABANT

ONTDEK HET BESTE Groene Gordel

www.toerismevlaamsbrabant.be/bos

*Campagnebeeld 'Mysterieuze Bossen'

Mysterieuze Bossen

Toerisme Vlaams-Brabant ontwikkelde, samen met de gemeenten Bertem, Bierbeek, Hoeilaart, Huldenberg, Kortenberg, Oud-Heverlee, Overijse, Tervuren en talrijke andere partners, een unieke toeristische campagne rond de bossen. Een incentive om toeristen te verleiden om in het herfstseizoen naar de Groene Gordel te komen.

In oktober en november konden bezoekers in acht gemeenten dwalen over sfeervol verlichte bospaden en luisteren naar adembenemende legenden tijdens acht magische en mysterieuze avondspektakels, tijdens de Dag van het Zoniënwoud en tal van andere bosactiviteiten. Speciaal op maat van families met kinderen tot 14 jaar. Nieuw in 2019 was de activiteit 'Into the woods' in de gemeente Hoeilaart, specifiek gericht op tieners.

Elk spektakel werd inhoudelijk voorbereid door lokale gidsen en uitgewerkt samen met de betrokken gemeenten, plaatselijke streekgidsenverenigingen en kunstenaars, jeugdverenigingen, natuurverenigingen en -organisaties, toeristische ondernemers en andere partners, onder coördinatie van Toerisme Vlaams-Brabant. Een toeristische campagne met een sterke lokale verankering en gedragen door de eigen inwoners als toeristische ambassadeurs.

Voor de promotie van deze campagne zette Toerisme Vlaams-Brabant vooral in op sociale media, waarbij het rondreizende kunstwerk 'tree of light' voor zichtbaarheid zorgde. Een videoclip met een vuurelf wekte de nieuwsgierigheid. De website van Toerisme Vlaams-Brabant gaf het brede aanbod weer.

Dag van het Zoniënwoud

Dit dagevenement op 20 oktober bood voor ieder wat wils: animatie, begeleide bezoeken, avonturenparcours en andere activiteiten vol natuur, erfgoed, kunst, sport en ambachten. De Dag van het Zoniënwoud vond plaats in het Kasteel van Groenendaal in Hoeilaart en aan de zes andere toegangspoorten tot het bos (Bosvoorde, Groenendaal, Jezus-Eik, Middenhut, Tervuren en Terhulpen), maar ook diep in het Zoniënwoud. Deze dag was een gemeenschappelijk initiatief van de drie gewesten.


Toerisme Vlaams-Brabant gaf elke bezoeker een aandenken aan het Zoniënwoud mee in de vorm van een duurzaam zakje met eikels om zo het terugkeereffect naar het bos te vergroten.

CAMPAGNE MYSTERIEUZE BOSSEN IN CIJFERS



PROVINCIE VLAAMS-BRABANT ONDERSTEUNT HET

BRABANTS TREKPAARD



EUROPESE UNIE

VLAAMSE LANDMATSCHAPPI

VLAAMS-BRABANT

Brabants trekpaard

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

• Veulen- en bekwaamheidspremie

Toerisme Vlaams-Brabant kent een geboortepremie toe aan alle veulens van Vlaams-Brabantse fokkers, geregistreerd in het stamboek van de Koninklijke Maatschappij van het Belgisch trekpaard. Sinds 2011 kregen al 779 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. Vanaf 2020 wordt de premie hervormd naar een 'veulen- en bekwaamheidspremie'. Fokkers krijgen een eerste deel van de premie bij de geboorte van het veulen en een tweede deel na een bekwaamheidsproef op driejarige leeftijd.

• Dag van het Brabants Trekpaard in Vollezele

Toerisme Vlaams-Brabant en 'Vollezele Leeft' vzw organiseren elk jaar deze publiekstrekker op de derde zondag van oktober. Het is een wervelende dag vol demonstraties, menwedstrijden, shows, animatie, een veulenkampioenschap en proeverijen. Ook in 2019 zakten een paar duizend bezoekers af naar Vollezele.

• Activiteitenpremie

In 2019 kende Toerisme Vlaams-Brabant voor het derde jaar op rij een subsidie toe aan activiteiten met Brabantse trekpaarden. Het gaat daarbij om vormingen, jaarmarkten, stoeten of evenementen waarbij Brabanders een prominente rol spelen. In 2019 werden 23 activiteiten gesubsidieerd.

• 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 konden de jongste bezoekers ritjes maken op het vliegende tapijt en de slede. Den Brabander vzw zorgde voor huifkartochten in de stad. De photobooth met een levensecht Brabants Trekpaard aan de toeristische infostand van Toerisme Vlaams-Brabant viel in de smaak.



*Dag van het Brabants Trekpaard *Hof ten Dormaai

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.

In 2019 bestond het belevingscentrum 5 jaar en dat werd gevierd met een aantal voorstellingen in het najaar. Maar ook andere activiteiten vulden de dagelijkse werking aan:

- Frans De Haes uit Rotselaar was soldaat tijdens de Grote Oorlog en raakte gewond bij de Slag om Passendale. Na zijn verzorging in Engeland werd hij terug naar het front gestuurd. Toen de Duitsers zich terugtrokken, werd Frans als verkenners naar het kasteel van Wespelaar gestuurd, waar veel burgers zich schuilhielden. Hij redde hun leven. Na de oorlog werd hij voor zijn moed gedecoreerd. Zijn dochter gaf zijn medailles in 2019 in bruikleen aan het belevingscentrum, waar ze nu prijken in de vitrinekast.
- Op 28 april 2019 droeg Erfgoeddag het thema 'Hoe maakt u het?'. Toerisme Vlaams-Brabant maakte daar 'Hoe maakten ze het 100 jaar geleden?' van. Onze gidsen namen bezoekers op sleeptouw als verpleegster, pensionaire, pastoor, zuster ..., en haalden de oude gebruiken, brouwsels en huishoudtechnieken van onder het stof. De bezoekers mochten ook proeven van oorlogswafels en -pannenkoeken.

- In juli en augustus konden kinderen deelnemen aan de zoektocht 'Schatten van Vlieg', met allerlei opdrachten rond de smaakzin.
- Aan het tijdelijke kunstwerk 'Maaiveld' in Tervuren stonden in 2018 keramieken klapprozen. 50 daarvan werden in de binnentuin van de Engelenburcht geplaatst als herinnering aan de gesneuvelden van WO I.
- Toerisme voor Autisme werkte voor het belevingscentrum '14-'18 (en ook voor nog tien andere attracties in Vlaams-Brabant) een visueel stappenplan uit voor mensen met autisme. Zo kunnen zij zich voorbereiden op de prikkels die te maken hebben met een bezoek. Het belevingscentrum richt zich onder meer ook op deze doelgroep.
- Aan de vooravond van Werelddierendag, 3 oktober 2019, bracht het belevingscentrum '14-'18 met de voorstelling 'Cher Ami' een ode aan drie opmerkelijke dieren: een hond, een olifant en een aap. De waargebeurde verhalen van deze dieren die in West-Vlaanderen aan het front vochten tijdens de Grote Oorlog kwamen tot leven in drie animatiefilms met livemuziek van de band Yuko.
- Het Oogstfeest van de Nieuwe Kloostertuin Tildonk vond in 2019 plaats op 13 oktober. Het werd dit keer gecombineerd met de opendeurdag van CADO en het project 'Bank zoekt Buurt' van de gemeente Haacht. Ook het belevingscentrum zette de deuren open. Bezoekers mochten gratis binnen en werden aangespoord om een haiku te schrijven voor de haikuboom.



Haikuboom

- Tijdens de donkere dagen van november organiseerde het belevingscentrum voor het eerst nocturnes onder de noemer 'Gluren achter kloostermuren'. Vijf gidsen brachten de geschiedenis tot leven met waargebeurde verhalen over het klooster, zowel binnen als buiten. Een projectie op de zijmuur van de Engelenburcht vormde de apotheose. Na de rondleiding konden de bezoekers nog genieten van een drankje en streekhapjes. Er stonden 20 rondleidingen op het programma, verspreid over 5 dagen.

RONDJE VLAAMS-BRABANT
(H)ECHTE BIERMOMENTEN

VLAAMS-BRABANT Groene Gordel Leuven Hageland

www.toerismevlaamsbrabant.be/bier

*Campagnebeeld 'Rondje Vlaams-Brabant'

Rondje Vlaams-Brabant. (H)echte biermomenten

In Vlaams-Brabant is er een rijke biertraditie en Toerisme Vlaams-Brabant wil dit bijzondere aanbod toeristisch in de kijker zetten. De nieuwe themacampagne 'Rondje Vlaams-Brabant. (H)echte biermomenten' is een samenwerking tussen de toeristische regio's Groene Gordel en Hageland, kunststad Leuven, de sector en toeristische partners. De campagne werd op 22 januari in brouwerij van Campenhout in Kampenhout gelanceerd met de eerste editie van de bierkalender, een staander met bierviltjes met een selectie van bierevenementen. Het doel is tweeledig. Enerzijds het belichten van het vakmanschap van de brouwer en anderzijds het aanbod aan bierbeleving in Vlaams-Brabant promoten.

De promotie verliep hoofdzakelijk online. Het volledige bieraanbod werd geïnventariseerd en overzichtelijk gebundeld op de website: www.toerismevlaamsbrabant.be/bier. Iedere maand werd een ander aspect van bierbeleving in Vlaams-Brabant via sociale media belicht. Zo stonden onder meer de bierfestivals, proeverijen, brouwerijbezoeken, bierquizzes, thematische fiets- en wandelroutes, hoppluks, bier & foodpairing,



*Labo Café *Brouwerij Van Campenhout

biercafés en bierarrangementen in samenwerking met de logiesector in de kijker. Er werd ook een Vlaams-Brabantse editie van het vakmagazine 'Beer & Food' uitgebracht.

In december stonden de bruine kroegen met een streekbierenkaart in de kijker. Hiervoor ging Toerisme Vlaams-Brabant een samenwerking aan met de biervakbladen Bierpassie (in Vlaanderen) en Bier! (in België en Nederland).

Voor de tweede editie van de Markt van de Smaak - op 14 november in Leuven onder leiding van Straffe Streek vzw - werden bieropeners uitgedeeld door een biergoochelaar en bier-beachvlaggen ontwikkeld om de naambekendheid van de campagne te vergroten.

Toerisme Vlaams-Brabant trof ook al voorbereidingen voor een biercampagne in 2020 en zorgde voor een Vlaams-Brabants bierlied van de muziekbond Lenny en de Wespen.





**ONTDEK
HET BESTE
Hageland**

*Fruitbeeldig Hageland - Pretpeer en Kroonzie in Geetbets

HAGELAND

Kernwaarden

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

Kleinschalig met persoonlijkheid

Het Hageland is niet groot en telt veel kleinschalige logies en attracties, maar de regio heeft, mede door de kleine stadjes, een grote eigenheid en sterke persoonlijkheid.

Prettig en pittig

Prettig staat voor het warme, gastvrije karakter van de Hagelander. Pittig drukt dynamiek uit. De Hagelander nemen initiatief, willen vooruit. Dat blijkt ook uit het succes van de thema's 'S(pr)ankelend Hageland' en 'B(l)oeiend Hageland' die de toeristen aantrekken met wijn en bloesems.

Smaak en vakmanschap

Refereert naar de mooie streekproducten die het Hageland rijk is. Fruit, wijn, bier. Ook streekeigen recepten en vakmanschap typeren het Hageland.

Positieve spanning in tegengestelden

Hier hoeft men niet te kiezen, maar kan er gecombineerd worden. Rust en rock, ontspannen en werken, authentiek en innovatief, sportief en slow.

Verrassend groen

Dit heeft een dubbele betekenis. Het Hageland is voor veel mensen nog een ongekende bestemming, een onontgonnen gebied op toeristisch vlak. Het Hageland wordt ontsloten door zachte recreatievormen zoals fietsen en wandelen om zo de prachtige landschappen te bewaren.

Regiowerking

Toerisme Vlaams-Brabant is – net als voor de Groene Gordel - ook verantwoordelijk voor de toeristische regiowerking in het Hageland. Dat gebeurt in nauwe samenwerking met de gemeenten, toeristische partners en de sector. 2019 stond in het teken van de vernieuwing van het convenant over de toeristische werking dat TVB met de gemeenten heeft afgesloten voor de periode 2020-2025. Alle 20 Hagelandse gemeenten stappen opnieuw in in dit samenwerkingsverband.

In het najaar van 2018 werd het jaarprogramma 2019 voor het Hageland voorgesteld en goedgekeurd door de Hagelandse gemeenten. Enkele thema's die in 2018 hun succes bewezen hebben, werden voortgezet. Waaronder:

- Tijdens B(l)oeiend Hageland, de laatste twee weken van april, stonden de bloesems centraal met allerhande bloesemevenementen.
- Met de biercampagne 'Rondje Vlaams-Brabant' plaatste Toerisme Vlaams-Brabant het ganse jaar het toeristische belang en de diversiteit van de Vlaams-Brabantse biertraditie en het vakmanschap van de brouwers in de kijker. In 2019 werd de eerste editie van de bierkalender gelanceerd.
- De promotie van de wielercultuur: het Sven Nys Cycling Center, de Sven Nys en 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 domein openstelden van 17 augustus tot en met 8 september.
- De vierde 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 de openbare omroep.

- In november 2019 werd een eerste brainstorm georganiseerd met de Hagelandse stadjes en enkele verstedelijkte gemeenten om een nieuwe thematische werkgroep op gang te trekken.

Voor elk thema werd een gepaste productontwikkeling uitgewerkt en een mediacampagne - zowel online als offline - om de toerist naar het Hageland halen.

De reguliere werking focuste op:

- De ondersteuning van de gidsenwerking in het Hageland. Zo ondersteunde TVB de ontwikkeling en het onderhoud van de website www.hagelandgidsen.be. En bij de uitwerking van thema's werkt Toerisme Vlaams-Brabant samen voor gidsbeurten en de aanwezigheid op evenementen. Dat gebeurde in 2019 in het kader van B(l)oeiend en (Sp)rankelend Hageland.
- Het creëren van een toeristisch aanbod dat toegankelijk is voor iedereen.



*Irish Pub Dubh-Linn Aarschot (Langdorp) *Wijndomein Petrushoeve

Onderzoek zorgde voor interessant cijfermateriaal over de themacampagnes. De cijfers vergemakkelijken een evaluatie en worden gebruikt om waar nodig bij te sturen.

Enkele projecten en partnerschappen die lopen in het Hageland:

- De Merode vzw
- LEADER Hageland
- Streekproducten Vlaams-Brabant
- Regionale landschappen
- Dwars door het Hageland
- Houwaartse en Wezemaalse wijnfeesten
- Strategisch projecten Demervallei en Getevallei
- Vernieuwing wandelnetwerk Merode



(SP)RANKELEND HAGELAND

17.08-08.09.2019





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 ontvangen intussen toeristen. Zowel kleine als grote wijnbouwers. Toerisme Vlaams-Brabant zette daarom ook in 2019 in op de promotie van de Hagelandse wijnbouw op verschillende manieren:

- In 2019 organiseerde Toerisme Vlaams-Brabant voor de vierde keer de toeristische themacampagne (Sp)rankelend Hageland. Tijdens vier opeenvolgende weekends konden bezoekers genieten van de Hagelandse wijnen, kennismaken en de wijnregio op een unieke manier verkennen. Een initiatief dat zowel door wijnbouwers als bezoekers werd gesmaakt. Nieuw in 2019 was de uitbreiding van gezellige wijnterrassen en er werd een aanbod speciaal voor mensen met een zicht- en/of gehoorbeperking uitgewerkt. Bezoekers die een wijnfles kochten bij de streekproducent, kregen deze verpakt in een opvallende wijntas die speciaal voor deze campagne werd ontwikkeld.
- In samenwerking met sommelier Steven Willems werd een aromakaart ontwikkeld. Dit is een folder met daarop een inventarisatie en een situering van alle wijndomeinen, de druivensoorten die er wor-

den geteeld, de aroma's van iedere druif en de wijnen die er worden gemaakt. Om de kaart attractiever te maken, werd er een laag via de online applicatie Veeew aan toegevoegd, zodat ze digitaal tot leven komt met meer informatie en audiovisueel materiaal over de Hagelandse wijngaarden.

- De Wezemaalse (31 augustus) en de Houwaartse wijnfeesten (9 november) ontvingen een subsidie van 1.000 euro van TVB.

(Sp)rankelend Hageland werd doelgericht in de kijker geplaatst.

Met de makers van het VRT-programma Thuis werd er samengewerkt aan de verhaallijn van de Feniks-wijn, een Hagelandse wijn. De opnames vonden plaats op het wijndomein Petrushoeve. Voor een reportage op de regionale televisiezenders werden mooie dronebeelden van de Houwaartse wijngaarden gemaakt.

Een radiospot, een advertentie in het vakblad 'Ken Wijn' en in de Rondom, een live-uitzending op Radio 2 vanuit het wijndomein Hagelander, een sociale mediacampagne met vijf advertenties en een heruitzending van de reportage met Maarten Cox op RTV maakten deel uit van een brede mediacampagne in heel Vlaanderen.



B(L)OEIEND HAGELAND

DE 14-DAAGSE VAN DE BLOESEM
10.04-28.04.2019



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 10 tot en met 28 april de bloesem-veertiendaagse in het Hageland. Voor de zesde keer al. De verschillende activiteiten werden onderverdeeld in drie thema's: vuurmagine, picknickpret en kunst op pad. Het werden veertien dagen vol sfeervolle nocturnewandelingen, bloesemlounges, huifkartochten, picknicks bij de fruitteler en zo meer.

Naast deze bloesemactiviteiten ter gelegenheid van de bloesem-veertiendaagse konden de toeristen ook kennismaken met de bloesem- en fruitstreek via een vast wandel- en fietsaanbod langs elf "fruitbeeldige" kunstwerken. In samenwerking met toeristische partners en ondernemers werden drie begeleide bloesemfietsochten uitgewerkt. En samen met Tempus Arti werden drie tijdelijke bloesemkunstwerken geplaatst in Hoegaarden, Linter en Tienen. Er was ook een aangepast bloesemaanbod voor mensen met een auditieve, motorische, verstandelijke en/of visuele beperking.

De verschillende bloesemcamera's - ook gekend als "bloesemfluisteraars" - volgden de bloeiwijze van de kers-, appel- en perenboomgaarden op de voet. Als promotiemateriaal kregen de deelnemende partners luchtzitzakken.

In nauwe samenwerking met de logies, werd er voor de verblijfstoerist een speciale logiesactie gelanceerd tijdens de bloesemperiode. Toeristen die in deze periode bij de deelnemende logies boekten met een specifieke code, ontvingen een gratis picknick.

Het volledige bloesemaanbod werd gebundeld in de folder 'B(l)oeiend Hageland'. Een succesvolle mediacampagne werd uitgewerkt met onder meer een radiospot, een advertentie in de Rondom, een sociale mediacampagne met 8 advertenties, een advertentie in de krant van West-Vlaanderen en een publicatie in de Libelle-pocket. Achter de schermen wordt er al volop gewerkt aan de promotiecampagne voor 2020.



CAMPAGNE B(L)OEIEND HAGELAND IN CIJFERS



Sven Nys Cycling Center

Op de Balenberg in Tremelo opende in 2016 onder grote mediabelangstelling de site van het Sven Nys Cycling Center. Sinds de start ontdekten zo'n 300.000 bezoekers deze plaats en bezochten meer dan 25.000 mensen het belevingscentrum. Dat centrum is de spil van het Sven Nys Cycling Center en wordt uitgbaat door Toerisme Vlaams-Brabant.

In 2019 werd de trainingszone in het belevingscentrum vernieuwd. De vernieuwde zone geeft je een unieke inkijk in de werkweek van een veldrijder. Hoe zag Sven zijn trainingsschema eruit? Hoe houd je je fiets offroad onder controle? En waarom waren de Hagelandse gravelwegen zijn perfecte trainingsgebied? Als kers op de taart kan je virtueel het parcours van de Grote Prijs Sven Nys rijden in het wiel van de 'Kannibaal van Baal' zelf. Je voelt de weerstand én de fiets op rollen beweegt mee met de golven van het terrein. Met deze interactieve opstelling ervaar je hoe pittig die hellingen van de Balenberg wel zijn en dit zonder één spatje modder.

Nog steeds kan je op de buitenparcours 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. Ook de diverse fiets- en wandelroutes in de ruimere omgeving blijven een geliefde trip voor veel wielertoeristen.

Een ander nieuw initiatief is de after work ride. Die vindt vier keer per jaar plaats, telkens met een ander thema: gravel, mountainbike, weg en cross. Via sociale media wordt een oproep gelanceerd en iedereen kan inschrijven. Op vrijdagavond 13 september vond de eerste editie plaats met als thema gravel. Een 60-tal deelnemers fietsten een lus van 55km over de Hagelandse gravelwegen.

Ook in 2019 ging er heel wat aandacht naar de promotie voor het belevingscentrum Sven Nys. Er werd geïnvesteerd in de vierdelige televisiereeks DNA Nys op de openbare omroep. Elke aflevering lokte ongeveer een miljoen kijkers, en heel wat locaties in het Hageland kwamen op een prachtige manier in beeld. Bijkomend werden nog twee sociale mediacampag-

nes uitgewerkt. In de winterperiode een moddercampagne om het fietsen op de buitenparcours te promoten, en in de zomerperiode een familiecampagne om het belevingscentrum nog bekender te maken bij gezinnen met kinderen.

Het belevingscentrum Sven Nys wil actief inzetten op groepsbezoeken. Daarom werden op 22 oktober 2019 enkele reisorganisaties uitgenodigd die zich specifiek richten op sportieve fietsvakanties en fietsvervoer. Zo konden zij zelf het potentieel van het Sven Nys Cycling Center ontdekken.

2019 werd in schoonheid afgesloten met 'De Warmste Toertocht' op 21 december, ten voordele van de Warmste Week van Studio Brussel. 570 deelnemers namen deel aan een mountainbiketocht. De opbrengst van deze actie ging naar Join2Bike vzw, die zich inzet om mensen met en zonder beperking op de fiets te krijgen.



*Sven Nys Cycling Center *Sven Nys Cycling Center *DNA Nys



KUNSTSTAD LEUVEN

Leuven is naast provinciehoofdstad ook de enige kunststad in Vlaams-Brabant, en dus erg belangrijk voor het toerisme in onze provincie.

Visit Leuven zet de stad en haar partners als toeristische citytripbestemming op de kaart. Ze zet daarvoor in op 3 pijlers: beleving, verhaal en onthaal. Met succes, want steeds meer toeristen uit binnen- en buitenland ontdekken Leuven als toeristische bestemming.

Toerisme Vlaams-Brabant en Visit Leuven hebben een samenwerkingsovereenkomst rond het vrijetijdstoerisme. Ze zetten samenwerkingen op die voor beide partners relevant zijn.

Zo organiseerden bijvoorbeeld Streekproducten Vlaams-Brabant vzw, Toerisme Vlaams-Brabant, de stad Leuven en Radio 2 op 14 oktober 2019 de tweede editie van Markt van de Smaak. De Grote Markt van Leuven werd een exclusieve markt van geuren, kleuren en smaken van Vlaams-Brabantse streekproducenten. De bezoekers konden er snuisteren langs verschillende standen en proeven van lokale lekkernijen. Meer dan 30 streek- en hoeveproducenten vertelden over hun ambacht en passie voor hun product. Op die manier kon het grote publiek kennismaken met straffe producten uit eigen streek.

Toerisme Vlaams-Brabant verdeelde smaakkaarten onder Vlaams-Brabantse logiesuitbaters zodat ook zij de streekproducten konden leren kennen en eventueel opnemen in hun aanbod. Verder werden er ook witloofzakjes en goodiebags verdeeld om de toeristische thema's rond smaak bij de bezoekers in de kijker te zetten. Een biergoochelaar zorgde voor extra animatie en bracht zo meteen het Vlaams-Brabantse bieraanbod op een ludieke manier tot bij het doelpubliek.

Verder werd het bieraanbod van Leuven ook in de kijker gezet binnen de campagne Rondje Vlaams-Brabant. (H)echte biermomenten. Hierbij was het de Leuvense zanger Lennert Maes die met zijn "wespen" het bierlied heeft ingezongen.

In 2019 werd ook een samenwerkingsakkoord ondertekend met M-Leuven en Visit Leuven voor het project "Tussen Hemel en Aarde" waarbij in de Sint-Pieterskerk van Leuven een nieuwe beleving wordt ontwikkeld rond een aantal topwerken van Dieric Bouts.



KWALITEITSBEWAKING VAN ROUTEGEBONDEN PRODUCTEN

Routebeheer

Toerisme Vlaams-Brabant heeft over de jaren heen een uitgebreid aanbod aan recreatieve routes opgebouwd. Na de vernieuwing van het fietsnetwerk in het Hageland en Leuven en de ontwikkeling van twee nieuwe wandelnetwerken in de Groene Gordel in 2018, lag in 2019 de focus op de voorbereiding van een aantal nieuwe routeproducten in 2020. Het totaal van 6.610 km bewegwijzerde recreatieve fiets-, wandel-, ruiters-, en menroutes blijft status quo ten opzichte van 2018.

Daarnaast is in 2019 vooral ingezet op kwaliteitsbewaking van de bestaande en de nieuwe routes.

Het aantal vrijwilligers - de peters en de meters - die de routes een aantal keer per jaar controleren voor Toerisme Vlaams-Brabant, is met de nieuwe wandelnetwerken sterk toegenomen. 2019 sloot zo af met in totaal 834 actieve peters en meters.

De meldingen die de vrijwilligers en recreanten doorgeven, worden door de onderhoudsploegen aangepakt en opgelost. In 2019 zijn nieuwe onderhoudsovereenkomsten afgesloten met twee maatwerkbedrijven. De kwaliteitsbewaking van de recreatieve routes verloopt volledig digitaal via het online loket "routemeldpunt".

In 2019 werden gemiddeld 81 meldingen per week geregistreerd. Dit is een opvallende stijging ten opzichte van 2018. De oorzaak is het toegenomen aantal kilometers wandelroute dat er eind 2018 is bijgekomen door de nieuwe wandelnetwerken.



	LUSSEN	NETWERK	TOTAAL
FIETSEN	740	2.000	2.740
WANDELEN	1.000	2.340 + 300 digitaal	3.340 + 300 digitaal
RUITER EN MENROUTES	430 + 560 digitaal	100	530 + 560 digitaal
TOTAAL	2.170 + 560 digitaal	4.440 + 300 digitaal	6.610 + 860 digitaal

*Bewegwijzerde routes (in km)

MELDINGEN 2019

- 78,6%** via peters en meters
- 11,2%** via recreanten
- 7,4%** via Toerisme Vlaams-Brabant zelf
- 1,5%** via de gemeentebesturen
- 1,1%** via andere kanalen

Het ging om meldingen over:

- 32,4%** het fietsnetwerk (2.000 km)
- 11,9%** de wandellussen (1.000 km)
- 52%** de wandelnetwerken (2.340 km)
- 1,8%** de fietslussen (740 km)
- 1,9%** de ruiterroutes (530 km)



*De Beemden Landen *Wandelen in Elingen



MARKETING EN COMMUNICATIE

Pers en Media

Toerisme Vlaams-Brabant organiseerde in 2019 24 persontmoetingen, al dan niet in samenwerking met partners. Op vraag van de journalisten stelde Toerisme Vlaams-Brabant audiovisueel materiaal, teksten en bijkomende informatie ter beschikking. Acht persreizen zorgden voor bijkomende promotie van de twee toeristische regio's. Toerisme Vlaams-Brabant maakte ook ruim gebruik van het provinciale huis-aan-huisblad MAG Vlaams-Brabant en van de provinciale pagina's in het gratis wekelijkse magazine De Zondag.

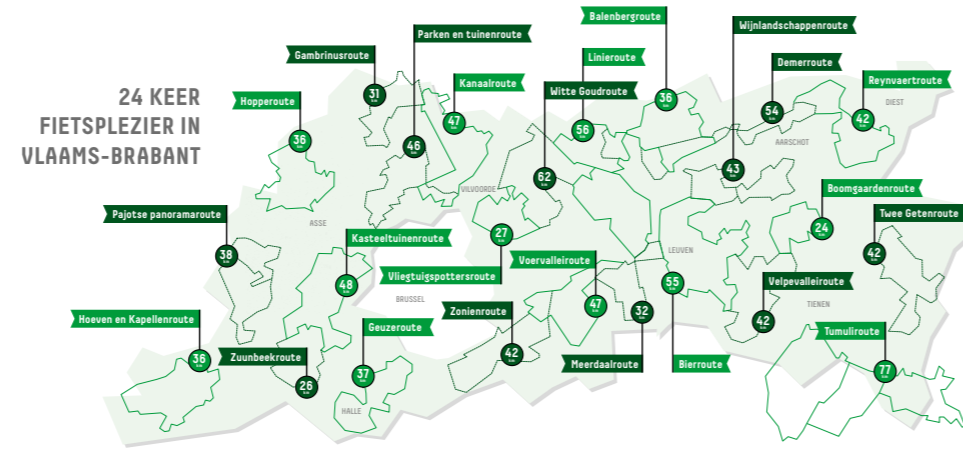
Het resultaat: 164 bijdragen in kranten, tijdschriften, boeken, brochures en andere publicaties, vermeldingen op websites en reportages op televisie, radio en in andere media.

Beurzen

Toerisme Vlaams-Brabant vernieuwde in 2019 de beursstand en koos resoluut voor een duurzame en authentieke aanpak en styling. Modulair, gezelligheid, welkom heten, opvallen op een pure manier. Ontwerp, productie en inrichting pakten we helemaal zelf aan. En met succes, want we kregen heel wat positieve reacties. De stand is gericht op beleving en kan flexibel ingericht en ingezet worden.

Toerisme Vlaams-Brabant stond in 2019 met een beursstand op:

- Fiets- en Wandelbeurs Utrecht
- Fiets- en Wandelbeurs Gent
- Wandelbeurs Wandelsport Vlaanderen
- Bike Brussels



Groene Gordel & Hageland Magazine

In de lente en de zomer zoekt een toerist ander genot dan in de herfst en winter. Dus om het toerisme in de regio's te promoten is een seizoensgebonden aanpak nodig. In 2019 gaf Toerisme Vlaams-Brabant twee keer het Groene Gordel & Hageland Magazine uit. Dit wervend magazine staat vol inspiratie en tips die aanzetten tot actie. In het voorjaar stond het fietsaanbod in Vlaams-Brabant in de kijker en de themacampagnes die in de eerste jaarhelft lopen. Het najaarsmagazine belichtte vooral het wandelaanbod en de themacampagnes rond de bossen, wijn en hop. Nu al krijgen meer dan 19.500 abonnees het magazine om de zes maanden gratis in de bus.

Handige fietsfiches promoten het fietsnetwerk

Om het fietsnetwerk te promoten ontwikkelde Toerisme Vlaams-Brabant 24 fietsfiches in een handig A5-formaat. Op elke fiche staat een suggestieroute op het fietsnetwerk met een kaart van de route, een korte uitleg, de knooppunten, het startpunt, een hoogteprofiel en een doorverwijzing naar het routemeldpunt en het volledig aanbod van fietssuggestieroutes op de website.

De fietsfiches worden gratis verdeeld via de fietsbeurzen, toeristische infokantoren, fietsvriendelijke cafés en logies.



#DEWANDELPROVINCIE

Toerisme Vlaams-Brabant promoot Vlaams-Brabant als dé wandelprovincie van Vlaanderen. Een eerste concrete actie was het lanceren van het gratis wandelboek #dewandelprovincie. Daarin staan 24 wandelingen in het Hageland en de Groene Gordel. Elke wandeling is opgevat als een wandelfiche die je kan uitscheuren en waarmee je onmiddellijk op pad kan. Het gratis boek wordt verdeeld via de toeristische diensten, op wandelbeurzen en via de website.

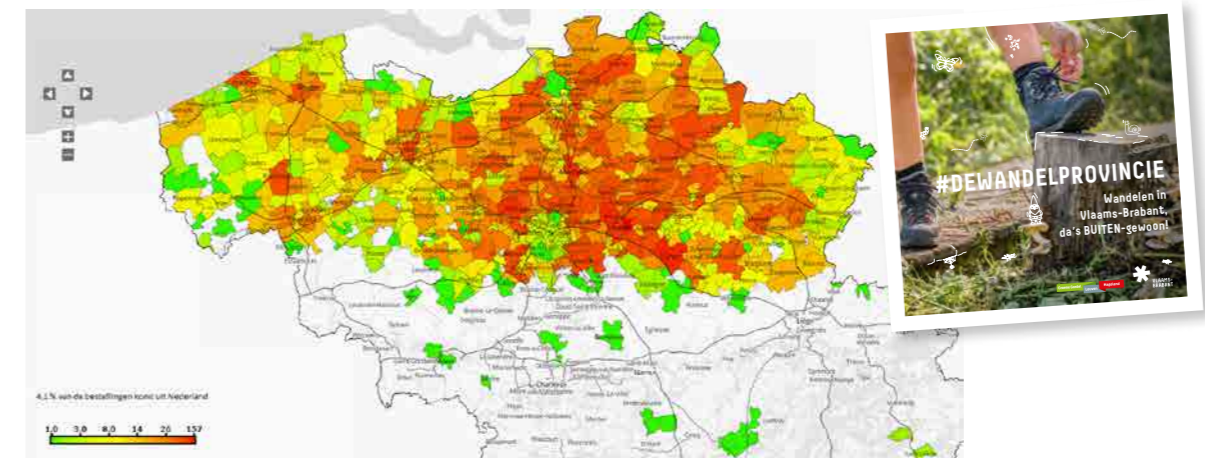
Een tweede actie was een gerichte marketingcampagne die ervoor zorgde dat 20.000 wandelboeken in een mum van tijd verdeeld werden, dat Vlaams-Brabant werd geprofileerd als dé wandelprovincie en dat er meer bezoekers werden geleid naar de website van TVB.

Er werd zowel op gedrukte als digitale media ingezet in heel Vlaanderen.

In oktober verscheen bij de abonnees van het weekblad Libelle een pocketboekje van 16 pagina's op 82.500 exemplaren. Hierin werd zowel de herfstactie van de logies als het wandelaanbod bekendgemaakt en de themacampagne Mysterieuze Bossen. Aansluitend liep er een online campagne via Libelle.be met een online contentpagina, editorial artikels en een artikel in de Libelle nieuwsbrief.

In twee edities van De Zondag verscheen een paginagrote publieportage over een concrete wandeling met een verwijzing naar de themacampagnes en de logiesactie. De Zondag verschijnt wekelijks op 688.000 exemplaren en bereikt 1,6 miljoen lezers.

De online campagne liep van 17 oktober tot 15 december en bestond uit advertenties op sociale media en op geselecteerde vakantie- en vrijetijdswbsites. Er werden twee specifieke nieuwsbrieven uitgestuurd



Herkomst aangevraagde wandelboeken

naar 200.000 abonnees van Reisroutes.be. Tot slot organiseerde TVB een fotowedstrijd op sociale media. De drie mooiste foto's met #dewandelprovincie wonnen een wandelweekend ter waarde van 200 euro.

RESULTATEN

gratis wandelboek
#dewandelprovincie populair en meteen **20.000** exemplaren verdeeld in oktober

1.790.000 views/weergaven op Facebook

Trafiek naar www.toerismevlaamsbrabant.be:
- via Facebook: **26.400 clicks**
- via advertenties op andere vakantie- en vrijetijdswbsites: **5.688 clicks**
- via nieuwsbrief Reisroutes: **52.000 clicks**

fotowedstrijd Instagram: **221 foto's** gepost met #dewandelprovincie.

56 boekingen bij de deelnemende logies in het kader van de 2+1 herfstactie.

www.toerismevlaamsbrabant.be

2019 was opnieuw een topjaar voor het toerismebeleid in Vlaams-Brabant en dat was ook duidelijk te zien aan de bezoekersaantallen op de website www.toerismevlaamsbrabant.be. Meer dan 520.000 mensen bezochten de website. Ze vinden er juiste toeristische informatie op een snelle en duidelijke manier.

Ook mensen met een beperking vinden er themapagina's op maat. Nieuw waren de inspirerende pagina's met groepsuitstappen en tips van de eigen inwoners. Het toeristische aanbod met familievrindelijke attracties en plaatsen waar honden welkom zijn, staat nu gebundeld. Bezoekers op zoek naar meer inspiratie, kunnen doorklikken naar thematische deelwebsites: /bier, /bloesems, /bos, /druif, /hop, /paard, /water, /wijn, /svennys, /oorlog, /wittegoud.

De wandelingen en fietsroutes op onze website blijven de populairste landingspagina's. Via de online routeplanner kan je digitaal op pad met een online weergave en een gpx-bestand van elke route. Je kan er ook een kaartje downloaden en printen.

Wie surft naar de www.wandelprovincie.be komt nu rechtstreeks terecht op een overzichtelijke homepage met alle wandelgebieden van Vlaams-Brabant en alle downloadbare wandelingen.

De sector zelf werd ook mooi in de kijker gezet met een deelwebsite rond logeren. Voor elk type logies vind je er pagina's vol inspiratie. Elk seizoen verscheen er een online oproep om deel te nemen aan een logiesactie. Vanuit de sector kwamen hier veel positieve reacties op en het aantal boekingen stijgt. De website wordt up-to-date gehouden en elk seizoen aangepast.

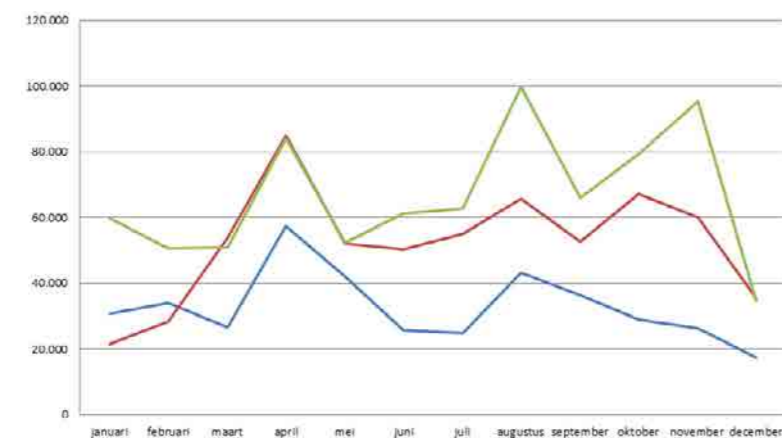
e-nieuwsbrieven

Toerisme Vlaams-Brabant heeft een consumenten-databank met ruim 18.000 e-mailadressen. Elk mailadres kreeg 18 nieuwsbrieven toegestuurd in 2019. De openingsratio bedroeg gemiddeld 55% (+10% t.o.v. 2018). Het toeristische werkveld - ongeveer 700 abonnees - kreeg twaalf sectornieuwsbrieven.

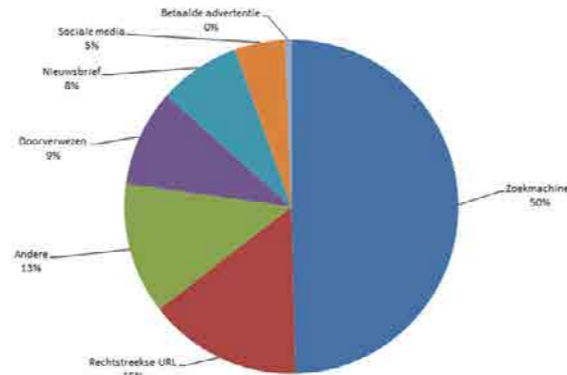
Sociale media

Het aantal fans van onze vijf Facebookpagina's steeg tot 17.100, een stijging met 64% t.a.v. 2018. Op al onze pagina's samen postten we bijna 800 berichten. Ook de betaalde Facebookcampagnes haalden mooie resultaten.

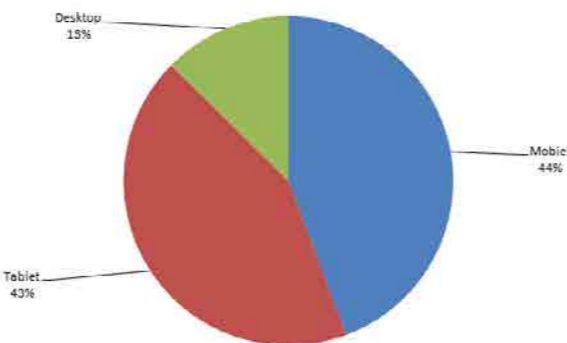
Evolutie aantal bezoekers www.toerismevlaamsbrabant.be



Hoe komen ze op www.toerismevlaamsbrabant.be



Hoe surfen ze op www.toerismevlaamsbrabant.be



SECTOR EN DOELGROEPEN

Logiessector & Logeren in Vlaanderen Vakantieland

Toerisme Vlaams-Brabant informeert de logiesuitbaters over de toeristische regelgeving, 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 het aanbod en de werking van Toerisme Vlaams-Brabant.

In 2019 organiseerde Toerisme Vlaams-Brabant drie seizoensgebonden logiesacties: een picknickactie in het kader van de themacampagne B(l)oeiend Hageland, een zomeractie met streekbubbels en een herfstactie 2+1 in teken van de themacampagne Mysterieuze Bossen en het wandelaanbod.

Voor de campagne Logeren in Vlaanderen Vakantieland werkt Toerisme Vlaams-Brabant samen met de Logeren in Vlaanderen vzw en de vier andere Provinciaal Toeristische Organisaties (PTO's).

De voorbereiding voor de editie 2020 startte in 2019: 53 Vlaams-Brabantse logiesuitbaters tekenden in voor een advertentie in de brochure, 31 uitbaters kozen voor een webadvertentie.

De marketingcampagne is gericht op gastvrijheid en kwaliteit en zet de logies een jaar lang in de kijker. De deelnemende logies zijn te vinden op www.logereninvlaanderenvakantieland.be.

Logeren in Vlaanderen en PTO-samenwerking



Toerisme Vlaams-Brabant werkt samen met Logeren in Vlaanderen vzw en de vier andere PTO's aan de naamsbekendheid en het imago van Vlaanderen Vakantieland.

In een nieuwe campagne werd de nadruk gelegd op duurzaamheid, door Vlaanderen naar voor te schuiven als ideale dichtbij-bestemming. Zo werden er onder meer bussen bestickerd met affiches van Vlaamse bestemmingen die erg leuk zijn voor buitenlandse locaties. De campagne werd online versterkt met advertenties op sociale media en in aangepaste e-zines. Het boek Logeren in Vlaanderen Vakantieland werd gelanceerd met een groot ontbijt in verschillende treinstations.

Project Fietsvakanties in Vlaanderen

De vijf PTO's investeerden drie jaar lang (2017-2019) in het project 'Fietsvakanties in Vlaanderen' om meerdaags fietstoerisme te stimuleren. Ze inspireerden touroperators in binnen- en buitenland, die konden gebruikmaken van de verzamelde info en foto's op het B2B-platform netwerkfietsvakanties.be om nieuwe fietsvakanties te ontwikkelen.

Dit platform biedt ook een overzicht van servicepartners voor het vervoeren van bagage of de verhuur van kwalitatieve fietsen, en informatie over bijstand om zorgeloos te genieten van een georganiseerde fietsvakantie. Een handige wegwijzer bundelt tips en inspiratie voor lokale vakantiemakers.

Het project liep eind 2019 ten einde, maar samen met de sector blijven de PTO's verderwerken aan een gevarieerd aanbod en een sterk imago voor Vlaanderen als fietsvakantiebestemming.



Expats

Brussel is het kloppend hart van Europa en bijgevolg de centrumlocatie voor heel wat internationale bedrijven, Europese instellingen en ambassades. In Brussel en de rand rond Brussel wonen maar liefst 250.000 internationals. Toerisme Vlaams-Brabant wil deze expats als doelgroep (h)erkennen en leren kennen, hen enthousiasmeren en inspireren zodat ze ook de toeristische troeven in Vlaams-Brabant zelf gaan ontdekken.

Het bestaande aanbod op maat van internationals werd verder gepromoot met:

- De 'Ontdek Vlaams-Brabant/Discover Flemish Brabant' brochure
- De 'Become a local'-Bucket List (www.bucketlistflemishbrabant.be)
- De expat-nieuwsbrief
- De aparte sociale mediakanalen
- De viertalige website van Toerisme Vlaams-Brabant



*Damiaanwandeling in Tremelo

In 2019 werd dit aanbod verder uitgebreid met enkele nieuwe projecten:

- De 'Become a local'-Bucket List ging ON TOUR. De Bucket List-website daagt expats uit om erop uit te trekken en de verborgen parels van Vlaams-Brabant te ontdekken. Het is een lijst die doet proeven van de 'couleur locale' van deze regio, vol leuke activiteiten, bezienswaardigheden, eetadresjes ... Je kan de verschillende uitdagingen op de website afvinken en zo jouw eigen 'local'-score berekenen. Zie www.bucketlistflemishbrabant.be.
- In 2019 vormde de Bucket List de leidraad tijdens presentaties bij expat-organisaties en/of verenigingen. We werden onder meer uitgenodigd bij een expat-vereniging gelinkt aan de NAVO en bij een afdeling van het Amerikaans leger.
- Guided tours for internationals. Toerisme Vlaams-Brabant coördineert sinds 2019 de organisatie van gegendste wandelingen op maat van expats (in samenwerking met gidsenorganisaties). Een greep uit het aanbod: een bezoek aan een Hagelandse wijngaard, een proevertjesroute in Leuven, een (geuze-) brouwerijbezoek, een natuurwandeling in het Zoniënwoud.

Hoe bereiken we expats?

- Sociale media (advertenties en posts)
- Partners in de expat-sector (internationale scholen, relokalisatie-agentschappen, werkgevers, gemeentebesturen, Europese instellingen ...)
- Expat media (The Bulletin, The Brussels Times)
- Eigen adressenbestand (adresgaring i.f.v. onze nieuwsbrief).

• Brussel & Wallonië

Toerisme Vlaams-Brabant streeft naar nauwere synergiën met Brussel en Wallonië. Daarom nemen we het initiatief om nieuwe toeristische samenwerkingsverbanden aan te gaan met toeristische partners en andere relevante stakeholders over de grenzen heen. We gingen in 2019 een concrete samenwerking aan met Visit.Brussels voor de ontwikkeling van een ont-haaltool in het AfricaMuseum. Met de collega's van Waals-Brabant werkten we drie grensoverschrijdende fietslussen uit op het knooppuntennetwerk: de Big Bang route, de Vierkantshoeveroute en de Tumuliroute.



*Big Bangroute *Tumuliroute

Zakentoeerisme Vlaams-Brabant

• Gebruiksvriendelijke website

Zakentoeerisme Vlaams-Brabant maakt gebruik van de aparte website www.zakentoeerismevlaamsbrabant.be om het uitgebreide aanbod aan vergader- en teambuildingmogelijkheden voor te stellen. Daarop vinden bezoekers een handige zoekmotor om snel de gepaste vergaderlocatie te vinden. Er kan onder meer gefilterd worden op basis van aantal deelnemers, overnachtingsmogelijkheden, regionale ligging. Via de website kan ook gemakkelijk een prijsofferte opgevraagd worden bij verschillende partners tegelijkertijd. De website werd eind 2019 vernieuwd. De site is niet alleen informatief, maar werkt ook inspirerend. Zo kan er gescrold worden door de themapagina's over unieke vergaderlocaties, vergaderen in erkend erfgoed, op een groene locatie of met een beperkt budget.



*Provinciedomein Kessel-Lo *Demetrefplaats Betekom *Stadhuis Leuven *Zakentoeerisme Vlaams-Brabant

• Sectorondersteuning

In 2019 waren er 260 actieve partners aangesloten bij Zakentoeerisme Vlaams-Brabant, waarvan 68% vergaderlocaties en 32% event- en teambuildingorganisaties. We organiseerden drie pop-upvergaderingen op unieke plaatsen: tussen de wijngaarden, onder de bloesems en in een bierbrouwerij. Daarnaast organiseerde Zakentoeerisme Vlaams-Brabant een workshop rond succesvolle websitebezoeken voor de partners. De organisatie vertegenwoordigde haar partners op het summerevent voor meeting- en eventplanners van Faculty Club Leuven. De partners werden ook gepromoot via de maandelijkse nieuwsbrieven en via de LinkedIn-pagina van zakentoeerismevlaamsbrabant.be.



Iedereen toerist

Toerisme Vlaams-Brabant zet verder in op inclusief en toegankelijk toerisme. Iedereen, ongeacht beperking of budget, moet kunnen genieten van de troeven van Vlaams-Brabant.

De krachtlijnen van de 'Iedereen Toerist'-werking zijn:

- Het bestaande en het nieuwe toeristische aanbod zo toegankelijk en inclusief mogelijk maken.
- Een betere fysieke toegankelijkheid in onze toeristische attracties, onthaalpunten en logies.
- Waar nodig, een toeristisch aanbod op maat van mensen met een beperking uitbouwen.
- Een groter toeristisch aanbod voor mensen met een beperkt budget.
- Bekendmaking van het 'Toerisme voor allen'-aanbod bij de doelgroepen en het brede publiek.
- Advies en ondersteuning bieden rond inclusie, toegankelijkheid en vakantieparticipatie aan gemeenten, toeristische partners en sector.

Concreet zette Toerisme Vlaams-Brabant in 2019 in op:

- De verdere ondersteuning van de vier vrijetijdsgroepsorganisaties Het Balanske, KVG Vlaams-Brabant & Brussel, Indivo - vzw De Lork, en Gehandicapten en Solidariteit. Samen met Toerisme Vlaams-Brabant werd op 16 juni 2019 de Iedereen Toerist-dag in het Provinciedomein Halve Maan georganiseerd. Bezoekers met en zonder beperking genoten van een dag vol toeristische beleving en toegankelijke activiteiten.
- (Sp)rankelend Hageland, een beleving voor iedereen. Bezoekers met een auditieve beperking genoten van een rondleiding met een tolk Vlaamse Gebarentaal in Bezoekerscentrum Dru!f (Overijse & Hoeilaart) en wijndomein Chartreuzenberg (Holsbeek). In het wijndomein Hagelander (Aarschot) stond er een interactieve wijnworkshop op het programma.
- Het inclusief-aanbod werd ook geïntegreerd in de beleving van de themacampagne Mysterieuze Bossen. Zo was er een toegankelijke, mysterieuze afvaart van de Dijle.

- Het Gordelfestival was ook in 2019 toegankelijk voor iedereen. Zo waren er onder meer tolken Vlaamse Gebarentaal tijdens de concerten, een platform voor bezoekers met een motorische beperking en vrijwilligers voor begeleiding.
- Verdere samenwerking met MAV – Mobiliteitscentrale Aangepast Vervoer Vlaams-Brabant om de vervoersdrempel die veel bezoekers met een beperking ervaren, weg te nemen.
- De uitvoering van de subsidie 'inclusief en toegankelijk toerisme' ter ondersteuning van kleinschalige logies en fietscafés.
- Toerisme Vlaams-Brabant zette ook in op autisme en werkte hiervoor met Toerisme voor Autisme visuele stappenplannen uit om de deelname van deze doelgroep aan vrijetijdsactiviteiten te verhogen. 11 attracties in Vlaams-Brabant stapten mee in het project en namen deel aan de bijhorende vormingsmomenten.
- Iedereen op de fiets! Om iedereen te laten genieten van het uitgebreide en boeiende fietsnetwerk in Vlaams-Brabant, zette Toerisme Vlaams-Brabant in op meer verhuurpunten voor aangepaste fietsen en meer toegankelijke fietsroutes. Zo werd in 2019 ook het aanbod van aangepaste fietsen uitgebreid in het Hageland.



*Toegankelijk AfricaMuseum *Iedereen Toeristdag 2019



Iedereen TOERIST



Toerisme in cijfers

• Gemeentelijke infofiche

Toerisme Vlaams-Brabant vernieuwde de infofiches met toeristische kerncijfers per gemeente. Het doel? Het economische belang van het toerisme in Vlaams-Brabant in de verf zetten en de toeristische sector en de gemeenten informeren over een aantal specifieke kenmerken van het toerisme in de twee toeristische regio's Hageland en Groene Gordel en Kunststad Leuven.



Op de infofiche 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

• Overnachtingscijfers

De overnachtingscijfers zijn dé belangrijkste parameter voor het meten van het toerismebeleid. Toerisme Vlaams-Brabant analyseert deze cijfers en deelt deze met de pers, toeristische partners en de sector.

Zo bleek uit de voorlopige cijfers dat in Vlaams-Brabant het aantal overnachtingen in 2019 opnieuw toenam ten opzichte van 2018. In de eerste 10 maanden werden er 1.990.147 overnachtingen geregistreerd, een stijging met 1,3% ten opzichte van 2018.

In absolute cijfers steeg het binnenlandse toerisme het sterkst. Zo waren er in de eerste 10 maanden van 2019 bijna 58.000 overnachtingen meer geregistreerd van Belgen die naar Vlaams-Brabant kwamen voor een overnachting. Dit komt overeen met een stijging van 6,4%.

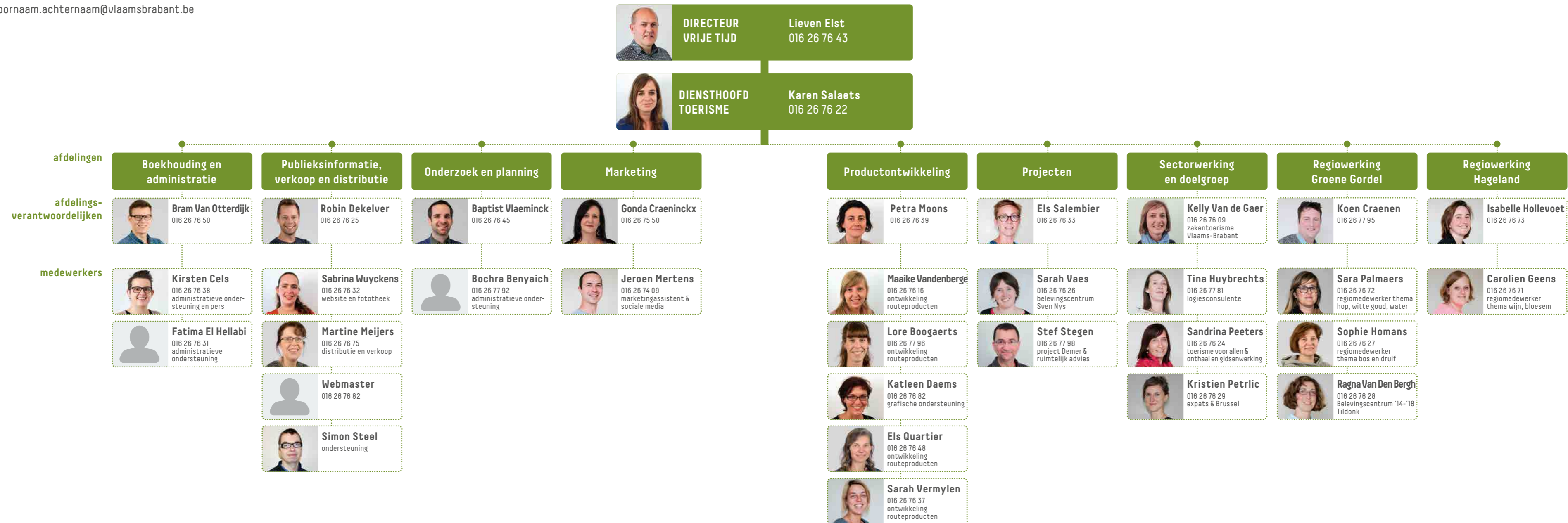
Overnachtingen in Vlaams-Brabant 2018-2019



Bron: FOD Economie

ORGANOGRAM TOERISME VLAAMS-BRABANT

mailadressen: voornaam.achternaam@vlaamsbrabant.be



JAARPLAN 2020 TOERISME VLAAMS-BRABANT

BELEVINGSCENTRA	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Sven Nys Cycling Center	▶ DNA Nys uitzendingen						▶ Schatten van Vlieg			▶ Najaarscampagne		
								▶ Fietseling	▶ Lancering scholenpakket			
			▶ Zondag = Familiedag* (1e zondag vd maand)						▶ Lancering GPX Gravelroute Sven Nys			
Belevingscentrum Grote Oorlog Tildonk			▶ Zondag = Familiedag* (1e zondag vd maand)									
				▶ Erfgoeddag 26/04			▶ Schatten van Vlieg					
									▶ Fototentoonstelling 'Vluchten Vandaag'			
			▶ Lancering familiepakket 'Jerome en Gustavine' in krokus- en paasvakantie									

NIEUWE PROJECTEN 2020	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Toerismeplatform				▶ Lancering, opleiding en communicatie								
Augmented Routes				▶ Lancering								
Brabantse Pijl Cycling route				▶ Lancering								
Uitbreiding Wandelnetwerk de Merode						▶ Wandeldag 21/06						
Digitaal Wandelnetwerk in het Zoniënwood										▶ Lancering		
Heruitgave Wandelproducten		▶ Streek GR Dijleland 11/02			▶ Wandelnetwerk Getevallei							
Vernieuwing Fietsnetwerk Groene Gordel										▶ Start vernieuwing bewegwijzering		
Dieric Bouts			▶ Lancering 'Tussen Hemel en Aarde' St.-Pieterskerk Leuven 07/03									

BEURZEN & EVENTS	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
	▶ Vlofolies 17-19/01	▶ Fiets- en wandelbeurs Utrecht 28/02-1/03				▶ Dwars door het Hageland 17/06			▶ Bike Brussels 18-20/09			
		▶ Fiets- en wandelbeurs Gent 15-16/02							▶ Peter- & meterdag 04/10			
										▶ Dag van het Brabants Trekpaard 18/10		
								▶ Wezemaalse wijnfeesten 29/08				
								▶ Merodehappening 20/09				
											▶ Houwaartse Wijnfeesten 14/11	

THEMATISCHE CAMPAGNES HAGELAND EN GROENE GORDEL	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
B(!)oeiend Hageland				▶ Bloeiend Hageland 06-26/04								
(Sp)rankelend Hageland								▶ Sprankelend Hageland 22/08 - 13/09				
Lekker Labeur	▶ Campagne Lekker Labeur											
Witte Goud	▶ Campagne Witte Goud					▶ Campagne Witte Goud				▶ Campagne Witte Goud		
Druiventro(t)s						▶ Campagne Druiventro(t)s						
(H)op Smaak								▶ Campagne (H)op Smaak				
Mysterieuze Bossen										▶ Campagne Mysterieuze Bossen		
Gracieuze Parken en Tuinen				▶ Campagne		▶ Parkenparade 21/05	30/05					
Bier	▶ Lancering Bierkalender en online promotie voor het Vlaams-Brabantse biervershaal											
Watertroeven							▶ Campagne Watertroeven					

MARKETING	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
GG & HG Magazine												
Campagne #dewandelprovincie			▶ Campagne #dewandelprovincie									

VZW TOERISME VLAAMS-BRABANT	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Raad van Bestuur (RVB) - Algemene Vergadering (AV)		▶ RVB 18/02		▶ RVB + AV 21/04		▶ RVB 23/06			▶ RVB 29/09		▶ RVB + AV 17/11	
Toerisme Awards												▶ Toerisme Awards 25/11



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, David Samyn in opdracht van Fietsvakanties in Vlaanderen

Druk: drukkerij Bredero Graphics



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