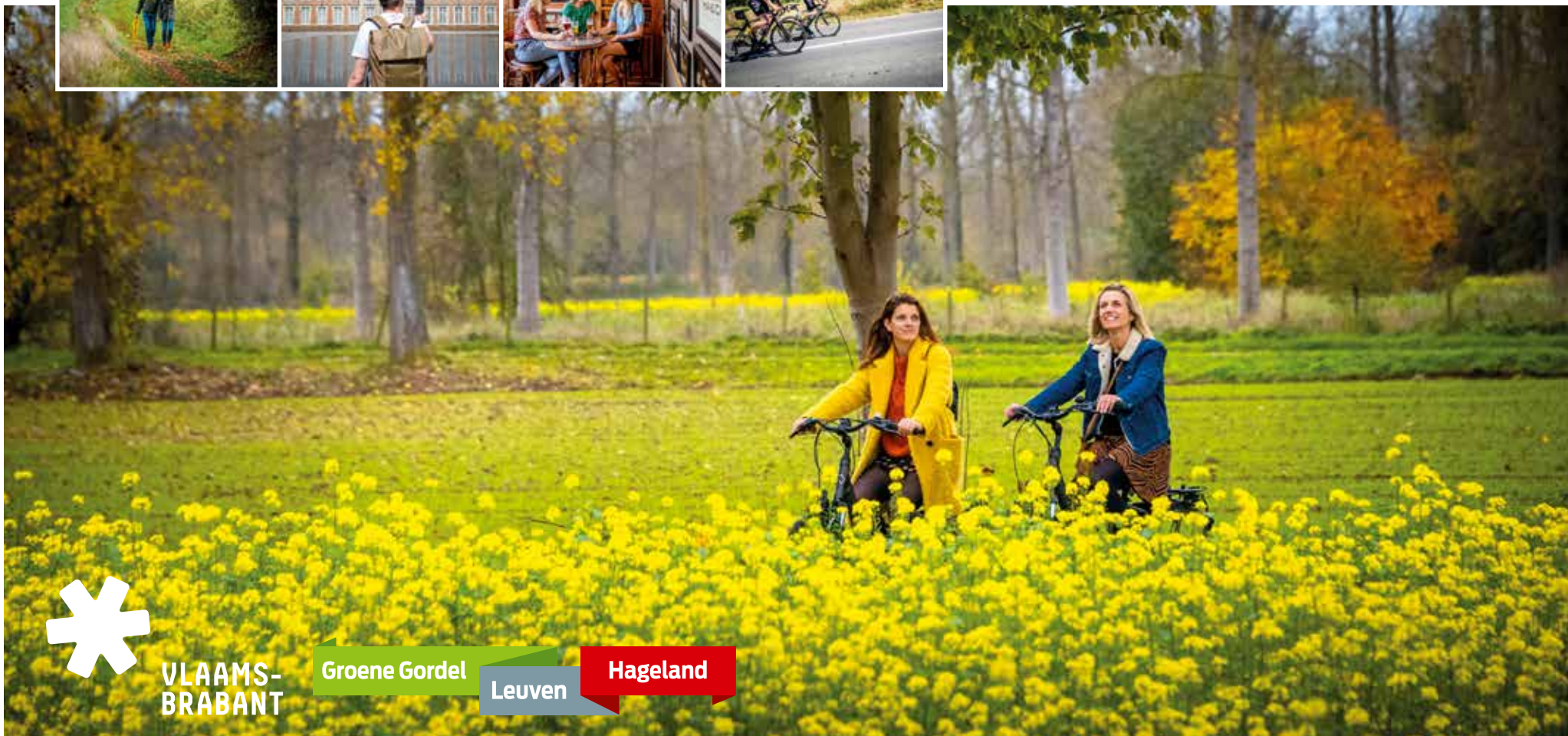


# TOERISME VLAAMS-BRABANT

JAARVERSLAG 2020



VLAAMS-  
BRABANT

Groene Gordel

Leuven

Hageland

# INHOUD

<b>VLAAMS-BRABANT</b>	<b>6</b>
Missie - visie	7
Ambities	7
Budget / Personeel	7
<b>TOERISTISCHE REGIO'S</b>	<b>8</b>
<b>Toerismeconvenant (2020-2025)</b>	<b>9</b>
<b>Groene Gordel</b>	<b>11</b>
Regiowerking	11
• (H)Op Smaak	12
• Druiventro(t)s	13
• Watertroeven	13
• Witte Goud	14
• Mysterieuze bossen	15
• Brabants trekpaard	15
Belevingscentrum '14-'18 in Tildonk	16
(H)echte biermomenten	17
<b>Hageland</b>	<b>18</b>
Regiowerking	19
• (Sp)rankelend Hageland	20
• B(l)oeiend Hageland	21
Sven Nys Cycling Center	22
<b>Kunststad Leuven</b>	<b>23</b>

<b>ROUTES</b>	<b>24</b>
Kwaliteitsbewaking en onderhoud	25
Nieuwe routeproducten	26
<b>MARKETING EN COMMUNICATIE</b>	<b>28</b>
Pers en media	29
Groene Gordel & Hageland Magazine	29
Beurzen	29
E-nieuwsbrieven	29
Sociale Media	29
www.toerismevlaamsbrabant.be	30
Campagne 'Wij weten van wandelen'	31
Campagne 'Rondje Vlaams-Brabant'	31
<b>SECTOR EN DOELGROEPEN</b>	<b>32</b>
Meeting Vlaams-Brabant	33
Logiessector	33
Iedereen Toerist	33
Expats	34
Brussel & Wallonië	34
Toerisme Awards	35

<b>CORONAJAAR 2020</b>	<b>36</b>
Impact op de sector	37
Een extra duwtje:	39
• Vlaanderen Vakantieland	39
• Zomeren in Vlaams-Brabant	40
• De Beleefbon	40
• Ontdek Vlaams-Brabant virtueel	41
• Getuigenissen	42

<b>JAARPLAN 2021 TOERISME VLAAMS-BRABANT</b>	<b>48</b>
--	-----------

<b>ORGANOGRAM</b>	<b>50</b>
-------------------	-----------



2020 was op z'n minst een bijzonder jaar. Zeker voor het toerisme werd het een jaar vol uitdagingen, waarbij van iedereen veel werd gevraagd. De horeca moest tijdelijk de deuren sluiten, evenementen werden geannuleerd, onzekerheid was troef. Nog steeds trouwens.

Maar het was ook een jaar waarin we onze creativiteit en flexibiliteit toonden. Restaurants schakelden over op afhaalmaaltijden, tipi's verrezen om coronaproof te logeren, congreszalen organiseerden hybride vergaderingen en musea gingen online. Zo toonden toeristische ondernemers hun vindingrijkheid en de liefde voor hun streek.

Toerisme Vlaams-Brabant ondersteunde de sector waar dat kon. Met beleefbonnen en extra campagnes om het binnenlandse toerisme te promoten. Door onze wandel- en fietstochten ook digitaal aan te bieden, kon iedereen meteen op weg. Ook de Vlaams-Brabanders zelf leerden zo hun eigen streek beter kennen. Nog nooit werd er zoveel gewandeld en gefietst in onze provincie.

Eind 2020 nam ik afscheid als gedeputeerde van onze mooie provincie. Ik gaf de fakkel door aan Gunther Coppens en ga nu zelf ook genieten van wat Vlaams-Brabant te bieden heeft. Dankzij al die ondernemers in de toeristische sector.



Bedankt daarvoor! Aan alle partners die elke dag opnieuw enthousiast mee vormgeven aan het toerisme in Vlaams-Brabant.

Monique Swinnen,  
Gedeputeerde voor toerisme

Het is een eer om het werk van Monique Swinnen voort te zetten. Ze zette Vlaams-Brabant als toeristische bestemming op de kaart. Uiteraard blijven we als provinciebestuur, samen met al onze toeristische partners, de regio's Hageland en Groene Gordel in de kijker zetten.

Zelf ben ik afkomstig van Vlezenbeek, en ben verheugd dat nu ook de gemeenten uit het Pajottenland met Toerisme Vlaams-Brabant het toeristisch convenant hebben afgesloten. Zo kunnen we de regiowerking over heel de provincie uitrollen. We plannen alvast een aantal nieuwe initiatieven. Ook de samenwerking met kunststad Leuven zetten we verder.

Samen met de gemeenten, de toeristische sector en de vele partners doorstaan we deze moeilijke periode. Sterker dan tevoren, als een veerkrachtige en innovatieve sector.

Gunther Coppens,  
Gedeputeerde voor toerisme



## 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, Daniel Steevens / Druk: drukkerij Bredero Graphics



# VLAAMS-BRABANT

Het toerisme in Vlaams-Brabant scheerde hoge toppen. Het aantal overnachtingen brak records, musea en bezoekerscentra lokten steeds meer bezoekers. Iedereen wilde de lekkere streekproducten proeven. De sector bloeide. En toen stak het coronavirus de kop op en op 13 maart 2020 viel alles stil. Het regende annuleringen en bezoekers bleven thuis. De impact op de toeristische sector was enorm.

Corona beïnvloedde ook de werking van Toerisme Vlaams-Brabant. Onze bestaande campagnes hebben we aangepast als dat mogelijk was, maar veel activiteiten konden gewoon niet doorgaan. Met flink wat creativiteit – ook van onze partners – maakten we er het beste van. We zochten alternatieven en out-of-the-box oplossingen. Met beleefbonnen en extra campagnes promootten we het binnenlandse toerisme, ook binnen onze eigen provincie. Nog nooit werd er zoveel gefietst en gewandeld in Vlaams-Brabant, maar sociale afstand, mondkmaskers en gedwongen sluitingsperiodes maakten 2020 zwaar voor veel mensen in de toeristische sector.



## MISSIE - 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.

## AMBITIES VLAAMS-BRABANT

### De 9 ambities van Toerisme Vlaams-Brabant

1. Samenwerking versterkt ons regionaal toerismebeleid
2. Dé wandelprovincie van Vlaanderen
3. Toeristische onthaal optimaliseren
4. Actief toerisme verder vermarkten
5. Volop digitaal en innovatief
6. Hefboomprojecten ondersteunen/realiseren
7. Netwerk versterken met de toeristische sector en partners
8. Specifieke doelgroepen integreren
9. Onderzoek en cijfers voor ondersteuning beleid

## BUDGET

Het werkingsbudget van de vzw Toerisme Vlaams-Brabant (TVB) bedroeg in 2020 zo een 2,2 miljoen euro. De opbrengsten bestonden uit:

- subsidie provincie Vlaams-Brabant
- subsidie Vlaanderen
- bijdragen gemeenten
- eigen inkomsten.

## PERSONEEL

Toerisme Vlaams-Brabant beschikte in 2020 over 25 personeelsleden van provincie Vlaams-Brabant. De vzw Toerisme Vlaams-Brabant stelde zelf ook 4,5 VTE tewerk.



# TOERISTISCHE REGIO'S

## TOERISMECONVENANT (2020-2025)

Dankzij de goede samenwerking dragen gemeenten veel bij tot het algemeen toerismebeleid en de grote toeristische thema's. Uit bevragingen blijkt dat de thematische campagnes erg goed scoren, zowel bij de bezoekers, de gemeenten en de deelnemende partners.

De convenanten met de gemeenten willen we vernieuwen en verder versterken. De thematische campagnes rond (H)Echte biermomenten, (B)loeiend Hageland, (Sp)rankelend Hageland, (H)Op Smaak, Druiventro(t)s, Mysterieuze Bossen en Witte Goud zijn gedragen door de gemeenten in samenwerking met de sector (logies, restaurants, cafés, fruittelers, bierbrouwers, wijnboeren,...). Het vast toeristisch aanbod in combinatie met thematische acties trekt toeristen aan van Vlaanderen en daarbuiten, maar worden ook erg gesmaakt door lokale inwoners die 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. Hierbij kunnen deze gemeenten o.a. rekenen op de ondersteuning vanuit Toerisme Vlaams-Brabant bij de organisatie van bovenlokale, thematische campagnes en bij het invullen van een 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
- wordt ondersteunt door de regiocoördinator

- **Ambtenarenoverleg (AO):**

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

- **Thematische Werkgroep (TW):**

- bestaat uit de regiocoördinator of regio-medewerkers en de ambtenaren van toerisme
- samen met de relevante toeristische actoren, logiesondernemers, attracties, terreinbeheerders
- werkt thematische acties uit en volgt ze op
- rapporteert aan TOP Groene Gordel en TOP Hageland



**ONTDEK  
HET BESTE**  
**Groene Gordel**

\*Wandelen in het Zoniënwoud

## 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.

#### 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'.

#### 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.

### Regiowerking

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

In 2020 werkten we een actieplan uit rond de strategische contacten, productontwikkeling en vermarkting. We maakten ook 15 nieuwe promoclips, eentje over elke gemeente die in 2020 toetrad tot het convenant.

Ondanks corona werkten we onze toeristische campagnes (H)Op Smaak, Druiventro(t)s, Watertroeven, Witte Goud en Mysterieuze Bossen uit. De biercampagne (H)Echte Biermomenten liep het hele jaar door en zette het bieraanbod in de kijker. We zorgden bij elk thema voor een aangepaste productontwikkeling, investeerden in audiovisueel materiaal en schakelden de pers in. We zetten intensieve mediacampagnes op, zowel online via sociale media en onze website als via de klassieke kanalen zoals de regionale televisie- en radiozenders. De Facebookpagina van de Groene Gordel werd een stuk dynamischer dankzij een aangepast management.

Om de prachtige parken en tuinen van de Groene Gordel in de kijker te zetten, bedachten we een nieuw concept. Ook in 2021 leggen we de focus op deze groene parels in de regio.

Andere projecten en partners die we opvolgden:

- VVV Pajottenland en Zennevallei vzw
- Kanaaltochten Brabant vzw
- Regionale landschappen
- Streekproducten Vlaams-Brabant
- Pajottenland Plus
- LEADER Pajottenland
- Strategisch project 'Landschap van Erembald tot Kravaalbos' (OKW-project HOP AAA+)
- Strategisch projecten Dendervallei, Zennevallei, Zenne- en Barebeekvallei, Horizon+
- Landschapsstudie Pajottenland (strategisch project hernieuwbare energie)
- Project Brabantse Wouden
- Concept Lambiekland
- Relancecampagne 2020

# (H)OP SMAAK

augustus - september 2020



**VLAAMS-BRABANT**  
ONTDEK HET BESTE  
Groene Gordel

[www.toerismevlaamsbrabant.be/hop](http://www.toerismevlaamsbrabant.be/hop)

\*Campagnebeeld '(H)op smaak'

- *(H) op smaak*

De jaarlijkse hopplukactiviteiten in Kapelle-op-den-Bos en Opwijk konden ondanks corona doorgaan, maar wel mits aangepaste maatregelen. Een online campagne opzetten, was niet aangewezen en hebben we dus niet gedaan. Overige marketingcampagnes werden uitgesteld tot 2021. Het budget dat daarvoor was voorzien, werd ook overgeheveld.



\*Hoppluk Opwijk 2020

Wel zijn we in samenwerking met de provinciale diensten landbouw en erfgoed de voorbereidingen gestart om een geoloket hop te openen. Dit is een GIS-systeem dat alle data van hoppercelen, hoperfgoed en hopbeleving inventariseert. Met deze data stippelen we in 2021 een 'hopness trail' uit.

# DRUIVENTRO(T)S

EEN SEIZOEN VOL PITTIGE ACTIVITEITEN  
augustus - september 2020



**VLAAMS-BRABANT**  
ONTDEK HET BESTE  
Groene Gordel

[www.toerismevlaamsbrabant.be/druif](http://www.toerismevlaamsbrabant.be/druif)

\*Campagnebeeld 'Druiventro(t)s'

- *Druiventro(t)s*

Samen met de gemeenten Tervuren, Hoeilaart, Huldenberg en Overijse werkten we de campagne 'Druiventro(t)s' uit. Die liep van de eerste druivenknip begin augustus tot begin oktober. De serristen stonden centraal, en Toerisme Vlaams-Brabant werkte mee aan twee druivenboeken die in 2020 werden voorgesteld. De druivenfeesten en andere activiteiten konden wegens corona niet doorgaan, maar de tafeldruiven stonden wel in de kijker in het kader van de actie 'Zomer in Vlaams-Brabant' en via onze belevbonnen.



\*Druiven Dewit

# WATER TROEVEN



**VLAAMS-BRABANT**  
ONTDEK HET BESTE  
Groene Gordel

[www.toerismevlaamsbrabant.be/water](http://www.toerismevlaamsbrabant.be/water)

\*Campagnebeeld 'Watertroeven'

- *Watertroeven*

De campagne 'Watertroeven' promoot het vaartoe-risme op het Zeekanaal Brussel-Schelde. In samenwerking met Kanaaltochten Brabant organiseerden we op vier vrijdagavonden in juli en augustus muzi-kale aperitiefcruises, telkens met een live muziekbond aan boord. Toeristen ontdekten van op het water de groene kant van Brussel, Vilvoorde en Grimbergen. De promotie werd online gevoerd via sociale media en websites, en via de pers.



\*Muzikale aperitiefcruise

# WITTE GOUD

WITLOOF - ASPERGES - WITBIER



**VLAAMS-BRABANT**

ONTDEK HET BESTE  
Groene Gordel

[www.toerismevlaamsbrabant.be/wittegoud](http://www.toerismevlaamsbrabant.be/wittegoud)

\*Campagnebeeld 'Witte Goud'

## • Witte Goud

We zetten het kostbare Witte Goud van de Groene Gordel ook in 2020 sterker op de (menu)kaart. Dat deden we samen met de lokale besturen, gidsenverenigingen, landbouwers, toeristische organisaties, brouwerijen, ondernemers en onderzoeksinstellingen.

Samen met Xpair Communications maakten we zes toeristische promotiefilmpjes. Daarin vertellen enthousiaste witloofteilers en de gepassioneerde brouwers van witloofbier over hun product.

Een online campagne met de teasers van de filmpjes, lokte bijna 1 miljoen kijkers. Daarvan keken 850.000 personen het filmpje tot het einde uit. De filmpjes worden ter beschikking gesteld van het hernieuwde Witloofmuseum in Kampenhout dat in 2021 de deuren opent.

We legden contacten met Horeca Forma, met de bedoeling om in de horecaopleidingen het Witte Goud een plaatsje te geven. Zo kunnen de toekomstige chef-koks er innovatief mee aan de slag gaan.



# MYSTERIEUZE BOSSEN

oktober - november 2020



**VLAAMS-BRABANT**

ONTDEK HET BESTE  
Groene Gordel

[www.toerismevlaamsbrabant.be/bos](http://www.toerismevlaamsbrabant.be/bos)

\*Campagnebeeld 'Mysterieuze Bossen'

## • Mysterieuze bossen

Toerisme Vlaams-Brabant ontwikkelde, samen met heel wat partners en de gemeenten Bertem, Bierbeek, Hoeilaart, Huldenberg, Kortenberg, Tervuren, Meise en Halle, een unieke toeristische campagne rond de bossen. Om zo tijdens het herfstseizoen bezoekers naar de Groene Gordel te leiden. Er stonden in oktober en november magische en mysterieuze avondspektakels op stapel in acht gemeenten.


Elk spektakel werd inhoudelijk voorbereid door lokale gidsen en opgebouwd door streekgidsenverenigingen, jeugdverenigingen, Natuurpunt, ANB, Horizon+, boswachters, logiesuitbaters, kunstenaars, gemeenten en andere partners, onder coördinatie van Toerisme Vlaams-Brabant. Zonder dure eventbureaus maar met een sterke lokale verankering.

Voor de promotie 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 thematische webpagina's op de website van Toerisme Vlaams-Brabant gaf het brede aanbod weer, en er werd een intensieve marketingcampagne in heel Vlaanderen op touw gezet.

Jammer genoeg gooide corona roet in het eten. Alleen de edities in Bierbeek en Kortenberg konden doorgaan.

PROVINCIE VLAAMS-BRABANT  
ONDERSTEUNT HET

# BRABANTS TREKPAARD



**VLAAMS-BRABANT**

**VLAAMSE LAND-MAATSCHAPPIJ**

**VLAAMS-BRABANT**

[www.toerismevlaamsbrabant.be/brabants-trekpaard](http://www.toerismevlaamsbrabant.be/brabants-trekpaard)

\*Campagnebeeld Brabants trekpaard

## • Brabants trekpaard

Het Brabants trekpaard is een icoon van de provincie. We blijven inzetten op de promotie van dit Vlaams immaterieel cultureel erfgoed.

### • Veulen- en bekwaamheidspremie

Toerisme Vlaams-Brabant kent een tweeledige premie toe aan alle veulens van Vlaams-Brabantse fokkers, geregistreerd in het stamboek van de KMBT. Een eerste deel bij de geboorte en een tweede deel als het veulen enkele jaren oud is en slaagt voor een bekwaamheidsproef.

### • Dag van het Brabants Trekpaard in Vollezele

Samen met 'Vollezele Leeft' vzw organiseren we deze publiekstrekker elk jaar op de derde zondag van oktober. Maar niet in 2020, dat liet de coronapandemie niet toe.

### • Coronaproof de huifkar op

Elk jaar staat het Brabants trekpaard in de kijker tijdens de Leuvense jaarmarkt. Maar in 2020 kon de jaarmarkt niet doorgaan wegens corona. Als alternatief zorgde vzw Den Brabander voor coronaproof huifkartochten in de stad tijdens de autovrije dag op zondag 27 september.

### • Activiteitenpremie

In 2020 kende Toerisme Vlaams-Brabant voor het vierde 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. Er werden 30 activiteiten gesubsidieerd, maar het grootste deel kon door corona niet doorgaan. In dat geval wordt de subsidie gebruikt voor een activiteit in 2021.



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

Het Belevingscentrum '14-'18 in het voormalige Ursulinenklooster in Tildonk brengt aan de hand van authentieke verhalen de oorlogsgeschiedenis van de provincie weer tot leven.

Het belevingscentrum startte in 2020 een aantal nieuwe initiatieven, maar moest omwille van de coronamaatregelen jammer genoeg ook twee keer een tijdlang de deuren sluiten. Dit gebeurde van half maart tot eind juni en in november en december. In de periodes dat het centrum wel open was, zorgde een reservatiesysteem ervoor dat het bezoek van elke bubbel coronaveilig kon verlopen

### • Belevings rondleiding 'De geheimen van het Ursulinenklooster ontsluit'

Zuster Bénédicte en mademoiselle Florentine namen de bezoekers op sleeptouw doorheen het klooster. De dames lieten de boeiendste hoekjes en kantjes van het klooster zien, en vertelden enkele pittige verhalen. Alle rondleidingen die in 2020 konden doorgaan, waren volzet. Ook privégroepen konden de rondleiding boeken.

### • Schatten van Vlieg

Tijdens de zomervakantie kon het Belevingscentrum '14-'18 gelukkig wel zijn deuren openen. In het kader van 'Schaten van vlieg' konden kinderen op zoektocht door het centrum. In hun veilige bubbel, uiteraard.

### • Zondag Familiedag

In maart 2020 lanceerde het Belevingscentrum '14-'18 de familiezondag. Elke laatste zondag van de maand werden gezinnen ontvangen met een ouderwetse kop koffie of chocomelk en een koekje. Na een duik in de verkleedkoffer, konden ze een uniek familieportret vastleggen op een polaroidfoto. En dan gidsten Jerome en Gustavine – kinderen van 100 jaar geleden – hen door het centrum. Omwille van de coronacrisis kon de familiezondag slechts twee keer doorgaan. Het project wordt in 2021 voortgezet.



\*Familierondleiding 'Met handen en voelen'

### • Familierondleiding 'Met handen en voelen'

Deze nieuwe familierondleiding is een toffe, interactieve ontdekkingsstocht op kindermaat door het niet zo heel verre verleden. Wat toen alledaagse spullen waren, zijn in de ogen van de kinderen van vandaag vreemd en ongekend. Gids Myriam Lemmens nam families op sleeptouw en keek door de ogen van kinderen van 100 jaar geleden naar de spullen van toen. Het ene kind was rijk, het andere arm. In november en december konden de geplande rondleidingen niet doorgaan. In 2021 hernemen de rondleidingen.

**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

Provincie Vlaams-Brabant heeft een rijke biertraditie en wil zich met 'Rondje Vlaams-Brabant' profileren als dé bierprovincie van Vlaanderen. De thematische campagne '(H)echte biermomenten' is een samenwerking tussen de regio's Groene Gordel, Hageland en kunststad Leuven. Het doel is tweeledig. Enerzijds het in de kijker plaatsen van het vakmanschap van de brouwer en anderzijds de bierbeleving in Vlaams-Brabant gedurende een gans jaar promoten.

De promotie verliep hoofdzakelijk online. Het volledige bieraanbod werd geïnventariseerd en mooi gebundeld op de website [www.toerismevlaamsbrabant.be/bier](http://www.toerismevlaamsbrabant.be/bier). Via sociale media zetten we de verschillende aspecten van bierbeleving in Vlaams-Brabant in de kijker, zoals de bierfestivals, proeverijen, brouwerijbezoeken, quizen, fiets- en wandelroutes, hoppluks, bier & foodpairing, bruine cafés en bierarrangementen. Dat deden we in samenwerking met de logiesector.



De groep Lenny en de Wespen maakte in onze opdracht een uniek bierlied: 'Genieten'. Met een bijhorende videoclip. Je kon het horen via YouTube, Spotify en de sociale media. Lenny en de Wespen organiseerden op onze vraag ook drie bierbelevingswandelingen, in Leuven, Hoegaarden en Boortmeerbeek. Tijdens elke wandeling werden er stevige bierverhalen opgediept en liedjes over bier gezongen, met de begeleiding van een gitaar.



**ONTDEK  
HET BESTE  
Hageland**

\*Dwars door het Hageland

## 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 Hagelanders 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 - verantwoordelijk voor de thematische regiowerking in het Hageland. Dat gebeurt in nauwe samenwerking met de gemeenten, toeristische partners en de sector. In 2019 werd de convenant vernieuwd voor de periode 2020-2025. Alle 20 Hagelandse gemeenten stapten toen opnieuw in dit samenwerkingsverband.

Het jaarprogramma van 2020 werd grondig aangepast zodat er toch nog een coronaveilig toeristisch-recreatief aanbod kwam.

- De bloesemevenementen konden jammer genoeg niet doorgaan, maar je kon de Hagelandse fruitstreek wel te voet, per fiets en digitaal verkennen.
- De biercampagne 'Rondje Vlaams-Brabant' plaatst op andere jaren het toeristische belang, de diversiteit van de Vlaams-Brabantse biertraditie en het vakmanschap van de brouwers in de kijker. De bierkalender 2020 kondigde opnieuw een jaar vol bierbeleving aan maar corona besliste hier anders over. Toch kon de bierbelevingswandeling met Lenny & de Wespen in Hoegaarden doorgaan, uiteraard op een coronaveilige manier.
- De 5de editie van de semiklassieker 'Dwars door het Hageland', met de start in Aarschot en de finale op de citadel in Diest, vond op 15 augustus plaats zonder publiek. De live uitzending op Sporza bracht het Hageland mooi in beeld.
- Een nieuwe thematische werkgroep boog zich over een toeristisch aanbod voor individuele toeristen – coroooproof dus – in de Hagelandse stadjes en enkele verstedelijkte gemeenten.

- In samenwerking met de regio Groene Gordel vond op zaterdag 17 oktober in het Bruulbos in Lovenjoel (Bierbeek) de mysterieuze boswandeling 'Ermelindis waar ben je gebleven?' plaats. Ter promotie zond ROB-tv vijf reportages van 'Op stap' uit waarin Ben Roelants en zijn zoontje Otis op verkenning gingen in de Vlaams-Brabantse bossen. De promofilmmpjes werden ook via sociale media verspreid. Ben en Otis gingen onder meer gravelbiken en bezochten de Ruisbroekmolen in Bierbeek.

Toerisme Vlaams-Brabant werkte voor elk thema een online en offline mediacampagne uit en deed aan productontwikkeling om de verblijfstoerist naar het Hageland te halen.

Voorts volgden we ook deze projecten en partners op:

- Strategisch project Demervallei.
- Ontwikkeling landschapspark de Merode en voorbereiding van het feestjaar '900 jaar Norbertijnen' in samenwerking met Merode vzw.
- Strategisch project Getevallei.
- LEADER Hageland.
- Samenwerking streekproducten en landbouw (korte keten) rond de campagne 'Zomer in Vlaams-Brabant'.
- Dwars door het Hageland.
- Houwaartse en Wezemaalse wijnfeesten.
- Regionaal landschap Noord- en Zuid-Hageland.



\*Campagnebeeld '(Sp)rankelend Hageland'

## • (Sp)rankelend Hageland

De Hagelandse wijn blijft één van de grote toeristische troeven van de regio. In 2020 organiseerden we samen met de wijnboeren een coronaveilige vijfde editie van (Sp)rankelend Hageland. Een aangepaste maar succesvolle editie.

### • Bubbels

Tijdens de twee wijnweekends kon je fietsen en wandelen langs wijndomeinen en wijngaarden, en op veilige afstand van elkaar wijn proeven tussen de wijnranken. Je kon daarvoor je eigen glas gebruiken, of eentje ter plaatse kopen of huren. De Hagelandgidsen leidden de bezoekers rond en begeleidden workshops in kleine groepen. En op elk wijndomein kon je een QR-toer volgen met je eigen bubbel. We zorgden voor wijnglazen, alcoholgel, spatbordschermen en signalisatie. Onze website deed dienst als online wijnwinkel. Ook ter plaatse kon je wijn kopen. De deelnemende streekhoekjes boden een '(Sp)rankelend Proefdoos' aan. De verkoop deed het enorm goed.



### • Aromakaart

We ontwikkelden in samenwerking met sommelier Steven Willems een aromakaart. In deze folder vind je alle wijndomeinen, de druivensorten die er worden geteeld, de aroma's van iedere druif en de wijnen die er worden gemaakt. Om de kaart attractiever te maken, kreeg ze een virtueel Veeew-laagje met meer informatie en videomateriaal over de Hagelandse wijngaarden en foodpairing. Daarvoor werkte chef-kok Raf Verstraete enkele smakelijke gerechten met streekproducten uit, sommelier Steven zorgde voor de aangepaste Hagelandse wijnen.

De Wezemaalse (31 augustus) en de Houwaartse wijnfeesten (9 november) werden geannuleerd. De provinciale subsidie van 1.000 euro voor de Houwaartse wijnfeesten werd gebruikt om wijnglazen aan te kopen voor (Sp)rankelend Hageland.

We zetten (Sp)rankelend Hageland uitgebreid in de kijker:

- Reportage met Ben Roelants in het programma 'Op stap' op ROB-tv, ATV, TV Oost en TV Limburg.
- Kookprogramma met Raf Verstraete en sommelier Steven Willems op ROB-tv.
- Reportage van wijndomein Vandeuren op RINGtv.
- Radiospot, redactioneel artikel en live interview met wijndomein Hagegoud op Nostalgie.
- Advertentie in het toeristische magazine Goodbye en in de nieuwsbrief van het vakblad 'Ken Wijn'.
- Redactioneel artikel in Metro en op de website fiets.be
- Een mediacampagne in Vlaanderen met onder meer advertenties op Facebook.



\*Campagnebeeld 'B(L)oeiend Hageland'

## • B(L)oeiend Hageland

De bloesem 14-daagse B(L)oeiend Hageland was gepland van 6 tot en met 26 april, maar corona kwam tussenbeide. Alle bloesemevenementen werden geannuleerd. Toch konden de bezoekers volop fietsen door de Hagelandse fruit-en bloesemstreek met de vernieuwde fruitbeeldige fietskaart. Of te voet een uitgestippelde bloesemwandeling volgen. Of op afstand het ontluiken van de bloesems volgen dankzij de 3 bloesemcamera's (peer, appel en kers) op onze website, of via het weerbericht op ROB-tv. De regionale zender zond ook het slow-tv programma 'Op de fiets' uit waarbij je de Twee Geteroute op fietstempo kon volgen, aangevuld met prachtige dronebeelden van de fruitstreek.

Vanwege corona hebben we de mediacampagne grotendeels gestopt. Via onze website en de sociale media informeerden we de inwoners van de fruitstreek. Net voor de coronamaatregelen gingen in, verdeelden we nog de Libelle pocket over B(L)oeiend Hageland.





## Sven Nys Cycling Center

Sinds de start van het Sven Nys Cycling Center op de Balenberg in Baal ontdekten meer dan 400.000 bezoekers deze site en bezochten meer dan 25.000 mensen het belevingscentrum.

### • Impact van corona

Het Sven Nys Cycling Center moest omwille van de coronamaatregelen in 2020 twee keer een tijdlang de deuren sluiten: van half maart tot eind juni en in november en december. In de periodes dat het centrum wel open was, zorgde een reservatiesysteem ervoor dat het bezoek van elke bubbel op een coronaveilige manier kon verlopen.

### • Drukke buitenparcours

De buitenparcours konden tijdens de sluiting wel open blijven. Het was er zelfs drukker dan ooit. Zo droeg het Sven Nys Cycling Center ertoe bij dat mensen in eigen streek in beweging konden blijven. Ook de diverse fiets- en wandelroutes in de ruimere omgeving waren erg in trek.

### • Investeren in de toekomst

Tijdens de coronaperiode werd er niet stilgezeten, maar wel geïnvesteerd in noodzakelijke onderhoudswerken. Ook de mountainbike-parcours werden aangepakt.

### • Schatten van Vlieg

Tijdens de zomervakantie kon het Sven Nys Cycling Center gelukkig wel de deuren openen. In het kader van 'Schatten van Vlieg' konden kinderen op zoektocht op de site. Daarvoor moesten ze met het gezin een plaatsje reserveren.



\*DNA Nys

### DNA Nys

Elke aflevering van de vierdelige televisiereeks DNA Nys lokte in 2020 ongeveer een miljoen kijkers. Telkens kwamen heel wat locaties in en om het Sven Nys Cycling Center op een prachtige manier in beeld.



\*HoloLens Dieric Bouts Leuven

## KUNSTSTAD LEUVEN

De provinciehoofdstad is de enige kunststad in Vlaams-Brabant, en dus erg belangrijk voor het toerisme. Toerisme Vlaams-Brabant en Toerisme Leuven hebben een samenwerkingsovereenkomst rond het vrijetijdstoerisme: samen zetten we dingen op touw die voor ons allebei relevant zijn.

Toerisme Leuven zet de stad en haar partners als toeristische citytrip-bestemming op de kaart. Ze zet daarvoor in op 3 pijlers: beleving, verhaal en onthaal. Met succes, steeds meer toeristen uit binnen- en buitenland ontdekken Leuven als toeristische bestemming. Maar 2020 werd toch een moeilijk jaar voor de Leuvense horeca. Bovenop de verplichte sluitingsperiodes, kozen binnenlandse toeristen vooral voor groene, landelijke regio's en minder voor de kunststeden.

In 2020 opende de Sint-Pieterskerk opnieuw de deuren na een lange renovatieperiode. Meteen was Leuven ook een nieuwe toeristische beleving rijker: Beleef Bouts. Een laagje mixed reality brengt de kunstschaten van de gotische kerk tot leven. Dat gebeurt met een tablet of een HoloLens2 van Microsoft, een slimme bril die je 3D-beelden toont die alleen jij kan zien. Zo stap je tussen de apostelen door in het topwerk Het Laatste Avondmaal van Dieric Bouts, ontdek je het verhaal achter het praalgraf van Hendrik I, en delen veel meer kunstschaten hun geheimen met je. Toerisme Vlaams-Brabant ondersteunde dit initiatief met mensen en middelen.



# ROUTES

## KWALITEITSBEWAKING EN ONDERHOUD

We zetten in 2020 weer sterk in op de kwaliteitsbewaking en het onderhoud van de routes op het terrein. Vrijwilligers en recreanten geven hun meldingen digitaal door via het online loket Routemeldpunt. Die worden dan aangepakt door de onderhoudsploegen van de maatwerkbedrijven IGO-W en 3Wplus. Corona liet zich ook hier voelen: de onderhoudsploegen hebben een tijdlang hun werk moeten stilleggen en de vrijwilligers – het waren er 850 in 2020 - konden een paar maanden lang niet op pad.

Daardoor werden er in 2020 ‘maar’ gemiddeld 70 meldingen per week geregistreerd. In 2019 waren dat er 81 per week. Ook opvallend: in 2020 registreerden we meer meldingen van recreanten dan in 2019. Dit is te wijten aan het groter aantal wandelaars en fietsers op de recreatieve routes.



## Meldingen 2019

**66,4%** via peters en meters

**21%** via recreanten

**8,9%** via Toerisme Vlaams-Brabant zelf

**1,7%** via de gemeentebesturen

**2%** via andere kanalen

Het ging om meldingen over:

**31,6%** het fietsnetwerk (2.000 km)

**14,2%** de wandellussen (1.000 km)

**50,9%** de wandelnetwerken (2.340 km)

**1,4%** de fietslussen (740 km)

**1,6%** de ruiterroutes (430 km)

In 2020 is er veel voorbereidend werk verricht voor de vernieuwing van het fietsnetwerk in de Groene Gordel. Er werd nieuwe en betere trajecten verkend, ontwerpnetwerken per gemeenten gemaakt en goedgekeurd. Het vernieuwen van de bewegwijzering van het fietsnetwerk in de Groene Gordel startte in oktober 2020 en loopt tot eind maart 2021.

	LUSSEN	NETWERK	TOTAAL
FIETSEN	795	2.000	2.795
WANDELEN	960	2.530 + 560 digitaal	3.490 + 560 digitaal
RUITER EN MENROUTES	430 + 525 digitaal	100	530 + 525 digitaal
<b>TOTAAL</b>	<b>2.185</b> <b>+ 525</b> <b>digitaal</b>	<b>4.630</b> <b>+560</b> <b>digitaal</b>	<b>6.815</b> <b>+ 1085</b> <b>digitaal</b>

Bewegwijzerde routes (in km)



\*Wandelen in Langdorp \*Brabantse Pijl Cycling Route \*Wandelen in Averbode

## NIEUWE ROUTEPRODUCTEN

Naast kwaliteitsbewaking werden er in 2020 een aantal routeproducten vernieuwd en opnieuw op de markt gebracht.

### Wandelen

Het wandelnetwerk de Merode, dat zich uitspreid over de 3 provincies Antwerpen, Limburg en Vlaams-Brabant, breidde uit met 170 km nieuwe trajecten in de gemeenten Aarschot, Diest en Scherpenheuvel-Zichem en werd verbonden met het wandelnetwerk Hagelandse Heuvels en het wandelnetwerk Demer en Dijle.

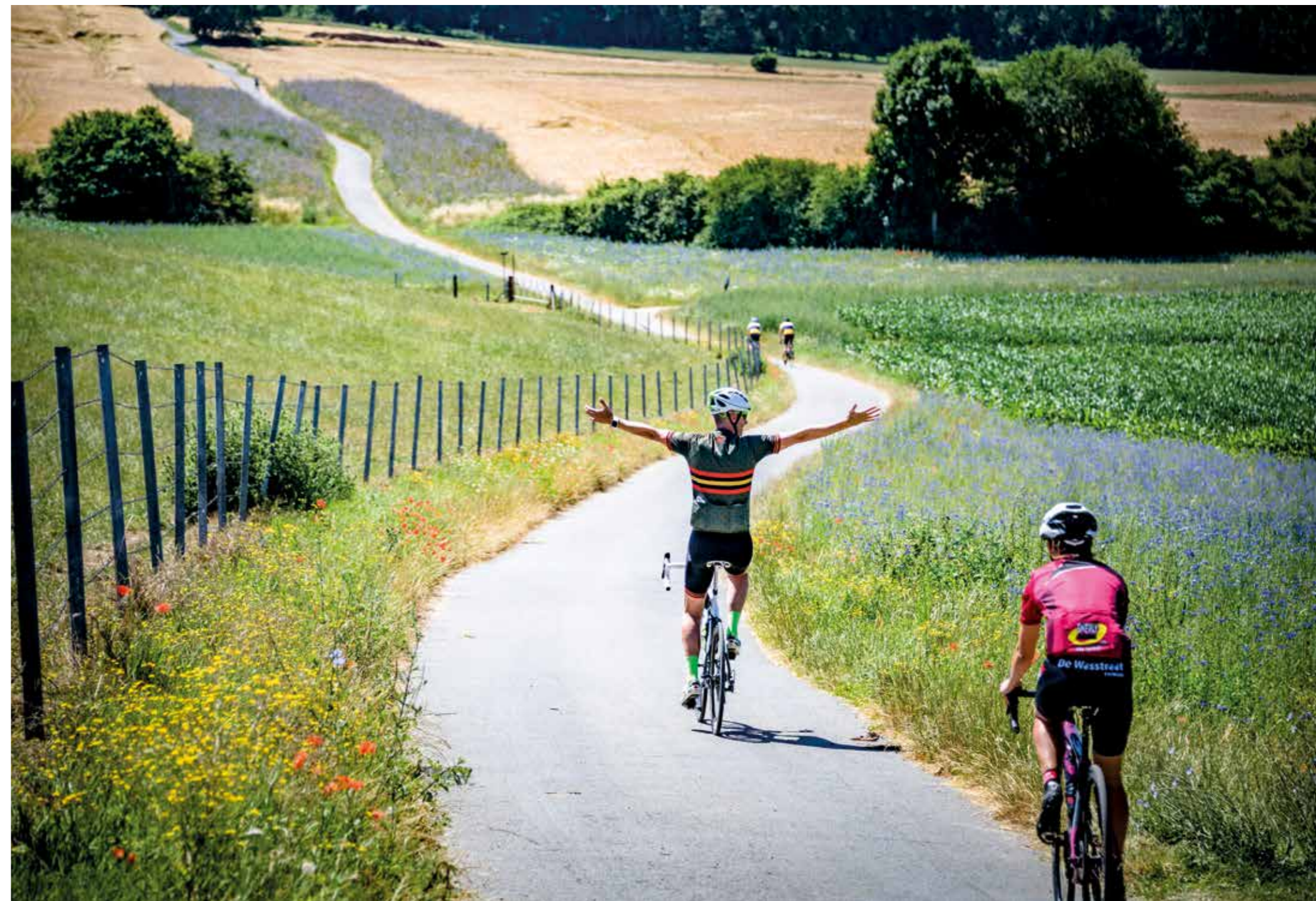
Nog in het Hageland opende een 2de virtueel, niet-bewegwijzerd wandelnetwerk. Het gaat over het zuidelijk deel van het wandelnetwerk Getevallei in de gemeenten Landen, Tienen en Hoegaarden. Goed voor 260 km bijkomende km's wandelnetwerk.

### Cycling

#### **Nieuw! De Brabantse Pijl Cycling Route**

In mei lanceerden we in samenwerking met Flanders Classics en WSC Rode Sportief 'De Brabantse Pijl Cycling Route'. Deze nieuwe route voor sportieve fietsers is 98 km lang, telt zo'n 1.000 hoogtemeters en brengt de wielertoerist langs de mooiste landschappen van het Dijleland. Met deze route kunnen wielertoeristen ook in de Groene Gordel genieten van de heroïsche passages van een echte voorjaarsklassieker. Dat konden ze al in het Hageland met de Sven Nys Cycling Route en de Eddy Merckx Cycling Route.

Starten kan aan de Zoete Waters in Oud-Heverlee of op het stationsplein in Overijse. De route is bewegwijzerd, maar je kan ook de gpx-coördinaten downloaden. Het traject loopt door Oud-Heverlee, Korbeek-Dijle, Leefdaal, Duisburg, Vossem, Tervuren, Eizer, Huldenberg, Sint-Agatha-Rode, Huldenberg, Overijse, Tombeek, Ottenbrug, even de taalgrens over naar Pecroz, Nethen, Beauvechain en via Opvelp terug naar Oud-Heverlee.



# MARKETING EN COMMUNICATIE

## PERS EN MEDIA

2020 zag er ook voor de perswerking anders uit. De persontmoetingen werden gedeeltelijk vervangen door persberichten en persreizen konden helaas niet altijd doorgaan. Toerisme Vlaams-Brabant stuurde 14 persberichten uit en organiseerde 14 persontmoetingen, verspreid over de provincie en helemaal volgens de geldende coronamaatregelen, al dan niet in samenwerking met andere partners. Op vraag van de journalisten stelde Toerisme Vlaams-Brabant foto's, teksten en allerhande informatie ter beschikking. 3 persreizen konden in het begin van 2020 nog doorgaan en zorgden voor extra promotie.

Het resultaat: 172 bijdragen in kranten, tijdschriften, boeken, brochures en andere publicaties, vermeldingen op websites en reportages op televisie, radio en in andere media.

## 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 2020 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 fietsaanbod in Vlaams-Brabant in de kijker. Het najaarsmagazine belichtte vooral de campagne #dewandelprovincie. Nu al meer dan 21.000 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

## E-NIEUWSBRIEVEN

Toerisme Vlaams-Brabant heeft een consumentendatabank met ruim 21.500 e-mailadressen. We stuurden naar elk mailadres in 2020 14 nieuwsbrieven. De openingsratio bedroeg gemiddeld 55% (status quo t.o.v. 2019). Het toeristische werkveld - ongeveer 700 abonnees - kreeg 12 sectornieuwsbrieven. Gemiddeld 36% van de ontvangers opende deze nieuwsbrief. Dat is een stijging met 4 % t.o.v. 2019.

## SOCIALE MEDIA

Het aantal fans van onze vijf Facebookpagina's steeg tot 29.122, een stijging met 70%. Op al onze pagina's samen postten we bijna 712 berichten in de eerste drie kwartalen van 2020. Ook de betaalde Facebookcampagnes haalden mooie resultaten.

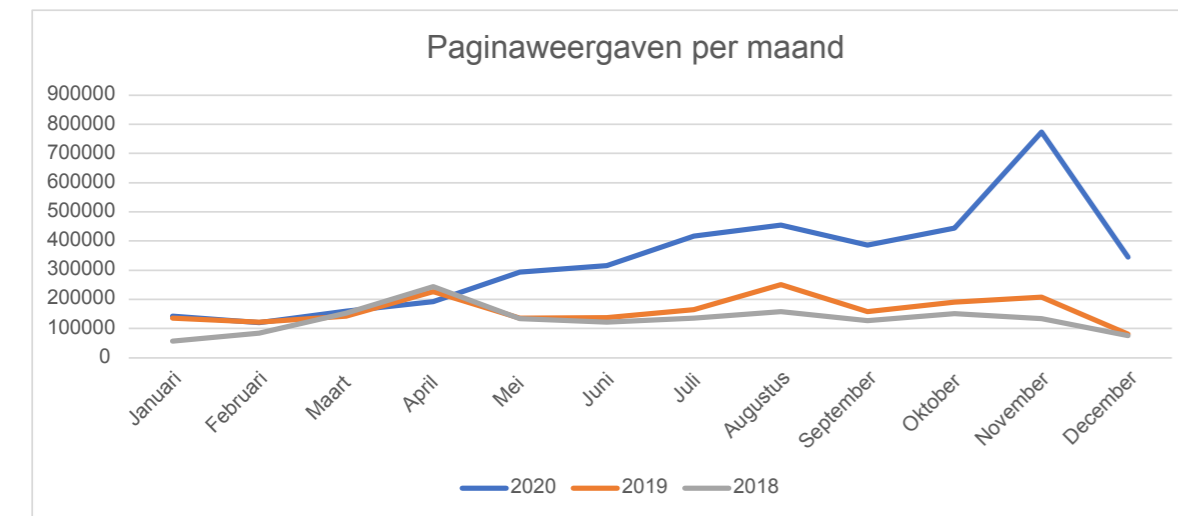
## WWW.TOERISMEVLAAMSBRABANT.BE

Het aantal bezoekers van onze website brak records: het waren er 1.622.207. Een stijging met 103,6% in vergelijking met 2019. Er werden 4.041.522 pagina's bezocht, vooral de wandel- en fietspagina's waren in trek. In bijzonder na de lancering van de campagne 'Wij weten van wandelen' gingen de bezoekerscijfers de hoogte in. November was een topmaand met 284.351 bezoekers.

56,1% van de websitebezoekers gebruikte de smartphone, dat aandeel stijgt elk jaar een beetje. 55,4% van de bezoekers kwam via een zoekopdracht op Google of een andere zoekrobot op onze website terecht. 12,4% werd doorverwezen via sociale media, dat was een jaar eerder nog maar 4,6%. Onze e-mailcampagnes zorgden voor 13,4% van de bezoeken.

Naast de wandel- en fietspagina's waren ook de sportieve fietsroutes in trek. De meest bezochte routepagina's waren die van De Sven Nys Cycling Route, Brabantse Pijl Cycling Route en Eddy Merckx Cycling Route.

De website ondersteunde de sector tijdens de coronacrisis door extra aandacht te schenken aan initiatieven die wel nog konden doorgaan. De beleefbon, een initiatief om de sector een duwtje in de rug te geven, kwam uitgebreid aan bod. Zo hebben we ook in het crisisjaar 2020 ons steentje kunnen bijdragen om de gedachten te verzetten. Onze doelstelling om via de website enerzijds te informeren en te inspireren, en anderzijds ons te profileren als #dewandelprovincie, lijkt geslaagd.



### WEBSITE IN WEETJES



**103,6%**  
MEER BEZOEKEN DAN VORIG JAAR



**4.041.522**  
PAGINAWEERGAVEN



**959.213**  
GEBRUIKERS BEZOCHTEN ONZE WEBSITE MINSTENS ÉÉN KEER



**00:01:59**  
DUUR VAN GEMIDDELD BEZOEK AAN DE WEBSITE



**2,49**  
GEMIDDELD AANTAL BEZOCHTE PAGINA'S PER BEZOEK



**Sven Nys Cycling Route**  
MEEST BEKEKEN FIETSROUTE



**Vijf Eikenwandeling**  
MEEST BEKEKEN WANDELING



**Vlooybergtoeren**  
MEEST BEKEKEN BEZIENSWAARDIGHEID

## CAMPAGNE 'WIJ WETEN VAN WANDELEN'

In het najaar schakelden we onze wandelambassadeurs in: Vlaams-Brabanders die als ervaringsdeskundigen hun tips, verborgen hoekjes, favoriete wandeling, horeca en geliefde streekproducten deelden. Zo voerden ze als lokale experts promotie voor #dewandelprovincie. De baseline van de campagne was: Vlaams-Brabant, wij weten van wandelen.

Op onze website maakten we voor elke ervaringsdeskundige een inspiratiepagina, met zijn of haar wandelverhaal en tips. In het Groene Gordel & Hageland Magazine kreeg elke ambassadeur een dubbele pagina. En dat verhaal werd nog eens versterkt via Instagram, Facebookadvertenties en in onze consumentennieuwsbrief. We deden ook een oproep naar de logies om zelf wandelvakanties te ontwikkelen.

De resultaten van de campagne:

- 1.223.414 unieke personen bereikt
- 7.600.670 weergaven
- 102.113 kliks naar de website
- 1,34 % doorklikratio
- 11.133 reacties
- 936 keer gedeeld



### Conclusies

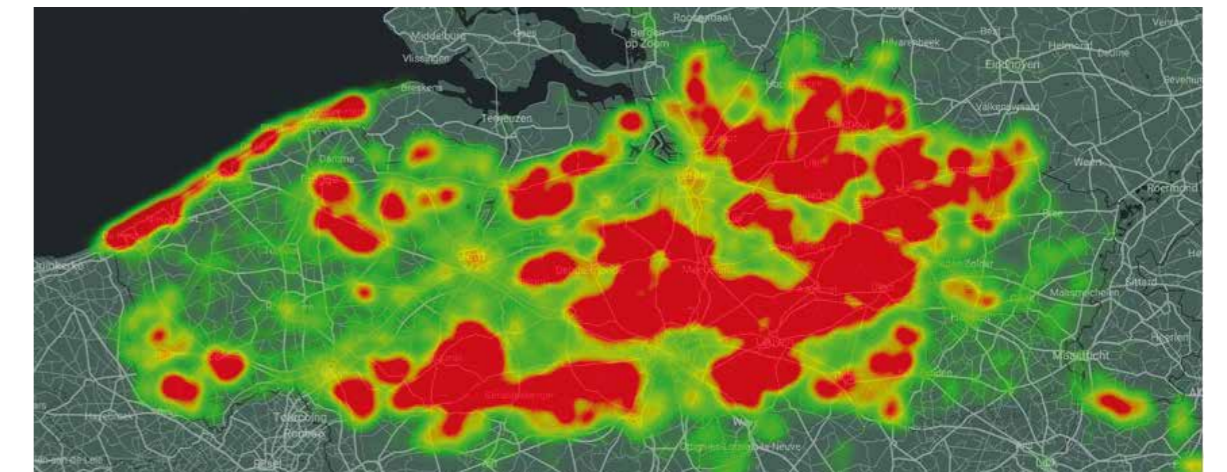
We bereikten meer dan 1.220.000 mensen op Facebook en Instagram met onze boodschap.

Meer dan 100.000 mensen vonden de weg naar de website. De campagne behaalt hiermee een gemiddelde doorklikratio van 1,34 %, wat hoog is. Vooral de statische advertenties, gelinkt aan een wandelambassadeur en een wandeling, leverden de sterkste resultaten op.

Het aantal positieve reacties op de campagne was immens. Honderden mensen, jong en oud, deelden leuke uitstapjes, wandelingen, plekjes, foto's, ervaringen ... Ook de hashtag #dewandelprovincie was sterk aanwezig op Instagram, nog steeds trouwens.

Dat Vlaams-Brabant goed scoorde als #dewandelprovincie, blijkt ook uit de cijfers van wandelknooppunt.be.

\*Meest gedownloade wandelroutes in Vlaanderen  
www.wandelknooppunt.be



## CAMPAGNE 'RONDJE VLAAMS-BRABANT'

We daagden met 'Rondje Vlaams-Brabant' sportieve fietsers uit om tussen 22 juli en 30 september vijf 5 fietsroutes te rijden, samen goed voor 429 km. Elke 2 weken lanceerden we een nieuwe route als uitdaging. Een samenwerking met Golazo.

De routes:

- Brabantse Pijl Cycling Route: 98km
- Dwars door het Hageland: 80km
- Eddy Merckx Cycling Route: 70km
- Sven Nys Cycling Route: 93km
- Flandrienroute Pajottenland: 88km

Wie één route tot een goed einde bracht, kreeg niet alleen een virtuele medaille maar ook info over alle routes mét tips over leuke logeeradresjes en haltes. Je maakte meteen ook kans op één van de 1.000 beleefbonnen of één van de 100 fietstruitjes. Meer dan 3.800 fietsers namen deel aan deze actie.





# SECTOR EN DOELGROEPEN

## MEETING VLAAMS-BRABANT

De werking van Zakentoeisme Vlaams-Brabant werd sinds dit jaar onder de nieuwe naam Meeting Vlaams-Brabant verder gezet. Het doel om Vlaams-Brabant als bestemming voor MICE-activiteiten te promoten bleef behouden.

De 2 lockdowns hebben een zware impact op de MICE-sector gehad. Een sluiting en terugschroefing van de activiteiten en uitbating waren noodzakelijk. De promotionele initiatieven en campagnes door Meeting Vlaams-Brabant werden daarom ook uitgesteld naar 2021. Er werd wel voorzien in een permanente adviesverlening aan de partners en ook vormings- en informatiemomenten werden georganiseerd. Een opleiding rond digitale marketing en een informatiewebinar over digitale meetingmogelijkheden werden aangeboden en met succes onthaald. Meeting Vlaams-Brabant nam als partner ook deel aan de 15e editie van de inspiratiebeurs 'Inspiration Benelux 2020' waarin meeting- en eventplanners virtueel geïnspireerd werden door unieke locaties. Daarnaast werd verder ingezet op het rekruteren van nieuwe partners om een veelzijdig en uitgebreid aanbod op de website te realiseren.

## LOGIESECTOR & LOGEREN IN VLAANDEREN VAKANTIELAND

Toerisme Vlaams-Brabant informeert de logiesuitbaters over de toeristische regelgeving, subsidiemogelijkheden, toeristische publicaties, productontwikkeling en promotieacties. Dat was in 2020 niet anders. 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.

## IEDEREEN TOERIST

We zetten ook in 2020 verder in op inclusief en toegankelijk toerisme. Iedereen, ongeacht beperking of budget, moet immers kunnen genieten van de troeven van Vlaams-Brabant. Daarom vernieuwden we de samenwerkingsovereenkomst met vier vrijetijdsovereenkomsten: Het Balanske, KVG, Hubbie en Gehandicapt en Solidariteit. In het kader van deze overeenkomst organiseerden deze organisaties samen met Toerisme Vlaams-Brabant de online inspiratiesessie 'Warme ontvangst van mensen met een verstandelijke beperking'.

We breidden het toegankelijke logiesaanbod in 2020 uit met tien logies. Het Fietsnetwerk Vlaams-Brabant kreeg drie nieuwe extra toegankelijke fietslusen en er kwamen bijkomende verhuurpunten van aangepaste fietsen in de Groene Gordel. We zetten ook verder in op de uitbreiding van het aanbod van de begeleiderspas en de promotie van deze pas.

Het toegankelijke en inclusieve toeristische aanbod en onze ervaringsdeskundigen, zetten we via onze promotiekanalen bij elke campagne in de kijker: in onze magazines, op de website, met de campagnes 'Zomer in Vlaams-Brabant' en 'Wij weten van wandelen', en zo meer.

Toerisme Vlaams-Brabant geeft ook advies en ondersteuning aan onze toeristische partners rond toegankelijkheid. En we maken bezoekers met een beperking of met een beperkt budget wegwijs in het toegankelijke aanbod. We verspreidden in 2020 via diverse sociale organisaties meer dan 7.000 beleefbonnen om de participatie van kansengroepen te bevorderen.



\*Toegankelijk wandelen Oud-Heverlee © Jokko

## EXPATS

Brussel is het kloppende hart van Europa, met veel Europese instellingen, ambassades, internationale bedrijven en zo meer. Het hoeft niet te verbazen dat in Brussel en de Vlaamse Rand liefst 250.000 expats wonen. Dat zijn mensen die hier voor hun werk tijdelijk verblijven. Toerisme Vlaams-Brabant wil hen inspireren om in hun vrije tijd onze provincie te verkennen. We werkten daarvoor al verschillende producten uit op maat van de expats en zoeken steeds nieuwe manieren om hen te bereiken.

In 2020 vertaalden we het populaire wandelboek #dewandelprovincie en herwerkten we het op maat van de internationale gemeenschap. Dit boek werd zeer goed onthaald, want tijdens de coronacrisis was

er erg veel vraag naar wandelinspiratie. We verdeelden 6.600 anderstalige wandelboeken.

Ook sinds 2020: nieuwe werknemers van de Europese Commissie krijgen onze brochures, en tijdens infobeurzen en familiedagen maken we hen warm om hun tijdelijke thuisprovincie te ontdekken.



## BRUSSEL & WALLONIË

Toerisme Vlaams-Brabant wil meer Brusselaars en Walen warm maken om in onze provincie te komen wandelen en fietsen. Om in te spelen op de 'staycation' trend door corona hebben we tijdens de zomermaanden een campagne opgezet ter promotie van het Franstalige wandelboek en 4 grensoverschrijdende fietsroutes. De interesse was ontzettend groot en de beschikbare wandelboeken waren sneller dan verwacht volledig verdeeld. Om aan deze vraag te voldoen, werd de wandelpublicatie herdrukt voor een vervolgcampagne in 2021.



\*Zicht op Brussel



## TOERISME AWARDS

De uitreiking van de Toerisme Awards is in normale omstandigheden voor onze toeristische partners hét sectormoment bij uitstek om elkaar te ontmoeten. En om mensen en ondernemingen in de bloemetjes te zetten, en om nieuwe ideeën uit te wisselen. Corona dacht er in 2020 anders over en een fysiek evenement kon niet plaatsvinden.

Maar ondanks de impact van de coronacrisis op de toeristische sector, hebben we besloten om ook in 2020 de Toerisme Awards uit te reiken. Om de sector in de kijker te zetten, om onze waardering te tonen voor de enorme creativiteit en de inspanningen van zoveel mensen en ondernemingen. Er zonden 55 ondernemingen hun kandidatuur in, in 4 verschillende categorieën. Een professionele jury selecteerde de winnaars.

Tijdens een live uitzending op zaterdag 5 december op ROB-tv, RINGtv en Facebook werden deze winnaars beloond met een Toerisme Award:

- Erfgoed: MOT Grimbergen
- Innovatieve en duurzame projecten: M Leuven
- Inclusie: Kasteel van Gaasbeek
- Streekidentiteit: Wesp vzw

De kijkers konden tijdens de uitzending stemmen op één van 5 ambassadeurs die elk een specifieke werking van Toerisme Vlaams-Brabant vertegenwoordigden.

De kijkers stemden de peter- en meterwerking met ambassadeurs Bart en Thor Claes naar de overwinning. De uitzending werd op voorhand uitgebreid aangekondigd via de regionale televisiezenders, via Facebook en onze sector- en consumentennieuwsbrieven.



\*Peter- en meterwerking met ambassadeurs Bart en Thor Claes



\*MOT Grimbergen \*M Leuven \*Kasteel van Gaasbeek \*Wesp vzw



# HET CORONAJAAR 2020

## IMPACT OP DE SECTOR

### Logies

Het aantal overnachtingen lag in 2020 heel wat lager dan het jaar voordien. Dat is uiteraard te wijten aan het coronavirus. Uit cijfers van Horeca Vlaanderen blijkt dat de omzet van de hotels en logies in de eerste maanden van het jaar met 50% daalde.

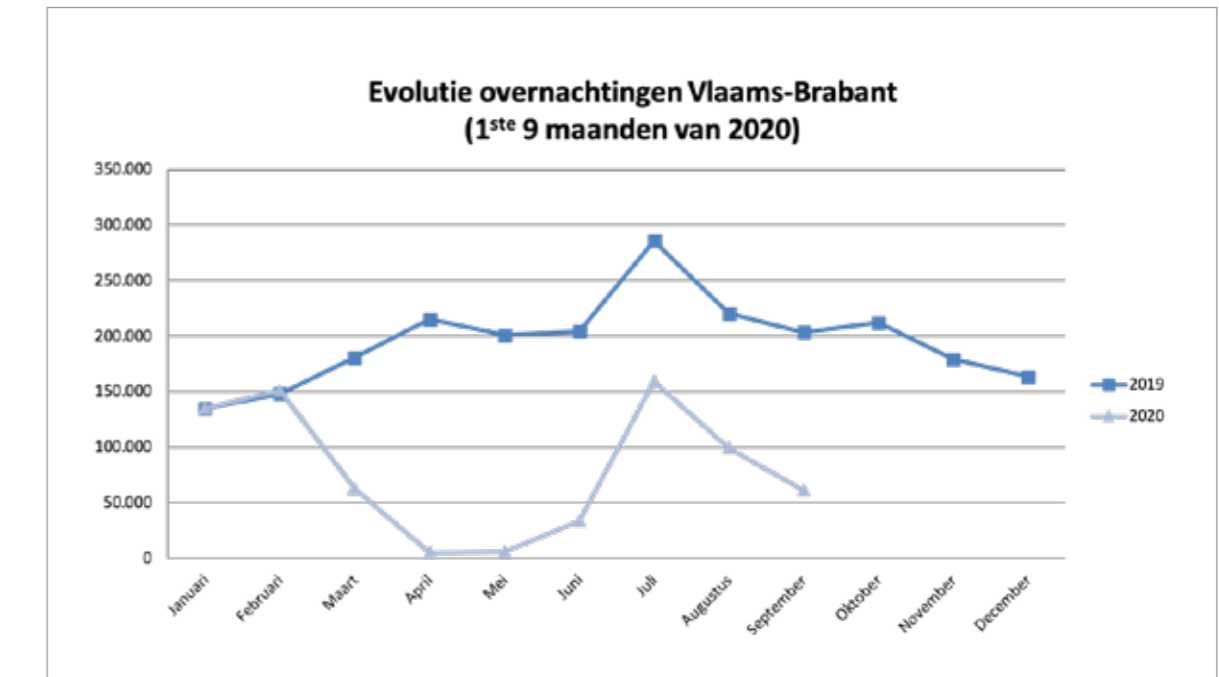
Als we inzoomen op Vlaams-Brabant, zien we een genuanceerd beeld. Enkele vaststellingen:

- Het Hageland had nog een goede zomer. De Groene Gordel en kunststad Leuven deden het minder goed.
- Het binnenlandse toerisme nam sterk toe, maar dat kon het wegvallen van het internationale toerisme niet opvangen.
- Juli was een redelijke maand, augustus weer minder, september helemaal niet goed.
- Tijdens de tweede golf viel het aantal boekingen stil.
- Internationaal zakentoeerisme was onbestaande.
- Kleinschalige logies deden het beter dan grotere hotels.
- Mensen boekten zeer laat en annuleerden snel als er nieuwe maatregelen werden aangekondigd.

### Cafés, restaurants en evenementen

In de eerste helft van 2020 realiseerde de horeca in Vlaanderen een omzet van 4,9 miljard euro. Dat was 3,4 miljard euro lager dan verwacht. Elk maand dat restaurants en de cafés gesloten bleven, steeg het

omzetverlies met 1,7 miljard euro. De evenementensector in België verwacht een omzetverlies van 54% in 2020 ten opzichte van 2019.



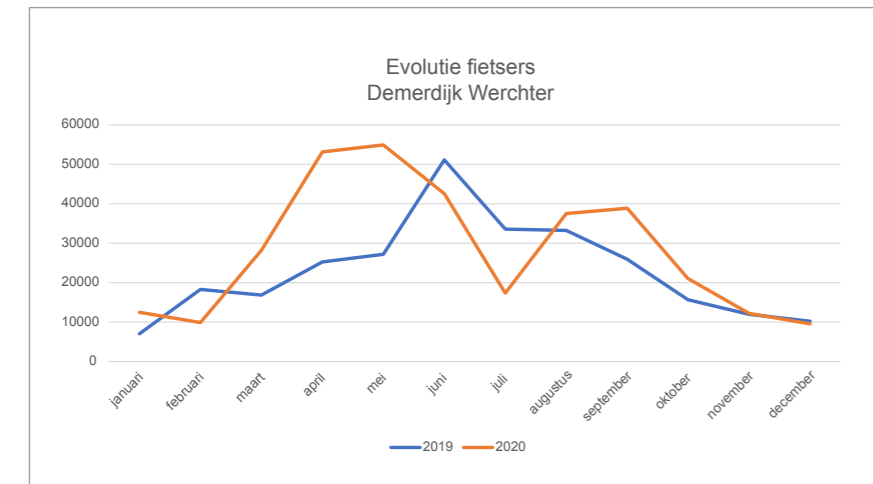
Bron: Toerisme Vlaanderen

## Vliegverkeer

Omdat veel passagiersvliegtuigen aan de grond bleven, vertrokken er heel wat minder vluchten vanop Brussels Airport. Bijvoorbeeld, in april 2019 deden 2.286.771 passagiers de luchthaven aan. In april 2020 waren er dat slechts 17.042. Een daling van 99,3%.

## Wandelen

We wandelden massaal in 2020. Zeker in het warme en zonnige voorjaar, maar ook tijdens het najaar trokken we er massaal op uit. Bijvoorbeeld, aan het kasteel van Horst telden we in november 2019 3.542 wandelaars. In november 2020 waren er dat 10.646.



## Gemeentelijke Infofiches

Toerisme Vlaams-Brabant vernieuwde de gemeentelijke infofiches met toeristische kerncijfers. Daarmee wilden we het economische belang van het toerisme in Vlaams-Brabant in de verf zetten, maar ook de sector en de gemeenten informeren over een aantal specifieke kenmerken van het toerisme in de regio's.

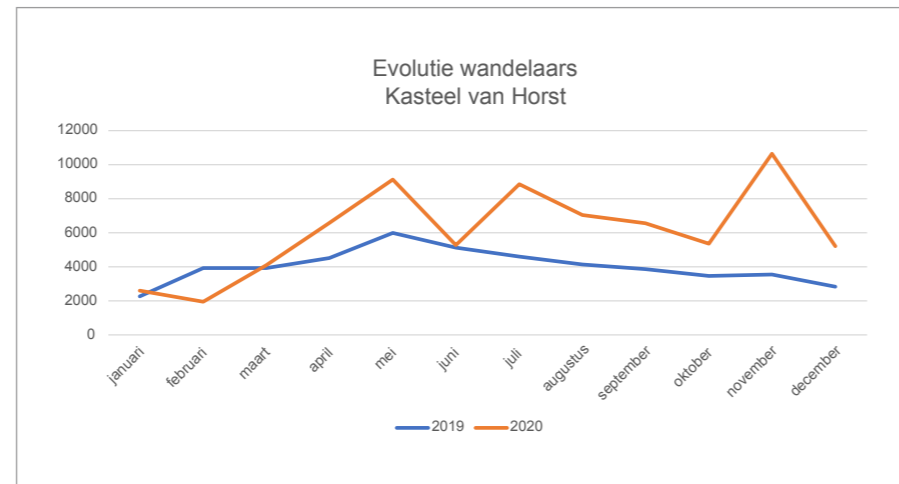
Op de infofiche staat informatie over:

- 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 zakentoeurisme.

## Fietsen

We haalden onze fiets ook veel vaker van stal in 2020. Twee keer zo vaak, zelfs.

Bijvoorbeeld, het aantal fietsers op de Dermerdijk in Werchter steeg van 25.232 fietsers in april 2019 naar 53.172 in 2020 meer dan een verdubbeling.



## EEN EXTRA DUWTJE

Corona raakte de toeristische sector hard. Daarom beslisten we om extra investeringen en inspanningen te doen om het binnenlandse toerisme extra te promoten. We voerden een grootschalige campagne met Vlaanderen Vakantieland, zetten een samenwerking op met Straffe Streek en de dienst landbouw rond Zomeren in Vlaams-Brabant, en lanceerden de beleefbonnen. Ook ons digitale aanbod hebben we in sneltempo uitgebreid en in de kijker gezet op onze website.

Partners (logies, toeristische diensten ...) die onze publicaties verdelen, kregen een extra korting: 60% in plaats van 30%. De deelnemende logies ontvingen ook een gratis pakket met 20 fietskaarten en 5 wandelnetwerken.

## Vlaanderen Vakantieland

De Vlaamse provincies en Logeren in Vlaanderen zetten een grote Vlaanderen Vakantieland campagne op touw om tijdens het coronajaar vakantie in eigen land te promoten. Als steun aan de logiessector konden niet-adverteerders vanaf midden mei gratis deelnemen aan de campagne 2020. Dat zorgde voor 89 nieuwe adverteerders in 2020. Alle 177 deelnemende logies in Vlaams-Brabant kan je vinden op [www.logereninvlaanderenvakantieland.be](http://www.logereninvlaanderenvakantieland.be).

De campagne verliep in golven:

- Golf 1: #welkomterug: Vlaanderen Vakantieland top-of-mind maken in Vlaanderen.
- Golf 2: #welkomhier: consumenten inspireren en aanzetten tot boeken.
- Golf 2b #gerustwelkom: met content overtuigen dat veilig reizen mogelijk is. Deze golf werd stopgezet wegens nieuwe coronamaatregelen in augustus.
- Golf 3: #altijdwelkom: inspirerende tips om van het najaar te genieten.



\*Campagnebeeld Vlaanderen Vakantieland

## Zomer in Vlaams-Brabant

Met de campagne 'Zomer in Vlaams-Brabant' zwingelde Toerisme Vlaams-Brabant het binnenlandse toerisme tijdens de zomermaanden in onze provincie aan. We verdeelden onder meer voor 400.000 euro aan beleefbonnen. Daarmee kon je bij 105 streekproducenten, logies, bezienswaardigheden en andere toeristische ondernemers betalen. De actie werd verlengd tot 30 juni 2021. Zie [www.toerismevlaamsbrabant.be/beleefbon](http://www.toerismevlaamsbrabant.be/beleefbon) en [www.zomerinvlaamsbrabant.be/beleefbon](http://www.zomerinvlaamsbrabant.be/beleefbon).

Een marketingcampagne met reisverhalen focuste op verschillende doelgroepen en regio's:

- een vriendinnengroep dertigers in Noord-Hageland,
- een gezin met jonge kinderen in Zuid-Hageland,
- een koppel in de Demervallei,
- een jonge vriendengroep in het Pajottenland,
- een oudere vriendengroep in de Brabantse Kouters,
- en een groep wielertoeristen in Zuid-Dijleland.

Er kwamen video's en advertenties op de sociale mediakanalen, een publieportage in het toeristische magazine Goodbye, een vermelding in de nieuwsbrief van Goodbye en travelads via Medianation.



\*Campagne 'Zomer in Vlaams-Brabant'

De resultaten van de campagne:

- Reisverhalen 1, 2 & 4 haalden 216.000 views, waarvan 200.000 keer de hele video werd uitgekeken.
- 17.000 bezoekers op onze toeristische landingspagina's, waarvan meer dan 14.300 nieuwe bezoekers. Ze spendeerden gemiddeld iets meer dan 50 seconden op de website.
- De pagina van de beleefbon haalde het hoogste aantal bezoekers.
- Bezoekers bleven het langst op de webpagina over de vriendinnentrip in het Hageland.
- De ads hebben samen meer dan 1.880 likes verzameld, werden 159 keer gedeeld en hadden 97 reacties.
- De publieportages op Goodbye waren goed voor 4.700 bezoekers, waarvan meer dan 4.000 nieuwe bezoekers.
- De advertenties over de beleefbon haalden 116.000 views en 1.714 clicks naar de website.



\*Beleefbon

## Beleefbon

Toerisme Vlaams-Brabant ontwikkelde de beleefbon om het binnenlands toerisme een extra duw in de rug te geven. Logies hadden hiermee een extra troef in handen om aan te bieden, attracties en streekproducenten kregen extra bezoekers en voor de toeristen was het een leuk extraatje.

### Concept

Alle deelnemende Vlaams-Brabantse logies konden in functie van het aantal kamers beleefbonnen 'Zomer in Vlaams-Brabant' van elk 10 euro ontvangen. Deze konden zij aan hun bezoekers ter beschikking stellen. Bezoekers konden deze beleefbons tijdens hun bezoek of bij terugkeerbezoek verzilveren bij honderden attracties/belevingen in Vlaams-Brabant: van musea, over kajaktochten, rondleidingen, gidsbeurten, attractieparken, ijsjesboerderijen, producenten van streekproducten, enz.

Daarnaast stelde Toerisme Vlaams-Brabant ook beleefbonnen ter beschikking van instanties en organisaties die zich toelagen op de zorg voor en/of het werken met kansengroepen. De beleefbonnen zijn geldig tot eind juni 2021. Toerisme Vlaams-Brabant zal hiervoor 400.000 euro voorzien.

### Verdeling

In 2020 werden er via allerlei initiatieven al zo'n 30.000 beleefbonnen verdeeld. De verdeling gebeurde bij o.a. via deelnemende logies, toeristische diensten, aangevraagde brochures...en allerlei toeristische partners..

De verdeling gaat verder in 2021 gezien de oorspronkelijke vervaldatum van 31 december verlengd werd tot 30 juni 2021.

## Ontdek Vlaams-Brabant virtueel

### Digitaal aanbod

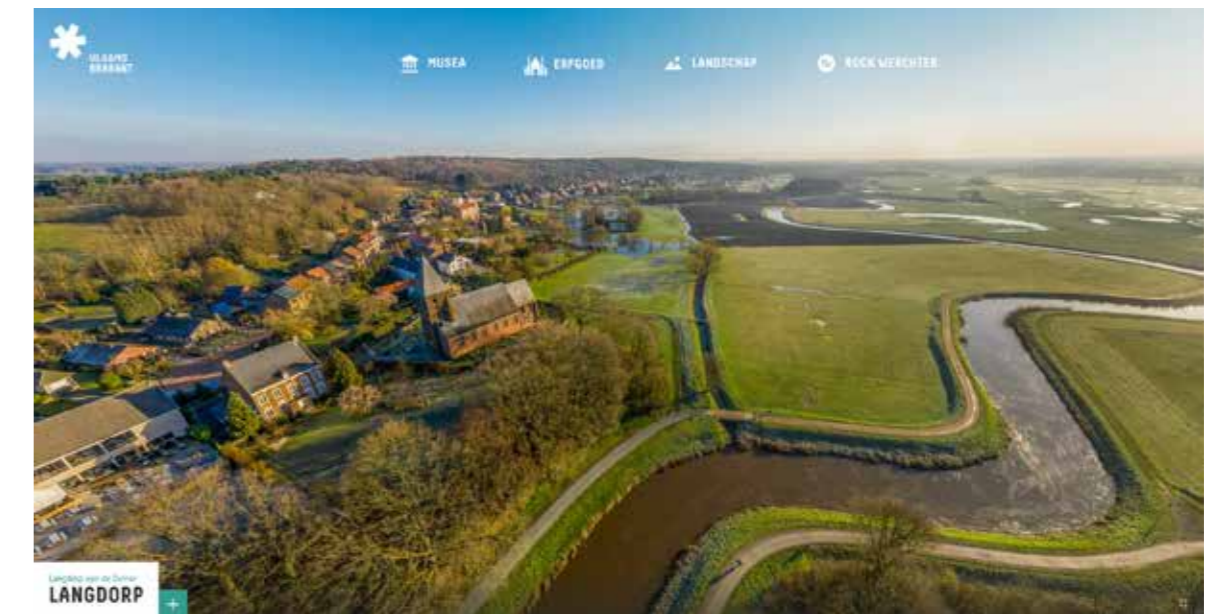
- 3 bloesemcamera's (appel, peer en kers) te volgen op onze website en aansluitend op het weerbericht op ROB-tv en de slow-tv afleveringen van 'Op de fiets', uitgezonden op ROB-tv waarbij de Twee Geroute werd afgefietsd met een Go pro camera op de fietshelm aangevuld met prachtige dronebeelden van de fruitstreek
- Slow TV wandel-, ruiters- en fietsvideo's haalden op YouTube en Facebook samen 9.881 weergaven van minstens 30 seconden. In totaal werd hier meer dan 586 uur naar de video's gekeken.

### App Augmented Routes

Toerisme Vlaams-Brabant ontwikkelde in samenwerking met Poppr de nieuwe app Augmented Routes. De app geeft je fietstocht tussen Mechelen en Diest een extra, virtueel laagje. De erfgoedsites onderweg komen tot leven voor je ogen. Een absolute meerwaarde voor elke bezoeker die graag iets meer te weten komt over de historie van deze erfgoedparels.

### Virtueel Vlaams-Brabant

We lanceerden in 2020 de website [www.virtueelvlaamsbrabant.be](http://www.virtueelvlaamsbrabant.be). Via de website wandel je enkele bijzondere historische sites in de provincie binnen aan de hand van prachtige 360° foto's.



\*App: Augmented routes \*Wandelen in Deurne \*Virtueel Vlaams-Brabant

## Getuigenissen

### Lambiekbrouwerij Oud Beersel



Brouwer Gert Christiaens van lambiekbrouwerij Oud Beersel zag de verkoop in 2020 ineens stuiken. De horeca ging dicht en de export viel zo goed als stil. Maar stilzitten, deed Gert niet. Hij startte een nieuwe webshop, vernieuwde de website en werkte gretig aan meer bierbeleving. “Want mensen zoeken een meerwaarde in alles wat ze doen. Dat was voor corona al zo, maar de crisis heeft hen daar nog meer bewust van gemaakt.”

De brouwer kocht het oude brouwerijcafé en hoopt er halfweg 2021 Het Bierhuis te openen. “Brouwerij Oud Beersel bestaat sinds 1882. Maar in 2002 sloot het de deuren. Uit liefde voor het bier, nam ik de zaak in 2005 over om de brouwerij herop te starten. Maar het oude café was intussen al verkocht en

een bloemenwinkel geworden. Maar nu kreeg ik de kans het te kopen. Het wordt meer dan een café. Bezoekers zullen er de activiteiten van de brouwerij kunnen volgen, bezoeken reserveren en deelnemen aan bierbelevingen. Tijdens de coronacrisis ben ik daar alvast mee begonnen. Zo organiseerden we een wandeling naar het Kasteel van Beersel. De kanonnen tijdens de belegering van het kasteel stonden destijds hier achter de brouwerij.”

Als Het Bierhuis de deuren opent, biedt Gert de bezoekers nog veel meer activiteiten aan. Zoals een lambiekproeverij uit verschillende vaten en van verschillende leeftijden, een workshop geuzesteken, en meer. “Corona heeft zeker wat veranderd voor onze sector”, meent de brouwer. “We werden verplicht creatief na te denken. Voor sommigen betekende dit dat ze uit hun comfortzone moesten komen. Misschien is dat een positief gevolg van de crisis?”

### Druiventeler Dewit, Overijse

Op 18 juli 2020 hingen de sappige tafeldruiven in dikke trossen te blozen in de serres van druiventeler Philip Dewit in Overijse. Klaar voor de eerste druivenknip en de officiële start van het druivenseizoen. Evident was dat niet.



“Want de grenzen waren in het voorjaar gesloten voor de Poolse seizoenarbeiders”, vertelt Philip. “Gelukkig vond ik nog op tijd enkele helpende handen dicht bij huis.”

Toch werd het geen druivenseizoen als andere jaren. “Door de coronacrisis wist ik niet wat er ons stond te wachten.

Daarom hebben we streekwinkels in de regio gecontacteerd om er onze trossen te verkopen. Dat hielp. Ook onze thuisverkoop deed het nog goed omdat er zoveel wandelaars en fietsers waren. De grote groepen bezoekers bleven weg, maar er waren wel meer individuele klanten.”

“

**De thuisverkoop deed het goed**

Het viel Philip op dat veel klanten betaalden met een beleefbon van Toerisme Vlaams-Brabant. Ook op de wekelijkse marktdagen. Projecten als Buitengewone Zomer van de gemeente Overijse en Druiventrot(s) van Toerisme Vlaams-Brabant zorgden voor een extra duwtje en promotie. Zo werd het al bij al een goed jaar voor de druiventeler.

“Maar wel een uitdagend jaar”, zegt Philip. “Ik denk dat er wel enkele blijvende gevolgen zullen zijn. Het plexiglas in onze thuiswinkel blijft alleszins. Het weerhoudt de klanten ervan de druiven aan te raken. Met plexiglas ervoor zijn de druiven dus beter beschermd, met of zonder corona. In 2020 hebben we voor het eerst een betaalterminal gehuurd tijdens de marktverkoop. Ik denk dat mensen het voortaan gewoon zijn om contactloos te betalen, dus dat blijft allicht ook.”

### Chocola-Tuti Kampenhout



“We hebben het gered, dat is een prestatie”, glimlacht chocolatier en teambuildingorganisator Mieke Cassiers. “Want op 13 maart zag het er helemaal niet fraai uit. Op enkele minuten tijd verdwenen alle reservaties van het hele jaar. Dan moet je creatief uit de hoek komen.”

En dat deed ze. Met Chocola-Tuti organiseren Mieke en haar team workshops, teambuildingactiviteiten en andere events in een unieke chocoladesfeer. Maar activiteiten organiseren mocht plots niet meer. “Ik ben wel chocolatier maar ik heb geen winkel. We verkochten wel wat chocolade of paaseitjes op vraag van bedrijven, maar het was geen corebusiness. Maar nu moesten we wel. We hebben al onze klanten aangeschreven en de verkoop via sociale media aangewakkerd. We

ontwikkelde speciale brievenbusdoosjes. Zo konden we voor bedrijven al hun medewerkers een Paaspakketje chocolade toesturen. We zorgden zelfs voor een persoonlijk briefje erbij.”

Chocola-Tuti bedacht ook een DIY-chocoladebox voor online workshops. “Aanvankelijk voor particulieren, maar het viel ook in de smaak bij bedrijven. Dus maakten we er een online teambuildingactiviteit van. Wij verzorgen de online begeleiding, en de deelnemers gaan in hun eigen bubbel creatief aan de slag met chocolade.”

Een blijvertje? Mieke denkt van wel. “Corona is nog even hier, vrees ik. Maar ook nadien blijven de Doe het zelf-pakketten bestaan. Ik denk dat er misschien wel een hybride workshop uit groeit: op locatie maar ook online te volgen voor wie er niet geraakt.”

“

**Creatief uit de hoek komen met chocolade**

### Sportimonium, Hofstade



Het zou een bijzonder openingsmoment worden, met internationale gasten en een opvallende promotiecampagne. Maar de opening van de expo Breaking Boundaries – over de Antwerpse Olympische Spelen net 100 jaar geleden – viel samen met de eerste lockdownperiode. Een domper voor het Sportimonium. “Dus hebben we het geweer van schouder veranderd”, zegt marketingverantwoordelijke Liesbeth Salens. “Je kon de luistertoeren online volgen en zo toch wat van de nieuwe expo meepikken. Toen in de zomer de musea weer opengingen, stroomden de bezoekers met mondjesmaat toe. In kleine bubbels, met mondmaskers en na telefonische reservatie.”

“In samenwerking met het MAS hadden we ook een pop-up tentoonstelling ontwikkeld. Er loopt zelfs nog eentje in het Olympisch Museum Tokyo in Japan over de Spelen van 1920 in Antwerpen.

Daardoor vielen onze bezoekerscijfers al bij al nog mee, maar de inkomsten liggen natuurlijk een pak lager. Die zijn zowat gehalveerd.”

In het najaar moesten de musea weer een tijdlang de deuren sluiten. “Maar toen hadden we een virtuele 3D-toer door de expo Breaking Boundaries klaar. Zo ging ons harde werk toch niet verloren. De expo is intussen verlengd tot de zomer van 2021. Misschien komt er toch nog een bijzondere kick-off.”

“

**Misschien komt die kick-off er toch nog**

## Park Inn by Radisson Leuven



Toen het land op 13 maart 2020 zowat in lockdown ging, liep het aantal boekingen in het hotel Park Inn by Radisson Leuven terug tot nul. Het moderne hotel vlakbij het station van Leuven sloot noodgedwongen de deuren. En dat bleef zo tot eind juli. "We openden pas in augustus opnieuw in aanloop naar september en oktober", zegt sales- en marketingdirecteur Heidi Jeuris. "Want dat zijn in een normaal jaar onze topmaanden met een bezettingsgraad van 80% tot 90%. In 2020 werd dat 15% tot 20%."

De gasten waren vooral vrijetijdstoeristen, want het congretoerisme en het zakentoerisme liep het meest terug. November werd de slechtste maand van het jaar, in december veerde het weer even op naar een

bezettingsgraad van 17%. "Wat nog zeer, zeer laag is", vertelt Heidi. "Sinds maart hebben we elke maand met verlies gedraaid. We moesten de afweging maken wat het minste verlies zou betekenen: sluiten of openen."

Veel werknemers werden tijdelijk werkloos. De kleine personeelsploeg die wel aan het werk bleef, deed dat uiterst flexibel. "Wie het ene moment de receptie bemande, kon het andere moment aan het helpen zijn om het ontbijt klaar te maken of de afwas te doen. Het enthousiasme waarmee onze medewerkers aan het werk waren, was fijn om te zien."

Zal een hotel uitbaten ooit nog hetzelfde zijn? Heidi denkt van niet. "Maar het is nog te vroeg om te weten wat de gevolgen zullen zijn van corona. Zullen onze gasten het nog willen dat hun kamer elke dag wordt opgeruimd of net niet? Zullen we opnieuw met grote groepen vergaderen of wordt een hybride meeting het nieuwe normaal?"

## De Kampeerhut, Goetsenhoven

De pipowagen in de schapenweide van Kristel Maes was afgelopen najaar echt elke dag geboekt. Kristel opende haar kleine logeeradres in Goetsenhoven pas in september. De coronacrisis had haar plannen een duwtje gegeven.



"Mijn vriend heeft de pipowagen zelf gemaakt met groten-deels gerecupereerd materiaal", vertelt Kristel. "Tijdens de crisis merkte we dat er veel meer wandelaars waren op de GR-route die hier voorbijkomt. En ook meer fietsers zochten de natuur op. We wilden hen een overnach-

tingsplaats bieden, maar we stelden vast dat er nog veel meer mensen nood hadden aan rust en ruimte. Ze hebben gretig het buitenleven herontdekt."

De Kampeerhut is een totaalbeleving. De pipowagen is niet veel groter dan het bed dat erin staat. Dus leef je als be-

zoeker vooral buiten. Er is een buitendouche, een ecotoilet, een kampvuur, een kleine buitenkeuken, en een weids uitzicht over het groen en de velden.

Meer hebben mensen niet nodig, zo blijkt. "Veel van onze gasten komen uit de stad. Zelfs uit Gent en Brugge. Blijven ze komen na de coronacrisis? Geen idee. Misschien moeten we ons concept dan een kleine draai geven. Ik heb gemerkt dat veel mensen ervan houden om buiten te koken aan het open vuur. Dat kan ik wat meer uitwerken."

“

**Mensen hebben gretig het buitenleven herontdekt**

## Hotel Pluimpapaver, Rillaar



Het kleinschalige hotel Pluimpapaver in het groene Rillaar sloot in maart een maand lang de deuren. Na de aankondiging van de strenge coronamaatregelen vielen de reservaties weg. "Maar eind april kwam de vraag van een Nederlandse firma of we open waren. Een vaste klant, dus openden we het hotel opnieuw voor zakentoerisme", zegt gastvrouw Jasmina Loots, die het hotel samen met haar man Hans uitbaat. "Op 8 juni waren ook toeristen opnieuw welkom. Dat was de eigenlijke start van ons korte, toeristische seizoen."

Jasmina en Hans moesten strikt de richtlijnen volgen, en die veranderden geregeld. "Toen ons restaurant moest sluiten, versleepten we alle tafels naar de kamers en serveerden we het eten daar. We maakten zelfs een arrangement met een diner

voor twee personen op de kamer. Dat viel in de smaak."

Maar de omzet van 2020 ligt sowieso een stuk lager dan andere jaren. "De paas- en krokusvakantie, de lange weekends in mei, we hebben het noodgedwongen aan ons zien voorbijgaan omdat we toen nog geen toeristen mochten ontvangen. In de zomervakantie draaide het hotel goed. Maar toen de tweede golf zich aandeed en de coronamaatregelen weer strenger werden, voelden we de weerslag. Het hotel bleef open, maar zonder restaurants en cafés viel de beleving voor de bezoekers weg."

Jasmina kijkt al vooruit. "De coronacrisis bracht ook inzichten", zegt ze. "Mensen zoeken het groen op. Ze willen buitenlucht en natuur. Daarom werken we in onze boomgaard een glampingconcept uit. We hopen ermee in de lente van start te gaan."

“

**De coronacrisis bracht ook nieuwe inzichten**

## Wijngaard Ten Gaerde



"De vorige jaren organiseerden we een opendeurdag in juni, waarbij we onze nieuwe wijnen voorstelden", vertelt Sofie De Prins van de Hagelandse Wijngaard Ten Gaerde. "Maar dat kon in 2020 niet. Bovendien hadden we de afgelopen jaren meer ingezet op leveringen aan horeca. Aan wijnbars en restaurants. Maar die gingen dicht en de omzet daalde drastisch. We hadden de keuze uit twee mogelijkheden: niets doen of onszelf herdenken. Dus gingen we aan tafel zitten, schreven onze ideeën op en werkten die uit."

De klanten maakten via de sociale mediakanalen kennis met de nieuwe wijnen. Ze konden die bestellen via een nieuw bestelformulier op de website van de wijngaard. "We leveren aan huis, zelf of via een koerier. Dat was allemaal nieuw voor ons, maar het werkte wel. Een waardig alternatief om de verkoop in gang te houden. Toch heb ik het contact met de klanten gemist. Dat komt terug, ik ben er zeker van, maar ook de online bestellingen blijven. We

hebben daarmee ook nieuwe klanten bereikt."

Het jaarlijkse evenement Sprankelend Hageland viel net tussen de twee coronagolven door. "We zijn Toerisme Vlaams-Brabant heel dankbaar om dit toch te laten doorgaan. Coronaproof, weliswaar. Het vergde wel wat voorbereiding om de bezoeken aan het wijndomein in veilige omstandigheden te organiseren, maar het werd een schitterende editie. De mensen waren blij dat ze dit toch konden doen, en wij waren tevreden dat we hen konden ontvangen."

“

**We hebben onszelf herdacht, maar ik mis het contact met de klanten**

## Op Trot, Waanrode

Op 1 juli 2020, in volle coronatijd, lanceerden Katrien Peters en Kenneth Neggers uit Waanrode

Op Trot. Bij hen kan je scooters huren om het mooie Hageland te verkennen, en onderweg kan je meteen een toffe activiteit of bezoek inplannen. Je kan ook een camper huren en het hele land – en verder – doorkruisen. “Ondanks corona hebben we de sprong gewaagd”, vertelt Katrien. “Het werd een woelig jaar maar we hebben er geen wrang gevoel aan overgehouden. Het plezier en de motivatie haalden de bovenhand.”

Samen met andere toeristische ondernemers en producenten werkten Katrien en Kenneth een uitgebreid aanbod uit. Bezoeken aan wijndomeinen, picknicks, overnachtingen, beleevingsboxen voor gezinnen en meer. “Met onze beleevingsbox kan je

samen met je gezinsbubbel op pad. Een tocht van een halve dag brengt je naar mooie natuurplekken in de streek, daar wachten de kinderen telkens toffe knutselopdrachten. Een samenwerking met Pomkidoe.”

“Zo hebben we toch geprobeerd om corona naar onze hand te zetten.” Maar toch hadden Katrien en Kenneth de start van Op Trot liever anders gezien. De verhuur van de scooters viel na de zomer grotendeels stil, de camperverhuur voor skivakanties in de kerstvakantie ging niet door. “Wat we geleerd hebben? Niet opgeven, volhouden. En intussen zijn we volop bezig om in het voorjaar van 2021 een nieuwe start te maken.”

“

**Niet opgeven  
en volhouden**





# JAARPLAN 2021 TOERISME VLAAMS-BRABANT

## CYCLING

Met het WK Wielrennen in aantocht, halen we alles uit de kast om Vlaams-Brabant als wielbestemming op de kaart te zetten.



## LAMBIEKLAND

In de Groene Gordel wordt een nieuw project opgezet om de regio meer te profileren als bierregio.

## FIETSNETWERK

Na het Hageland en Leuven wordt ook het fietsnetwerk in de Groene Gordel aangepakt. In 2021 komt een nieuwe fietskaart met nieuwe trajecten en extra knooppunten voor meer fietsplezier.



## TOERISTISCH ONTHAAL: PLATTELAND TROEF

Binnen het pilootproject Platteland Troef maken we werk van een nog beter toeristisch onthaal in onze plattelandregio's.



## ICOONROUTES

In 2021 wordt het aanbod aan lange afstand fietsroutes in Vlaanderen grondig vernieuwd. Er komen 9 nieuwe icoonfietsroutes. Vier van deze routes doen Vlaams-Brabant aan: de Kunststedenroute, de Groene Gordel route, de Heuvelroute en de Vlaanderenroute.

## WANDELNETWERK ZONIËNWOUDE

In het voorjaar van 2021 breiden we het wandelnetwerk Zuid-Dijleland uit met een niet bewegwijzerd deel, richting het Zoniënwoud. Het virtuele wandelnetwerk Zoniënwoud wordt voorlopig enkel digitaal ontsloten via de wandelrouteplanner en wandelapp.



## TOERISMEPLATFORM

Een nieuwe digitaal platform voor de toeristische sector en ondernemers om gegevens te raadplegen, in te voeren en te delen. Dé plek om alles te weten over Toerisme Vlaams-Brabant en het toerisme in onze provincie.



## VAKANTIEBOEKEN REGIO'S

Twee nieuwe publicaties zullen in 2021 van de drukpers rollen. Een regiogids voor het Hageland én voor de Groene Gordel.



## SPORTIEF FIETSEN

Traject geïnspireerd op Dwars door het Hageland beschikbaar via GPX.

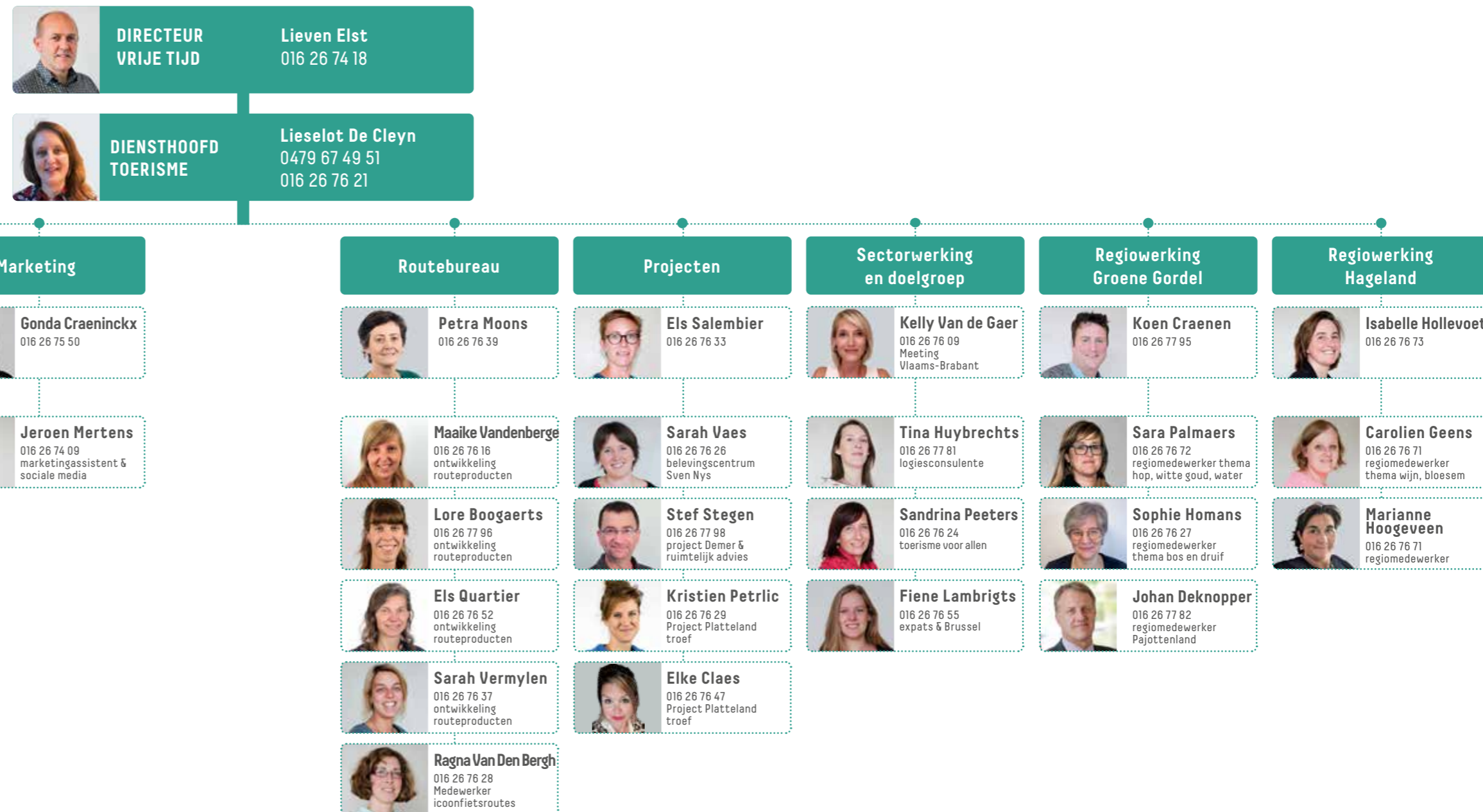


## Iedereen Toerist

In 2021 breidt het aanbod toegankelijke fietsroutes in de Groene Gordel uit, alsook de verhuur van aangepaste fietsen.

# ORGANOGRAM TOERISME VLAAMS-BRABANT

mailadressen: voornaam.achternaam@vlaamsbrabant.be





**MEER INFO**

[www.toerismevlaamsbrabant.be](http://www.toerismevlaamsbrabant.be)

**Toerisme Vlaams-Brabant vzw**

Provincieplein 1 - 3010 Leuven

016 26 76 20

[toerisme@vlaamsbrabant.be](mailto:toerisme@vlaamsbrabant.be)

**Beleidsverantwoordelijke**

gedeputeerde Gunther Coppens

016 26 70 57

[kabinet.coppens@vlaamsbrabant.be](mailto:kabinet.coppens@vlaamsbrabant.be)

**Groene Gordel**

**Leuven**

**Hageland**