



Florerende gemeenschap

Landschap

Kuieren

Luieren

Vergezicht

Zonovergoten bloemen

Waterlopen en kreken

De mooiste van alle streken

Lokaal verhaal

Neem me mee

Niet ver van de zee

Omgeven door bossen

Velden

Parel van de toekomst

Kom en ga door

Toerisme van en voor

Jou

Mij

Wij

Zij aan zij

Verhalen zinderen

En blijven bij

Marieke Van Hoestenbergh, *dorpsdichter Kaprijke*

Toekomstdag 'Toerisme in het Meetjesland'

15 september 2020

INHOUD

01	Onze visie en missie: VERDER GROEIEN NAAR EEN FLOREND BESTEMMING & GEMEENSCHAP	4
01.01	Vooraf	5
01.02	Waar wij voor staan...	5
01.03	Waar wij voor gaan...	6
01.04	Wat wij doen...	7
02	HET TRAJECT NAAR HET TOEKOMSTPLAN	8
02.01	Enthousiasmeren door een uitgesproken co-creatieve werkwijze	9
02.02	Versterken van wat al kiemt vanuit Waarderend Onderzoek	9
02.03	'Florerende bestemming' zichtbaar maken voor de buitenwereld	10
03	CONTEXTANALYSE	11
03.01	Een foto van toeristisch Meetjesland vandaag	12
03.01.01	Toeristisch Meetjesland in cijfers	12
03.01.02	Toeristische kaart van het Meetjesland	13
03.01.03	Regio-overschrijdend werken	14
03.01.04	Sector-overschrijdend werken	15
03.01.05	Samenwerken op Vlaams niveau	16
03.02	Successen vieren: waarderen van wat al is	17
03.03	De toeristische sector en de wereld	18
03.03.01	Coronatijd	18
03.03.02	Inspirerende voorbeelden	18
04	Onze strategie: TRANSITIEPADEN NAAR EEN FLOREND BESTEMMING & GEMEENSCHAP	20
04.01	De bezoeker, de plek, de ondernemer en de inwoner ondervinden een meerwaarde van het toerisme in de Regio Meetjesland	22
04.01.01	De bezoeker	22
04.01.02	De inwoner	27
04.01.03	De plek	30
04.01.04	De ondernemer	34
04.02	De gemeenschap betrekken, netwerken en partnerschappen uitbouwen	36
04.03	Transitiepad in marketing	40
04.04	Groeien naar een florerende organisatie	44
04.05	Borging, kwaliteitsbewaking, meetkader en monitoring	45
04.06	Bronnen	48

BIJLAGES 49

ANNEXES 64



01

**ONZE VISIE
EN MISSIE:
VERDER GROEIEN
NAAR EEN FLOREERENDE
BESTEMMING &
GEMEENSCHAP**

01.01 Vooraf



Dit is niet het plan voor Toerisme Meetjesland of Toerisme Oost-Vlaanderen, maar het plan dat we samen met alle betrokkenen willen realiseren.

WE, WIJ...

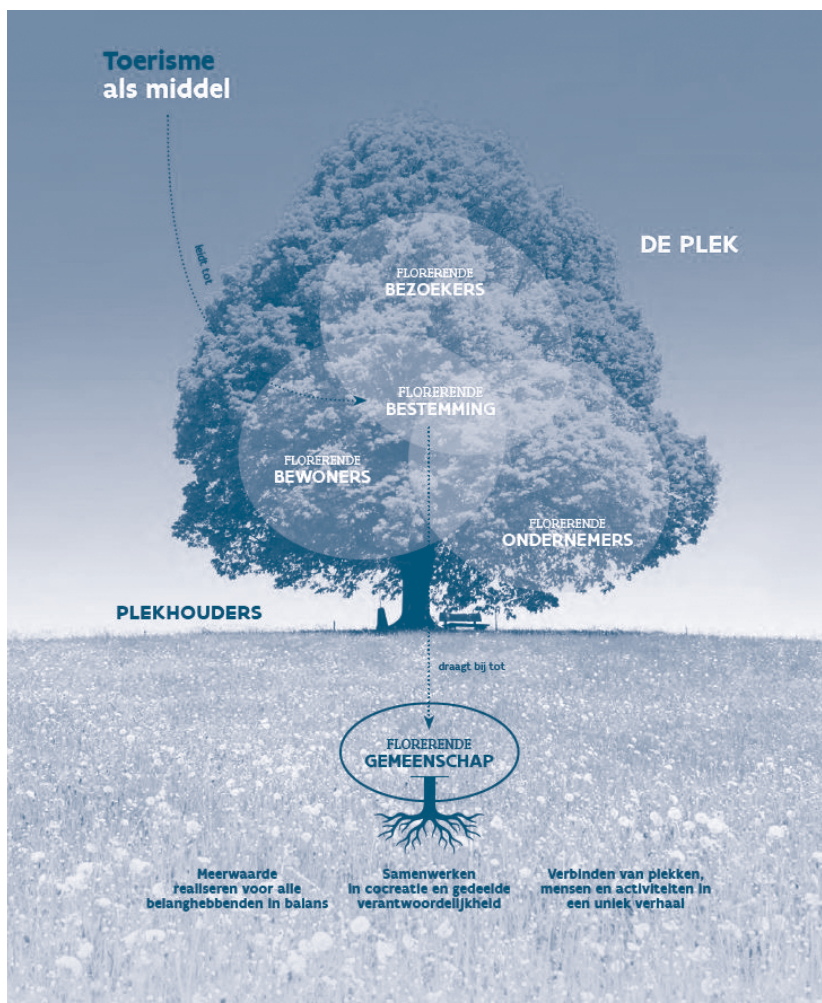
In dit Toekomstplan wordt met 'we' bedoeld: 'Iedereen die van ver of van dicht met toerisme te maken heeft en bijdraagt aan toerisme in onze regio.' Als specifiek Toerisme Meetjesland of Toerisme Oost-Vlaanderen bedoeld worden als organisatie, dan staat dat ook zo genoteerd.

01.02

Waar wij voor staan...



"Het toerisme van morgen zal geworteld zijn in lokale gemeenschappen. In buurten, dorpen en steden die floreren en net daardoor enthousiast bezoekers willen verwelkomen. Een florerende bestemming is stevig verbonden met haar plek, waar mensen samenwerken, **bezoekers** kunnen thuiskomen en **bewoners** en **ondernemers** hun liefde voor de **plek** koesteren en doorgeven."



Drie jaar geleden werden vanuit Toerisme Vlaanderen de eerste stappen gezet in het traject 'Reizen naar Morgen', op zoek naar de juiste ingrediënten voor een nieuwe en andere toekomst voor toerisme. Toerisme Meetjesland was bij de pioniers, en ontwikkelde mee het toekomstbeeld:

De linde als symbool voor een florerende bestemming. Een stevig gewortelde boom op zijn plek die **verbonden** is met alle andere levende organismen in zijn omgeving.

Het symbool voor Reizen naar Morgen, waar alle deelnemers in dit levend systeem verbonden zijn met de plek en **levenskracht** halen uit het toerisme.

De **plekhouders** onder de linde zijn de vele mensen die initiatief nemen om samen werk te maken, in co-creatie en gedeelde verantwoordelijkheid, van een florerende gemeenschap.¹

Toerisme dat bijdraagt aan deze florerende gemeenschap, dat een meerwaarde creëert voor alle actoren én voor de plek zelf, dat is ons visie.

Onze boom staat niet op zichzelf, maar is verbonden met andere bomen in de naaste en verdere omgeving. Door te werken aan een florerende gemeenschap in onze regio, dragen we ook bij aan de leefbaarheid van de **wereld**, een goede wereld.

01.03

Waar wij voor gaan...



Meetjesland, één van de voortrekkers en mede-bouwers aan de Vlaamse toekomstvisie 'Reizen naar Morgen', wil zich de komende jaren verder ontpoppen als 'florerende bestemming', waarbij we de enge focus van groei – 'meer toerisme' – openbreken naar 'beter toerisme'. Een toerisme dat bijdraagt aan en een meerwaarde biedt voor alle actoren in dit levende systeem.

Onze regio was Proeftuin binnen Reizen naar Morgen. Vanuit het experimenteren de voorbije jaren kreeg het concept 'florerende bestemming' stilaan ingang in het toeristisch beleid.

'Verder groeien naar een florerende bestemming en gemeenschap', als uitgangspunt voor het Toekomstplan Toerisme in het Meetjesland' is een betekenisvolle stap in dit traject.

Transitie van 'meer toerisme' naar 'beter toerisme' daagt bestaande systemen uit², zowel de achterliggende economische, ecologische, sociaal-maatschappelijke, culturele en politieke systemen.

Bij transitie spelen drie stromen:

- De wens om de goede praktijken binnen het huidige systeem te **behouden en te borgen** en in het verleden opgezette succesvolle acties, die leiden richting florerende bestemming en gemeenschap **verder te ontwikkelen**, vanuit een geloof dat dit de beste kansen oplevert voor succes.
- Inzetten op de **evolutie** van het huidige systeem en praktijken, omdat het systeem goed is zoals het is, maar er kan nog aan gesleuteld worden om het beter te maken
- De overstap naar een **nieuw** systeem en praktijken, die het verder groeien naar florerende bestemming in een stroomversnelling kunnen brengen

Vanuit de contextanalyse³ worden in dit Toekomstplan deze drie stromen telkens verkend, en maken we in Hoofdstuk 6 gefundeerde keuzes over hoe ver we op de verschillende transitiepaden willen en kunnen gaan.

¹ Toerisme Vlaanderen, Reizen naar Morgen (boek), 2020

² H. Toch, A. Maes, The Positive Sum Game, beter voor mij en voor de wereld – voor merken, bedrijven, organisaties en mensen

³ Zie hoofdstuk 3. Contextanalyse

Wat wij doen...



Toerisme Meetjesland koos enkele jaren geleden al om **'met de sector'** te werken, waar dat in vroeger jaren eerder 'voor de sector' was. In de toekomst willen we verder op deze weg, maar nog breder en nu ook mét inwoners en zelfs bezoekers. We vertrekken vanuit een luisterende houding. Luisteren naar dromen en ideeën en van hieruit mensen enthousiasmeren om mee te werken en samen te werken aan vele kleine experimenten die bijdragen aan een florerende bestemming.

We willen nog verder langzaam maar zeker evolueren van participatie naar co-creatie, waarbij deelnemers niet alleen hun stem kunnen laten horen, maar ook mee beslissen en uitvoeren. Deze lijn is ook doorgetrokken voor de totstandkoming van dit Toekomstplan⁴.

Cruciaal om de beweging naar 'florerende bestemming' verder te kunnen maken is de verbinding met hoofd, hart & ziel en handen van alle betrokken mensen:

- **Hoofd:** we handelen op basis van de best beschikbare informatie en bewijsmateriaal, en gebruiken onze collectieve intelligentie om betere manieren van leven te vinden.
- **Hart & Ziel:** we werken waardierend, en hebben ook aandacht voor emotionele, relationele en sociale aspecten van het werk dat we doen.
- **Handen:** we zetten onze dromen en ideeën om in tastbare resultaten, vertrekkend vanuit projecten.

De keuze om op deze wijze te werken, zal in de toekomst leiden naar andere soorten **rollen**⁵ die opgenomen dienen te worden, om hier verder in te kunnen stretchen en ontwikkelen.

Zo willen we binnen de komende zestal jaren verschillende nieuwe initiatieven zien ontstaan vanuit deze houding. Initiatieven die verder bouwen op de kwaliteiten van fietsen en wandelen en troeven van de streek, zoals rust, stilte en authenticiteit, doorspekt met erfgoedverhalen en levendige evenementen. Waar mogelijk doen we dit ook samen met onze burens. Die initiatieven groeien vanuit een gedeeld leiderschap en worden gretig gedeeld door een grote groep enthousiaste ambassadeurs.

We koesteren en versterken het rustgevende landschap en de natuur en verbinden dit met de bruisende dorpen. We groeien verder in duurzaamheid en zoeken bruikbare meetkaders als hulpmiddel voor deze aanpak. Ook in onze organisatie en marketing trekken we dit door en we zetten verder in op toegankelijkheid en gastvrijheid. Op deze manier willen we ervoor zorgen dat toerisme in het Meetjesland tegen 2026 een sector is die er mee voor zorgt dat gemeenschappen en daardoor de hele regio verder gaan floreren.

⁴ Co-creatie: zie Bijlage 2- Methodische aanpak van het traject naar het Toekomstplan

⁵ Zie bijlage 4 – Over rollen in transitiepaden



HET TRAJECT NAAR HET TOEKOMSTPLAN⁶

02.01

Enthousiasmeren door een uitgesproken co-creatieve werkwijze



Alle betrokkenen uit het netwerk van Toerisme Meetjesland, met een interesse of nieuwsgierigheid om de toekomst van toerisme in deze regio mee vorm te geven, kregen de kans om op verschillende momenten in het traject deel te nemen en samen te ontwerpen.

Een stuurgroep⁷, samengesteld uit medewerkers van Toerisme Meetjesland, Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Vlaanderen en vertegenwoordigers uit de gemeenten en de sector, stuurde mee het proces.

Veertig enthousiastelingen volgden een opleiding 'verhalenramasseur', en haalden verhalen en ideeën op bij inwoners, ondernemers, beleidsmakers en beleidsbeslissers van het Meetjesland en haar (potentiële) bezoekers.

Op participatieve bijeenkomsten van de Open Algemene Vergadering en het logiesoverleg werd het traject naar het Toekomstplan toegelicht, het gesprek over de toekomst van toerisme in het Meetjesland aangegaan, en finaal het Toekomstplan vorm gegeven. Op de Toekomstdag Toerisme in het Meetjesland⁸ ging het ruime netwerk van het Meetjesland in gesprek over de analyses uit Sensemaker⁹, en aanpalend onderzoek. Van daaruit gaven zij mee richting aan de beleidslijnen voor het Toekomstplan.

In elk van de 9 gemeenten van regio Meetjesland vond een nieuwsgierig vraaggesprek plaats met schepenen toerisme, burgemeesters, ambtenaren toerisme en voorzitters van toeristische adviesraden.

02.02

Versterken van wat al kient vanuit Waarderend Onderzoek



Om betrokkenheid en draagvlak te creëren voor het Toekomstplan, leent Waarderend Onderzoek (Appreciative Inquiry)¹⁰ zich als een sterke methodiek waarin dialoog en samenwerking met anderen centraal staan.

Waarderend Onderzoek vertrekt vanuit 'wat wel al werkt, en hoe we dat samen in de toekomst kunnen versterken'. Hierdoor komen positieve elementen boven drijven, die energie geven om aan de slag te gaan. De vier fasen van Waarderend Onderzoek lopen als een rode draad doorheen het traject naar het Toekomstplan.

⁷ Samenstelling stuurgroep Toekomstplan Toerisme in het Meetjesland – zie bijlage 5

⁸ Overzicht deelnemers aan de Toekomstdag: zie bijlage 6

⁹ Sensemakeronderzoek: zie bijlage 1, 2.1.

¹⁰ Appreciative Inquiry: methodiek bedacht in de jaren tachtig door de Amerikaanse professor David Cooperrider

02.03

'Florerende bestemming' zichtbaar maken voor de buitenwereld



Door van bij de start zoveel mogelijk mensen te betrekken, met een extra inspanning naar 'bewoners van het Meetjesland' creëren we bij hen een grote herkenbaarheid, gedragenheid en eigenaarschap van de verhaallijnen voor het op de kaart zetten van het Meetjesland als toeristische regio. Dit geeft eveneens goesting om het Meetjesland, florerende bestemming, als kénmerk (in de betekenis van 'een merk dat mensen écht moeten kennen') verder mee uit te dragen naar de buitenwereld.



CONTEXT- ANALYSE

03.01

Een foto van toeristisch Meetjesland vandaag



03.01.01 Toeristisch Meetjesland in cijfers¹¹

Het Meetjesland is een regio met voornamelijk een groot aantal kleinschalige logiesuitbatingen (gastenkamers en vakantiewoningen), maar ook enkele grotere hotels. Voor toeristisch Meetjesland is kleinschaligheid zelfs erg kenmerkend, ook op vlak van attracties en evenementen.

Vakantiegangers komen vooral naar het Meetjesland om de fietsmogelijkheden (55%), en worden verder gemotiveerd door landschap en omgeving (42%) en de mogelijkheid tot een rustige vakantie (40%).

Vakantiegangers geven ook aan dat de regio gekenmerkt wordt door enerzijds rust en anderzijds een mooi landschap en natuur en zijn er ook erg tevreden, voornamelijk opnieuw omwille van de natuur en omgeving.

Er is wel vraag naar een verhoging van het aanbod aan restaurants en cafés.

Tijdens een vakantie in de streek¹² gaan bezoekers vooral fietsen (60%) en wandelen (56%), maar ook uitrusten/niets doen (44%), proeven van streekproducten (39%) en genieten van natuurbeleving (29%).

Als we de recreatieve toerist bekijken, dan waren er in 2019 49.239 recreatieve aankomsten in het Meetjesland, waarvan de meerderheid in hotels (30%) en gastenkamers (22%) en 18% in vakantiewoningen. Ter vergelijking met andere, dikwijls grotere Oost-Vlaamse regio's: Vlaamse Ardennen 131.515 aankomsten; Waasland 82.570 aankomsten; Scheldeland 100.767 aankomsten en in de Leiestreek 172.847 aankomsten.

Bij de recreatieve verblijfstoeristen vormen de Nederlandstaligen (Belgen, wat praktisch 100% Vlamingen zijn en Nederlanders samen) met 35.066 aankomsten in 2019 een aandeel van 71%. Ze staan in voor 83.442 overnachtingen en besteden samen 5,8 miljoen € tijdens hun (korte) vakanties in het Meetjesland, wat neerkomt op een besteding van 69€ per persoon per nacht.

Als we naar alle overnachtingen kijken (ook zakelijk en MICE¹³) dan merken we dat 68% kwam met een recreatief motief en slechts 5,7% voor MICE. We merken ook een aanwezigheid van 46% buitenlanders, die voornamelijk komen uit Nederland (14,6%) en in mindere mate uit Duitsland, Frankrijk en UK.

Een inschatting van de bestedingen voor alle recreatieve verblijfstoeristen op basis van de gegevens uit het onderzoek Vlaamse Regio's en FOD-cijfers 2019 geeft ons een totale besteding van 8,7 miljoen € (gemiddeld 74,5€ per persoon per nacht).

¹¹ Bronmateriaal: Toerisme Provincie Oost-Vlaanderen, Toerisme Meetjesland 2019

¹² Bron: "Onderzoek bij vakantiegangers in commercieel logies in de Vlaamse regio's in 2017, uitgevoerd door Westtoer in samenwerking met Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Vlaams-Brabant, Toerisme Provincie Antwerpen en Toerisme Limburg

¹³ MICE: Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions

Een overzicht van cijfers uit 2019:

Toeristische logiesuitbatingen¹⁴:	169 (vnl gastenkamers, vakantiewoningen)
Bedden:	2.400
Aankomsten totaal:	72.636
Aankomsten recreatief:	49.239 (68%)
Overnachtingen:	175.877
Overnachtingen recreatief:	116.303 (66%)
Gemiddelde verblijfsduur:	2,4 nachten
Binnenlandse verblijfstoeristen(aankomsten):	.. 54%
Buitenlandse verblijfstoeristen (aankomsten):	.. 46%
Motief verblijfstoeristen (aankomsten):	68% recreatie, 6% MICE, 26% ander professioneel
Baliebezoeken regionaal infokantoor op de Huysmanhoeve:	3.109
Aantal jobs in toerisme:	2.932, waarvan 68% in horeca

Meer cijfers en onderzoeksmateriaal is te vinden op de sectorsite van Toerisme Oost-Vlaanderen.

03.01.02 Toeristische kaart van het Meetjesland



¹⁴ Stand van zaken 1 juli 2019

Hieronder beschrijven we de verschillende gebieden van het Meetjesland met hun huidige en potentiële ontwikkelingen op toeristisch vlak.

- **Fiets- en wandelnetwerken**

In de streek vind je ook 639 km fietsnetwerk en 569 km wandelplezier langs de drie wandelnetwerken (Meetjeslandse Kreken, Meetjeslandse Bossen en Bulskampveld).

- **Krekengebied**

Deze duidelijke parel van het Meetjesland wordt het vaakst geassocieerd met de regio. In gemeente Sint-Laureins staat toerisme hoog op de agenda met een bloeiende toeristische raad met vele jaren van dienst. In de andere betrokken gemeenten Maldegem, Assenede, Kaprijke en Zelzate kan daar nog hard aan geduwd worden.

- **Eeklo en Huysmanhoeve**

Het 'hart van het klavertje vier'. Van hier uit zijn in alle richtingen van het Meetjesland mooie fietstochten te maken. Recent heeft de stad een taskforce toerisme met een actieplan waarin een aantal interessante ambities worden ontwikkeld. Deze zijn sterk gerelateerd aan het rijke erfgoed, onroerend en cultureel, dat aanwezig is in en in de directe omgeving van de stad. Thema's als landbouw, textiel, spoorerfgoed... vormen verhalen- en activiteitenkapstokken. De KVVV Eeklo kent een vernieuwde dynamiek en wordt hierin een sterke speler. Het provinciaal streekcentrum Huysmanhoeve ondergaat momenteel een grondige renovatie die veelbelovend is voor de toekomst van de site.

- **De Lembeekse Bossen**

Aan de rand of net naast het Landschapspark Drongengoed, blijft dit een belangrijke toeristische cluster om rond te werken, en in te zetten op horeca, wandelen en fietsen.

- **De Stadsrand**

Van Vinderhout in Lievegem, tot over het havengebied langs de Evergemse kerkdorpen Kerkbrugge-Langerbrugge, Doornzele en Rieme, langs Zelzate en de oostzijde van de gemeente Assenede, plakt het Meetjesland aan de stad Gent en het Kanaal Gent-Terneuzen. Onze 'Stadsrand'. Toeristisch een beetje een ondoorzichtig kluwen maar wie van nabij kijkt, ziet troeven en verhalen. Het is de overgang van de stad naar het platteland. En er is potentie om dit gebied, zeker voor de fietser, aantrekkelijker te maken.

- **Twee grote kasteelparken – Wippelgem en Poeke**

Het kasteel van Poeke werd aangekocht door Toerisme Vlaanderen en is duidelijk bedoeld om een trekpleister in Aalter te worden. Het kasteel van Wippelgem werd door Evergem gekocht en koestert ook toeristische ambities om tenminste een groene long te zijn voor het nabije Gent en de hele gemeente Evergem. Daarvoor is recent een beheersplan opgemaakt waar Toerisme Meetjesland ook mee aan de tafel zat.

03.01.03 Regio-overschrijdend werken

Meetjesland als regio is zeer divers, en grenst aan andere regio's met diverse identiteiten. Dit biedt mogelijkheden om regio-overschrijdend te werken, wat op dit moment al gebeurt. En waar hier en daar al redelijk concrete perspectieven zitten voor toekomstig regio-overschrijdend werken.

- **De Lieve**

In de vorige beleidsperiode hebben we het groene lint De Lieve, het oudste kanaal van Europa (750 jaar), letterlijk op de toeristische kaart gezet, met het project 't Liefken voor Altijd. Er is enthousiasme: de toeristische adviesraad van Lievegem en gemeenten Evergem, Maldegem en Eeklo willen hier verder werk van maken. Toen we tijdens het project 't Liefken voor Altijd ook in de steden Damme en Gent gingen aankloppen, konden we ook daar op het nodige enthousiasme rekenen. Ook dit project moet in de volgende beleidsperiode verder zuurstof krijgen.

- **Landschapspark Drongengoed**

De laatste jaren is er heel wat gebeurd en ontwikkeld in en met dit Landschapspark. Er is een uitgebreid

onthaalplan opgemaakt dat onderschreven wordt door de gemeenten. Er is een 'gezicht' gegeven aan het gebied met een eigen logo, een legertje ambassadeurs en degelijke communicatie: een mooie plek op de Meetjesland website en een eigen facebookpagina met heel wat interactie. Onder impuls van het Landschapspark zijn er verschillende attracties ontstaan of verbeterd. Dit gebied is regio-overschrijdend, met een stuk van het Landschapspark gelegen op grondgebied van gemeente Beernem.

- **Zwinstreek**

Met Knokke, Damme en Sluis hebben Maldegem en Sint-Laureins grote toeristische burens. Deze buurgemeenten lonken ook naar de troeven van het Sentse krekengebied, de mooie kern van Maldegem en de omgeving van grensdorp Middelburg, om een samenwerking rond de historische Zwinstreek uit te bouwen. Met de provincies West-Vlaanderen, Zeeland, de gemeenten en de toeristische partners hebben we in 2020 uitgezocht hoe zo'n samenwerkingsverband er kan uitzien en een engagement voor de toekomst werd ondertekend. Dit is ook voor Meetjesland een mooie kans.

- **Geopark Schelde Delta**

Vanuit Vlaanderen en Nederland wordt een dossier voorbereid dat van het Schelde Delta-gebied, waar Meetjesland toe behoort, een door de Unesco erkend gebied moet maken. Toerisme Oost-Vlaanderen volgt deze evoluties op de voet, samen met de andere betrokken regioteams in Oost-Vlaanderen. Het wordt uitkijken naar de volgende beleidsperiode wat het Geopark voor onze regio kan of zal betekenen.

- **Landschapspark Bulskampveld**

Dit gebied ligt voor het grootste deel op West-Vlaams grondgebied, maar met Sint-Maria-Aalter heeft dit bosgebied ook een belangrijk Meetjeslands deel. Bovendien is Aalter de gedroomde schakel tussen het Landschapspark Bulskampveld en Landschapspark Drongengoed. Niet enkel op toeristisch vlak maar ook op landschappelijk en agricultureel vlak kan hier geschiedenis worden geschreven. Het gebied kan leesbaarder gemaakt worden, ontvankelijker en leefbaarder voor inwoner én ondernemer. Vanuit Vlaanderen bestaat de wil om tussen Brugge en Gent hiervan één groot landschapspark te maken waarbij landschapsarchitectuur en een precair evenwicht tussen landbouw en natuur wordt nagestreefd.

03.01.04 Sector-overschrijdend werken

Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen hebben in de laatste 20 jaar een traditie opgebouwd van overleg met collega's uit andere sectoren die ook regionaal met streekontwikkeling bezig zijn. Toerisme is immers bij uitstek een multisectorieel gegeven. Dat blijkt al uit de gemeentelijke keuzes om toerisme in te delen bij bepaalde diensten, waarvan de meest voorkomende vrije tijd, cultuur en lokale economie zijn. Daarnaast heeft toerisme ook te maken met landschapsontwikkeling - zowel natuur als landbouw - ruimtelijke planning, mobiliteit en sociale cohesie. We kijken ook uit naar de provinciale gebiedsgerichte werking die op dit moment uitgebouwd wordt.

- **Plattelandontwikkeling**

De plattelandontwikkelaars van het Europese programma Leader Meetjesland zijn sinds jaar en dag belangrijke gesprekspartners en medefinanciers van belangrijke toeristische initiatieven in de regio. Ook het pas opgerichte Streekfonds Regiokracht kan in de toekomst voor kleinere initiatieven een interessante partner en motor zijn voor florerende toeristische initiatieven.

- **Erfgoed, Cultuur en Vrije Tijd**

Echte partners in de streek heeft Toerisme Meetjesland ook al vele jaren gevonden in het cultuuroverleg Comeet, de Erfgoedcel Meetjesland en de IOED Meetjesland (Intergemeentelijke Onroerend Erfgoeddienst) op zoek naar fijne verhaallijnen en het versterken van het DNA van de streek.

- **Landschapsontwikkeling: natuur en landbouw**

Er is een sterke samenwerking met Regionaal Landschap Meetjesland, zowel voor de verbetering van onze fiets- en wandelmogelijkheden als voor het ontwikkelen van een toekomstvisie op het landschap. Ook voor de verdere

ontwikkeling van de landschapsparken werken we samen met RLM, en met Natuurpunt & Partners Meetjesland en Agentschap Natuur en Bos.

In de landbouwsector werken we vaak samen met Landelijke Gilden die op het vlak van evenementen en toeristisch gerelateerde projecten ook met toerisme en 'het vertellen van het verhaal van de streek' bezig zijn. Op beleidsmatig vlak treffen we op vergaderingen van strategische projectgroepen over de regio (o.a. Landschapspark, Leader, Gestroomlijnd landschap...) de vertegenwoordigers van landbouworganisaties als Boerenbond, Algemeen Boerensyndicaat, Vlaams Agrarisch Centrum, e.a.

- **(Lokale) economie en korte keten**

Op het vlak van streekproducten zijn stappen vooruit gezet vanuit samenwerking met organisaties uit de landbouwsector (zie vorig punt). Het Plattelandscentrum Meetjesland speelt hierin ook een belangrijke rol, net zoals het provinciale EROV.

Voor de ontwikkeling van 'bruis' in de dorpen en wijken zijn Horeca Meetjesland, Unizo, gidsenverenigingen en individuele (of lokaal georganiseerde) vertegenwoordigers van het lokale bedrijfsleven en adviesraden lokale economie onze eerste aanspreekpunten.

- **Lokale, intergemeentelijke en regionale ontwikkeling**

De (toekomstige) rol van Veneco-initiatieven, die ook toerisme gerelateerd zijn, begint zich gelijktijdig met de aanvang van dit plan te manifesteren. De streekintercommunale Veneco neemt veel initiatieven met raakvlakken met toerisme, die het Meetjesland zichtbaar zullen veranderen. Zowel op vlak van milieu, mobiliteit, landschap, woonontwikkelingen, economie, sociale draagkracht.

- **Sociale cohesie**

In het provinciaal streekcentrum Huysmanhoeve, het laboratorium voor co-creatie, vormt Toerisme Meetjesland een tandem met Plattelandscentrum Meetjesland. Dit partnerschap zorgt ervoor dat beide organisaties samen voor de regio een model voor co-creatie en vrijwilligersaanpak uitrollen, dat op termijn kan doorgetrokken worden in alle ankerpunten van de regio.

03.01.05 Samenwerken op Vlaams niveau

Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen maken in de eigen regio en de provincie ook deel uit van het globale toeristische verhaal in Vlaanderen.

- **Toerisme Vlaanderen**

Toerisme Vlaanderen behartigt qua promotie ons land toeristisch in het buitenland. In de promotie die Vlaanderen als reisbestemming voert, zijn Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen belangrijke partners die door de marketingdienst van visitflanders.com en de buitenlandkantoren bevestigd worden om hun campagnes mee te 'voeden'.

Daarnaast is er ook samenwerking en financiering op vlak van wandel- en fietsnetwerken, wetgeving en ondersteuning van logies, Iedereen Verdient Vakantie, studiedienst, ... Maar op dit moment is voor Meetjesland de samenwerking in het kader van Reizen naar Morgen wel het belangrijkste.

- **Logeren in Vlaanderen Vakantieland**

Logeren in Vlaanderen vzw is een samenwerkingsverband tussen de vijf Vlaamse provinciale toeristische organisaties en de private logiessector (Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme vzw en Horeca Vlaanderen). Deze organisatie biedt online en in print een overzicht van logeermogelijkheden in Vlaanderen. Met de campagne Vlaanderen Vakantieland wordt Vlaanderen op de binnenlandse markt actief gepromoot als meerdaagse vakantiebestemming. Voor veel deelnemende logieshouders nog steeds een heel belangrijke bron van bezoekers.

- **Sector-overschrijdend op Vlaams niveau**

Ook buiten de toeristische sector wordt er goed samengewerkt op Vlaams niveau met partners als ANB, VLM, Vlaamse Waterweg... die ook mee het landschap in het Meetjesland beheren.

Successen vieren: waarderen van wat al is



Toerisme Meetjesland kan terugkijken op mooie projecten en processen uit het verleden. We vertellen hieronder over de impact die deze projecten en processen hadden, voor Meetjesland als florerende bestemming, omdat ze mee de weg wijzen naar hoe in de toekomst verder te werken. We beschrijven de impact aan de hand van zeven transitiekapstokken¹⁵:

- **Leren goed samenwerken in gezonde groepen**

Verschillende Meetjeslandse gemeenten starten overlegplatformen 'toerisme' op, waarbij ze de ruime lokale sector en geïnteresseerde inwoners betrekken. Sint-Laureins geeft al jaren het voorbeeld met een nog steeds groeiende groep actieve deelnemers aan het Toeristisch Overlegplatform. Gestoeld op dit voorbeeld werden dergelijke werkgroepen ook opgestart in Lievegem en Eeklo.. Op beide plekken ontstond er enthousiasme door het samenbrengen van mensen die hierin een actieve rol willen opnemen.

- **De gemeenschap betrekken**

In het Landschapspark Drongengoed ontstaat betrokkenheid bij de omwonenden door hen uit te nodigen voor het ambassadeurstraject. Een groep enthousiaste ambassadeurs staat nu klaar om bezoekers gastvrij te verwelkomen in het Landschapspark en om hieraan samen verder te bouwen.

- **Samenwerken met anderen in netwerken en partnerschappen**

Meetjesland is fier op drie goed werkende regionale overlegplatformen: het gidsenoverleg, logiesoverleg en evenementenoverleg.

In de samenwerking op provinciaal streekcentrum Huysmanhoeve tussen het Plattelandscentrum, Toerisme Meetjesland en KVVV Eeklo Huysmanhoeve kunnen we ondertussen spreken van een gelijkwaardig partnerschap: elke partner neemt zijn rol en de samenwerking ernstig, de neuzen staan in dezelfde richting. Het is een ankerpunt voor de streek.

- **De toekomst verbeelden zoals je die samen wil maken**

In de gemeenten waar overlegplatformen 'toerisme' zijn of opstarten, wordt door Toerisme Meetjesland in deze overlegplatformen een waarderende en participatieve manier van werken gestimuleerd. Deelnemers krijgen hierbij de ruimte om mee na te denken en te dromen over mogelijke acties voor beleidsnota's, en worden gemotiveerd om zelf mee aan de kar te trekken voor het realiseren van deze projecten.

- **Concrete inspirerende projecten ontwikkelen**

In het internationale samenwerkingsverband Flourishing Destinations (LEADER) zien we lokale inwoners die zelf initiatief nemen. Eén van de projecten uit Flourishing Destinations is het Stilteproject, waarbij omwonenden van Stilteplekjes gemotiveerd worden om mee zorg te dragen voor de stilteplekken.

- **Beweging maken door bruggen te bouwen naar andere 'transitioners'**

De jarenlange werking rond het Fiets- en Wandelnetwerk resulteert in een community van meters, peters en routedokters. Het zijn échte supporters die spontaan zorg dragen, en zich mee verantwoordelijk voelen voor dit netwerk. Ook de vrijwilligerswerking in de Huysmanhoeve, het Kasteel van Wippelgem, het Stoomcentrum e.a. dragen mee de transitie uit.

¹⁵ Transitiekapstokken uit 'The Essential Guide to Doing Transition', The Transition Network

- **Reflecteren en vieren**

24 inspirerende verhalen van ondernemers uit de regio zijn verfilmd. Met het maken van deze getuigenisfilmpjes leren we de ondernemers kennen, maken we verbinding met de mens, inspireren we andere ondernemers en maken we promotie voor de sector en de regio. Tegelijkertijd reflecteren we op het werk van de ondernemers en vieren we samen hoe er florerend gewerkt wordt in de sector.

03.03

De toeristische sector en de wereld



03.03.01 Coronatijd

Tijdens het proces naar dit Toekomstplan heeft het coronavirus de wereld op haar kop gezet. Sinds maart 2020 leven we in een andere tijd. Zoals voor alle andere sectoren, heeft deze tijd ook een sterke impact op toerisme. De wereld van toerisme zal nooit meer hetzelfde zijn. Hoe deze pandemie zal evolueren, valt op dit ogenblik niet te voorspellen. Reizen krijgt een andere betekenis¹⁶.

Automatisch en noodgedwongen verschuift de focus van de bezoeker, de ondernemer en de inwoner. Economische modellen moeten worden herdacht. Ondernemers worden uitgedaagd om hun onderneming te heroriënteren. Inwoners en bezoekers ontdekken mooie plekken in hun eigen omgeving¹⁷. Overbevolkte toeristische trekpleisters zijn plots niet meer zo overbevolkt, en mooie natuurplekken, ook in het Meetjesland, krijgen plots extra bezoekers te verwerken. Wandelen en fietsen zijn nog nooit zo populair geweest in Vlaanderen.

Toerisme moet zich opnieuw uitvinden en heroriënteren op een duurzaam model. Onze visie op florerende bestemmingen

¹⁸ verandert niet. Integendeel: dit is een unieke kans op een totale, creatieve reset. Covid-19 kan een katalysator vormen voor florerende bestemmingen en gemeenschappen, en de weg er naar toe versterken en versnellen. We voelen ons uitgedaagd om in deze nieuwe tijd vooruit te kijken en duurzame transitiekeuzes te maken.

Deze pandemie zorgde ervoor dat we ook tijdens het traject naar het Toekomstplan, snel moesten schakelen om de voorziene planning - waarin vooral ontmoeting, verhalen vertellen aan elkaar, samen analyses maken de kern van het werk vormen - creatief bij te sturen.

03.03.02 Inspirerende voorbeelden¹⁹

Het traject naar het Toekomstplan Toerisme in het Meetjesland is een transitieproject. We vertrekken van het wensbeeld: 'Groeien naar een florerende bestemming en gemeenschap en hoe toerisme hieraan kan bijdragen.' Om deze weg te bewandelen laten we ons inspireren door voorbeelden uit binnen- en buitenland, uit de trajecten Reizen naar Morgen, de Proeftuinen, en het LEADER-project 'Flourishing Destinations' die ditzelfde pad naar florerende bestemming uit willen zetten. Deze voorbeelden bieden inspiratie om te gaan innoveren op de transitiepaden.

¹⁶ Bron: Reizen naar Morgen, Toerisme Vlaanderen, boek, 2020

¹⁷ Zie bijlage 1, hfdst 1 Nieuwsgierige vraaggesprekken met de gemeentebesturen in het Meetjesland, en Annex 5: volledige verslaggeving

¹⁸ Zie Hoofdstuk 1. Onze visie & missie

¹⁹ Bron: Reizen naar Morgen, Toerisme Vlaanderen, boek, 2020

- **Een jeugdverblijf als hefboom voor een bloeiende lokale gemeenschap**

Het verhaal van het jeugdverblijf Oud Klooster in de Vlaamse Ardennen is meer dan vakantiekansen bieden aan kinderen. Het vertelt ook over de verbinding die kan ontstaan tussen jeugdtoerisme en de lokale gemeenschap, want heel wat dorpingen van het kleine Dikkele zijn ermee vervlochten geraakt. De initiatiefnemer legde hiervoor een proces af met de dorpsgemeenschap.

- **De verborgen stadstuin in Turnhout**

De eigenares van café Chaos in Turnhout heeft een groot hart voor de stad. Achter haar café lag een braakliggend terrein waarvan ze een publieke tuin wilde maken. Ze diende een dossier in bij regio Kempen om de werken te realiseren. Het resultaat mag er zijn: een vrij toegankelijke tuin, een groen rustpunt midden in de stad. Het onderhoud gebeurt door een sociale tewerkstellingsplaats. Op de plek kan je workshops volgen of gewoon genieten zonder een verplichte caféconsumptie.

- **De Grond der Dingen in Mechelen**

Elke inwoner van Mechelen kreeg 1m² om zijn stad leefbaarder te maken. Over de voorstellen is samen onderhandeld en gediscussieerd, gewikt en gewogen. De voorstellen waren te zien in een tijdelijke expo. De stad beloofde het project 20.000m² grond om een selectie van de ideeën te realiseren.

- **Soilmates**

Een boer (Dries Delanote), een chef-kok (Nicolas Decloedt), een sommelière (Caroline Baerten) -die ook voedingsexpert en historicus is-, en een multi-disciplinaire performance ontwerpster (Alexandra Swenden) kwamen samen en riepen de beweging 'Soilmates' in het leven. De naam 'Soilmates' verwijst naar de diep menselijke relatie met de bodem. Je kan ze best omschrijven als plekhouders van de levende aarde, in de letterlijke zin van het woord. Deze transdisciplinaire groep met expertise op het gebied van landbouw, gastronomie, gezondheid en de kunsten stelt het huidige voedselsysteem kritisch in vraag, en organiseert evenementen om anderen mee bewust te maken.

- **Murton Farm**

Op bezoek in de Schotse streek Angus trof de Murton Trust ons als een centrum vergelijkbaar met provinciaal domein Het Leen, met de Huysmanhoeve, Drongengodhoeve en met wat Poekekasteel en Kasteel van Wippelgem kunnen worden. Murton is een liefdadigheidsinstelling met een tweeledig doel: educatie en milieuzorg. Murton Farm is gevestigd op een voormalige steengroeve in de buurt van Forfar in Angus en zij beheren er een 'flourishing' natuurgebied, een bezoekersboerderij en een tearoom op 100 hectare. De werking doet zowel de natuurlijke omgeving en de mensen op de hoeve 'openbloeien'. Elke vooruitgang wordt er ook gemeten en dit betreft niet alleen louter de 'economische' of 'ecologische' gezondheid van de instelling maar vooral ook de resultaten van de maatschappijversterkende elementen van de werking, het antwoord op de vraag 'Hoe wordt dit deeltje Schotland en stukje wereld hier beter van?' Een heel mooi praktijkvoorbeeld voor 'de taal' waar Plattelandscentrum Meetjesland in samenwerking met Toerisme Meetjesland naar op zoek is voor de co-creatieve aanpak in het provinciaal streekcentrum Huysmanhoeve (en ook de andere 'ankerpunten' van onze streek).

04

**ONZE STRATEGIE:
TRANSITIEPADEN
NAAR EEN FLOREERENDE
BESTEMMING &
GEMEENSCHAP**

De resultaten van het kwalitatief onderzoek²⁰ worden getoetst aan de contextanalyse²¹ om van daaruit transitiepaden naar een florerende bestemming uit te tekenen (zie ook Bijlage 2 – Methodisch traject).

Hieronder presenteren we de verschillende transitiepaden en hoe ver we op desbetreffend transitiepad willen en kunnen gaan de komende jaren.

- **Pak vast:** de wens om de goede praktijken binnen het huidige systeem te **behouden en te borgen** en in het verleden opgezette succesvolle acties, die leiden richting florerende bestemming en gemeenschap **verder te ontwikkelen**, vanuit een geloof dat dit de beste kansen oplevert voor succes
- **Innovatie:** inzetten op de **evolutie** van het huidige systeem en praktijken, omdat het systeem goed is zoals het is, maar er kan nog aan gesleuteld worden om het beter te maken
- **Het 'oude' loslaten en het 'nieuwe' omarmen:** de overstap naar een **nieuw** systeem en praktijken, die het verder groeien naar florerende bestemming in een stroomversnelling kunnen brengen. Hierbij beschrijven we ook welke oude systemen losgelaten worden.

Noot vooraf - woordkeuze

Er zijn verschillende begrippen in de omloop die mensen aanduiden die op één of andere manier mee betekenis geven aan een plek: plekhouders, ambassadeurs, plekhoeders, gastheren/vrouwen... Tegelijkertijd wordt dezelfde term soms gebruikt met een verschillende lading, zoals 'ambassadeur'. Het maakt mee onderdeel uit van dit traject naar het Toekomstplan om hier wat eenduidigheid in te krijgen, maar voorlopig zijn we daar nog niet uit. We proberen daarom zo goed mogelijk te omschrijven wat we precies bedoelen wanneer we een bepaalde term gebruiken.

²⁰ Zie bijlage 1 - Kwalitatief onderzoek voor dit Toekomstplan

²¹ Zie hoofdstuk 3. Contextanalyse

04.01

De bezoeker, de plek, de ondernemer en de inwoner onderwinden een meerwaarde van het toerisme in de Regio Meetjesland



04.01.01 De bezoeker

Een toeristische bestemming floreert wanneer **de bezoeker** zich hartelijk welkom voelt, het DNA van de plek ten volle kan beleven, en positieve impact van zijn verblijf ondervindt, respect toont voor natuur, cultuur en eigenheid van de plek, en graag zal terugkeren of de plek aanbevelen aan anderen.



TRANSITIEPAD 1

De bezoeker krijgt in het Meetjesland betekenisvolle reiservaringen aangeboden waar 'Stilte, Rust en Authenticiteit' aan gekoppeld zijn.

Stilte, rust en authenticiteit keren vaak terug in de verzamelde verhalen, als reden om het Meetjesland op te zoeken, en als duidelijke waarden die gegeven worden aan de regio. Wanneer we specifiek de verhalen rond groepsreizen analyseren, zien we dat het ook hierin vooral de stilte en natuurbeleving is die groepen naar het Meetjesland trekt. Daarnaast mochten we een pak verhalen optekenen die authentieke, historische verhalen bevatten. Bezoekers kunnen dit authentieke sterk waarderen.²²

Op de Toekomstdag stelden we bovendien vast dat ook in de andere thema's 'stilte, rust en authenticiteit' een rode draad vormen.

Belangrijke landschap- en natuurgebieden zoals Landschapspark Drongengoed, Landschapspark Bulskampveld, provinciaal domein Het Leen, de Lembeekse Bossen, het Krekengebied, de Oude Kalevallei en Domein Menas in Aalter bieden stilte en rust.

Plekhouders en ondernemers geven aan dat er nood is aan rustpunten en stilteplekken, en informatie over waar die plekken te vinden zijn. Het Meetjesland heeft deze troef te bieden. De regio kan dus inzetten op het aantrekken van bezoekers die op zoek zijn naar rust en stilte in functie van hun persoonlijke beleving (bv. stress loslaten of genieten van de natuur).

²² Zie Annex 3 - verslag 'Toekomstdag' (Rapport – Fase 2)



VERHAAL

“Verwennerij zonder tralala”

Ik herinner me dat we eens in het Meetjesland bleven slapen in een heel klein romantisch dijkhuisje. Het logies was heel verzorgd, mooi ingericht en het lag in een heel mooie omgeving waar het heel stil was. Vooral de zeer, zeer gastvrije ontvangst blijft me bij. We overnachtten er met ons tweeën in het huisje. Voor ons kwam dit perfect op het goede moment: weg van de hectiek, eventjes onder ons en 's morgens genieten van een echte verwenning na een nachtje in een heerlijk zacht bed. Verwennerij zonder tierlantijntjes. De rust en de stilte van de natuurlijke omgeving waren ook belangrijk in onze beleving.

GEMEENTE AALTER

“Bedrijfsincentives”

Als gevolg van de coronaperiode, wordt vastgesteld dat in de MICE-sector, bedrijven meer naar locaties in het groen op zoek zijn..

In de verhalen keerde regelmatig weer dat de inrichting van het landschap belangrijk is om een rustgevoel te creëren: zorg voor het landschap en geen overdaad aan wegwijzers, verbodsborden of infoborden.

Een uitdaging ligt in het behoeden van de rust op deze plekken, tegelijkertijd willen we bezoekers die hier naar op zoek zijn de weg wijzen, daarbij rekening houdend met de draagkracht van de regio en de desbetreffende plekken. De rust- en stilteplekken mogen niet bezoedeld worden met drukte en lawaai.

De Meetjeslandse troeven 'Stilte, Rust en Authenticiteit' zijn een precair goed, waarvoor 'zorg' centraal staat. Bewust kiezen voor kleinschaligheid van initiatieven kan hiertoe bijdragen.

Pak vast

- De huidige coronacrisis zorgde voor een onverwachte stroom bezoekers, op zoek naar plekken dichtbij huis of iets verder gelegen, om rust en stilte op te zoeken. Om rust en stilte op deze plekken te blijven garanderen wordt werk gemaakt van bezoekersspreiding en correcte informatie. Een gelijkaardige oefening kunnen we maken bij grotere evenementen.
- Blijven inzetten op een ruimer aanbod van rust en stilteplekken en van recreatieve mogelijkheden..

Innovatie

- 'Rust & stilte' kan meer door de sector (horeca, attractiepunten) in de eigen marketingmiddelen uitgespeeld worden als troef van de regio.

Transitie – het 'oude' loslaten

- We streven naar 'bezoekersaantallen' die rekening houden met de draagkracht van de plekken die 'Stilte & Rust' uitdragen.
- Bezoekers en gebruikers van het gebied dienen zich in onze plekken van 'Stilte & Rust' ook te gedragen naar de 'zorg' die een dergelijk gebied nodig heeft. We willen dit stimuleren door een waarderende manier van communiceren: communicatie die aanmoedigend werkt op het positieve gedrag van de bezoeker.

Transitie – het 'nieuwe' omarmen

- In Sint-Laureins en in Assenede werden al enkele experimenten opgezet: in Sint-Laureins koppelt het project 'Stilte' het reizen aan innerlijk herbronnen, in Assenede zorgt het project 'Stilteplekken' ervoor dat je enkele bijzonder mooie en rustige plekjes kan ontdekken met hulp van persoonlijke aanbevelingen van ondernemers.
- Het is onze ambitie om de bezoeker belevingen aan te bieden 'om tot rust te komen', niet om officieel erkende stiltegebieden te gaan creëren. In de loop van de uitvoering van dit Toekomstplan willen we projectmatige initiatieven ontwikkelen, ondersteunen en adviseren die deze ambitie benadrukken.
- Met partners zoals het Regionaal Landschap Meetjesland, Waerbeke vzw en Toerisme Vlaanderen onderzoeken we hoe het thema in de streek kan versterkt, verbreed en ontwikkeld worden.
- Via sectorsamenwerking en gesprekken met omwonenden willen we innovatieve werking rond 'Rust & Stilte' stimuleren en de bezoeker via de sector en/of omwonenden op een gastvrije en persoonlijke manier faciliteren naar bijzondere plekjes.
- We onderzoeken met de sector maar ook binnen Toerisme Meetjesland, Toerisme Oost-Vlaanderen én op Vlaams niveau hoe we een meer waarderende aanpak in bewegwijzering/publicaties/infoborden kunnen bewerkstelligen. De 'aankleding' van het landschap is heel zeker een manier om hier grote stappen vooruit in te zetten. Hierbij willen Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen hun plek in het debat innemen.
- We nemen 'Stilte & Rust' ook op als belangrijk thema en als troef om uit te spelen naar de markt van bedrijfsincentives (meeting industry) en groepsbezoeken en denken mee na over herbronningsweekends, stiltewandelingen, samen lezen, filosofie, therapeutisch reizen. We bekijken hoe ook onze aanbieders van groepsaanbod en gidsenverenigingen hier een rol kunnen in spelen.



TRANSITIEPAD 2

De ambassadeurswerking ondersteunt een verwelkomend onthaal met impulsen voor toeval, verrassing en ontdekking.

De verhalen geven aan dat ontmoetingen met en verhalen van inwoners en ondernemers de bezoekers blij maken. Een rode draad in de activiteiten en beleving bij bezoekers, wordt gevormd door toevalligheden, verrassingen en ontdekkingen in het Meetjesland. Het gaat zowel over het toevallig ontdekken van verrassende plekken, als over toevallige, verrassende ontmoetingen met inwoners en (toeristische) ondernemers.

Uit heel wat verhalen blijkt ook een schat aan kennis over de geschiedenis van de streek, bij toeristische en lokale initiatiefnemers en ondernemers, dorpelingen, gidsen, landbouwers en natuurbeschermers. Deze kennis wordt met passie en trots gedeeld met de bezoeker.

Meetjesland heeft in een deel van de regio al een ambassadeurswerking met bijhorende opleiding voor toeristische initiatiefnemers. Er was ook al een eerste geslaagd experiment met een ambassadeurswerking voor inwoners. In dit transitiepad willen we verder bouwen op beide doelgroepen.

Pak vast

- Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen werken aan het versterken van de rol van ambassadeurs binnen onze sectorwerking. Blijvende opleiding is belangrijk en de ambassadeurs moeten ook goed op de hoogte zijn van hoe beide organisaties werken.
- De onthaalvisie van Toerisme Oost-Vlaanderen verder implementeren, versterken, verbreden en verdiepen.
- Gidsenwerkingen actiever betrekken bij de ambassadeurswerking.
- De traditie van overleg en samen nadenken over de toekomst verder ontwikkelen om eigenaarschap en de fierheid op de regio te versterken. De bestaande ambassadeurs en infopunten opvolgdagen aanbieden waardoor ze zich blijvend verbonden voelen.

Innovatie

- Door te denken in 'netwerken van plekjes' richten we de infrastructuur in zodat er meer toevalligheid, verrassing en ontdekking in de beleving ontstaat.
- Blijvend zichtbaar maken van authentieke verhalen en verborgen geschiedenissen, in nauwe samenwerking met Comeet, IOED, Erfgoedcel Meetjesland en Regionaal Landschap Meetjesland.
- Evenementen organiseren waardoor de inwoners zelf ook toerisme in hun eigen gemeente leren kennen (naar voorbeeld van Toerisme Sint-Laureins 'Fiets & Ontdek').

Transitie – het 'oude' loslaten

- Het oude systeem: 'topdown – bottom up benadering' evolueerde al naar een meer bottom up benadering. Een systeem dat nog sterker kan werken is de 'netwerkbenedering' (zie 'het nieuwe omarmen')

VERHAAL

“Zomer op de stoep”

Het moet op een zomeravond in 2018 zijn geweest. Onze vakantiewoning bestond nog maar een jaartje maar we hadden al heel wat gasten op bezoek gehad. Die periode logeerden er dertigers bij ons... De man van het jonge koppel had zich voorgenomen om een dag met zijn koersfiets tot de kust en terug te fietsen. Goed voor een stevige 100km. Bij terugkomst van de jongeman wachtte zijn vriendin hem op... met de streekbiertjes die we voor hen hadden klaargezet. Ze zaten gezellig op de stoep. Toevallig kwam ik langs. De buurman kwam nog aangereden met een paar Duvels... Het werd een lange, warme, gezellige avond met gasten en burens.

STAD EEKLO

“Inwoners betrekken”

Vanaf 1 juli zal de markt 3 maanden autovrij gemaakt worden, op initiatief van de ‘economische raad’. Inwoners zullen betrokken worden bij de inrichting en aankleding van de autovrije markt. Samen met de gidsen organiseert de stad een jaarlijkse fiets- en ontdekdag voor Eeklonaars om ‘toerisme’ te leren kennen.

GEMEENTE ZELZATE

“Fiere inwoners”

In de wijkraden zou ‘toerisme’ ook als thema op de agenda gezet kunnen worden: ‘fier op je gemeente’. Er moet geen schroom zijn om Zelzate te ‘branden’ als interessante en mooie plek.

Transitie – het ‘nieuwe’ omarmen

- Ook ambassadeurstrategieën opzetten voor (nieuwe) inwoners, zodat zij hun passie kunnen delen en hun kennis kunnen gebruiken bij toevallige ontmoetingen en in hun eigen omgeving.
- Evolueren naar een netwerkbenadering, waarbij Toerisme Meetjesland als een spin in het web zit van alle actoren die bijdragen aan de toeristische ontwikkeling van de regio.
- Successen vieren, door onze realisaties zichtbaar te maken en te delen, met onze partners en onze ambassadeurs.
- Vanuit ankerpunten zoals Huysmanhoeve, Drongengoedhoeve, Kasteel van Wippelgem, Kasteel van Poeke een netwerk uitbouwen met inwoners, lokale socio-culturele verenigingen/organisaties en ondernemers zodat deze bijdragen aan de lokale gemeenschap.

04.01.02 De inwoner

De **inwoner** woont graag op zijn plek, hij kent ze en is er trots op. In een florerende bestemming wordt de inwoner betrokken bij het beleid van de plek, zodat hij zich kan scharen achter de gewenste ontwikkelingen. Hij geniet mee van de positieve effecten van toerisme zoals behoud en versterking van lokale voorzieningen, erfgoed, cultuur, interculturele ontmoetingen, en ondervindt geen overlast van het toerisme.



TRANSITIEPAD 3

De regio (plek) floreert door dorpen te verbinden met het landschap,
en het landschap te verbinden met de dorpen.

In vorige strategische plannen werd al de link gelegd tussen toerisme en 'versterking en leefbaarheid van de dorpskernen'. De uitdaging voor leefbaarheid blijft. In elk van de gesprekken met de gemeentebesturen komt deze nood bovendien. We willen 'bruis' in de dorpen creëren, met aandacht voor de draagkracht van een dorp.

In de verhalen lezen we dat bezoekers op zoek gaan naar reiservaringen in het Meetjeslandse landschap. Een aanzienlijk aantal verhalen gaat over ervaringen aan het water of in de bossen. Wandelen en fietsen vormen de hoofdbrok van activiteiten die voorkomen in de verhalen. Ook inwoners herontdekken, versterkt door de coronacrisis, hun eigen buurt en regio, en genieten van wandelen en fietsen in de natuur. De recreatieve netwerken zijn de basis voor onze toeristische productontwikkeling. Een toekomstvisie daarop is van groot belang als basis waar zowel productontwikkeling, marketing, spreiding, sectorwerking, ... aan op gehangen worden.

Onderweg is er een gemis aan afstapplaatsen waar iets genuttigd kan worden. De uitdaging is om vanuit de 'landschapsbeleving' verbinding te maken met de dorpen, als startplaats, afstapplaats of stopplaats (erfgoed- of cultuurbeleving en interessant ondernemerschap) en bezoekers op die manier tot bij de lokale ondernemer te brengen.

VERHAAL

“Verwonderend Meetjesland”

In kader van een Europees project waren er projectpartners aanwezig uit Nederland (Zeeland) en het zuiden van Engeland. Tussen de vergaderingen door was er een rondrit in het noorden van het Meetjesland, voornamelijk het krekengebied werd aangedaan. Hoewel de mensen uit Zeeland, alsook de personen uit Engeland heel wat gewoon zijn qua open vlaktes en natuur, waren zij verwonderd door de mooiheid van onze regio. De kreken, kronkelende paden, rust & ruimte, vele vogels, kleine dorpskernen, ... waren geheel vernieuwend voor deze groep. Gekoppeld hieraan waren er bezoeken aan lokale cafés of restaurants die de typische smaken van het Meetjesland op het bord brachten.

GEMEENTE MALDEGEM

“Levendige kern”

Ook fiets- en wandelknooppunten die langs de dorpscentra komen is een uitdaging. ‘Hoe kunnen we bezoekers voor en na het fietsen naar onze dorpscentra krijgen?’ Een samenwerking tussen toerisme en lokale economie, in functie van welvaart voor de gemeente en de mensen die er wonen, daar willen we naartoe.

GEMEENTE LIEVEGEM

“Micro-economisch netwerk”

Op een zonnige, zomerse dag passeren duizenden fietsers langs ‘De dijk van Lievegem’. Dit is een sociaal gebeuren, en het versterkt het micro-economisch netwerk langs deze route in de drie kernen. De laatste jaren verdwijnen wel wat kleine handelszaken uit de drie kernen, maar horeca en creatieve kleine ondernemers zorgen voor nieuw leven. Er zit potentieel in de versteviging van de dorpskernen als levendige ontmoetingsplek.

Een dorpen netwerk is, naast toeristische ankerpunten naar het model van Huysmanhoeve, Drongengoedhoeve en kasteel van Wippelgem, een uitstekende basis om verder op te werken. Vanuit de provincie wordt er gewerkt aan een regionaal mobiliteitsplan.

Pak vast

- Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen blijven werken aan de kwaliteit van, en nieuwe mogelijkheden voor de fiets- en wandelnetwerken.
- Het Meetjesland is rijk aan hoeve- en streekproducten. Om de economische leefbaarheid van het land- en tuinbouwbedrijf te versterken, zetten we verder in op het promoten van hoeve- en streekproducten, ook bij de lokale Meetjeslandse horeca.

Innovatie

- In het Onthaalplan Landschapspark Drongengoed wordt gewerkt met het verhaal om via cirkels en dwarslijnen de dorpen met de natuur te verbinden en dat die logica in het netwerk toegepast moet worden. We willen ook ruimer in het Meetjesland linken leggen met mobiliteit en landschapsverbinding met oog voor een wegennet dat landschapsaantrekkelijk is.
- Samenwerken met de dienst Ruimtelijke planning van de provincie op vlak van kernversterking (op schaal en duurzaam) en vrijwaren van de open ruimte.
- Uit de vele suggesties en verhalen noteren we ook een sterke vraag naar zwemplekken in de streek.

Transitie – het ‘oude’ loslaten

- Het doorbreken van het silodenken tussen beleidsdomeinen.
- Koning auto niet meer als uitgangspunt nemen.

Transitie – het ‘nieuwe’ omarmen

- Een toekomstvisie ontwikkelen op de recreatieve netwerken als basis voor toeristische productontwikkeling, marketing, spreiding, sectorwerking...
- Leefbaarheid van het dorp start bij horeca en lokale economie. Toerisme Meetjesland stimuleert de gemeenten om linken te leggen tussen de beleidsdomeinen toerisme en lokale economie, cultuur en vrije tijd om de ‘bruis’ en de sociale verwevenheid van dorpen en wijken te versterken.
- Voor de toegang tot natuur en open ruimte kiezen we strategisch voor meer spreiding en bereik vanuit de dorpen.
- Samenwerking tussen de sectoren landbouw en natuur om te komen tot een grotere natuur- en landschapsbeleving van de wandelnetwerken en wandellussen.
- Mee nadenken over een zachter en multimodaal verkeersmodel. Als toeristische sector een belangrijk argument aandragen om te evolueren naar een weginfrastructuur die prioriteiten legt richting de wandelaar/voetganger, de fietser en het openbaar vervoer.
- Connectie zoeken met fietsverhuur/deelfietsen, deelmobiliteit en openbaar vervoer. Dit kan aangeboden worden in de kernen.
- Het gebruik van waterlopen voor ‘dorps- en kernverbinding’, dat kan vervoer zijn en ook recreatie. De beleving langs en op het water verhogen waar het wenselijk is en niet in conflict komt met de natuurwaarden. Een kans voor ondernemers om aan de slag te gaan met de kano, de sup en de kayak op onze rustige kanalen.
- Evolueren naar een cultuur van “plekhoeders”. Inwoners en ondernemers bewust maken van het ‘landschap’ als gemeenschappelijk goed met aandacht voor zorg voor de plek.
- Het dorp of de kern als gastheer voor bezoekers.
- Als relevante sector moet toerisme kunnen betrokken worden bij cruciale beleidsdomeinen zoals ruimtelijke ordening, herbestemming erfgoed, landschapsbeleid/omgeving.

Een toeristische bestemming floreert wanneer de **plek** aantrekkelijk, aangenaam en veilig is. Wanneer deze uitnodigt tot ontmoeting tussen bewoners, ondernemers en bezoekers, en daarbij niemand uitsluit. De plek laat haar uniek karakter spreken en bewaart haar natuurlijk en cultureel erfgoed.



TRANSITIEPAD 4

In erfgoedbeleid oog hebben voor de oorspronkelijke, échte verhalen die horen bij een plek in herontwikkeling.

In de gesprekken met de gemeenten werd regelmatig de brug gemaakt naar erfgoed. De herbestemming van de kerken ligt op vele tafels, net zoals het herbestemmen van industrieel erfgoed en van daaruit ook de link te maken tussen de stad en het platteland...

De link naar beleidsdomein Erfgoed (cultureel/roerend/onroerend) is hier snel gemaakt. Bij nieuwe/ vernieuwprojecten willen we dan ook uitdrukkelijk oog hebben voor het authentieke, het échte, en dit op een frisse, moderne manier zichtbaar maken. 'Authenticiteit' bewaren en 'vernieuwing omarmen'. De verhalen die horen bij een plek spelen hierbij een belangrijke rol.

Pak vast

- Partnerschap verder uitbouwen met de regionale en lokale erfgoedspelers (inclusief kleine musea) die in het Meetjesland actief zijn.
- Herbestemming van kerken en kastelen: toerisme kan een uitstekend argument zijn om monumenten en erfgoedplekken te bestendigen, en wil hiervoor samenwerken met diensten die het onroerend erfgoed behartigen binnen de regio, de provincie en op Vlaams niveau. Ideeën zoals invulling als toeristisch infopunt, bezoekerscentrum, gebruik van de torens als zichtplekken dienen verder onderzocht te worden.

Innovatie

- Projecten ontwikkelen die de verhalen over het erfgoed op een toegankelijke manier naar de bezoeker brengen
- Van Meetjesland een toeristische ruimte maken waarvoor men komt vanwege de verhalen, zijn rijke geschiedenis en zijn geologische waarde/ligging, en op die manier een merkwaardige positie met aanzien verwerven binnen het aanbod Geopark Schelde Delta.

Transitie – het 'nieuwe' omarmen

- Poekekasteel, Kasteel van Wippelgem, Stadhuis Eeklo, Stadhuis Kaprijke, Huysmanhoeve, Drongengoedhoeve, Jeneverhuis Van Hoorebeke en enkele van onze mooiste kerken laten evolueren naar ankerpunten voor onze regio. Inwoners en lokale ondernemers worden hierin best betrokken.
- De kerk van Boekhoute krijgt een herbestemming. Er zijn plannen om er een kinderopvang in onder te brengen, in een piramide die in de kerk zal staan. De buitenkant van de piramide zal een soort tribune vormen. Ook zijn er mogelijkheden voor een tentoonstellingsruimte en de toren zou op termijn een fijne uitkijkpost tot aan de zee kunnen zijn.

VERHAAL

“Het verhaal van het Snuifmeuleken”

Ooit werd ik rondgeleid door een vroegere bewoner van de beruchtste buurt van Eeklo. Sedert de jaren 70 verdwenen maar alom gekend in Eeklo. Deze buurt, daar woonden dagloners, dokwerkers, vodderapers, boerenknechten, textielarbeiders, zigeuners. Kortom allen leefden op deze afgesloten plaats van de rest van Eeklo. In deze wijk was 1 typisch volkscafé. De meeste bewoners gingen nooit een relatie beginnen met iemand die niet tot de wijk behoorde. Zelfs de agenten durfden niet binnen in de buurt om zaken te controleren. Want de mensen daar schuwden geen geweld als ze vonden onrechtvaardig benaderd te worden. Allen hadden een ruwe bolster maar waren toch goed van inborst. Hier werd ook de legendarische marktzanger Tamboer geboren. Deze volksmenner gebruikte al zijn verhalen van in de buurt om een deel van zijn levensliederen op de markten te brengen. Wel dit verhaal gaf me zoveel kracht en energie om het wondere en ook eenvoudige verhaal van dit Snuifmeuleken gelegen in de buurt van de Boelare in Eeklo om te zetten in een wandeling die over de familie Tamboer gaat.

GEMEENTE ASSENEDE

“Geschiedenis”

Een toekomstige toeristische troef is het Tapijt van Assenede, een initiatief van onderuit, van een stevige groep vrijwilligers. Op termijn zal dit een reizende tentoonstelling worden, nu is de uitdaging om een plaats in Assenede te vinden om de 1000m tapijt op te hangen, en te bekijken hoe de gemeente één en ander kan faciliteren.



TRANSITIEPAD 5

De plek (bestemming) is toegankelijk en gastvrij voor alle diverse doelgroepen.

Hier en daar lezen we ook een verhaal over drempels die bezoekers ervaren, en hoe ze ermee omgaan, om de regio te bezoeken. Toerisme Meetjesland zette in het verleden al in op een aanbod gericht op specifieke doelgroepen (bv. Glutenvrij Meetjesland, toegankelijkheid, ...). Toerisme Oost-Vlaanderen biedt daarnaast ook een stevige ondersteuning voor Rap Op Stap-werking (Toerisme Vlaanderen, [Iedereen Verdient Vakantie](#)), die voor zoveel mogelijk mensen vakantie mogelijk willen maken.

We willen in de toekomst verder impactvolle bezoekerservaringen mogelijk maken, ook voor iedereen die een drempel ervaart om vakantie te kunnen beleven. Want de deugddoende effecten hiervan willen we niemand ontfeggen.

Pak Vast

- De relatie met Iedereen Verdient Vakantie versterken.
- Het initiatief Glutenvrij Meetjesland (sinds 2009) verder uitbouwen of hernieuwen.

Innovatie

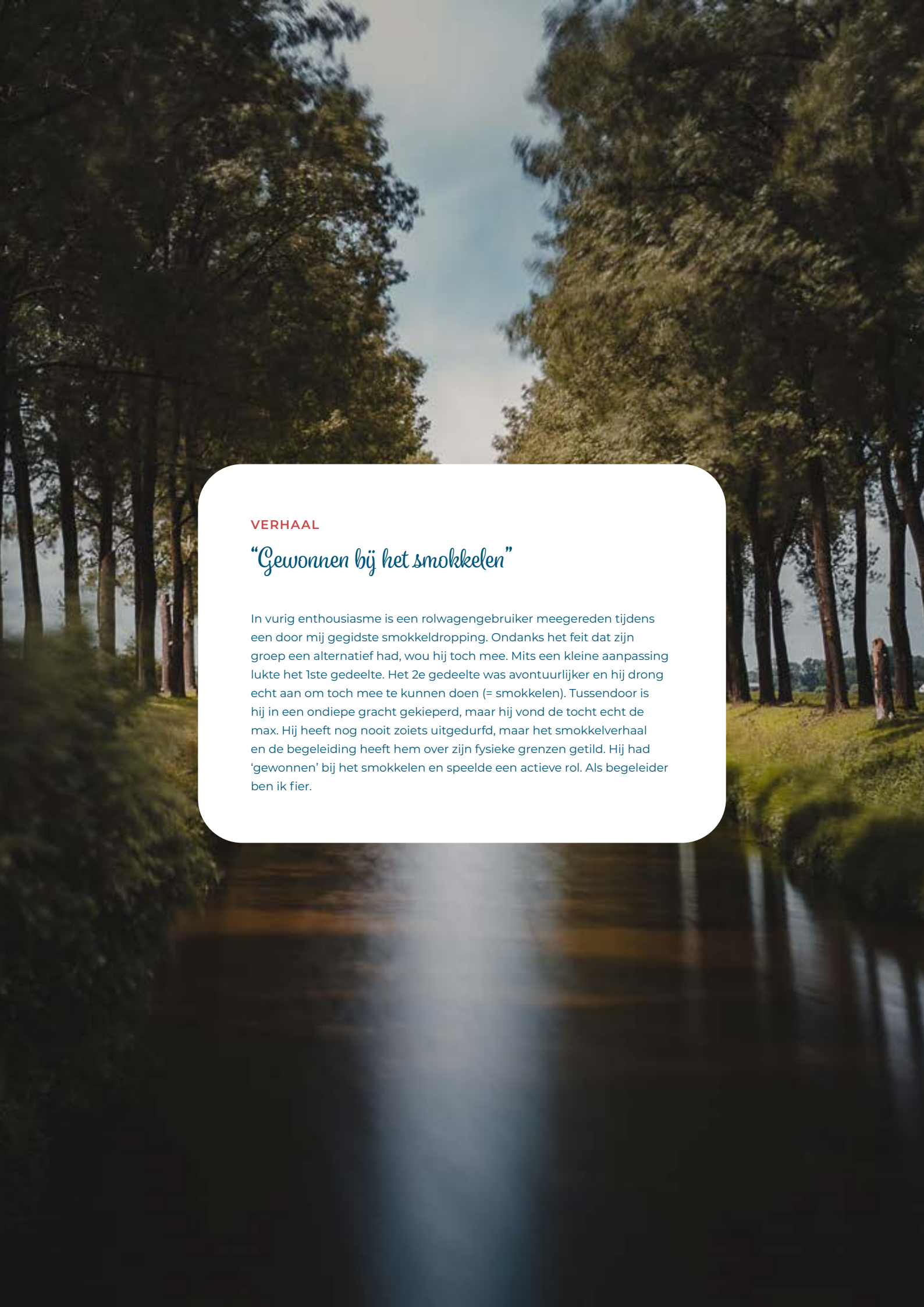
- Stimuleren van het aanbod voor Iedereen Verdient vakantie en toegankelijkheid bij toeristische ondernemers en ook opnemen in het vormingsaanbod.
- Realiseren van toegankelijke, kwaliteitsvolle en duurzame fiets- en wandelroutes.
- Verhalen verzamelen en delen, die duidelijk maken hoe de deugddoende effecten voor de bezoeker, de inwoners als de ondernemer 'helend' kunnen zijn.
- De band met de Rap Op Stapkantoren, Vrijuit, publicq (UitPas) en het Oost-Vlaams Rap op Stapnetwerk in de regio Meetjesland hernieuwen of versterken, om te kijken hoe meer drempelverlagende initiatieven in toerisme kunnen ontstaan.

Transitie – het 'oude' loslaten

- Te eng in 'traditionele doelgroepen' denken.

Transitie – het 'nieuwe' omarmen

- Een meer divers publiek bereiken. We kijken uitdrukkelijk naar andere culturele gemeenschappen uit Meetjesland en omgeving om te recreëren in of op bezoek te komen naar het Meetjesland om te wandelen en te fietsen.



VERHAAL

“Gewonnen bij het smokkelen”

In vurig enthousiasme is een rolwagengebruiker meegereden tijdens een door mij gegidste smokkeldropping. Ondanks het feit dat zijn groep een alternatief had, wou hij toch mee. Mits een kleine aanpassing lukte het 1ste gedeelte. Het 2e gedeelte was avontuurlijker en hij drong echt aan om toch mee te kunnen doen (= smokkelen). Tussendoor is hij in een ondiepe gracht gekieperd, maar hij vond de tocht echt de max. Hij heeft nog nooit zoiets uitgedurfd, maar het smokkelverhaal en de begeleiding heeft hem over zijn fysieke grenzen getild. Hij had ‘gewonnen’ bij het smokkelen en speelde een actieve rol. Als begeleider ben ik fier.

04.01.04 De ondernemer

Een toeristische bestemming floreert wanneer de **ondernemer** vitaal en rendabel is, en veerkrachtig kan omgaan met verandering. De ondernemer is een gepassioneerde ambassadeur van de plek waarin hij werkt. Hij houdt rekening met de impact van zijn activiteiten op de andere plekhouders en op de plek, en wil positief bijdragen aan de florerende gemeenschap.



TRANSITIEPAD 6

Omstandigheden creëren om toeristische ondernemers te helpen betekenisvol en klimaatgezonder te ondernemen.

In de verhalen lezen we vooral ervaringen van veerkrachtige, slagkrachtige en gepassioneerde ondernemers. De pandemie vormde evenwel een uitdaging voor toeristische en andere ondernemers om creatief in te spelen op deze crisis. Het leert ons dat het belangrijk is om te blijven inzetten op de veerkracht van wie werkt en onderneemt in de sector. We zetten in op competentieverhoging van toeristische ondernemers op dit vlak, en verbinden hen zodat de groep elkaar sterker maakt.

We willen ook inzetten op duurzame rentabiliteit, ook met het oog op volgende mogelijke crisissen, en uitlopers van deze. Innovatieve inspanningen van onze ondernemingen hierin willen we ondersteunen.

Pak vast

- Verderzetten van 'het in beeld brengen' van de ondernemer als gezicht voor de regio.
- Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen zetten hun inspanningen verder om 'kleinschaligheid' en 'slow' als belangrijke pijler voor de communicatie over het Meetjesland.
- Er wordt doorlopend werk van gemaakt om de vele beschikbare informatie ter ondersteuning van de (toeristische) ondernemer vanuit Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland tot bij de ondernemer te krijgen.
- Verder samenwerken met (regionale) ondernemersorganisaties zoals HORECA en Unizo.

Innovatie

- Toerisme Oost-Vlaanderen professionaliseert haar sectorwerking via het uitwerken van een nieuwe visie hierrond.
- Bij sectoroverleg en de uitbouw van gemeentelijke toeristische adviesorganen maken we telkens de oefening hoe geplande initiatieven kunnen bijdragen aan een florerende bestemming.
- Zes toeristische initiatieven (vooral logies) behaalden reeds het 'Green Key'-label. Zij zullen als inspiratie dienen om in het Meetjesland minstens een verdubbeling in aantal 'Green Key'-labels te halen.
- Evolueren naar Meetjesland Klimaatneutraal.
- Ondernemers worden via vorming en inspiratie gestimuleerd om klimaatvriendelijke en ecologische maatregelen te nemen die de milieulast van de sector kunnen doen dalen.
- Het ondernemersnetwerk vergroten door het organiseren van Ondernemerscafés.



GEMEENTE SINT-LAUREINS

“Tiny Lodges”

Ook lokale ondernemers weten de toeristische dienst zeer goed te vinden als ze een idee hebben. Tijdens de voorbije periode hadden mensen tijd om na te denken, en zijn er wel wat nieuwe ideeën ontstaan. Zo kwam er een vraag om ‘Tiny Lodges’ te mogen plaatsen. Er is snel geschakeld om stedenbouwkundig in orde te zijn, en dit te kunnen realiseren.

GEMEENTE KAPRIJKE

“Beleidsdomeinen integreren”

Aanpalende trajecten bij toerisme zijn initiatieven rond klimaat, milieu en landbouw. Angär, platform voor lokale talenten en creatieve hoogvliegers, is een interessante partner om hier mee uit te nodigen.

Transitie – het ‘oude’ loslaten

- Concurrentie als economische motor.

Transitie – het ‘nieuwe’ omarmen

- Samenwerking als economische motor.
- Inzetten op korte keten met aandacht voor lokale en regionale hoeve- en streekproducten.

04.02

De gemeenschap betrekken, netwerken en partnerschappen uitbouwen



TRANSITIEPAD 7

Gedeeld leiderschap stimuleren via co-creatie.

Het co-creatief samenwerken via participatief en waarderend werken in Meetjesland wordt jaar na jaar sterker en meer doorgedreven. Toerisme Meetjesland ondersteunt verschillende regionale overlegplatformen zoals het logiesoverleg, het evenementenoverleg, Meetjeslandse cafés en Meetjeslandse restaurants, en samenkomsten van lokale toeristische ambtenaren en lokale toeristische beleidsverantwoordelijken. Gemeenten nemen ook zelf participatie-initiatief en starten met het oprichten of het verder uitbouwen van lokale toeristische overlegplatformen. Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen nemen zelf dan weer een actieve rol in overleg op provinciaal en Vlaams niveau.

Op de Toekomstdag spraken vele deelnemers hun waardering uit voor deze manier van werken. We willen dan ook verder evolueren naar een genetwerkte samenwerking. Soms schept dit ook verwachtingen naar het zichtbaar en tastbaar maken van 'resultaten'. Dit is niet altijd evident omdat het vaak om langdurige processen gaat, die in eerste fases onzichtbaar blijven.

De trots van Meetjeslandse enthousiastelingen leidt alleszins vaak tot langdurige participatie onder de vorm van vrijwilligerswerk, het leggen van linken met verenigingen, feedback over de netwerkinfrastructuur of constructieve opmerkingen over het beleid die ter harte moeten genomen worden.



TOEKOMSTDAG

Feedback van de deelnemers

Inwoners nog meer betrekken, verrijking door ideeën van anderen te horen, ondernemers aantrekken en met hen in gesprek gaan, belang van creativiteit en co-creatie, verbondenheid, contacten, dorpen activeren van onderuit moet kunnen....

GEMEENTE EVERGEM

“Inwoners betrekken”

Het domein Kasteel van Wippelgem is sinds 2008 eigendom van de gemeente. Hiermee garandeert het bestuur het voortbestaan van dit bijzondere stuk Evergems erfgoed: versnippering wordt tegengegaan en de komende generaties kunnen een uniek parkdomein uitbouwen aan de rand van het stedelijk gebied. Met een werkgroep waar elke inwoner in kon participeren werd een beheersplan uitgetekend voor dit domein.

Pak Vast

- Onderzoeken op welke plekken co-creatie versterkt kan worden.

Innovatie

- Participatief en waarderend werken doortrekken in het Meetjeslands logiesoverleg, evenementenoverleg, gidsenoverleg, overleg toeristische diensten...
- De overlegplatformen groeien in zelfstandigheid en nemen het leiderschap (trekkersrol) meer op zich.
- De gemeenten van het Meetjesland stimuleren en ondersteunen om een actief gemeentelijk overlegplatform 'toerisme' of toeristische raad op te richten.

Transitie – het 'nieuwe' omarmen

- Participatief en waarderend werken enthousiasmeert en zorgt voor een grotere betrokkenheid van de verschillende actoren, ook buiten het traditionele toeristische veld. Het is een integrale benadering die ook extra ondersteuning vraagt vanuit de gemeenten.
- Toerisme als voorbeeld voor andere beleidsdomeinen inzake co-creatieve aanpak. Onze verhalen delen en successen vieren met andere partners buiten toerisme en buiten de regio.
- 'Proeftuin zijn' voor een co-creatieve projectmatige aanpak in beleid (waarderend en participatief).



TRANSITIEPAD 8

Doorbreken van de grenzen tussen de regionaal toeristisch afgebakende geografische gebieden.

Onze regio maakt deel uit van een welvarende toeristische driehoek die ligt tussen toeristische parels als Brugge, de Belgische Oostkust, Zeeuws-Vlaanderen en Gent. Een mooi, vrij ongeschonden gebied waar het goed fietsen en wandelen is. Wij willen dan ook voluit kiezen voor partnerschappen over de grenzen van onze regio heen, om samen te werken met al onze toeristische bureaus.

Pak Vast

- De grensoverschrijdende samenwerking met de Zwinstreek verder uitbouwen en samen met de partners het gebied promoten
- De samenwerking met Brugse Ommeland rond Landschapspark Bulskampveld verder uitbouwen
- De Vlaams-Nederlandse samenwerking binnen Geopark Schelde Delta, Unesco Geopark in oprichting verder mee vorm geven en uitbouwen.

Innovatie

- Thematische samenwerking zoeken met buurregio's
- Samen met de Leiestreek het gebied rond de Oude Kale en Vinderhoutse bossen verder ontwikkelen en op de kaart zetten.



VERHAAL

“Het beeld van Radio 2 – ‘Eenheid in verscheidenheid’”

Het Meetjesland was voor mij onbekend terrein. Het viel mij op dat de regio Waarschoot-Zomergem vooral kleine boerderijen heeft met een eigen sfeer. Zelzate heeft een totaal ander karakter, zelfs erg verschillend van Eeklo. Maar wat mij boeide was de noordelijke kant: Sint-Laureins, Watervliet en de grenszone. Een prachtig gebied met vele krekens, een overstromingsgebied en natuurlijk het gekende beeld van Radio 2 in de kreek. Boeiend voor mij is de historie van de grens, de smokkel en de grenspalen. Het aandeel van de abdijen Sint-Pieters en Sint-Baafs in de ontwikkeling van het poldergebied is bepalend voor de streek. Hun grenspalen, samen met die van 1843, zijn op zich al een boeiend verhaal. Toerisme heeft die smokkel al meermaals belicht en daar zie ik de aansluiting met de smokkel in het Waasland. Daar is echt nog wat te realiseren tussen de Toerismediensten (Toerisme Oost-Vlaanderen inclusief)! De charme van het Meetjesland is dat heel de noordelijke zone een rustgebied is.



TRANSITIEPAD 9

Samenwerking zoeken over de verschillende beleidsgebieden heen.

Uit het kwalitatieve onderzoek blijkt dat de traditionele beleidsdomeinen dichter bij elkaar komen te liggen, en dat de **'schotten'** tussen deze domeinen beginnen vervagen. Zeker in de context van florerende bestemming en gemeenschap wordt het beleidsdomein toerisme uitgedaagd om nog meer samenwerking te zoeken met de beleidsdomeinen erfgoed, cultuur, vrije tijd, lokale economie, ruimtelijke planning,...

04.03

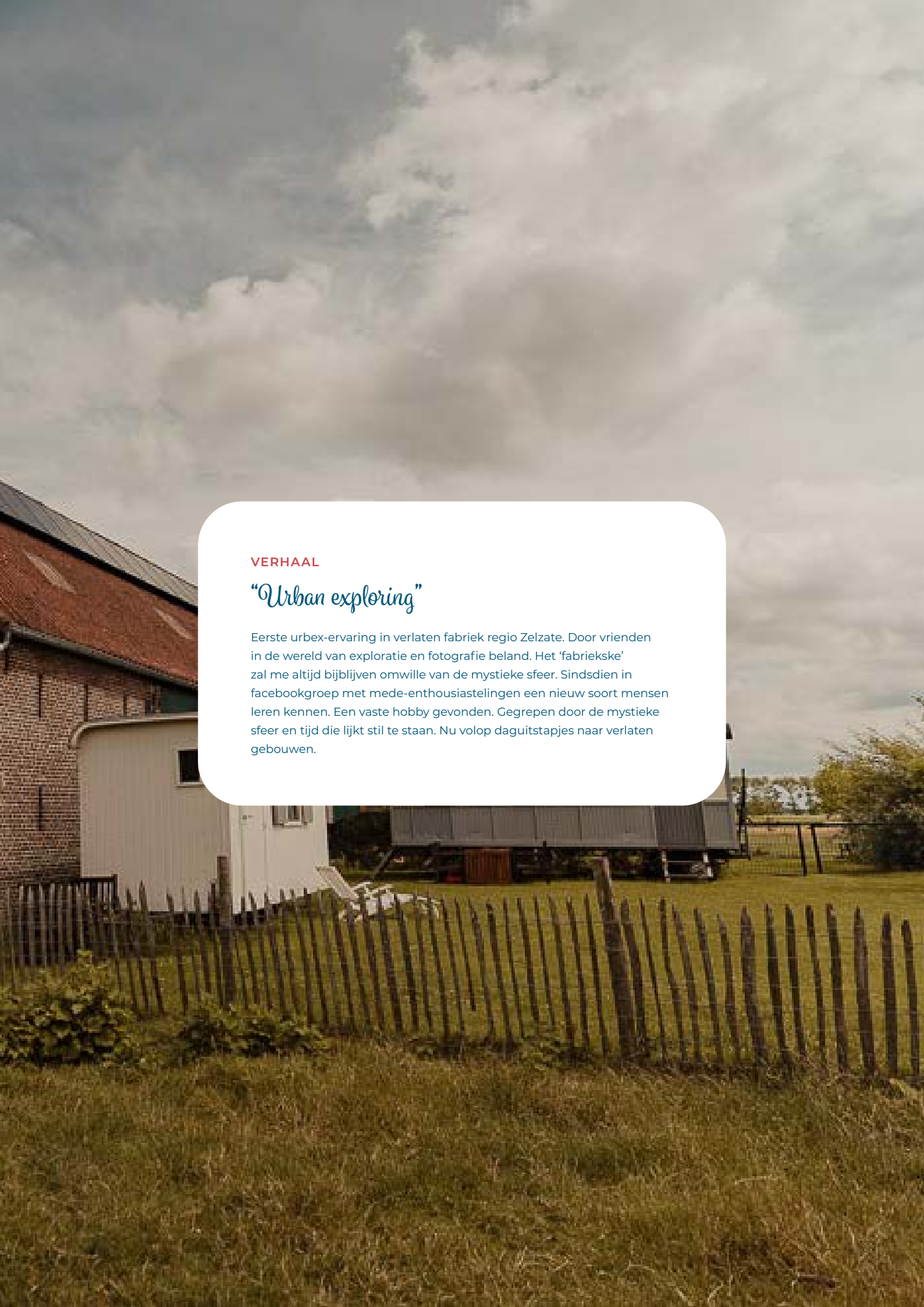
Transitiepad in marketing



TRANSITIEPAD 10

Marketingaanpak met verhaallijnen ter ondersteuning van de ontwikkeling van de regio.

Een uitgesproken 'MEERmarketing' is niet waar we in het Meetjesland naartoe willen: we moeten los van een exclusieve focus op groei. We willen ook in marketing verder denken dan een te enge focus op enkel meer bezoekersaantallen, meer kliks op de website, meer fans op sociale media. We willen ook dat bezoekers het verhaal van de streek beter leren kennen, betekenisvolle ontmoetingen hebben en zich verbonden voelen met de plek. We gaan dan ook de marketing parallel met onze productontwikkeling gebruiken om een betere streek te maken, een betere plek voor inwoners, ondernemers en de bezoekers die we ontvangen.



VERHAAL

“Urban exploring”

Eerste urbex-ervaring in verlaten fabriek regio Zelzate. Door vrienden in de wereld van exploratie en fotografie beland. Het ‘fabriekske’ zal me altijd blijven omwille van de mystieke sfeer. Sindsdien in facebookgroep met mede-enthousiastelingen een nieuw soort mensen leren kennen. Een vaste hobby gevonden. Gegrepen door de mystieke sfeer en tijd die lijkt stil te staan. Nu volop daguitstapjes naar verlaten gebouwen.

Onze communicatie zal daarom nog meer een conversatie worden. Met bezoekers, inwoners en ondernemers. Samen willen we zoeken naar hoe we de 'échétheid' van de regio zichtbaar kunnen maken. We blijven zoeken naar mensen die met passie het verhaal kunnen vertellen. Vertellers met een unieke stem, die een connectie hebben met de regio. Dit geeft eveneens goesting om 'Meetjesland... maak het mee!' als ken-merk verder mee uit te dragen. Het woord kenmerk in de betekenis van 'een merk dat mensen moeten kénnen'. Dit Toekomstplan daagt ons uit om nog meer in te zetten op verdieping, op connectie met "de plek en haar mensen". Aansluitend bij de vorige transitiepaden, gaan we heel erg voor 'het kleine', 'het rustige', 'het stille'.

Pak Vast

- Het merk Meetjesland verder uitdiepen samen met de partners die betrokken waren bij het tot stand komen van dit Toekomstplan. De verhalen die in het SenseMaker onderzoek verzameld zijn en de output van de Toekomstdag bekijken we vanuit een marketingbril. Met als kader bovenstaande transitiepaden, puren we er de kernwaarden en verhaallijnen voor de toekomst uit.
- Aansluitend evalueren we samen met onze stakeholders de vlag "Meetjesland... maak het mee!"; ontwikkeld als ken-merk voor de regio (dus niet alleen toerisme).
- Blijven werken met reporters met professionele achtergrond, en inzetten op teamwork van creatievelingen.
- Belangrijk is alvast om vast te houden aan onze authenticiteit, onze 'échétheid' (zie transitiepad 1), en dit ook door te trekken in onze communicatie.

Innovatie

- De vernieuwing van (online) conversatie is in tien jaar tijd niet opgehouden en duurt onverminderd voort. We willen sociale media positief gebruiken om bij te dragen aan de doelstellingen en om aan contentmarketing te doen.
- We willen bezoekers voor de natuurgebieden via onze marketing leiden naar de dorpen of naar ankerplekken die erop voorzien zijn (Het Leen, Huysmanhoeve, Poekekasteel, Kasteel van Wippelgem, ...). Dit kan door te wijzen op alternatieve toegangswegen, parkeergelegenheden verder van de plek, ... of door in infobladen van gemeentes te spreken over de uitdagingen van een plek (mogelijke parkeeroverlast, afval,...)

Transitie - oude loslaten

- Onze marketing inzetten om bezoekers te spreiden over de regio.

Transitie - het nieuwe omarmen

- Inspelen op de draagkracht van bovengenoemde plekken wordt deel van onze marketingstrategie. We willen graag (1) een actief bezoekerspubliek van buiten het Meetjesland en van eigen streek, dat zich betrokken voelt bij de bestemming en er mee zorg voor wilt dragen en (2) ondernemers en inwoners die mee kunnen zoeken naar hoe de plek kan beschermd worden en hoe ze bezoekers op de best mogelijke manier kunnen ontvangen. Bij het sterk promoten van bepaalde plekken willen we op voorhand ondernemers of zelfs omwonenden betrekken/bevragen.
- Door een goede conversatie met ons publiek een heel jaar door interessant zijn zonder daarvoor dé trekpleister van (Oost-)Vlaanderen te moeten zijn. Er is een gezonde wisselwerking met een publiek dat graag en vaak komt, maar dat ook voor andere buurregio's zal kiezen op het moment dat het ergens te druk is. Samenwerking in marketing met goede burens als Leiestreek, Brugse Ommeland, Waasland, Zeeuws-Vlaanderen, Gent en Brugge kan ervoor zorgen dat Meetjesland het stukje peper en zout is als mensen naar dit stukje Vlaamse land (entre Bruges et Gand ...) komen afgezakt.
- Om dit alles waar te maken zullen we ook op een andere manier moeten gaan meten of we op de goede weg zijn. Systematische bewoners- en bezoekersonderzoeken moeten ons toelaten om goed te kunnen monitoren hoe mensen plekken en activiteiten ervaren, en hoe we het broze evenwicht tussen 'meer mensen van onze ruimte, horeca en logies laten genieten' en 'authenticiteit & stilte bewaren' kunnen bewaren. Verder inzetten op verhalen en ervaringen sprokkelen (offline en online) kan daarbij helpen (zie transitiepad 14).



UIT GESPREK MET TOERISME OOST-VLAANDEREN EN TOERISME MEETJESLAND OVER MARKETING

“Verhalen brengen”

We kiezen nu al bewust voor reporters met professionele achtergrond die goed gebriefd worden over hoe we verhalen willen brengen. Wat we zeker moeten behouden is de methode ‘teamwork van creatievelingen’ waarmee we de laatste jaren altijd aan de slag zijn gegaan. Met een goede filmer, een verhalende fotograaf, een lay-outer die meedenkt en pennen die de lat al eens hoger durven leggen, échte auteurs, stellen we ook vast dat bovenstaande authenticiteit wel degelijk aangeraakt wordt. Wie schrijft en verblijft in het Meetjesland mét een hart, spreekt erover om nog vaak terug te komen. We hebben op deze manier enkele auteurs uit eigen regio; uit binnen- en buitenland aan ons gebonden. Deze manier van inhoudelijk werken rond het Meetjesland blijkt aan te slaan, en al zeker bij het fiets- en wandelpubliek die gaat voor dat tikkeltje meerwaarde. We zijn in het verleden ook altijd voor ‘mooie’ hardware gegaan, leuke papieren publicaties met een soort ‘patine’ (hier ook weer authenticiteit). Dit blijft belangrijk voor de regio, om die kwaliteit aan te houden.

Groeien naar een florerende organisatie



Uit het nieuwsgierig vraaggesprek met de medewerkers van Toerisme Meetjesland en Toerisme Oost-Vlaanderen, de resultaten uit de Toekomstdag: 'wat moet Toerisme Meetjesland zeker (niet) doen in de toekomst'²³, de feedback van de deelnemers aan de Toekomstdag²⁴ en de resultaten uit de nieuwsgierige vraaggesprekken met de gemeenten²⁵, zien we volgende transitiepaden voor de organisatie Toerisme Meetjesland en haar medewerkers.



TRANSITIEPAD 11

Evolueren naar een eenvoudige administratieve structuur met
een sterke betrokkenheid van de streek.

We willen evolueren naar een administratief vereenvoudigde en eenduidigere werking, zodat we ons ten volle kunnen inzetten voor de ondersteuning van toeristische initiatieven en promotie van de regio. Hierbij willen we een sterke binding en betrokkenheid met de regio behouden en zelfs waar mogelijk nog versterken.

De huidige structuur zorgt voor een hoge administratieve last en onduidelijkheid bij de verschillende partners. Daarbij komt nog dat de werking van Toerisme Meetjesland en die van Toerisme Oost-Vlaanderen zodanig met elkaar verweven zijn, dat het zelfs in dit Toekomstplan niet altijd duidelijk is waar we de ene en waar de andere moeten benoemen als partner of initiator. Dikwijls is het beiden.

In de komende periode willen we met alle partners onderzoeken welke alternatieven hiervoor mogelijk zijn en deze implementeren om ons ten volle inhoudelijk in te kunnen zetten.

²³ Toekomstdag: wat moet Toerisme Meetjesland zeker (niet) doen in de toekomst: zie Mentimeter in Annex 4

²⁴ Zie Annex 3 - Rapport Fase 2 - Toekomstdag: feedback deelnemers – zie laatste pagina rapport

²⁵ Zie bijlage 1, hfdst 1 Nieuwsgierige vraaggesprekken met de gemeentebesturen in het Meetjesland, en Annex 5: volledige verslaggeving



TRANSITIEPAD 12

Kleine initiatieven clusteren en verbinden.

Het team Toerisme Meetjesland verbindt de kleine initiatieven die overal ontstaan en maakt er clusters van. Dit om een aantrekkelijke, verhalende vertaalslag naar de bezoeker – op zoek naar een impactvolle reiservaring - te kunnen maken.

De medewerkers van Toerisme Meetjesland zijn als de spin in het web, die draden trekt en mensen en initiatieven met elkaar in contact brengt. Naargelang waar een gemeente, initiatief, overleg... staat neemt ze een meer ondersteunende rol, zolang nodig, en werkt ondertussen aan de autonomie van de diverse actoren.

Concrete rollen zijn:

- Doorlopend en herhalend informeren
- De juiste mensen bij elkaar brengen – alle betrokkenen
- Een trekker vinden, deze opleiden, verzorgen en nabij zijn
- De juiste vragen stellen
- Onderstromen zichtbaar maken en ontrafelen
- Participatie en co-creatie ingang doen vinden op de verschillende plekken in Meetjesland waar mensen samen werken
- Regelmatig overleg met sleutelfiguren, trekkers – vinger aan de pols
- Linken leggen met andere expertise in het veld, ook grens- en sector-overschrijdend
- De weg naar mogelijke financiering wijzen
- De motor zijn van kennisdeling en ervaringsuitwisseling

04.05

Borging, kwaliteitsbewaking, meetkader en monitoring



Om vinger aan de pols te houden, en om te bewaken dat de transitiepaden verder richting florerende bestemming en gemeenschap evolueren, formuleren we hieronder nog twee transitiepaden die hiertoe bijdragen:



TRANSITIEPAD 13

Borging en kwaliteitsbewaking bij het ontwikkelen van nieuwe producten/projecten/aanbod/....

Een vaststelling uit de kwalitatieve onderzoeken, is dat het niet altijd duidelijk is hoe lang 'producten' of 'aanbod' mee gaan. Wanneer wordt iets vernieuwd? Waarom wel, waarom niet? Voor de komende beleidsperiode willen we dan ook aandacht besteden aan het bepalen van wat de doorlooptijd en levensduur is voor elke actie die we opzetten.



TRANSITIEPAD 14

Meetkaders en verhalend werken als hulpmiddel gebruiken voor verdere ontwikkeling en monitoring van initiatieven.

Het verhalend werken als extra toegevoegde manier om te 'meten' verder ontwikkelen.

Toerisme Vlaanderen werkt op dit moment aan een nieuw meetkader²⁶ om de meerwaarde van het werken aan een florerende bestemming voor de bezoeker, ondernemer, bewoner en plek in de toekomst te kunnen monitoren. Basis van dit meetkader is de roos op volgende pagina.

Binnen dit meetkader worden voor elke stakeholdergroep (bewoners, bezoekers, ondernemers) en de plek belangrijke dimensies afgebakend waarop toerisme een positieve invloed kan hebben – of waar mogelijke negatieve effecten kunnen gemonitord worden. Er wordt daarbij uitgegaan van bestaande kennis in verschillende domeinen zoals levenskwaliteitsstudies, studies omtrent de toeristische belevingswaarde en duurzame bedrijfsmodellen. Het kader geeft op die manier aandacht aan sociale en ecologische effecten, zonder de positieve economische impact uit het oog te verliezen.

²⁶ Bron: 'Monitoring van onze nieuwe visie: meetkader voor een florerende bestemming', Toerisme Vlaanderen, website Reizen naar Morgen

Ook de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen of Sustainable Development Goals (SDG's) bieden een stevige structuur om geïnspireerd te geraken, en vormen een kompas om duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen vorm te geven.

Alle indicatoren²⁷ binnen het meetkader van Toerisme Vlaanderen en de indicatoren die horen bij de SDG's kunnen onderwerp van gesprek en verhalen zijn op de diverse platformen binnen en rond Toerisme Meetjesland, om op die manier vinger aan de pols te houden van de evoluties.

Naast deze meetkaders is het nog belangrijker om de verhalen van initiatieven of ervaringen met elkaar te delen. Net deze verhalen maken de evolutie tastbaar en concreet en zeggen veel meer dan een cijfer.

Bovenstaande meetkaders zijn niet alleen bruikbaar als monitoring systeem. Ze helpen ook bij het opzetten van projecten of nieuwe initiatieven. Het wordt dan een werkinstrument om een project vanuit de verschillende invalshoeken te bekijken om het zo meer florerend te maken.

²⁷ Noot van Toerisme Vlaanderen bij het meetkader 'Om rekening te houden met het feit dat veel indicatoren nog niet beschikbaar zijn – bijvoorbeeld omdat ze technisch gezien niet verzameld worden (e.g. uitstoot van toeristische ondernemingen) – wordt het meetkader ontwikkeld op twee niveaus. Niveau 1 is dan het meest gedetailleerde niveau dat vooral theoretisch wordt uitgewerkt en dienst doet als toolbox. Niveau 2 verzamelt een beperkte set van indicatoren die als quasi-universeel kunnen beschouwd worden en die een min of meer objectief beeld kunnen vormen van de evolutie in kernaspecten van de florerende bestemming.

04.06 Bronnen



- *Allard Everts & Steven Olthof*, Dansen met dilemma's, op weg naar wederzijdse winst, 2017
- *Arita Baaijens*, Paradijs in de polder, 2018
- *Bert Lauwers*, Professor Jan van der Borg strijdt tegen overtoerisme: 'Luister eerst naar wat de bewoners willen, en stem daar je toeristische beleid op af', artikel Trends, 11 juli 2019
- *Bruno Paternoster*, Duurzaam toerisme was een opstap voor Reizen naar Morgen, artikel website Reizen naar Morgen, 2020
- *Chené Swart*, Re-Authoring the World, 2013
- *Cyriel Kortleven*, Timespiration, 2013
- *Cyriel Kortleven*, Less is beautiful, 2013
- *Geert Schmitz*, Krijg de geest, over bezielde gemeenschappen en een bescheiden betrokken bestuur, 2019
- *Frederic Laloux*, Reinventing Organizations, 2016
- *Griet Bouwen*, Els Hillaert, Verhalen Iedereen Verdient Vakantie over Meetjesland, www.verbindjeverhaal.be, 2020
- *Herman Toch*, Transformeren om te overleven, 2013
- *Herman Toch & Ann Maes*, The positive sum game, beter voor mij + beter voor de wereld, voor merken, bedrijven, organisaties en mensen, 2019
- *Ilya Leonard Pfeijffer*, Grand Hotel Europa, 2018
- *Jackie Stavros & Cheri Torres*, Conversations Worth Having, 2018
- *Jeremy Smith*, A future template for resilience? How we can repurpose tourism and support local communities, blog, mei 2020
- *Kate Raworth*, Donuteconomie, 2019
- *Marco Scholtz & Kaat De Ridder*, Een focus op binnenlandse recreatie voor de zomervakantie van 2020, COVID-19 en de reis- en recreatieplannen van Vlamingen, Thomas More Hogeschool, mei 2020
- *Martin Seligman*, Flourish, 2011
- *Margaret Wheatley & Deborah Frieze*, Walk Out Walk On: A Learning Journey into Communities Daring to Live the Future Now, 2011
- *Michelle Holliday*, The Age of Thrivability – Vital Perspectives and Practices for a Better World, 2016
- *Otto Scharmer*, De essentie van Theorie U, kernprincipes en toepassingen, 2018
- *Peter Block*, Community, 2008
- *Peter Block*, The answer to how is yes, 2002
- *Peter Vantighem*, Massatoerisme is dood, moet het wel verrijzen?, artikel De Standaard, 25 april 2020
- *Roman Krznaric*, The Good Ancestor, how to think long term in a short-term world, 2020
- *Rob Hopkins*, Michael Thomas, with input from Sophy Banks, Ainslie Beattie, Ben Brangwyn, Naresh Giangrande, Sarah McAdam, Claire Milne, and Transitioners around the world, The Transition Network, The Essential Guide to Doing Transition, Getting Transition started in your street, community, town or organisation, 2016
- *Richard Barret*, The values-driven organization, 2013
- *Rutger Bregman*, De meeste mensen deugen, 2019
- *Simon Sinek*, Begin met het waarom, 2009
- *Toerisme Vlaanderen*, Grootschalige Luisteroefening 'Op zoek naar de kracht van reizen', samenvattend eindrapport, juli 2018
- *Toerisme Vlaanderen*, Toerisme in kerncijfers, editie 2019
- *Toerisme Vlaanderen*, Reizen naar Morgen, boek, magazine, website en FB-pagina, www.reizennaarmorgen.be, 2017-2020
- *Toerisme Vlaanderen*, Reizen naar Morgen, aanbevelingen voor het toerismebeleid 2019-2024 – Memorandum van Toerisme Vlaanderen, 2019
- *Zuhal Demir*, Beleidsnota Toerisme 2019-2024, ingediend door minister Zuhal Demir, Vlaams minister van Justitie en Handhaving, Omgeving, Energie en Toerisme

**BIJLAGEN
BIJ HET
TOEKOMSTPLAN
‘TOERISME IN HET
MEETJESLAND’**

BIJLAGE 1: Kwalitatief onderzoek voor dit toekomstplan	51
1. Nieuwsgierige vraaggesprekken met de gemeentebesturen in het Meetjesland	51
1.1. Algemene tendensen uit deze gesprekken	51
1.2. Projecten, wensen en dromen van de gemeenten	52
2. Grootschalig Luisteren naar bezoekers, ondernemers, medewerkers uit de publieke sector en inwoners van het Meetjesland	54
2.1. SenseMaker: een woordje uitleg	54
2.2. Bevestigende en verrassende ontdekkingen uit de eerste analyse uit Sensemaker	54
3. De Toekomstdag: onderzoeken en betekenis geven	55
4. Nieuwsgierig vraaggesprek met de regiocoördinator en medewerker regiocoördinatie van Toerisme Meetjesland	57
BIJLAGE 2: Methodische aanpak van het traject naar het toekomstplan	57
1. Enthousiasmeren door een uitgesproken co-creatieve werkwijze	57
2. Versterken van wat al kiemt vanuit Waarderend Onderzoek	57
3. ‘Florerende bestemming’ zichtbaar maken voor de buitenwereld	59
BIJLAGE 3: Leidraad nieuwsgierige vraaggesprekken met de gemeenten van het meetjesland	60
BIJLAGE 4: Over rollen in transitiepaden	61
BIJLAGE 5: Samenstelling van de Stuurgroep Toekomstplan	62
BIJLAGE 6: Deelnemers aan de Toekomstdag op 15 september 2020	63

BIJLAGE 1

KWALITATIEF ONDERZOEK VOOR DIT TOEKOMSTPLAN

1. *Nieuwsgierige vraaggesprekken met de gemeentebesturen in het Meetjesland*

De schepenen en ambtenaren toerisme, de burgemeesters en de voorzitters van toeristische adviesraden en VVV's van de gemeenten van het Meetjesland werden uitgenodigd voor een gesprek met de regio-coördinator, regiomedewerker en voorzitter van Toerisme Meetjesland.

In deze gesprekken werden de globale doelstellingen van Reizen naar Morgen en florerende bestemming toegelicht, en een dialoog gevoerd over de toeristische evoluties op lokaal en regionaal niveau en de wederzijdse verwachtingen van de gemeenten en Toerisme Meetjesland. Op deze manier werd ook bij lokale toekomstdenkers en toekomstmakers een draagvlak gecreëerd voor het Toekomstplan Toerisme in het Meetjesland.

1.1. Algemene tendensen uit deze gesprekken¹

De bezoeker de weg wijzen

- Informatie over fietsen en wandelen, in combinatie met horeca en bezienswaardigheden aanbieden
- Potentieel van verbroederings-, jumelages en zuster gemeenten
- Gezamenlijke activiteitenkalender van de regio, met betrokkenheid van de horeca
- Nood aan ondersteuning en professionalisering op vlak van communicatie naar de bezoeker

De ondernemers betrekken en ondersteunen

- Goed werkende adviesraden en overlegplatformen en plannen om toeristische overlegplatforms op te starten
- Creatieve, kleine ondernemers zorgen voor nieuw leven in de dorpskernen
- Creativiteit van ondernemers in coronatijd

De plek – aansluiten op het Meetjesland DNA

- Meetjeslandse gemeenten als uitvalbasis naar andere gebieden
- Verbinding maken met de stad

De inwoners participeren: wat goed is voor de inwoners is ook goed voor de bezoeker

- Wijkraden waarbij 'toerisme' ook als thema op de agenda kan
- Fier zijn op de gemeente, genieten van de eigen streek, en dit uitdragen
- Herontdekking van de eigen plek in coronatijden
- Kennismakingsactiviteiten met de lokale horeca en logies

¹ Volledige verslaggeving: zie Annex 5

Ondersteuning door Toerisme Meetjesland

- Regionaal overleg wordt gewaardeerd, zowel inhoudelijk als methodisch
- Grootchaliger acties naar de regio aantrekken (bv. project rond 'natuurlijke torens' in het Meetjesland)
- Verbinding maken tussen projecten in de verschillende gemeenten om samenwerking te stimuleren
- Ondersteuning en professionele expertise bieden mbt marketing, middelen, mogelijkheden, regelgeving, procedures en nieuwe ontwikkelingen.
- Beleidsinformatie over toeristische thema's op een behapbare manier ter beschikking stellen van de ambtenaar.

Gemeentelijk (toeristisch) beleid

- Toerisme is vaak een zeer klein pakket binnen de gemeentelijke werktijd. Ambtenaren Toerisme combineren dit beleidsdomein met minstens 1 en meestal nog meer andere beleidsdomeinen
- Herbestemming van de kerken
- Samenwerking met Academies
- Regelgeving versoepelen/bijsturen in coronatijd om ondernemers te ondersteunen

Toerisme en andere beleidsdomeinen

- Toerisme en Vrijtijdsbeleid komen dicht bij elkaar te liggen
- Linken leggen tussen toerisme en lokale economie
- Toerisme en landbouw dicht bij elkaar brengen
- Zicht krijgen op het aantal bezoekers dat lokale ondernemers aandoet bij een bezoek aan het Meetjesland
- Samenwerking tussen Toerisme Meetjesland en Comeet

1.2. Projecten, wensen en dromen van de gemeenten

Zelzate

- Herinrichting van de Grote Markt met betrokkenheid van de lokale economie
- Een groene lijn van de jachthaven naar de kanaalstrook als toeristische ader
- De Zonneberg en Fabriek Energiek als aantrekkingspool voor gezinnen
- Zelzate Zuid: extra groene zone van 30ha, waarvan 8ha voor recreatie, volkstuinten..
- Verblijfstoerisme voor de werknemers van de haven
- Samenwerking met Ertvelde aan een Eddy Wallyroute

Sint-Laureins

- Een volledig met elkaar verbonden wandelnetwerk
- MBT-route
- Kayakken op de Leopoldvaart
- Zwemzones voor lokale jongeren
- Inzetten op beleving (stilte en rust) met mindfull-, yoga- en winterwandelingen
- Samenwerking met Assenede (sterrenwacht) rond 'donkerste gebied'
- Kerk en toren van Watervliet een onthaalfunctie geven

Maldegem

- Opstart infokantoor 'vrije tijd en toerisme', met daarbij horend een website gericht op het 'recreatieve'
- Onthaalpunten bemand door vrijwilligers
- Opmaak van een toeristisch plan
- Oprichting van een Toeristisch Overlegplatform

Lievegem

- Op zoek naar een verhaal dat de diversiteit van het aanbod in de gemeente verbindt: kastelen, kerken, natuurgebieden...
- Investeren in fiets- en wandelroutes
- Verdere ontwikkeling van het Stationsplein en vandaaruit het fietsen promoten
- Actualisering van het kerkenbeleidsplan
- Werkgroepen rond de herbestemming van de Sint-Mauruskerk te Beke, de reconstructie van het Rabot en het inzetten op communicatie en informatie

Kaprijke

- Lembeekse bossen aantrekkelijker maken voor kinderen
- Ambassadeurstraject met lokale horecazaken
- Werken aan de aantrekkelijkheid van de gemeente
- Standplaatsen voorzien voor mobilhomes
- Budget voor een groot publiekstrekkerproject

Evergem

- Uitbreiding van het Gents Lichtfestival naar Langerbrugge (industriële erfgoed)
- Ontsluiting van het erfgoed naar jongeren en de volgende generaties
- Herbestemming kerk Rieme als ontmoetingscentrum
- Passende evenementen op het kasteeldomein van Wippelgem

Eeklo

- Eeklo Wielerstad, een wielermuseum
- Stoomtrein Maldegem: treinverbinding Dampoort-Eeklo laten aansluiten op de toeristische trein
- Realiseren van een groepsverblijf in de oude kerk van Oostveld
- De hotspots van Eeklo (het Leen, Heldenpark, Sportpark, Huysmanhoeve, jachthaven, centrum, kerk...) met elkaar verbinden en hierbij de horeca betrekken

Assenede

- Inzetten op levendigheid van de dorpen
- Tapijt van Assenede
- Herbestemming kerk van Boekhoute
- Verdere ontsluiting van het wandelnetwerk (Doornendijk volledig open?)
- Samenwerking met Sint-Laureins rond de kreken
- Opleiden en ondersteunen van trekkers voor bottom-up projecten

Aalter

- Aansluiten van het functionele fietsnetwerk op het recreatieve fietsnetwerk
- Aanleg van fietspaden langs de spoorwegen
- De Aalterse 8
- Kunstencentrum aan het station, waar zowel cultuur als toerisme een plaats zullen krijgen
- Culinaire Aalter

2. Grootschalig Luisteren naar bezoekers, ondernemers, medewerkers uit de publieke sector en inwoners van het Meetjesland

2.1. SenseMaker: een woordje uitleg

SenseMaker is letterlijk 'BetekenisMaker&Gever'. Het is een methode gericht op het verzamelen van een groot aantal verhalen bij mensen, om te weten te komen wat ze belangrijk vinden, te onderzoeken wat voor hen van betekenis is.

De methode wordt internationaal gebruikt in contexten waar zaken gebeuren die moeilijk te vatten zijn met cijfers of moeilijk na te gaan zijn met een gewone standaard enquête, zoals conflicten tussen gemeenschappen, vrouwenrechten... Ook om handen en voeten/betekenis te geven aan containerbegrippen zoals 'gastvrijheid' of 'florerende gemeenschap' is de methode zeer bruikbaar. SenseMaker helpt om deze concepten beter te begrijpen.

Aan de hand van een centrale vraag – de triggervraag, delen mensen een uniek verhaal. Daarna leggen we de verhalenvertellers een reeks extra vragen (betekenisvragen) voor, over dat unieke verhaal dat ze deelden. Het zijn dus de ondervraagden zelf die zo extra betekenis geven aan hun verhaal, en niet de onderzoekers die de antwoorden van mensen gaan interpreteren².

“Vertel ons over een moment dat je zelf hebt meegemaakt tijdens een uitstap of verblijf in het Meetjesland, of over contact dat je had met toeristen, dat je altijd zal bijblijven. Beschrijf deze ervaring in geuren en kleuren en vertel wat je precies geraakt heeft.”

Om analyses te kunnen doen van deze verhalen gebruiken we de SenseMaker-tool. De verhalen worden digitaal gecapteerd en met de specifieke analysesoftware kunnen patronen ontdekt worden. Het zijn beschrijvingen van ervaringen, anekdotes, momenten, situaties, ...die mensen echt hebben meegemaakt, in dit geval over toerisme in het Meetjesland.

De veelheid in aantal en veelzijdigheid omwille van de diverse stakeholders in ervaringen en perspectieven stellen ons in staat om **patronen** te herkennen in de thema's die we onderzoeken. De software laat ook toe om midden in die analyse terug te keren naar de oorspronkelijke verhalen.

De triggervraag en bijhorende betekenisgevende vragen werden samen met de stuurgroep ontwikkeld. Hierbij lieten we ons inspireren door eerder onderzoek en denkkaders, aangereikt door experts uit het netwerk van Toerisme Vlaanderen, binnen het traject Reizen naar Morgen.

2.2. Bevestigende en verrassende ontdekkingen uit de eerste analyse uit Sensemaker³

- **Fietsen** (23%) en **wandelen** (25%) vormen de hoofdactiviteiten in de vertelde verhalen. **Erfgoed, eten of drinken en rust** komen iets meer aan bod bij de bezoekers die van buiten het Meetjesland komen, in vergelijking met de verhalen van zij die wonen in het Meetjesland.
- 47% van de verhalen spelen zich af in de context van een **daguitstap**, 9% in het kader van een kort verblijf (minder dan 4 dagen).
- Bezoekers en inwoners vertellen vooral verhalen die hen bijblijven omwille van de **natuur. Lokale cultuur en geschiedenis** komt het sterkst aan bod in de verhalen van ondernemers en medewerkers van de publieke sector.
- Ondernemers benoemen '**fier/gepassioneerd**' als voornaamste gevoel bij het verhaal dat ze vertelden. Bezoekers zijn vooral '**content**', en ook 'overweldigd' of 'geïnspireerd'.

² Volledige vragenlijst Sensemakeronderzoek: zie bijlage 1

³ Volledige resultaten en vergelijkingen in Rapport 'Toerisme Meetjesland, onderweg naar een florerende bestemming –stap 1: ontdekken', zie Annex 2

- In 10% van de verhalen komen negatieve gevoelens voor, de overige 90% van de verhalenvertellers kende enkel **positieve** gevoelens toe aan hun verhaal.
- De **schoonheid** van de streek wordt door 33% van de verhalenvertellers als belangrijkste thema benoemd, op de voet gevolgd door **'authenticiteit'**. Bij ondernemers, toeristische initiatiefnemers en medewerkers uit de publieke sector springt **'ambassadeurschap'** eruit, gevolgd door 'gastvrijheid' en 'professionaliteit/service' met passie.
- Voor bezoekers dragen vooral medereizigers bij aan wat gebeurd is in hun verhaal (28%). Opvallend is de **inwoner** die bijdraagt aan de beleving (genoemd in 19% van de verhalen), gevolgd door toeristische initiatiefnemers (18%) en de gastvrouw/heer (15%).
- Waar we verwachtten een grote groep verhalenvertellers van oudere leeftijd te bereiken, is het verrassend dat 38% van hen **jonger is dan 49 jaar**.
- Ook **24 ondernemers** die **minder dan 5 jaar** bezig zijn, vertelden hun verhaal.
- **Gastvrijheid** wordt vooral ingevuld als 'een aangename tijd laten beleven' en 'persoonlijk contact/verbondenheid'.

Vanuit deze eerste bevindingen, werd een tweede analyse gedaan, waaruit 16 thema's gefilterd worden, om verder te analyseren met de brede sector op de Toekomstdag.

3. De Toekomstdag: onderzoeken en betekenis geven

Om het draagvlak voor het Toekomstplan verder te versterken, worden stakeholders, partnerorganisaties en aanpalende sectoren uitgenodigd op de Toekomstdag. Zij onderzoeken verder de eerder gevonden patronen. Dit door het lezen van de verhalenpacks die horen bij deze patronen, en deze af te toetsen aan hun eigen expertise, aan de verslagen van de gesprekken met de gemeenten, en aan beleidsmatig materiaal, onderzoek, en actualiteit.

Volgende thema's, geformuleerd als 'knooppunten' kwamen aan bod:

- Wandelen & fietsen: wie door Meetjesland wandelt of fietst, vindt altijd een weg
- Rust & Stilte: een luxeproduct? Recht op rust & stilte voor iedereen
- De plek: verbondenheid met de plek, zorg voor de plek, het verhaal van de plek, in gesprek met de plek (bossen, water en erfgoed)
- Natuur: het natuurlijk landschap dat zich spontaan ontwikkelt een handje helpen
- Logiesaanbod: prettig gelogeerd
- Evenementen & Activiteiten: is 'ter nog iets te doen?
- Filosoferen over de betekenis van 'verbondenheid', en wat toerisme hier aan kan bijdragen
- Authenticiteit: Wat is typisch Meetjesland? De diversiteit van de regio als troef.
- Dorpskernen & dorpsgezicht: toerisme draagt bij aan de levendigheid en identiteit van de dorpen
- Fiere ambassadeurs dragen bij aan een florerende gemeenschap
- Filosoferen over de betekenis van 'gastvrijheid'
- Toerisme is 'ontmoeten': ontmoeting tussen bezoekers en inwoners mogelijk maken
- Over de grenzen: Meetjesland en de relatie met de omliggende, aanpalende gebieden en de stadsrand
- De bezoeker zoekt, de inwoner/ondernemer vertelt.... Eenzelfde verhaal?

Vanuit dit onderzoek formuleert deze groep van zestig deelnemers eerste sporen naar de toekomst voor toerisme in het Meetjesland.

Een volledig rapport van deze Toekomstdag is te vinden in Annex 3.

In hoofdstuk 4 worden deze sporen verder uitgewerkt in transitiepaden naar een florerende bestemming en gemeenschap. Dit is het resultaat van een werksessie met een uitgebreide stuurgroep Toekomstplan.

4. *Nieuwsgierig vraaggesprek met de regiocoördinator en medewerker regiocoördinatie van Toerisme Meetjesland*

Erik Hennes en Bart Van Damme vertelden in een nieuwsgierig vraaggesprek over resultaten en processen uit het verleden waar ze fier op zijn. In dit gesprek kwam ook aan bod welke transities ze in de rol van Toerisme Meetjesland zien verschijnen, ingegeven door de richting waarnaar dit Toekomstplan evolueert.

BIJLAGE 2

METHODISCHE AANPAK VAN HET TRAJECT NAAR HET TOEKOMSTPLAN

1. Enthousiasmeren door een uitgesproken co-creatieve werkwijze

Alle betrokkenen uit het netwerk van Toerisme Meetjesland, met een interesse of nieuwsgierigheid om de toekomst van toerisme in deze regio mee vorm te geven, kregen de kans om op verschillende momenten in het traject deel te nemen en samen te ontwerpen:

De stuurgroep⁴, samengesteld uit medewerkers van Toerisme Meetjesland, Toerisme Provincie Oost-Vlaanderen, Toerisme Vlaanderen en vertegenwoordigers uit de sector stuurde mee het proces. De **12** leden vormden een klankbordgroep en bereidden mee het Sensemakeronderzoek en de ruimere participatieve bijeenkomsten met de sector voor.

- Op participatieve bijeenkomsten van de Open Algemene Vergadering en het logiesoverleg werd het traject naar het Toekomstplan toegelicht, het gesprek over de toekomst van Toerisme in het Meetjesland aangegaan, en finaal het Toekomstplan goedgekeurd. Op deze manier betrokken we een **100-tal** stakeholders.
- Via de gemeenten en het netwerk van Toerisme Meetjesland werden **30** geïnteresseerden gevonden om een opleiding te volgen als 'verhalenramasseur'.
- Met SenseMaker, werden **372** verhalen opgehaald, bij inwoners, ondernemers, beleidsmakers en beleidsbeslissers van het Meetjesland en haar (potentiële) bezoekers. Deze verhalen en de analyse van de daarin terug te vinden patronen dienen mee als basis voor de invulling van het strategisch plan.
- De verhalenvertellers konden ook hun ideeën kwijt over de toekomst van toerisme in het Meetjesland. Dit leverde **172** ideeën rond diverse toeristische thema's op.
- In elk van de 9 gemeenten van regio Meetjesland vond een nieuwsgierig vraaggesprek plaats met schepenen toerisme, burgemeesters, ambtenaren toerisme en voorzitters van toeristische adviesraden. Hiermee bereikten we **26** toekomstdenkers en toekomstmakers.
- Op de Toekomstdag Toerisme⁵ in het Meetjesland namen **60** mensen uit het ruime netwerk van Toerisme Meetjesland deel. Zij gingen in gesprek over de analyses uit Sensemaker, en aanpalend onderzoek. Van daaruit gaven zij mee richting aan de beleidslijnen voor het Toekomstplan.

2. Versterken van wat al kiemt vanuit Waarderend Onderzoek

Om betrokkenheid en draagvlak te creëren voor het Toekomstplan, leent Waarderend Onderzoek (Appreciative Inquiry)⁶ zich als een sterke methodiek waarin dialoog en samenwerking met anderen centraal staan.

Waarderend onderzoek vertrekt vanuit 'wat wel al werkt, en hoe we dat samen in de toekomst kunnen versterken'. Hierdoor komen positieve elementen boven drijven, die energie geven om aan de slag te gaan.

De vier fasen van Waarderend Onderzoek lopen als een rode draad doorheen het traject naar het Toekomstplan:

4 Samenstelling stuurgroep Toekomstplan Toerisme in het Meetjesland – zie bijlage 6

5 Overzicht deelnemers aan de Toekomstdag: zie bijlage 7

6 Appreciative Inquiry: methodiek bedacht in de jaren tachtig door de Amerikaanse professor David Cooperrider

Fase 1:

Ontdekken (discovery) – waarden wat al aanwezig is (januari – augustus)

- Het Sensemakeronderzoek⁷ vertrekt vanuit de waarderend onderzoekende vraag: “Vertel ons over een moment dat je zelf hebt meegemaakt tijdens een uitstap of verblijf in het Meetjesland, of over contact dat je had met toeristen, dat je altijd zal bijblijven. Beschrijf deze ervaring in geuren en kleuren en vertel wat je precies geraakt heeft.” Zowel positieve als negatieve momenten krijgen hun plaats binnen dit waarderend onderzoek. Verhalenvertellers geven zélf betekenis aan hun verhaal, met hulp van een bijhorende vragenset.
- Aan de hand van een waarderende gespreksleidraad⁸ voeren we nieuwsgierige vraaggesprekken met de 9 gemeenten van de regio.
- De stuurgroep gaat waarderend onderzoekend aan de slag met de eerste analyse⁹ vanuit Sensemaker, de vraaggesprekken met de gemeenten en de ideeën die door de verhalenvertellers aangebracht werden. Dit resulteert in 16 thema's die voorgelegd worden aan de deelnemers van de Toekomstdag.

Deze eerste fase resulteerde in veelvuldige contacten met bezoekers, ondernemers én inwoners.

Fase 2&3:

Dromen (dream) & Ontwerpen (design) – verbeelden wat zou kunnen zijn en samen ontwerpen van de gewenste toekomst (september – november)

- Op de Toekomstdag¹⁰ lezen 60 deelnemers uit de verschillende verhalenpacks uit het Sensemakeronderzoek. 16 thema's worden behandeld. Ze gingen op zoek naar patronen in de verhalen aan de hand van volgende vragen:
 - Wat is 'florerend'?
 - Wat inspireert je?
 - Welke verschillen zie je tussen de verschillende packs?
- De gevonden patronen worden getoetst aan de ideeën meegegeven door verhalenvertellers, en aan bestaand onderzoek, trends en huidig beleid.
 - Wat bevestigt de patronen?
 - Wat spreekt de patronen tegen?
 - Wat zegt onze persoonlijke ervaring?
- Vanuit de bevindingen in stap 1 en 2 kijken we naar de toekomst:
 - Hoe kan toerisme dan verder bijdragen aan een florerend verhaal rond dit thema?
 - Als dit het droomscenario is, wat hebben we met zijn allen dan verder te ontwikkelen?
 - Waar moet zeker op ingezet worden?
- Samen met de stuurgroep worden vanuit de resultaten van de Toekomstdag eerste sporen naar toekomstig beleid uitgezet en verder vorm gegeven op twee bijeenkomsten in oktober en november. We formuleren samen transitielijnen voor de toekomst van toerisme in het Meetjesland en bepalen hoe ver we daar in willen en kunnen gaan.

Het veelvuldig contact met inwoners, bezoekers en ondernemers in de eerste fase, werd in deze tweede en derde fase versterkt in échte verbinding met elkaar.

⁷ Framework Sensemakeronderzoek: zie Annex 1

⁸ Leidraad 'nieuwsgierige vraaggesprekken met de gemeenten': zie bijlage 3

⁹ Rapport 'stap 1 – ontdekken': zie Annex 2

¹⁰ Rapport 'Toekomstdag 'Toerisme in het Meetjesland, stap 2: dromen en onderzoeken' – 15 september 2020: zie Annex 3

Fase 4:

Verwezenlijken (destiny) – planning waarmaken in concrete acties

- Collega's van verschillende aanleunende beleidsdomeinen van Provincie Oost-Vlaanderen zoeken in een workshop, geleid door Toerisme Meetjesland naar synergiën in de voorgestelde transitielijnen met respectieve aanleunende beleidsdomeinen
- Op de open Algemene Vergadering van 7 december wordt verder draagvlak gecreëerd voor de transitielijnen en nagedacht over mogelijke acties de volgende jaren om dit Toekomstplan te verwezenlijken. Engagements om dit samen waar te maken worden hier uitgesproken.
- Het samen gecreëerde resultaat wordt gevierd bij de presentatie van het Toekomstplan in het voorjaar 2021 bij de opening van een nieuw toeristisch seizoen.

Vanuit verbinding tussen inwoners, bezoekers en ondernemers worden in deze laatste fase gezamenlijke doelen voor de toekomst geformuleerd, en het enthousiasme versterkt om samen deze doelstellingen te realiseren.

3. 'Florerende bestemming' zichtbaar maken voor de buitenwereld

Door van bij de start zoveel mogelijk mensen te betrekken, met een extra inspanning naar **'bewoners van het Meetjesland'** creëren we bij hen een grote herkenbaarheid, gedragenheid en eigenaarschap van de verhaallijnen voor het op de kaart zetten van het Meetjesland als toeristische regio. Dit geeft eveneens goesting om het Meetjesland als florerende bestemming als **kénmerk** (in de betekenis van een merk dat mensen écht moeten kennen, en verder mee uit te dragen naar de buitenwereld).

BIJLAGE 3

LEIDRAAD NIEUWSGIERIGE VRAAGGESPREKKEN MET DE GEMEENTEN VAN HET MEETJESLAND

KENNISMAKING

- Wat houdt jou op dit moment bezig als het gaat over de toekomst van toerisme?
- Kan je in 1 zin zeggen wat 'toerisme' is voor jou?

INFO GEMEENTEN

- Wat zijn de toekomstplannen van de gemeente, op het vlak van toerisme of andere voor toerisme relevante beleidsdomeinen? (zie meerjarenplannen gemeente)
- Welke plannen in jouw gemeente/in het gemeentelijk beleid zouden een invloed kunnen hebben op het Toekomstplan Toerisme voor deze regio?
- Wat zijn aanpalende trajecten/projecten, samenwerkingen met andere regio's?

FLORERENDE BESTEMMING

- Op welke manier zie je in jouw gemeente op dit moment al elementen van florerende bestemming, omdat zowel de gast/bezoeker, de ondernemer, de inwoner als de plek er meerwaarde van ondervindt?
- Welke elementen versterken volgens jou die meerwaarde? Hoe zie je dat? Hoe zou dit verder kunnen groeien?
- Wat nemen jullie zelf al in handen? Wat kunnen jullie zelf al in handen nemen?
- Wat kan inspirerend zijn voor Toerisme in de regio?
- Wat vraagt de plek/de inwoner/de ondernemer/de bezoeker van jullie?

HIER EN NU

- Wat hebben jullie in deze tijd/de voorbije tijd (Coronatijd) anders gedaan dan anders? (moment)
- Wat van deze andere aanpak zou je willen vasthouden voor de toekomst?
- Hoe zou dit ook inspiratie kunnen zijn voor de aanpak van Toerisme in de regio?

SAMENWERKING

- Hoe zou de ideale samenwerking tussen alle actoren 'toerisme' in de regio er uit kunnen zien?
- Welke kwaliteiten kunnen en willen jullie inzetten om verder mee te bouwen aan florerende bestemming en gemeenschap Meetjesland?

VRAGEN

- Waar ben je zelf nog echt nieuwsgierig naar mbt Toerisme? Wat zou jij graag nog willen weten?

DROMEN

- Aan het eind van dit gesprek, stel dat je een tijdreiziger zou zijn, naar 2026.
- Wanneer je terugkomt naar het 'nu': welk verhaal uit de toekomst zou je nu aan ons vertellen over Toerisme in de regio?

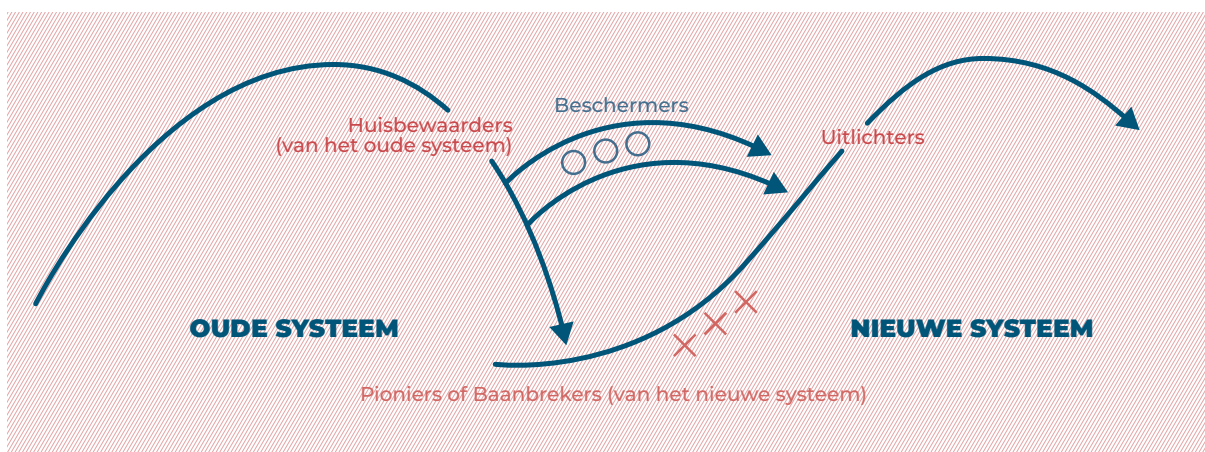
BIJLAGE 4

OVER ROLLEN IN TRANSITIEPADEN

Reizen naar Morgen en verder evolueren naar een florerende bestemming en gemeenschap als transitieweg, vraagt om stil te staan bij de rollen die nodig zijn om de transitiepaden te kunnen realiseren. Transitie brengt onzekerheid met zich mee, en is complex om te bevatten. Deborah Frieze¹¹ beschrijft twee bewegingen in de transitie van oude naar nieuwe, alternatieve manieren van zijn en doen.

Links in het schema¹² zie je het ontstaan, de groei en het ondergaan van huidige systemen. Denk bv. aan 'alles is economie, zoveel mogelijk toeristen aantrekken enkel vanuit een economisch standpunt.' Rechts begint een nieuwe curve: de opkomst van alternatieven, zoals 'hernieuwbare energie' en een 'toerisme waarbij zowel de plek, de inwoners, de bezoekers als de ondernemers kunnen floreren.'

Met dit schema brengen we in beeld hoe mensen en organisaties elk een eigen bijdrage kunnen leveren aan dit proces van transitie van oud naar nieuw. Iedereen kan deelnemen. Iedereen is nodig.



Pioniers of Baanbrekers experimenteren met alternatieve manieren van denken en doen. Zij doen nieuwe initiatieven of systemen ontstaan, die anders werken dan de dominante stromingen. Baanbrekers werken vaak in onzekerheid en eenzaamheid, daarom is belangrijk dat er verbinding kan zijn tussen baanbrekers. Door mee in het Proeftuintraject 'Reizen naar Morgen' van Toerisme Vlaanderen te stappen, verbond het Meetjesland zich met andere pioniers in Vlaanderen, waarbij samen geleerd en geëxperimenteerd werd. Ook het LEADER-project Flourishing Destinations brengt medebaanbrekers samen.

Uitlichters helpen alternatieven zichtbaar maken. Door het vertellen van verhalen over het nieuwe systeem, kunnen ook anderen de nieuwe zaken ontdekken, begrijpen en er enthousiast over worden. In het Proeftuintraject en Flourishing Destinations worden mensen uit de sector mee aan boord gehesen, waardoor er meer verhalen ontstaan en verteld kunnen worden.

Baanbrekers hebben ruimte, kansen en bescherming nodig om te kunnen broeden op transitie-mogelijkheden.

Beschermers bieden deze veilige ruimte aan. **Huisbewaarders** tenslotte zorgen voor bescherming van 'het goede' uit de oude systemen, terwijl er wordt geëxperimenteerd en geleerd. Zodat er geen vacuüm ontstaat tussen wat is en wat het zal worden. Zij zorgen dat het leven van vandaag ook doorgaat, en houden huidige systemen overeind tot de nieuwe sterk genoeg zijn.

¹¹ M. Wheatley & D. Frieze, Walk Out Walk On: A Learning Journey into Communities Daring to Live the Future Now, 2011

¹² Geïnspireerd door het artikel 'Van het oude naar het nieuwe. De transitie: welke rol past jou?', in magazine Reizen naar Morgen, Toerisme Vlaanderen, 2018

BIJLAGE 5

DE STUURGROEP TOEKOMSTPLAN - SAMENSTELLING

Stuurgroep Toekomstplan

Belmans Mieke, *Toerisme Oost-Vlaanderen*
Bottelberghe Tim, *Toerisme Oost-Vlaanderen*
Claeys Nele, *Voices That Count*
Deketelaere Eddy, *Horeca Meetjesland*
Deprez Steff, *Voices That Count*
Dewolf Boris, *Toerisme Oost-Vlaanderen*
D'hooghe Filip, *Domein Menas*
Geudens Griet, *Toerisme Vlaanderen*
Hennes Erik, *Toerisme Meetjesland*
Laroy Vincent, *Lievegem*
Meersschaert Els, *Voices That Count*
Van Damme Bart, *Toerisme Meetjesland*
Van Laecke Annelies, *Aalter*
Van Zandweghe Willy, *Adviesraad Toerisme Sint-Laureins*
Versieck Katia, *Toerisme Oost-Vlaanderen*

Voor de laatste fases van het plan werd de stuurgroep uitgebreid met:

Andries Zeger, *provinciaal domein Boerekreek*
Anseeuw Sophie, *IOED Meetjesland*
Cammaert Nicolas, *provincie Oost-Vlaanderen*
Colpaert Iñaki, *provincie Oost-Vlaanderen*
Matthys Eddy, *Landelijke Gilden*
Melis Greet, *Comeet*
Moens Kobe, *Plattelandscentrum Meetjesland*
Naessens Jo, *Natuurpunt & partners Meetjesland*
Pieteraerens Martine, *provincie Oost-Vlaanderen*
Van Beveren Frederik, *Regionaal Landschap Meetjesland*
Vandenbossche Yves, *Veneco*
Van Ghyseghem Alain, *provinciaal domein Het Leen*

BIJLAGE 6

DEELNEMERS AAN DE TOEKOMSTDAG OP 15 SEPTEMBER 2020

Belmans Mieke, *Toerisme Oost-Vlaanderen*
Boelens Guido, *Toeristische raad Sint-Laureins*
Claeys Nele, *Voices That Count*
Cleppe Jacques, *B&B t Heerenhuys*
Coopman Ronny, *vzw Bekekerk*
Daelemans Nicole, *Stad Eeklo*
Danneels Rita, *particulier*
De Meester Piet, *Gemeente Maldegem*
De Neve Guy, *Gemeente Lievegem*
De Roo Geert, *Beaux Temps b&b*
De Roo Luc, *de Oude Brouwerij. Vakantiewoning*
De Roo Nadine, *vakantiehuisje nummer tien*
De Ruyter Ann, *'t Wegeltje Lievegem*
De Walsche Tine, *Gemeente Lievegem*
Deeï Alexander, *Adviesraad toerisme Lievegem*
Deketelaere Eddy, *Horeca Meetjesland*
Demey Roos, *Wandelclub Reigerstappers*
Deprez Steff, *Voices That Count*
Dewolf Boris, *Toerisme Oost-Vlaanderen*
Feusels Luc, *Plattelandscentrum Meetjesland*
Geudens Griet, *Toerisme Vlaanderen*
Gobeyn Anneke, *Bladelincomite*
Goethals Petra, *Hotelmama*
Hennes Erik, *Toerisme Meetjesland*
Huyvaert Ilse, *Toerisme Meetjesland*
Lameire Ingeborg, *B&B De Bijenkorf*
Lampaert Luc
Laroy Vincent, *Toerisme Meetjesland*
Lataire Kristof, *Toerisme Vlaanderen*
Lenssens Nadine, *De Gentsche Lieve*
Madou Fredy, *Toeristische Adviesraad Lievegem*
Maenhout Jozef, *Gids Oost-Vlaanderen*
Matthys Eddy, *Meetjeslandse gids*
Meersschaert Els, *Voices That Count*

Melis Greet, *Comeet*
Slabbaert Wim, *Natuursector*
Slock Inge, *Toerisme Meetjesland*
Smith Diane, *wandelaar*
Steuperaert Koen, *Schakel*
Tack Hedwig, *particulier*
Taragola Luc, *Provinciaal centrum de Boerekreek*
Teurlings Sjef, *BenB SjeRie*
Trenson Herlinde, *Gemeente Aalter*
Van Cauwenberge Ine, *Brouwerij Van Steenberge*
Van Damme Bart, *Toerisme Meetjesland*
Van De Gehuchte Marleen, *KVVV-Eeklo*
Van der Sypt Carine, *Vergeeten vrouwen/bib Kaprijke*
Van Eyghen Marieke, *Veneco*
Van Hecke Peter, *Gemeente Maldegem*
Van Hoestenbergh Marieke, *Dorpsdichter Kaprijke*
Van Laecke Annelies, *Aalter*
Van Maele Windy, *Boutique Hotel Shamon*
Van Meel Luc, *Gepensioneerd politie-inspecteur*
Van Neste Jenny, *t-Huizeken van Oostwinkel*
Van Quekelberghe Lieve, *Bomloze put bv*
Van Rechem Rebecca, *COMEET*
Van Schoorisse Evy, *Westtoer*
Van Waes Sofie, *Toerisme Assenede*
Van Zandweghe Willy, *Adviesraad Toerisme Sint-Laureins*
Vandeplas Stijn, *Toerisme Oost-Vlaanderen*
Vansteelandt Paul, *Vrienden v/h Drongengoed*
Vansteenbrugge Hans, *Agentschap Natuur&Bos*
Vogelaere Dirk, *Texas Longhorn Beer Co.*

ANNEX 1

FRAMEWORK SENSEMAKER

Deel je verhaal

Vertel ons over een moment dat je zelf hebt meegemaakt tijdens een uitstap of verblijf in het Meetjesland, of over contact dat je had met toeristen, dat je altijd zal bijblijven.



Beschrijf deze ervaring in geuren en kleuren en vertel wat je precies geraakt heeft.

Welk beeld of titel past bij je verhaal?

Beantwoord volgende vragen die helpen om je verhaal beter te begrijpen

1. In mijn verhaal ben ik vooral... (1 keuze)

- ☐ Bezoeker aan (een andere streek in) het Meetjesland
- ☐ Ondernemer of toeristische initiatiefnemer
- ☐ Medewerker van de publieke sector
- ☐ Inwoner van het Meetjesland

2. In welke context speelde je verhaal zich af? (1 keuze)

- ☐ Een daguitstap (zonder overnachting)
- ☐ Korte vakantie (minder dan 4 overnachtingen)
- ☐ Lange vakantie (4 overnachtingen of meer)
- ☐ Zakenreis/seminarie/verblijf met collega's
- ☐ Geen van deze

3. Mijn verhaal speelt zich vooral af in (1 keuze)

- ☐ Aalter
- ☐ Assenede
- ☐ Eeklo
- ☐ Evergem
- ☐ Kaprijke
- ☐ Lievegem
- ☐ Maldegem
- ☐ Sint-Laureins
- ☐ Zelzate
- ☐ Andere:
- ☐ Ik weet het niet meer

4. Wat was je vooral aan het doen? (max. 2 keuzes)

- ☐ Fietsen
- ☐ Wandelen
- ☐ Sporten (andere dan fietsen en wandelen)
- ☐ Eten&drinken
- ☐ Rusten
- ☐ Werken
- ☐ Museum of plek met historische waarde bezoeken (erfgoed)
- ☐ Met iemand in gesprek zijn
- ☐ Deelnemen aan een evenement
- ☐ Deelnemen aan een (toeristische) activiteit
- ☐ Met een gids onderweg zijn
- ☐ Ontvangen van gasten
- ☐ Andere: ...

5. Ben je vertrouwd met de plek/plaats waar je verhaal zich afspeelt? (1 keuze)

- ☐ Ik was er nog nooit geweest
- ☐ Ik was er eerder al geweest
- ☐ Ik kom er veel
- ☐ Ik woon/werk er

6. Mijn verhaal heeft te maken met een georganiseerde uitstap met een groep (1 keuze)

- ☐ Ja
- ☐ Nee

7. Dit gevoel hoort bij mijn verhaal (max. 2 keuzes)

- ☐ Fier/Gepassioneerd
- ☐ Content
- ☐ Overweldigd
- ☐ Geïnspireerd
- ☐ Ontroerd
- ☐ Bezorgd
- ☐ Machteloos
- ☐ Onverschillig

8. Deze mensen hebben vooral bijgedragen aan de ervaring die ik beschrijf in mijn verhaal (1 keuze)

- ☐ Gastvrouw/gastheer van mijn verblijfplaats
- ☐ Toeristische initiatiefnemers (begeleider, gids, fietsverhuur, ...)
- ☐ Inwoners van het Meetjesland
- ☐ Medereizigers (gezin, familie, vrienden) of collega's
- ☐ Lokale ondernemers/'middenstand' (restaurant, café, winkel,...)
- ☐ Mijn gasten
- ☐ Andere bezoekers aan het Meetjesland
- ☐ Er was niemand anders bij

9. Dit thema zit in mijn verhaal (max. 2 keuzes)

- ☐ Schoonheid
- ☐ Herkenning
- ☐ Authenticiteit
- ☐ Zorg dragen
- ☐ Gastvrijheid
- ☐ Ambassadeur zijn voor de streek
- ☐ Identiteit/karakter
- ☐ Innovatie/Creativiteit
- ☐ Professionaliteit/service met passie
- ☐ Verbondenheid
- ☐ Nieuwe mensen leren kennen
- ☐ Iets anders

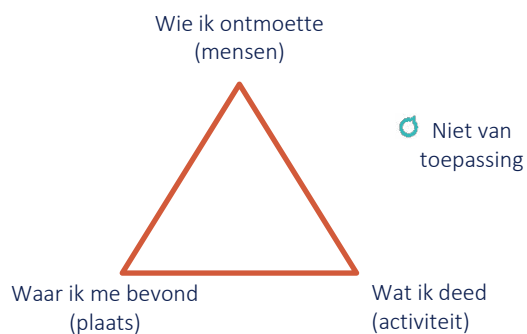
10. Wat ik beleefd of gedaan heb in mijn verhaal...Gebeurde compleet
onverwacht Niet van toepassingWas bewust
opgezocht/gepland**11. Wat ik heb meegemaakt in mijn verhaal...**Heb ik nog nooit ergens anders
beleefd/ is volgens mij typisch
voor het Meetjesland Niet van toepassingHeb ik al op veel andere
plaatsen beleefd**12. Dankzij wat ik beleefd heb in mijn verhaal heb ik (een deel van) het Meetjesland...**Anders leren
kennen Niet van toepassingBeter leren
kennen**13. In mijn verhaal deed ik...**

Wat ik gewoon ben

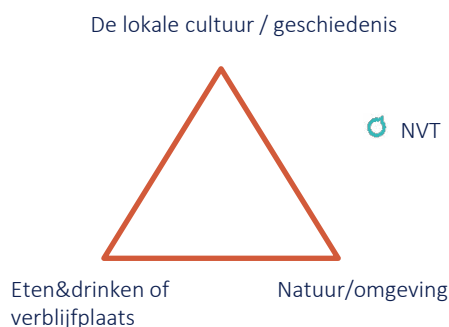
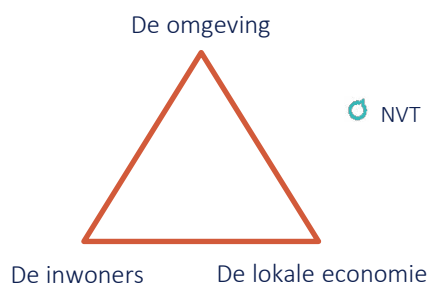
 Niet van toepassing

Iets helemaal nieuws

14. Cruciaal in mijn verhaal was...



15. Wat ik beschrijf in mijn verhaal is me vooral bijgebleven omwille van...

16. De ervaring die ik beschrijf in mijn verhaal heeft een invloed op...

17. In mijn verhaal betekent gastvrijheid...



18. Wat ik vertel in mijn verhaal is...



Beantwoord volgende vragen over jezelf

19. Waar woon je?

In één van de gemeenten van het Meetjesland:

- ☐ Aalter
- ☐ Assenede
- ☐ Eeklo
- ☐ Evergem
- ☐ Kaprijke
- ☐ Lievegem
- ☐ Maldegem
- ☐ Sint-Laureins
- ☐ Zelzate

Buiten het Meetjesland:

- ☐ In Oost-Vlaanderen
- ☐ In West-Vlaanderen
- ☐ In Antwerpen
- ☐ In Vlaams-Brabant
- ☐ In Limburg
- ☐ In Brussel
- ☐ In Wallonië
- ☐ Buiten België

20. Wat is je leeftijd?

- ☐ Minder dan 30 jaar
- ☐ 30-50 jaar
- ☐ 50-65 jaar
- ☐ Meer dan 65 jaar

21. Indien je een handelaar/toeristische initiatiefnemer bent, hoe lang ben je al actief?

- ☐ Minder dan 5 jaar
- ☐ 5 tot 10 jaar
- ☐ Meer dan 10 jaar

Wat we ook nog graag zouden weten, los van je verhaal...

22. In hoeverre zou je anderen aanraden om het Meetjesland te bezoeken?

Zeker niet

Heel zeker wel

 Niet van toepassing

23. Heb je nog ideeën om het Meetjesland verder uit te bouwen tot een bestemming, waarbij zowel de toeristische plaatsen, de bezoekers/toeristen, de ondernemers als de bewoners van het Meetjesland een meerwaarde van toerisme kunnen ondervinden?

Bedankt om je verhaal te delen! Mogen we je verhaal gebruiken op onze website of in onze nieuwsbrieven?

- ☐ Ja, anoniem
- ☐ Ja, met mijn voornaam: ...
- ☐ Nee, liever niet

Wil je verder op de hoogte gehouden worden? Wil je verder betrokken worden? Laat dan hier je e-mail adres en/of telefoonnummer achter:

.....

Naam ramasseur:

ANNEX 2

RAPPORT FASE 1



Toerisme Meetjesland

ONDERWEG NAAR EEN FLORERENDE BESTEMMING

STAP 1: ONTDEKKEN

**VOICES
THAT
COUNT**





372 verhalen



8 gesprekken
met gemeenten



172 ideeën

1. Wie deelde haar/zijn verhaal?



372 mensen
deelden hun verhaal



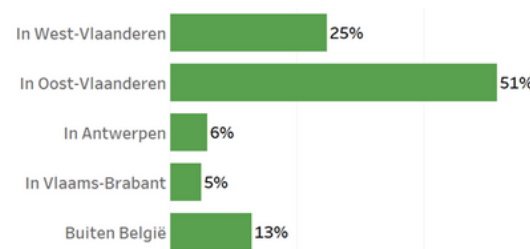
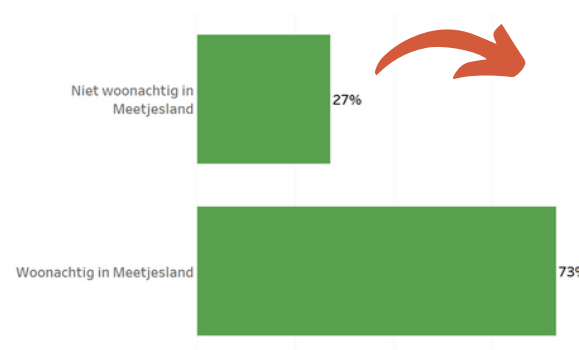
305 via 'rammaseurs'
67 online



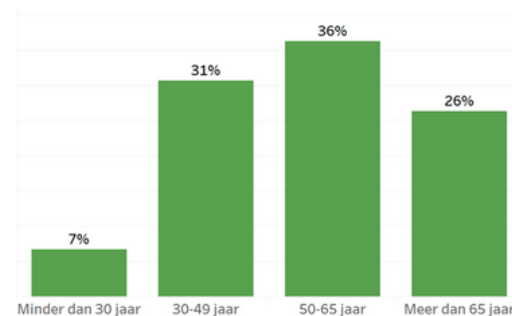
173 verhalen verzameld
in coronatijd (na 13/03)



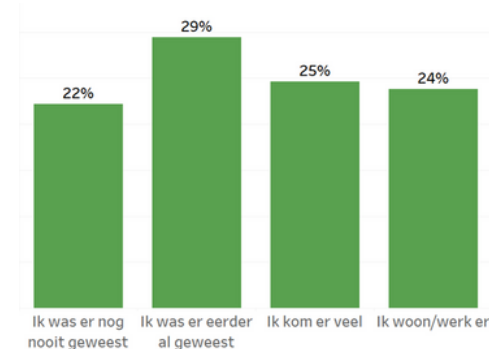
172 mensen deden ook
een aanbeveling

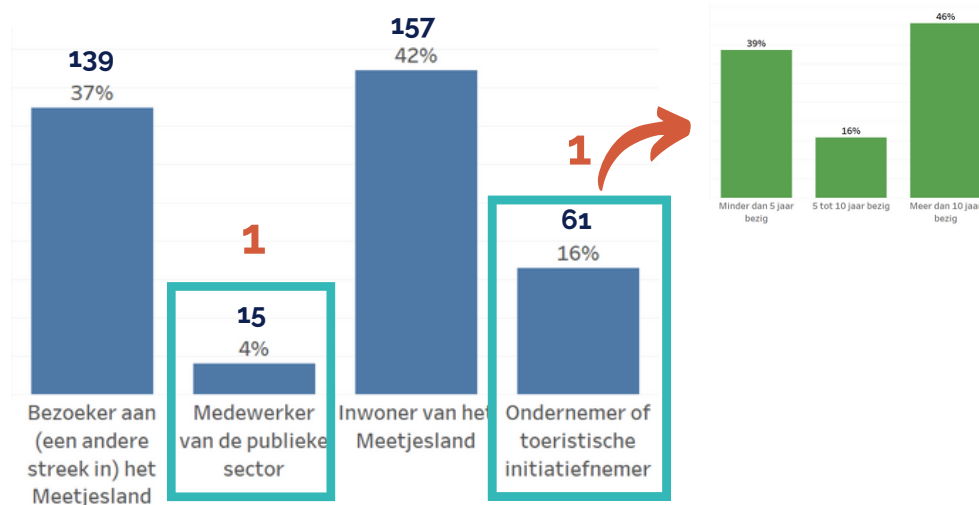


Leeftijd van de verhalenvertellers:



Waren mensen al eerder op de plek in het verhaal geweest?

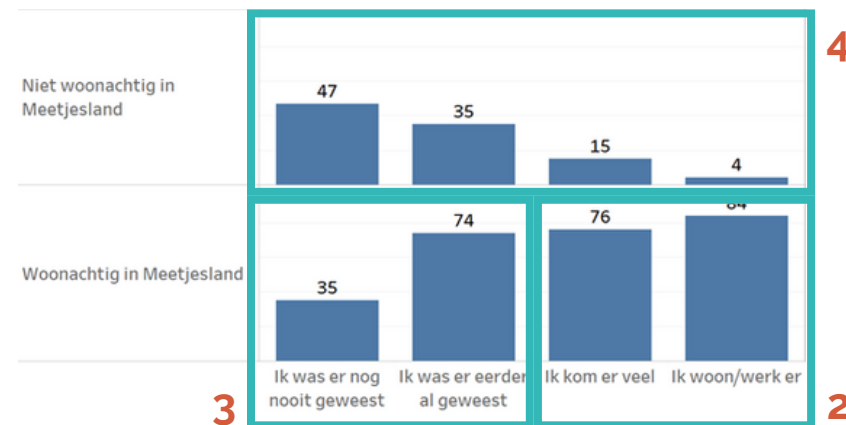




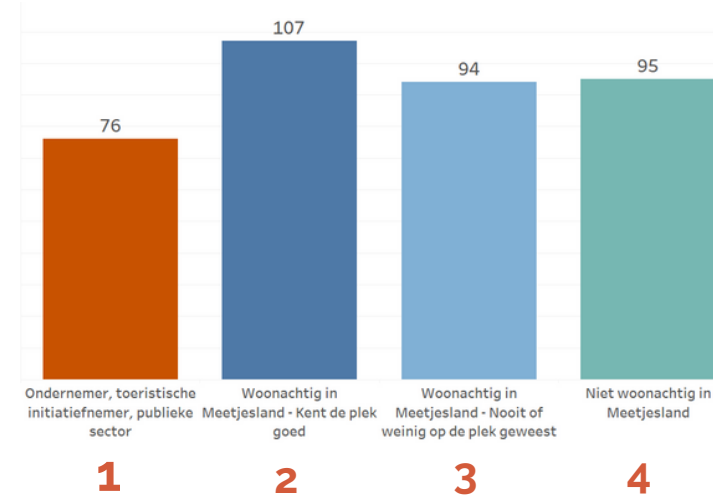
In deze **patroonanalyse** op de volgende pagina's vergelijken we vooral deze vier groepen:

1. Ondernemers, toeristische initiatiefnemers en medewerkers van de publieke sector (76 verhalen)
2. Bezoekers of inwoners van Meetjesland die de plek goed kennen (107 verhalen)
3. Bezoekers of inwoners van Meetjesland die nog nooit of weinig op de plek geweest zijn (94 verhalen)
4. Bezoekers die afkomstig zijn van buiten het Meetjesland (95 verhalen)

Daarnaast blijven we ook het perspectief van de bezoekers naast dat van de inwoners leggen.



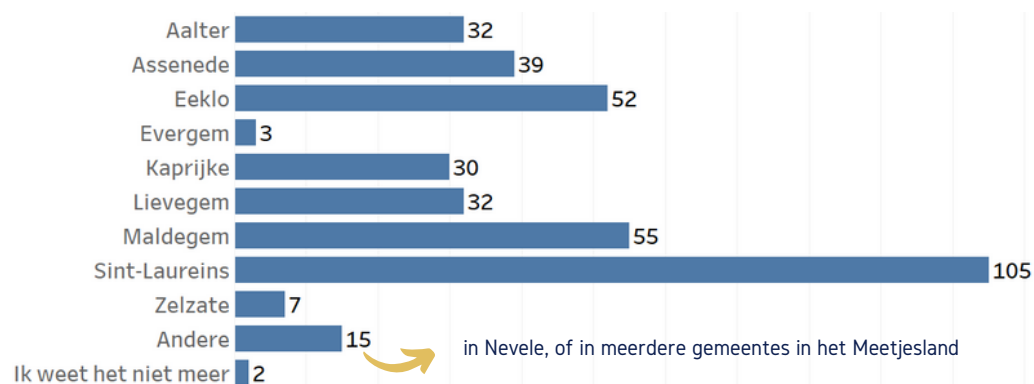
(het aantal verhalen in de grafiek hierboven is incl. ondernemers en medewerkers publieke sector)



2. Waar speelde het verhaal zich af?



Waar speelde het verhaal zich af?



In het krekengebied
(Sint-Laureins en Assenede)

39%

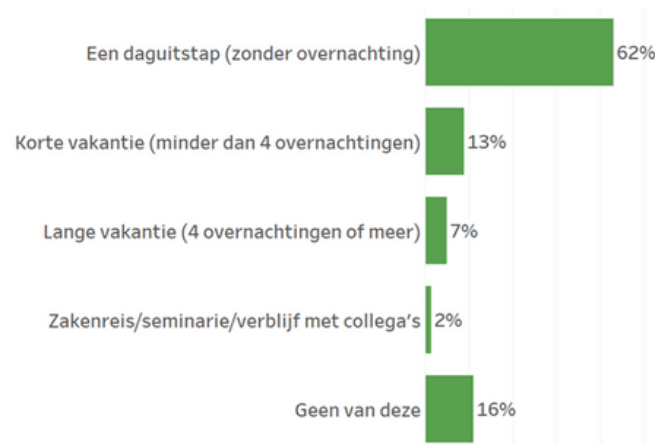
Buiten het krekengebied

61%

3. Context van de verhalen



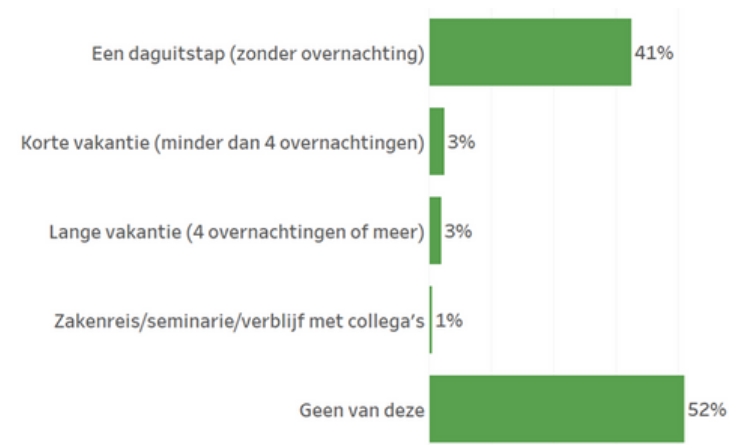
In welke context speelde je verhaal zich af?



Bezoekers (n = 139)



In de categorie "geen van deze" zitten o.a. verhalen over een verhuis naar het Meetjesland, gaan eten in een restaurant, het bijwonen van een concert, shoppen, vertellen over het Meetjesland aan iemand anders, de voorbereiding van uitstap, etc. Ook over onderweg zijn, ergens passeren en er iets beleven, waarbij het dus niet ging over een geplande/bewuste' uitstap.

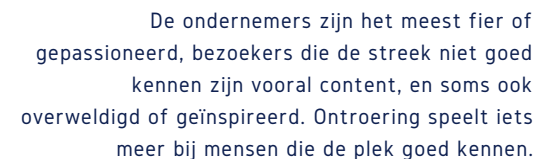
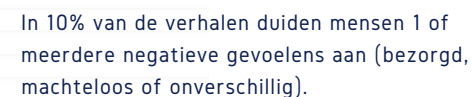


Inwoners (n = 157)

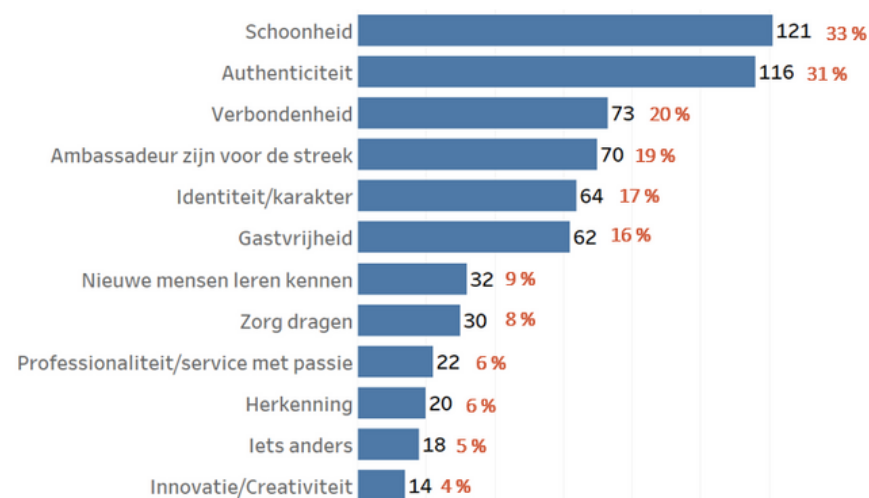


Voor inwoners (en ook voor ondernemers) was het af en toe moeilijk om deze vraag te beantwoorden, aangezien ze soms niet wisten in welk kader de toerist die ze ontmoetten het Meetjesland bezocht. Ook zitten in deze categorie veel historische verhalen en jeugdherinneringen.

Emotie	Procent
Fier/Gepassioneerd	133
Content	159
Overweldigd	76
Geïnspireerd	89
Ontroerd	82
Bezorgd	24
Machteloos	13
Onverschillig	1

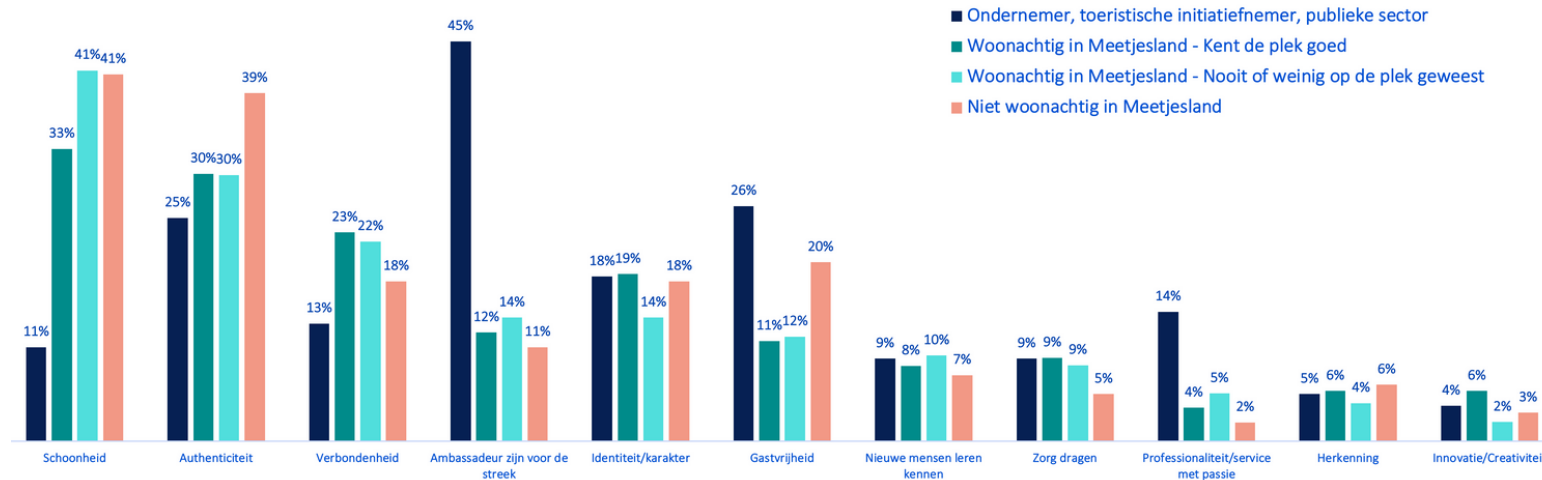


Welk thema associeer je bij je verhaal?

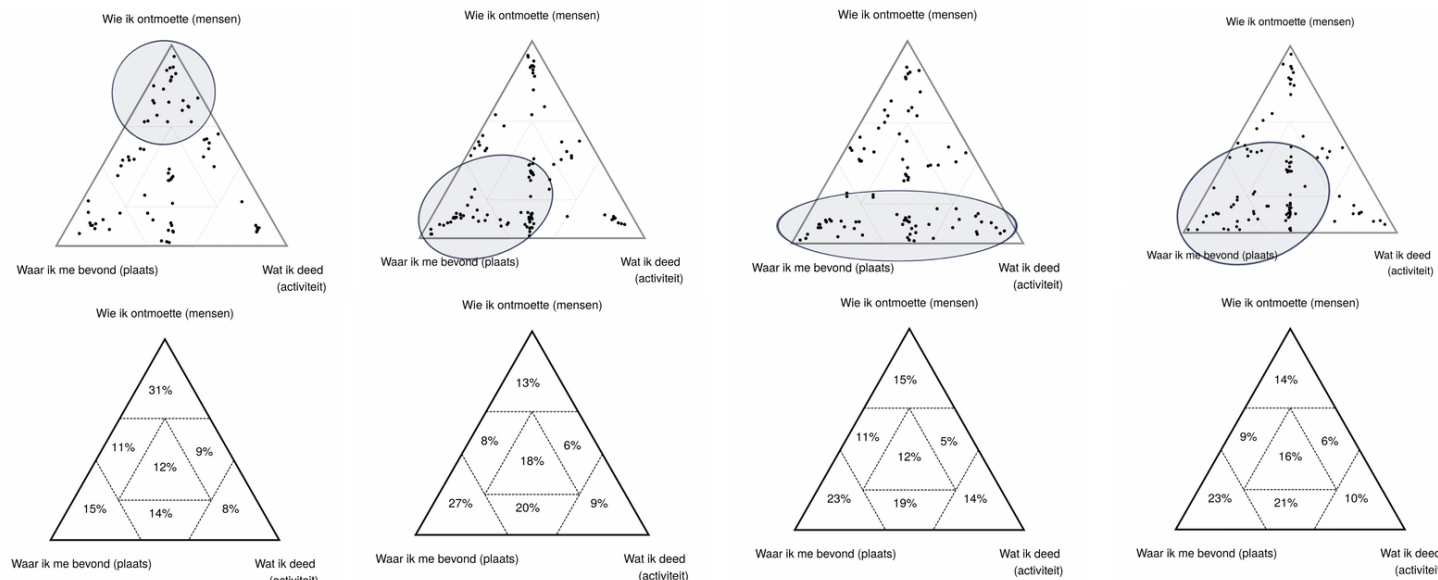


We merken geen significante verschillen op tussen de groep inwoners en bezoekers (als geheel, dus incl. bezoekers uit het ML). De schoonheid van de streek komt bij beide groepen als eerste naar voren.

Mensen die niet in het Meetjesland wonen, vertellen meer verhalen waar ze de authenticiteit van de streek herkennen, en gastvrijheid ervaren (zie grafiek hieronder). Bij ondernemers, toeristische initiatiefnemers en mensen uit de publieke sector springt het ambassadeurschap eruit, naast gastvrijheid en professionaliteit/service met passie.



Cruciaal in mijn verhaal was...



Ondernemers en medewerkers
publieke sector

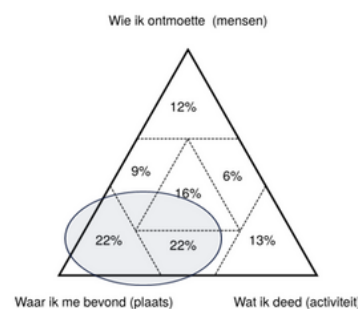
Bezoekers en inwoners
die plek goed kennen

Bezoekers en inwoners
die plek niet of minder goed
kennen

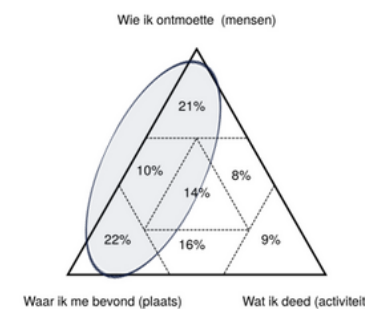
Bezoekers van buiten het
Meetjesland wonen

Voor ondernemers en medewerkers uit de publieke sector is de ontmoeting vooral belangrijk, in vergelijking met de plek en de activiteit. Voor mensen van binnen en buiten ML die een nieuwe plek ontdekken is de combinatie tussen plek en activiteit iets belangrijker dan voor de mensen die er vaak komen.

In het krekengebied spelen plek en activiteit een meer doorslaggevende rol. Ontmoeting wint aan belang buiten het krekengebied.



Krekengebied 145

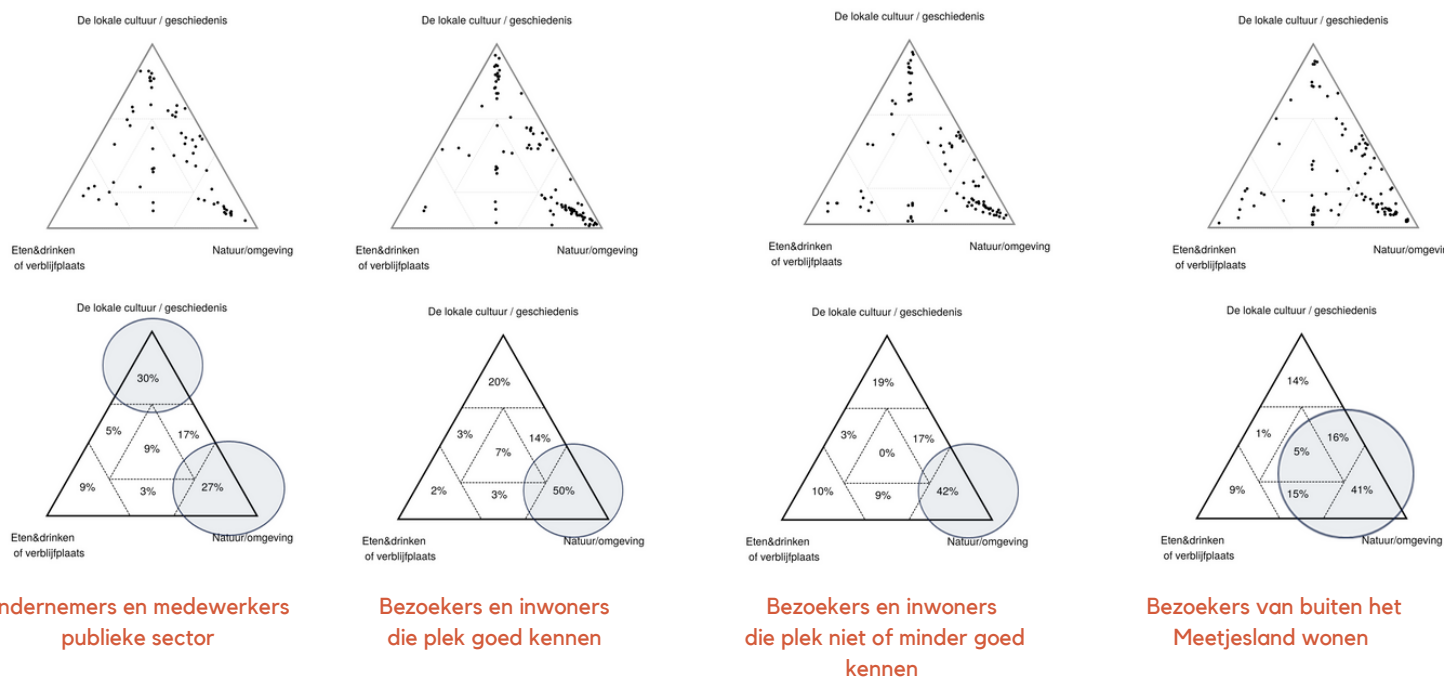


Andere gemeenten 210

5. Kenmerken van de ervaring



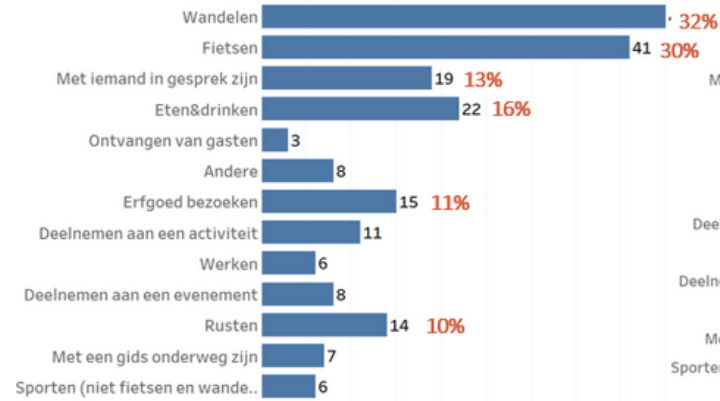
De ervaring is me vooral bijgebleven omwille van ...



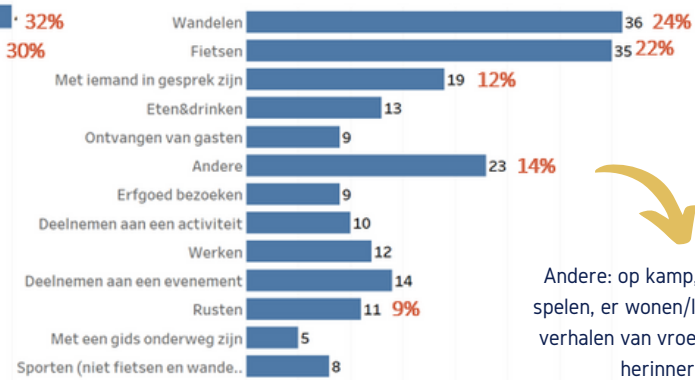
Bezoekers en inwoners vertellen vooral verhalen die bijblijven omwille van de natuur in vergelijking met cultuur en geschiedenis. Dit patroon is nog scherper voor mensen die in het ML wonen.

Lokale cultuur & geschiedenis komt het sterkst aan bod in de verhalen van ondernemers en medewerkers van de publieke sector.

Wat was je vooral aan het doen? (2 keuzes)

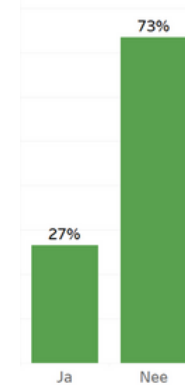


Bezoekers (n = 139)

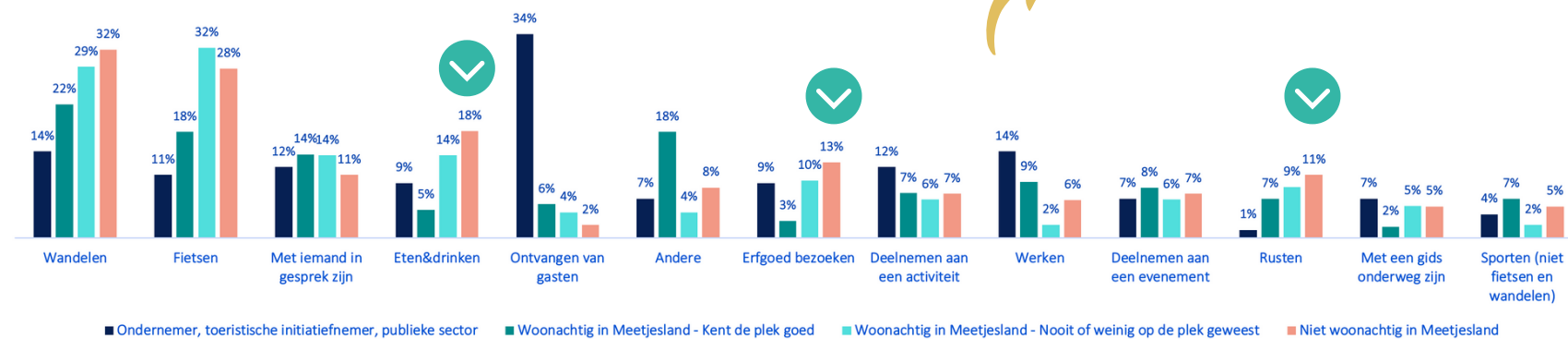


Inwoners (n = 157)

Georganiseerde uitstap met een groep?

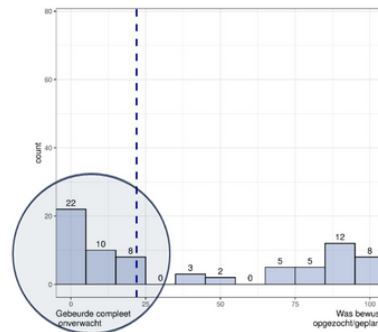


Andere: op kamp, als kind gaan spelen, er wonen/leven/thuis zijn, verhalen van vroeger/specifieke herinneringen

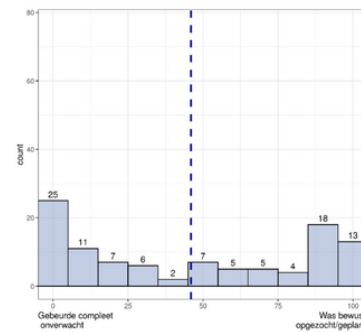


Fietsen en wandelen zijn hoofdactiviteiten. Erfgoed, eten&drinken en rust zijn komen iets meer aan bod bij de bezoekers van buiten het ML in vergelijking met diegenen die er wonen.

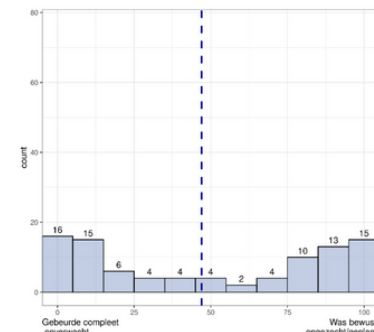
Wat ik beleefd of gedaan heb in mijn verhaal, gebeurde...



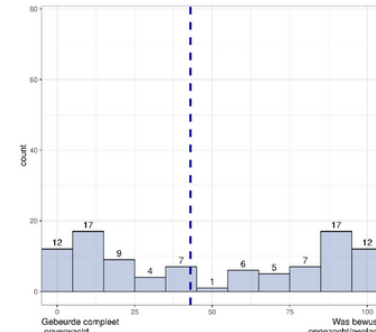
Ondernemers en medewerkers
publieke sector



Bezoekers en inwoners
die plek goed kennen

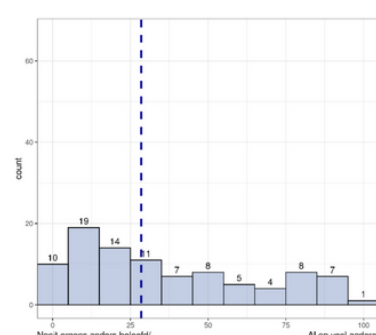
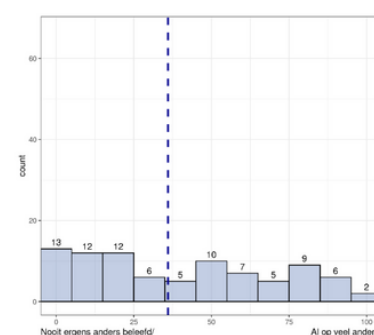
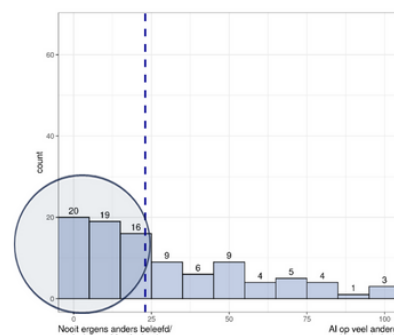
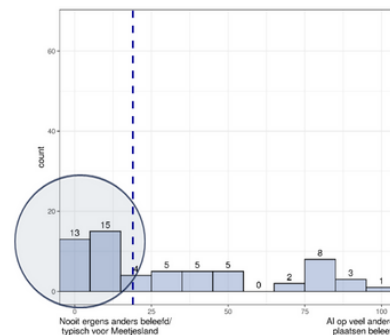


Bezoekers en inwoners
die plek niet of minder goed
kennen



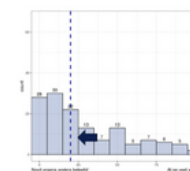
Bezoekers van buiten het
Meetjesland wonen

Wat ik heb meegemaakt in mijn verhaal...

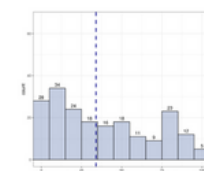


Ondernemers, medewerkers van de publieke sector en bezoekers/inwoners die de plek goed kennen delen meer verhalen van zaken die onverwacht gebeurden. Diezelfde groepen deelden ook meer verhalen van belevenissen die ze typisch voor het ML ervaren.

Ook bezoekers van buiten het ML delen veel verhalen die ze 'typisch' vinden. Een interessante groep verhalen om te lezen! Merk op dat dit patroon meer uitgesproken is voor het krekengebied in vergelijking met de andere gemeenten.



Krekengebied

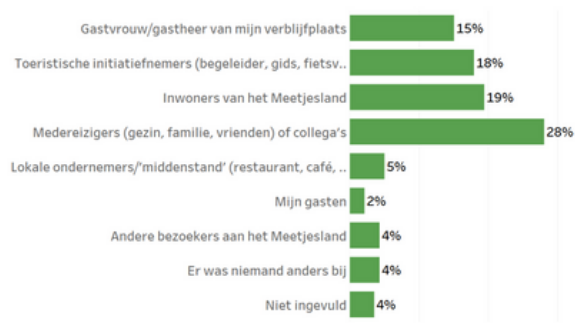


Andere gemeenten

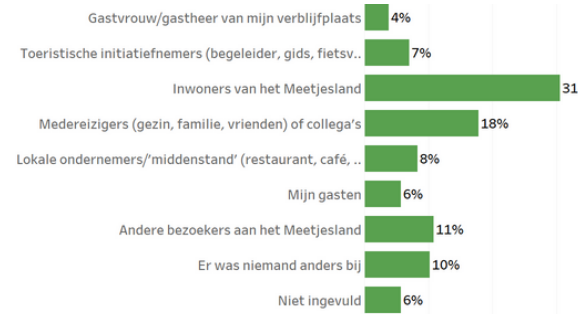
6. Ontmoeting & gastvrijheid



Deze mensen hebben vooral bijgedragen aan mijn verhaal...



Bezoekers (n = 139)

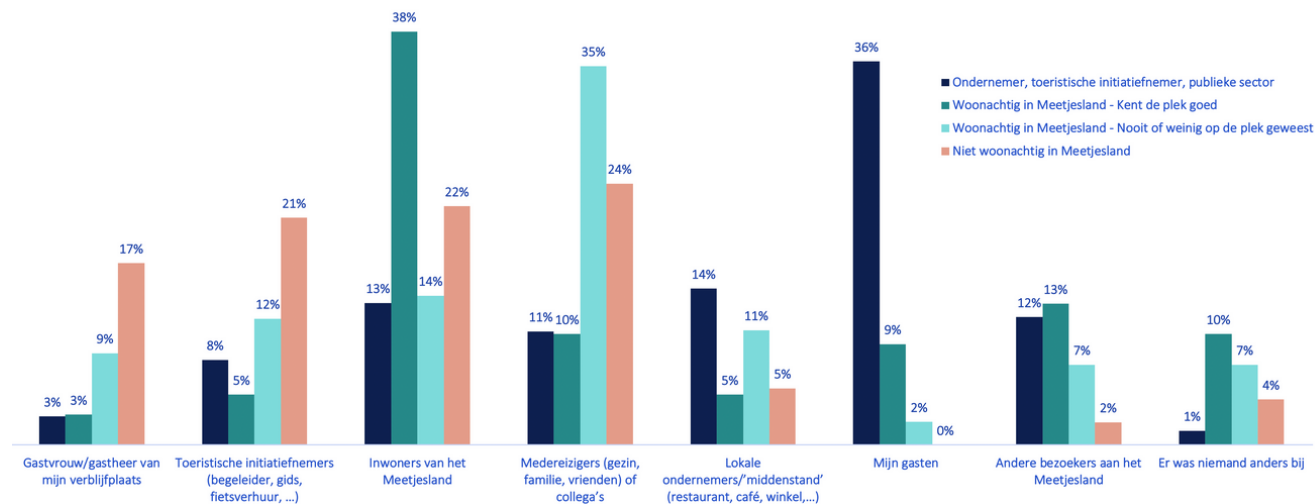


Inwoners (n = 157)

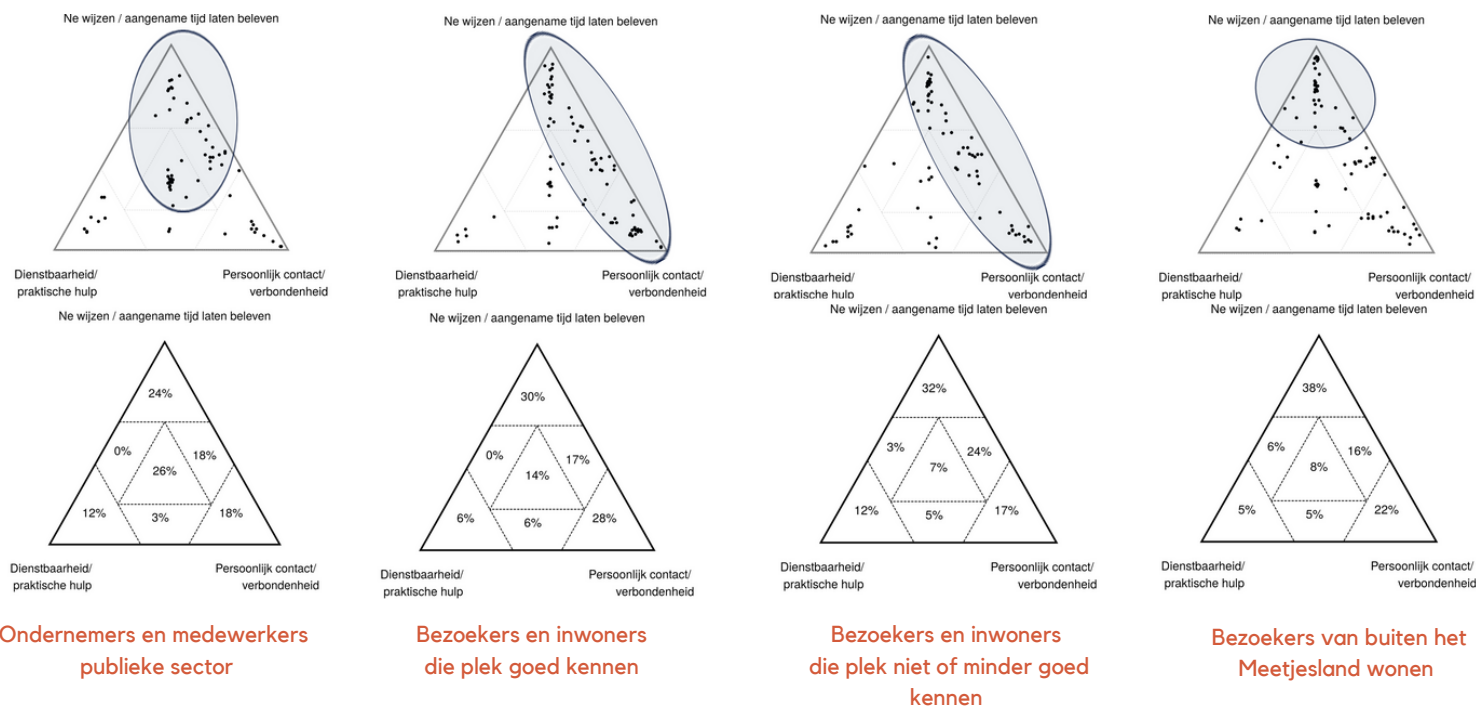
Voor bezoekers dragen vooral medereizigers bij aan wat gebeurd is in hun verhaal. Daarna volgen inwoners, toeristische initiatiefnemers en hun gastvrouw/heer. Vooral die laatste categorieën zijn interessant om te lezen (zie ook volgende pagina).

Dit patroon is nog meer uitgesproken in de verhalen van mensen die niet in het Meetjesland wonen (zie grafiek hieronder).

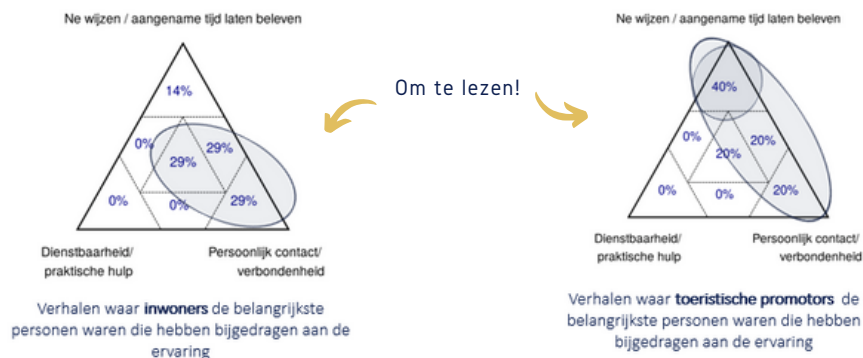
Ook de verhalen waar lokale ondernemers een belangrijke bijdrage hebben, zijn interessant om verder te onderzoeken.



In mijn verhaal betekent gastvrijheid...



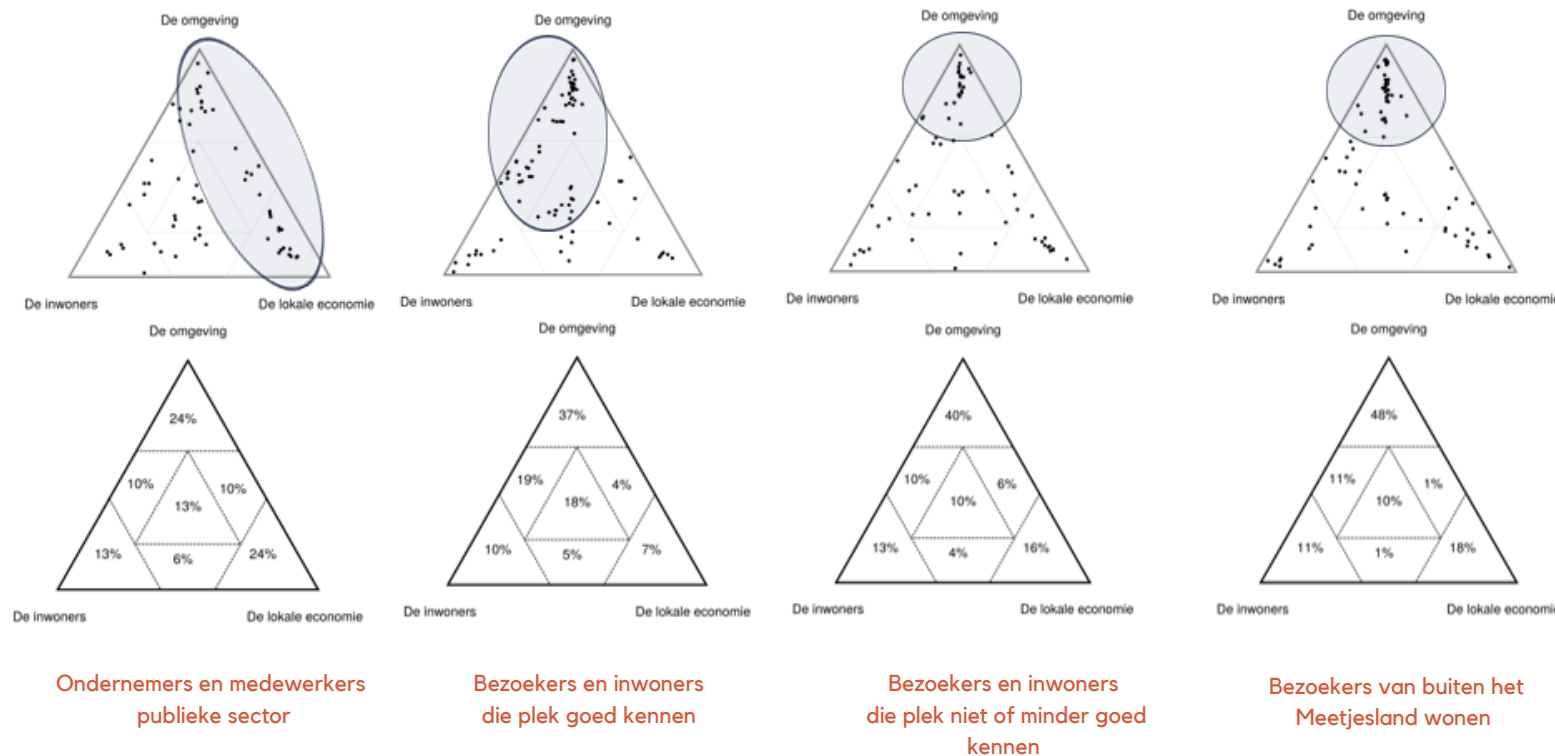
Bezoekers van buiten het ML zien in hun verhalen gastvrijheid vooral als hen een aangename tijd laten beleven, in vergelijking met persoonlijk contact en verbondenheid. Voor ondernemers en mensen uit de publieke sector verschuift het patroon meer naar het midden, waar de drie aspecten belangrijk zijn.



7. Impact van de ervaring



De ervaring die ik beschrijf in mijn verhaal, heeft vooral een invloed op...



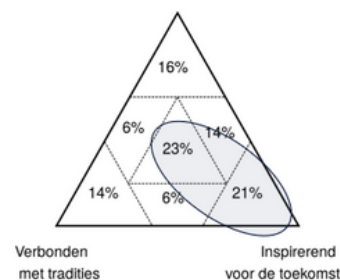
De invloed op de lokale economie wordt het meest uitgesproken ervaren door de ondernemers zelf, en ook door bezoekers die nog niet vaak op de plek geweest zijn. Alle categorieën zien een sterke invloed op de omgeving.

Opmerking: dit was voor veel mensen een lastige vraag om in te vullen. 70 mensen duiden "niet van toepassing" aan.

8. Verleden en toekomst

Wat ik verteld heb in mijn verhaal...

Belangrijk voor het Meetjesland van vandaag

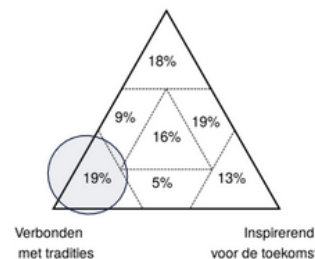


Inwoners (n = 157)

Voor het toekomstplan zijn natuurlijk de verhalen waarvan mensen aangeven dat ze inspirerend zijn voor de toekomst interessant om te lezen.

Maar ook de tradities komen naar voren, en het zou interessant zijn om te lezen wat bezoekers daaronder verstaan.

Belangrijk voor het Meetjesland van vandaag



Bezoekers (n = 139)



Naast het delen van hun verhaal, gaven 172 mensen hun specifieke of algemene ideeën voor de toekomst van toerisme in het Meetjesland! Stof voor discussie op de Toekomstdag...

9. Nieuwsgierige gesprekken met gemeentebesturen



“

De inwoner

“We gingen er te vlotjes van uit dat de inwoners wel weten wat er allemaal te beleven valt, maar dat is niet het geval. We zetten nu meer in op bekendmaking.”

“Toerisme is voor mij iets nieuws kunnen zien, wat niet altijd ver weg moet zijn: de ontdekking van een nieuw wegeltje, verrassende dingen in de eigen omgeving. Dichtbij kan ook interessant zijn.”

Toerisme Meetjesland

“Toerisme Meetjesland is er ook voor de lokale ambtenaar. Stel gerust vragen!”

“Vanuit de gemeente willen we Toerisme Meetjesland uitdrukkelijk vragen om ons mee te ondersteunen in het uitwerken van toeristische projecten, en gemeenten met gelijkaardige plannen samen te brengen.”

“Betrek Toerisme Meetjesland van bij het begin bij grotere projectideeën. Het is onze rol om mee na te denken, en expertise rond reglementering en samenwerking met partners in te brengen.”

Gemeentelijk beleid

“Wij hebben de luxe een toeristische dienst te hebben. Niet elke gemeente heeft dat.”

“De gemeente heeft niet altijd de slagkracht om grote campagnes uit te werken, om de gemeente op de kaart te zetten”

“We hebben veel ideeën, maar we moeten ze ook nog allemaal kunnen uitwerken. Soms is het misschien interessanter om al bestaande zaken verder te verdiepen en uit te werken, in plaats van telkens met iets nieuws af te komen. Het is niet altijd makkelijk als beleid om focus te houden omwille van het grote aanbod, en vragen die van alle kanten komen.”

Het Meetjesland DNA

“Meetjesland is meer dan krekens. Er is een enorme diversiteit. Het komt er op aan om het geheel van de regio te zien, en zichtbaar te maken.”

“Er zit wel een groot verschil qua identiteit tussen de verschillende gemeenten van het Meetjesland. Eigenlijk zou er nog een soort ‘Meetjeslandse’ taal uitgevonden moeten worden die de identiteit van de regio ondersteunt.”

Participatie

“Waar ondernemers vroeger al eens elkaars concurrenten waren, zie je nu, hoe door de ontmoetingen op de toeristische adviesraad, dat er vriendschappen groeien.”

“Onze werkgroep ‘erfgoed’ speelt een belangrijke rol om leven in het erfgoedverhaal te krijgen.”

“De gemeente gelooft in initiatief van onderuit. Dit gesprek maakt ons nog eens bewust dat we ‘participatie’ ook kunnen toepassen in elk toeristisch project dat we willen opzetten.”

“Niet alle initiatieven op vlak van toerisme hoeven af te hangen van de portemonnee van de gemeente. Je kan ook mensen in beweging brengen, draagvlak creëren, vrijwilligers stimuleren om te participeren. Dit kost minder, en vaak draagt dit ook bij tot de duurzaamheid van een initiatief”

“Vroeger was er weerstand om heel de markt vol te zetten met terrassen. Nu ziet iedereen dat wel zitten. We willen de markt weer ‘de markt’ laten zijn.”

”

ANNEX 3

RAPPORT FASE 2 - TOEKOMSTDAG DROMEN&ONTWERPEN



**Verhalen zinderen
En blijven bij**

Toekomstdag 'Toerisme in het Meetjesland'
15 september 2020

ONDERWEG NAAR EEN FLORERENDE BESTEMMING

STAP 2: DROMEN EN ONTWERPEN



VOICES
THAT
COUNT



Meetjesland
maak het mee!

1. TOEKOMSTDAG: WERKWIJZE & RESULTATEN

VERDWALEN IN VERHALEN

Op de Toekomstdag lazen 60 deelnemers uit de verschillende verhalenpacks uit het Sensemakeronderzoek. 16 thema's werden behandeld.

Ze gingen op zoek naar patronen in de verhalen aan de hand van volgende vragen:

- Wat is 'florerend'?
- Wat inspireert je?
- Welke verschillen zie je tussen de verschillende packs?

1

KEUZES MAKEN OP KRUISPUNTEN

De gevonden patronen werden getoetst aan de ideeën meegegeven door verhalenvertellers, en aan bestaand onderzoek en beleid.

- Wat bevestigt de patronen?
- Wat spreekt de patronen tegen?
- Wat zegt onze persoonlijke ervaring?

2

WEGWIJZERS NAAR DE TOEKOMST

Vanuit de bevindingen in stap 1 en 2 kijken we naar de toekomst:

- Hoe kan toerisme dan verder bijdragen aan een florerend verhaal rond dit thema?
- Als dit het droomscenario is, wat hebben we met zijn allen dan verder te ontwikkelen?
- Waar moet zeker op ingezet worden?

3

ANDER MATERIAAL IN BIJLAGE

1. Eerste analyserapport Voices That Count - 'Ontdekken'
2. Nieuwsgierige Vraaggesprekken met de 9 gemeenten
3. Mentimeter Toekomstdag
4. Coronamogelijkheden Toekomstdag
5. Feedback van deelnemers aan de Toekomstdag
6. Woorden waarmee het Meetjeslands verhaal geschreven wordt

4

RESULTATEN

Op de volgende pagina's vind je per thema op 2 bladzijden de **outcomes** van de gesprekken op de Toekomstdag.

De eerste pagina bij elk thema is een overzicht van:

- welke verhalen gelezen zijn,
- welke Sensemakerresultaten daarbij horen
- gebruikt onderzoeks- en beleidsmateriaal

en de door de deelnemers **ontdekte patronen** in dit materiaal.

De tweede pagina geeft richting aan **toekomstige strategie** voor Toerisme in het Meetjesland, een florerende bestemming.

In hoofdstuk 3 worden uit bovenstaande outcomes **samenvattend** toekomstige toeristische en florerende uitdagingen geformuleerd. Deze zijn te bespreken met de stuurgroep.

WANDELEN & FIETSEN

97 GELEZEN VERHALEN

- Ondernemers over fietsen & wandelen
- Fietsen&wandelen, bijgebleven omwille van eten-drinken-verblijfplaats
- Corona in verhaal
- Bezoekers over fietsen&wandelen/inspirerend voor de toekomst
- Fietsen&wandelen/negatieve gevoelens

38 IDEEËN

9 GEMEENTEN

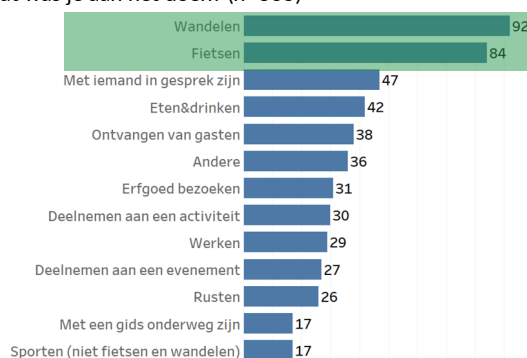
MENTIMETER

DEELNEMERS INDIVIDUEEL



SENSEMAKER PATRONEN

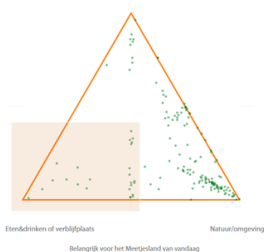
Wat was je aan het doen? (n=365)



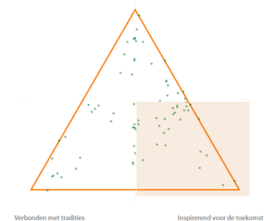
Het Meetjesland is bij uitstek een wandel- en fietsbestemming. De negatieve verhalen (18) leerden ons dat het vinden van horeca soms een uitdaging was. Vandaar dat we inspiratie zochten in de verhalen over fietsen en wandelen doken die bijgebleven zijn o.w.v. eten en drinken, en ook de verhalen van ondernemers specifiek onder de loop namen. Ook de verhalen van bezoekers waarvan mensen aangegeven hebben dat die inspirerend zijn voor de toekomst werden onderzocht.

De lokale cultuur / geschiedenis

Wat ik beschrijf is bijgebleven omwille van...



Wat ik vertel in mijn verhaal is...



WAT VERTELDE DE VERHALEN ONS?

ACTIVITEITEN

- Belang van wandelen en fietsen in een stille, natuurlijke omgeving in zijn eenvoud, maar die toch een intens vrijheidsgevoel geeft.
- Toerist in eigen streek
- Natuur ontdekken zonder poespas

BELEVING

- Verrassend
- Onverwachte
- Vakantiegevoel
- Rustiek
- Kalm
- Gezellig
- Idyllisch

WAARDEN

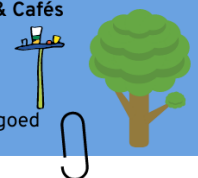
- Gastvrijheid

ONDERZOEK & BELEID

COVID-19 en de reis- en recreatieplannen van Vlamingen, een focus op binnenlandse recreatie voor de zomer van 2020 - Onderzoek Thomas More

Wat de Vlaming wil gaan doen in VLAANDEREN.

1. Restaurants & Cafés
2. Natuur
3. Steden
4. Kust
5. Cultuur & erfgoed



WANDELEN & FIETSEN

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST

PLEK

- Infrastructuur & voorzieningen
- Rustpunten onderweg: bankjes, pier aan de kreek...
- Uitgestippelde wandel- en fietsroutes over de gemeenten heen
- Goede signalisatie onderweg - voor fietsers aan de juiste kant van de weg
- Beter onderhoud wandel- en fietspaden
- Onverharde wandelpaden
- Toeristische borden & foto's onderweg
- Samenspel wielrenners - recreatieve wandelaars&fietsers
- Rolstoeltoegankelijk
- Trage wegen

ONDERNEMERS

- Mogelijkheden eten&drinken (dinsdag/woensdag)

FLORERENDE ONDERBOUW

PLEK - INWONERS - ONDERNEMERS

- Verbinden van verschillende locaties in een wervend verhaal

INWONERS

- Meer inzetten op trotse inwoners in eigen streek: reclame maken voor eigen streek, weten wat er te beleven is in de buurt

VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN

- Bezoekers meer reden geven om te komen (historisch, gastronomisch)
- Recreatief en functioneel fietsnetwerk

DUURZAAMHEID & BORGING

- Toeristische info doorlopend actualiseren (vervoer, horeca, routes, fietsoplaadpunten) - al of niet digitaal

INNOVATIE

- Thematische uitwerking over de gemeenten heen: polders & ontstaan, geschiedenis Boerenkreek, verdwenen dorp St-Margriete
- Groene en blauwe verbindingen tussen gezellige dorpskernen, vlot toegankelijk als fietser of wandelaar

VOOR WIE

-

Wie door Meetjesland wandelt of fietst,
vindt altijd een weg.



"Een idyllisch moment op de boerderij"
 "Een unieke wereld vlakbij je deurpost"
 "De mist in door de knooppunten"
 "Vrijheidsgevoel dicht bij huis"
 "Permanente verwondering"
 "Unieke wereld vlakbij jouw deurpost"

RUST & STILTE

73 GELEZEN VERHALEN

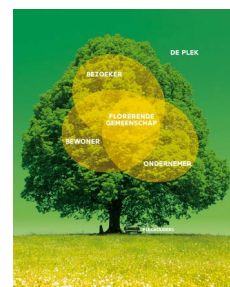
- Verhalen van bezoekers over 'rusten'
- Verhalen van inwoners over 'rusten'
- Verhalen waarin het woord 'rust' voorkomt
- Verhalen waarin het woord 'stille' voorkomt

6 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

DEELNEMERS INDIVIDUEEL



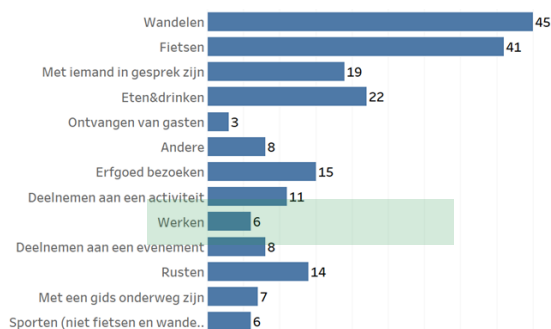
SENSEMAKERRESULTATEN

In 91 van de 365 verhalen komt het woord 'rust' voor, en in 28 verhalen vinden we het woord 'stille'. Naar het Meetjesland kom je om de rust & stille op te zoeken. Dit geldt zowel voor bezoekers als inwoners.

We analyseerden ook de specifieke verhalen waar mensen 'rusten' als activiteit aangaven.

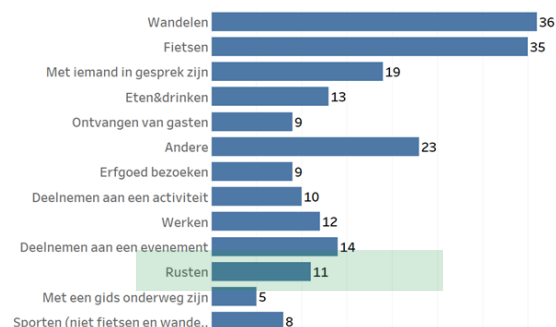
Wat was je aan het doen?

(Bezoekers, n = 139)



Wat was je aan het doen?

(Inwoners, n = 157)



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- driehoek: cultuur - historie - hedendaagse kunst

BELEVING

- Rust = ontmoeting, mensen, gastvrijheid - rol van de inwoners en ondernemers om rust te creëren
- Stille = natuur, kreken, bossen, kanalen, fauna...
- Verrassende eenvoud
- Kleuren van het tijdloze
- Behoeft aan rust

WAARDEN

- Gastvrijheid
- Ontmoeting
- Eenvoud
- Stille, rust en natuur zijn gemeenschappelijke waarden

ONDERZOEK& BELEID

Toerisme Vlaanderen peilt sinds begin mei om de twee weken naar de reisintenties van de Belgen voor de zomer van 2020 en naar wijzigende voorkeuren.

Uit de derde bevestigingsgolf (1.280 Belgen ondervraagd tussen 04/06-10/06):

- 42% wil in de toekomst minder contact met toeristen in zijn omgeving als gevolg van de coronacrisis (was in eerste bevestigingsgolf evenwel nog 52%).
- Een groene, landelijke omgeving wint aan populariteit in de vakantieplannen.

<https://www.toerismevlaanderen.be/corona/monitoringcorona>

Zeeuwse Erfgoedlijnen

Provincie Zeeland, Erfgoed Zeeland in samenwerking met de partners van het samenwerkingsverband Zeeuwse Ankers.

RUST & STILTE

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST PUBLIEKE SECTOR - Duw geven aan toeristische diensten - Toegankelijkheid PLEK - Slechte staat fietspaden, knooppunten = ergernis	FLORERENDE ONDERBOUW - Werken aan bereikbaarheid van 'rust' op alternatieve manieren (niet enkel met de auto) - Bewoners en ondernemers mee betrekken in uitbouw en zorg voor rust&stilteplekken
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN - Meer overleg en afstemming tussen diensten - Drukke/Stiltebalans: kwaliteit vs kwantiteit: wanneer vinden we het goed? - Bruis van onderuit <=> Geen tafelspringers	DUURZAAMHEID & BORGING ~...
INNOVATIE - Outdoor activiteiten die ruimte nodig hebben: op het water, in de lucht, op de grond. - Museum/Kunst => De vraag is er niet op dit moment, maar het aanbod is misschien wel nodig. - Belgisch/Nederlandse grens - Aardenburg/Middelburg - Noordlijn (cultuur, historie, hedendaagse kunst) - (zie Zeeuwse Ergoedlijnen)	VOOR WIE - Mensen met interesse in cultuur, historie, hedendaagse kunst - Geen tafelspringers

Rust & Stille: een luxeproduct?
Recht op rust en stilte voor iedereen.



"Een idyllisch moment op de boerderij"

DE PLEK - BOSSEN

60 GELEZEN VERHALEN

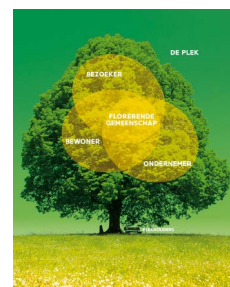
- Verhalen waarin het woord 'bos' voorkomt

10 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

DEELNEMERS INDIVIDUEEL

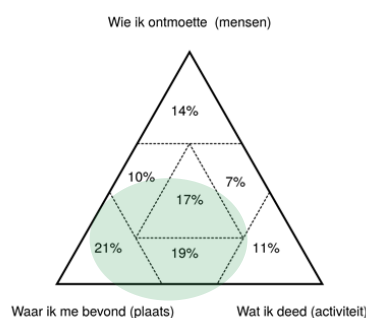


SENSEMAKERRESULTATEN

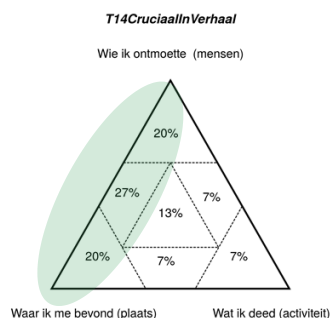
In de verhalen van bezoekers is de plek waar mensen zich bevinden vooral belangrijk in combinatie met een activiteit. In de verhalen van inwoners gaat de trend meer richting ontmoeting (mensen).

"Bos" is een van de meest voorkomende woorden uit de woordenwolk. 60 verhalen gaan over de bossen in het Meetjesland.

Cruciaal in mijn verhaal was... (bezoekers)



Cruciaal in mijn verhaal was... (inwoners)



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- Nieuwe ervaringen in de natuur tov mensen die zeer veel in de natuur wandelen

BELEVING

- Prikjes op de ziel: kleine details in de natuur die verwonderen, nieuwe plekjes die ontdekt worden.
- Even stilte om te genieten van de natuur
- Verwondering

WAARDEN

- Zorg voor de natuur

ONDERZOEK & BELEID

"Waar mogelijk onderzoeken we synergiën met andere Vlaamse agentschappen, zoals het Agentschap Natuur en Bos."

"De voorgenomen ambitie om in Vlaanderen te gaan naar 10.000ha extra bos en 20.000ha extra natuur onder effectief natuurbeheer, kunnen nieuwe opportuniteiten met zich meebrengen voor het natuurtoerisme. Waar dit mogelijk is, zullen kansen niet onbenut blijven."

Beleidsnota ingediend door minister Zuhair Demir, Vlaams minister van Justitie en Handhaving, Omgeving, Energie en Toerisme - 2019-2024

DE PLEK - BOSSEN

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST PLEK - Rolstoeltoegankelijk - 'Aankleding van de plek - rustbanken, streekeigen planten, bomen, houtwallen...	FLORERENDE ONDERBOUW - Onthaalplan 'Landschapspark Drongengoed' - Florerende 'onthaalpoorten' ontwikkelen en uitwerken - Ontmoeting met bewoners is een meerwaarde - Zorg voor de natuur
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN - Behouden wat we hebben in de natuur en eventueel zelf meer openstellen (privé-bossen) - Personen die zorg dragen voor de natuur en personen die minder zorg dragen voor natuur zonder het te beseffen (bv hond laten los lopen)	DUURZAAMHEID & BORGING - Helderheid nodig bij ondernemers: waarvoor kunnen zij bij wie terecht?
INNOVATIE - Verbinding tussen Het Leen - Drongengoed - Ruimte en potentieel om te ontwikkelen en uit te breiden - Verwondering mogelijk maken: - uitbouw natuurbeleving - uitkijkpunten - begeleide wandelingen	VOOR WIE -

Verbondenheid met de plek, zorg voor de plek,
het verhaal van de plek, in gesprek met de plek.



"Eenvoud kan geluk brengen"

DE PLEK - WATER

133 GELEZEN VERHALEN

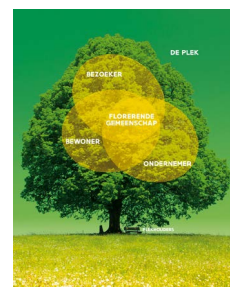
- Verhalen waarin de woorden 'kreek, vaart of kanaal' voorkomen
- Verhalen waarin het woord 'water' voorkomt
- Verhalen waarin de woorden 'zwemmen, kayak, vissen' voorkomen

7 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

DEELNEMERS INDIVIDUEEL



SENSEMAKERRESULTATEN

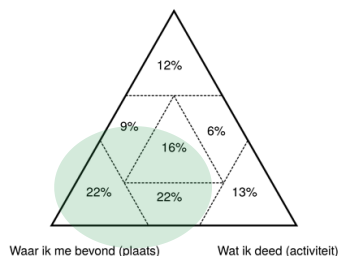
In de verhalen over het krekengebied is de plek waar mensen zich bevinden vooral belangrijk in combinatie met een activiteit. In de verhalen over plekken buiten het krekengebied blijft de plaats belangrijk, maar ook de ontmoeting (mensen).

"Water" komt in verschillende vormen voor in de verhalen: 34 verhalen gaan over de kreken, 31 over vaart/kanaal, en 16 over wateractiviteiten (zwemmen/vissen/kayak)

Cruciaal in mijn verhaal was... (verhalen uit het Krekengebied = Assenede en Sint-Laureins, n=145)

T14CruciaalInVerhaal

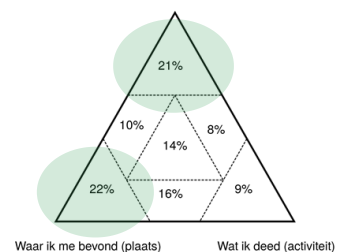
Wie ik ontmoette (mensen)



Cruciaal in mijn verhaal was... (verhalen buiten het krekengebied, n=210)

T14CruciaalInVerhaal

Wie ik ontmoette (mensen)



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- Water trekt aan, nodigt uit, creëert nieuwe mogelijkheden
- Stilte, fauna en flora, het vissen, het zwemmen en de winterpret

BELEVING

- Aan de ene kant prettige dingen, maar langs de andere kant ook gevaren en drama's

WAARDEN

-

ONDERZOEK & BELEID

"Waterwegen zijn een integraal onderdeel van onze natuur. Ook hier liggen kansen voor recreatie en toerisme."

"Er worden verder proeftuinen opgezet voor kastelen en historische tuinen in publiek en privaat bezit, en er wordt werk gemaakt van het opzetten van een Vlaanderenbreed netwerk van historische kastelen- en tuinensites. We geven hierbij voorrang aan die sites die in samenhang met natuurontwikkelingen en ontsluitingen via water, openbaar vervoer en fiets kunnen worden gerealiseerd (bijvoorbeeld toegangspoorten tot natuurgebieden en Nationale Parken)."

Beleidsnota ingediend door minister Zuhal Demir, Vlaams minister van Justitie en Handhaving,, Omgeving, Energie en Toerisme Toerisme - 2019-2024

DE PLEK - WATER

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST PLEK - Verbetering fietsinfrastructuur - Fietspad Sint-Laureins-Watervliet promoten en aansluiten met treinfietspad Boekhoute-Assenede - Fietsovergang Schipdonkkanaal Gent te Merendree - Sanitaire voorzieningen - rustplaatsen - Sluikstorten	FLORERENDE ONDERBOUW - Horeca aansluitend op waterbeleving
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN - Noden en behoeften van ondernemers, visie van de overheid: botst soms - Kreken: sectorieel indelen: pleziervaart, vissen, natuurdomein, winterpret	DUURZAAMHEID & BORGING - Website toerisme beter uitbouwen op vlak van kanalen en kreken => met verschillende comités samen zitten om dit op punt te stellen. - De Lieve
INNOVATIE - Waterwegen ten volle benutten voor pleziervaart, zeker verder dan de grenzen van het Meetjesland, in concreto Sas van Balgerhoecken. - Kanovaren, waterfietsen...	VOOR WIE - Voor elk wat wils in Meetjesland

Verbondenheid met de plek, zorg voor de plek,
het verhaal van de plek, in gesprek met de plek.



"Waterwereld"

DE PLEK - ERFGOED

88 GELEZEN VERHALEN

- Wat was je aan het doen? => 'Erfgoed bezoeken'
- Verhalen van inwoners/verbonden met tradities
- Verhalen van mensen buiten Meetjesland/verbonden met tradities
- Erfgoed/Negatieve gevoelens

7 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

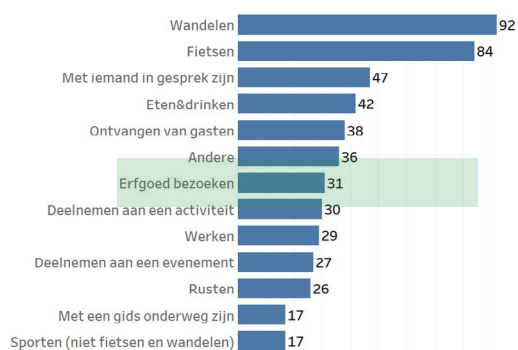
DEELNEMERS INDIVIDUEEL



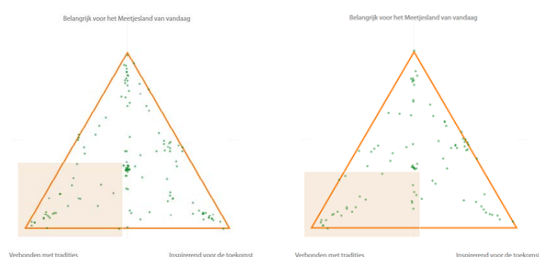
SENSEMAKERRESULTATEN

8% van de verhalen gaan over erfgoed bezoeken. Dat percentage stijgt licht bij de bezoekers. Toch komen erfgoedverhalen ook veel bij inwoners voor. We vergeleken daarom de verhalen van inwoners met die van de bezoekers buiten het Meetjesland waarvan mensen aangaven dat die verbonden waren met tradities.

Wat was je aan het doen? (n=372)



Wat ik vertel in mijn verhaal is...



Inwoners (n= 157)

Bezoekers van buiten
Meetjesland (n= 95))

ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- Toevalligheden

BELEVING

- Begeesterende duiding door 'inwoners-gidsen': meerwaarde van persoonlijke inbreng tov apps, boekjes...
- Beleven/Doen Beleven
- Nostalgie

WAARDEN

- authenticiteit
- rust
- gemoedelijkheid
- passie

ONDERZOEK & BELEID

"Om de ruimtelijke spreiding van erfgoedbeleving in de hand te werken, focussen we ons op het verbinden van de verhaallijnen van historische sites Vlaanderenbreed met als doel te komen tot netwerken van kastelen- en tuinen enerzijds en religieuze erfgoedsites anderzijds."

"De verhaallijnen 'Vlaanderen, natuurlijk!', 'erfgoed-beleving', 'Vlaanderen fietsland' en 'culinair erfgoed en toekomst' bieden kapstokken om gespreid in tijd en ruimte waardevolle toeristische belevingen mogelijk te maken. Het concept 'special meeting venues' valoriseert de vele erfgoedlocaties die Vlaanderen rijk is en kapitaliseert op de groeiende markt van meetings en conferenties."

Beleidsnota ingediend door minister Zuhail Demir, Vlaams minister van Justitie en Handhaving, Omgeving, Energie en Toerisme Toerisme - 2019-2024

DE PLEK - ERFGOED

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST

PLEK

- Verhalen aanwezig maken in het landschap op verschillende manieren - aantrekkelijk & aandacht voor beleving
- Hulpmiddelen zoals demoborden, website...
- Stilteplekken verbeteren

FLORERENDE ONDERBOUW

- Begeesterende duiding door passionele inwoners/gidsen/ondernemers (b&b,, horeca...)-meerwaarde van persoonlijke inbreng tov apps, boekjes...
- Immaterieel erfgoed, de verhalen in de omgeving spreken aan en blijven hangen
- Belang van ambassadeurs
- Ondersteunende informatie over zoveel mogelijk aspecten waarbij openbare besturen, heemkundige kringen, natuurverenigingen... dit samen waar maken

VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN

- Verbinding met Gent en Brugge
- Uitkijktorens

DUURZAAMHEID & BORGING

- Potentieel van de verhalen

INNOVATIE

- Nadenken over 'waar wij het verschil maken'
- Erfgoed vanuit een totaalbeeld: cultuur, natuur, heemkunde... waarbij verschillende actoren betrokken worden, ook ondernemers, horeca... Trotse ondernemers en inwoners vertellen samen een verhaal over hun plekken. Een sprekend beeld.
- Inwoners betrekken bij de herbestemming van erfgoedplekken
- Netwerk van erfgoedsites

VOOR WIE

-

Verbondenheid met de plek, zorg voor de plek,
het verhaal van de plek, in gesprek met de plek.



"Schietingen en zingende varkens"

NATUUR

92 GELEZEN VERHALEN

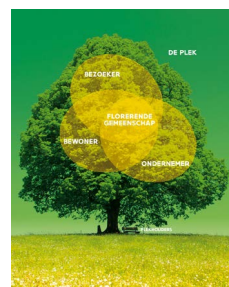
- Bijgebleven omwille van natuur&omgeving/Meetjesland **beter** leren kennen
- Bijgebleven omwille van natuur&omgeving/Meetjesland **anders** leren kennen
- Bijgebleven omwille van natuur&omgeving/Ik deed iets helemaal nieuw

17 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

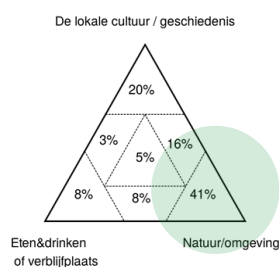
DEELNEMERS INDIVIDUEEL



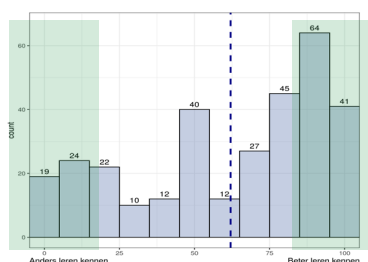
SENSEMAKERRESULTATEN

Toeristische ervaringen in het Meetjesland blijven vooral bij o.w.v. de natuur/omgeving. Dit is nog sterker voor de verhalen uit het krekengebied (eng gedefinieerd als Assenede en Sint-Laureins). Maar wat maakt dat mensen de omgeving beter of anders ervaren? En waar ontdekten ze iets nieuws? We kruisten de 41% met twee lijnvragen en doken in die groepen verhalen.

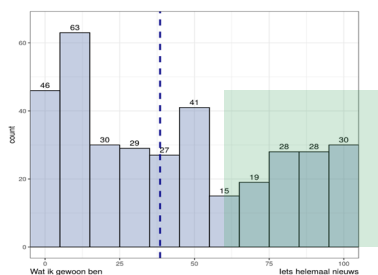
Wat ik vertel in mijn verhaal is bijgebleven om... (n=356)



Dankzij wat ik beleefd heb, heb ik het Meetjesland...



In mijn verhaal deed ik....



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- ook voor kids!
- doe-activiteiten voor de bezoeker: salamanders vangen, reeën spotten, avondwandeling...

BELEVING

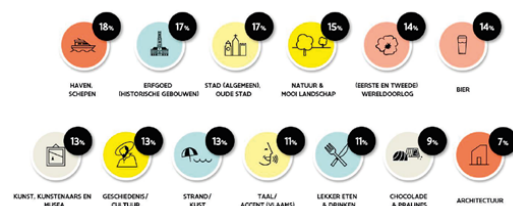
- doen, ontdekken, waarnemen
- traag, rust, stilte
- dieren: vogels, reeën...
- wijsheid
- onthaasten

WAARDEN

- rust
- traagheid
- natuur

ONDERZOEK & BELEID

De belangrijkste zaken waarmee Vlaanderen spontaan geassocieerd wordt:



Reputatiestudie 2017, Toerisme Vlaanderen

"Waarom slaan evenement-organisatoren, boeren en natuurbeheerders de handen niet ineen, zodat we met kleine groepjes tegelijk van de buitenlucht kunnen genieten?"

André Knottnerus, voormalig hoogleraar huisartsgeneeskunde, over de volksgezondheid, De Correspondent - april 2020

NATUUR

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST PLEK - Landschapspark verder uitbouwen	FLOREERENDE ONDERBOUW - Inzetten op natuurbeleving door beter uitgestippelde wandel- en fietsroutes
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN - Natuur en landbouw hand-in-hand - Traagheid van een aantal geplande realisaties en ideeën... - Geen pretpark, wel natuurbeleving voor gezinnen en kids	DUURZAAMHEID & BORGING -
INNOVATIE - Meer natuur waar kinderen vrij kunnen spelen (niet per se aangelegde speelpleinen maar vrije natuur) - meer locaties om natuurbeleving voor kinderen te realiseren - Stop op appartementen en lintbebouwing - Natuurbeleving - doen: fotografie, reeën/vogels spotten	VOOR WIE - Kinderen als specifieke doelgroep - Gezinnen met kinderen

Het natuurlijk landschap dat zich spontaan ontwikkelt een handje helpen.



"Back to the roots, back to nature"

LOGIESAANBOD

79 GELEZEN VERHALEN

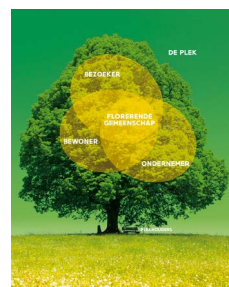
- Verhalen over korte vakanties (minder dan 4 overnachtingen)
- Verhalen over lange vakanties (4 overnachtingen of meer)
- Verhalen over zakenreizen/verblijf met collega's
- Verhalen die bijgebleven zijn omwille van eten&drinken/verblijfplaats (zowel korte en lange vakanties en zakenverblijven)

10 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

DEELNEMERS INDIVIDUEEL

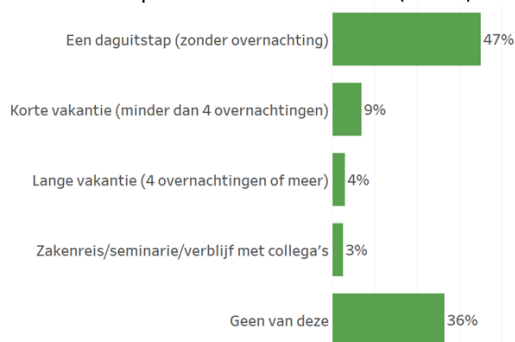


SENSEMAKERRESULTATEN

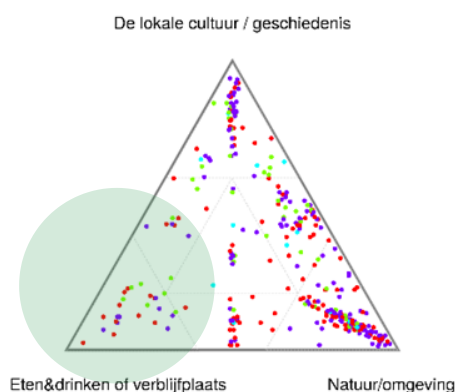
Bijna de helft van de verhalen ging over daguitstappen. Maar hoe ervaren mensen het Meetjesland als ze er bleven overnachten? We analyseerden die 16% van de verhalen.

Een toeristische ervaring in het Meetjesland blijft vooral bij o.w.v. de natuur en lokale geschiedenis (of de combinatie tussen de twee). Toch is er ook een groep verhalen die meer gewicht geeft aan eten, drinken of verblijfplaats. We doken in die groep verhalen.

In welke context speelt het verhaal zich af? (n=372)



Wat ik beschrijf is bijgebleven omwille van... (n=365)



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

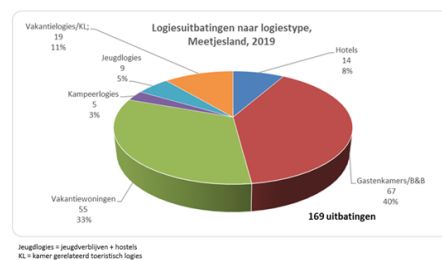
BELEVING

- Gastvrijheid en persoonlijk contact met de uitbater.
- 'Warme menselijke cultuur'
- Onverwachte ontmoetingen lokale mensen

WAARDEN

- rust
- natuur
- authenticiteit

ONDERZOEK & BELEID



LOGIESAANBOD

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST	FLORERENDE ONDERBOUW
-	- Inzetten op persoonlijk contact - Authenticiteit van de streek - Traditie behouden van authentieke activiteiten (zoals krulbollen...) voor volgende generaties, al dan niet in nieuwe logiesvormen - Cultuur en geschiedenis verbinden
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN	DUURZAAMHEID & BORGING
- Evenwicht landbouw en toerisme	-
INNOVATIE	VOOR WIE
- Logeerbeleving versterken met natuur- en landschapsbeleving - Nieuwe logiesvormen: afwegen of ze florerend zijn	- Verschil in beleving door bezoekers uit binnen- en buitenland

Prettig gelogeed



"De weldaad van stilte"

EVENEMENTEN & ACTIVITEITEN

72 GELEZEN VERHALEN

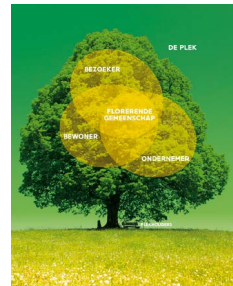
- Deelnemen aan een evenement-activiteit/Kent de plek goed
- Deelnemen aan een evenement-activiteit/Kent de plek niet goed
- Deelnemen aan een evenement-activiteit/Mensen buiten Meetjesland
- Deelnemen aan een evenement-activiteit/Ondernemers-Publieke sector
- Verhalen over 'met een gids onderweg zijn

19 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

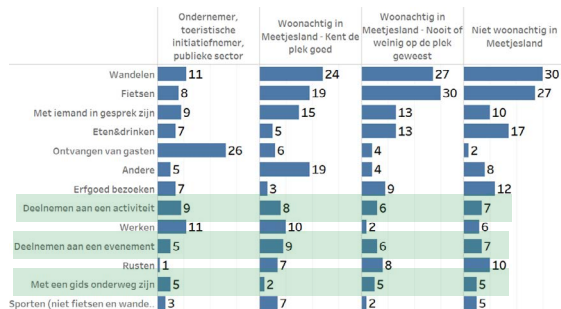
DEELNEMERS INDIVIDUEEL



SENSEMAKERRESULTATEN

Zowel inwoners, bezoekers als ondernemers deelden verhalen over activiteiten, evenementen of met een gids onderweg zijn. We doken in de verhalen van de verschillende groepen.

Wat was je aan het doen? (n=372)



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- Multigenerationeel
- Sfeer: gezellig, gemoedelijk

BELEVING

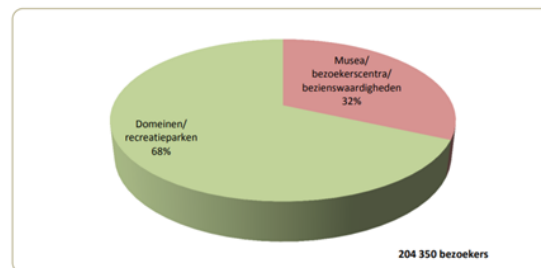
- Gekoppeld aan familieverband
- Kracht van kleinschaligheid met ambitie om te dromen

WAARDEN

- Schoonheid van de regio

ONDERZOEK & BELEID

Bezoekers aan attracties (*) - 2015



(*) Gebaseerd op het aantal ontvangen bezoekersaantallen van volgende 10 attracties: Bardelaere Museum, Bezoekerscentrum Boekhoute, Bezoekerscentrum Middelburg, Museum Mijte Stroel, Museum Regiment Tweede Gidsen, Plattelandscentrum Meetjesland, Provinciaal Bosinocentrum Het Leen, Provinciaal Domein Het Leen, Stoomcentrum Maldegem, Streekcentrum Huysmanhoeve

Bron: Bevraging Toerisme Oost-Vlaanderen

Meetjesland

EVENEMENTEN & ACTIVITEITEN

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST

-

FLORERENDE ONDERBOUW

- Trots, betrekken van inwoners in toeristisch beleid
- Fierheid stimuleren: ambassadeurstrajecten
- Schoonheid: zorg voor dragen
- Zorg voor omgeving, erfgoed
- Vele kleinschalige activiteiten in beeld brengen

VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN

-

DUURZAAMHEID & BORGING

-

INNOVATIE

- events die bewoners, ondernemers en toeristen samenbrengen en vooral om gezelligheid gaan.
- multigenerationele activiteiten - ter land, ter zee in in de lucht

VOOR WIE

-

Is 'er nog iets te doen?



"Deur toe en je waant je in New York"

VERBONDENHEID

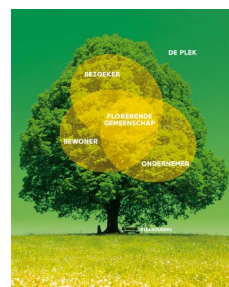
81 GELEZEN VERHALEN

- Thema 'herkenning'
- Thema 'verbondenheid' / inwoner van Meetjesland die de plek niet goed kent
- Thema 'verbondenheid' / kent de plek goed
- Thema 'verbondenheid' / ondernemers en medewerkers publieke sector
- Thema 'verbondenheid' / woont niet in Meetjesland

10 IDEEËN

9
GEMEENTEN

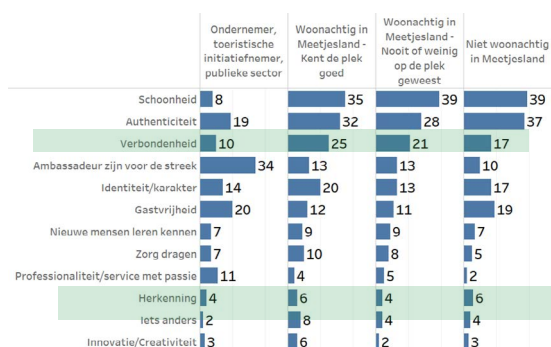
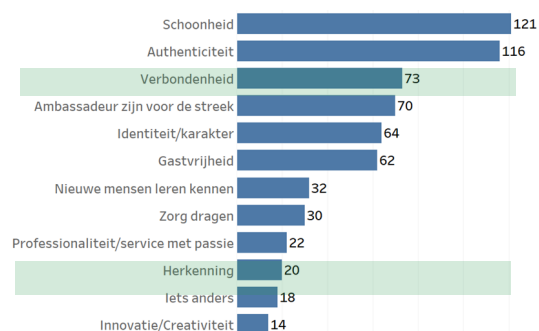
MENTIMETER

DEELNEMERS
INDIVIDUEEL

SENSEMAKERRESULTATEN

Vooral inwoners associëren hun verhaal met verbondenheid en herkenning. We vergeleken de verhalen van inwoners (zij die de plek goed kennen en zij die de plek niet zo goed kennen), met de verhalen van ondernemers en bezoekers van buiten het Meetjesland. Wat verstaan deze groepen onder 'verbondenheid' en 'herkenning'?

Dit thema associeer ik met mijn verhaal n=372)



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

Met personen:

- medebewoners, familie, gezin
- buitenlandse gasten (andere culturen)

Met natuur, water

Met streekproducten (zeker samen een streekbiertje drinken)

- Evenementen die tot verbondenheid leiden

BELEVING

- Trots op verbondenheid in Meetjesland
- Verrassende ontmoetingen kunnen tot verbondenheid leiden

WAARDEN

- Eenvoud
- Gastvrijheid

ONDERZOEK & BELEID

VERBONDENHEID

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST	FLORERENDE ONDERBOUW
-	Verbondenheid: - Met personen: - medebewoners, familie, gezin - buitenlandse gasten (andere culturen) - Met natuur, water - Met streekproducten (zeker samen een streekbiertje drinken)
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN	DUURZAAMHEID & BORGING
- Grensoverschreide samenwerking (Zeeland, Brugse Ommeland) => is moeilijk	-
INNOVATIE	VOOR WIE
- Evenementen die leiden tot verbondenheid: kleinschalige initiatieven waarbij deelnemers samen iets beleven, zorgen voor verbondenheid en daardoor voor onvergetelijke ervaringen - Centrale ontmoetingsplek met streekproducten (bier ea) ('dorpspot') - gedragen door de bewoners zelf - Eenvoudig genieten van natuur, oa met water als verbindend en rustgevend element	-

Filosofieren over de betekenis van 'verbondenheid' en wat toerisme hier aan kan bijdragen



"Veerpontje over en tesamen"
"Eenheid in verscheidenheid"

AUTHENTICITEIT- ÉCHT!

116 GELEZEN VERHALEN

- Thema 'authenticiteit'/bezoekers, inwoners die de plek niet goed kennen
- Thema 'authenticiteit' / kent de plek goed
- Thema 'authenticiteit' / ondernemers en medewerkers publieke sector
- Thema 'authenticiteit' / woont niet in Meetjesland

27 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

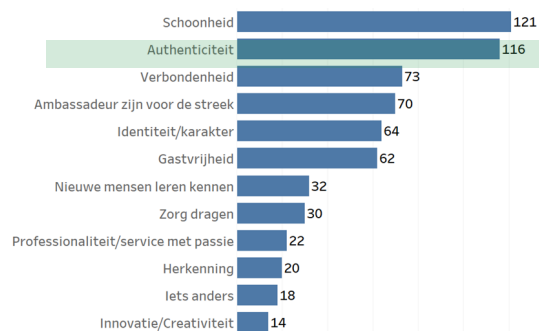
DEELNEMERS INDIVIDUEEL



SENSEMAKERRESULTATEN

Vooral bezoekers van buiten het Meetjesland associëren hun verhaal met authenticiteit. We vergeleken de verhalen van inwoners (zij die de plek goed kennen en zij die de plek niet zo goed kennen), met de verhalen van ondernemers en bezoekers van buiten het Meetjesland. Wat verstaan deze groepen onder 'authenticiteit'?

Dit thema associeer ik met mijn verhaal n=372)



	Ondernemer, toeristische initiatiefnemer, publieke sector	Woonachtig in Meetjesland - Kent de plek goed	Woonachtig in Meetjesland - Nooit of weinig op de plek geweest	Niet woonachtig in Meetjesland
Schoonheid	8	35	39	39
Authenticiteit	19	32	28	37
Verbondenheid	10	25	21	17
Ambassadeur zijn voor de streek	34	13	13	10
Identiteit/karakter	14	20	13	17
Gastvrijheid	20	12	11	19
Nieuwe mensen leren kennen	7	9	9	7
Zorg dragen	7	10	8	5
Professionaliteit/service met passie	11	4	5	2
Herkenning	4	6	4	6
Iets anders	2	8	4	4
Innovatie/Creativiteit	3	6	2	3

ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- krulbollen, kermissen, wandelingen, stilte/frisse wind, verlden, smokkelen
- pareltjes van kleine initiatieven: St Margriete kermis, orde van de Sentse paling, verhaal op plein Kaprijke, wandtapijt Assenede

BELEVING

- de mensen zijn écht
- 180° zicht
- karakterkoppen - zonderlinge figuren
- van de oude stempel
- kennis en waardering voor de eigen gemeente, de taal
- harde werkers, echte ontspanning
- onverwacht
- kalm
- rustiek

WAARDEN

- jezelf zijn
- betrouwbaarheid - een woord is een woord

ONDERZOEK & BELEID

"In het toeristisch beleid gaan we daarom bewoners, bedrijven en besturen faciliteren in hun zoektocht naar een evenwicht tussen de belangen van bestemming, bewoners, bezoekers en ondernemers. We willen de natuurlijke rijkdom en de historische authenticiteit van onze bestemmingen in ere houden zodat Vlaanderen een aangename plek blijft om te wonen, te ondernemen en te bezoeken."

Beleidsnota ingediend door minister Zuhail Demir, Vlaams minister van Justitie en Handhaving,, Omgeving, Energie en Toerisme Toerisme - 2019-2024

AUTHENTICITEIT (ÉCHT!)

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST -	FLORERENDE ONDERBOUW - Identiteit van de dorpen - Landbouw - Beleving is belangrijk - Draagkracht van de regio bewaken - Versterken van netwerken van inwoners - Gidsen uit de eigen streek - Ondersteuning korte keten - Fierheid op de streek bij inwoners/ondernemers - Unieke ligging - Authenticiteit en beleving kan het verschil maken - Belang van verhalen om streekidentiteit kracht bij te zetten
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN - 'Angst' bij inwoners voor het nieuwe, risicovermijdend, soms stug en moeilijk wendbaar - Keuze tussen massa, schaalvergroting, kleinschaligheid en kwaliteit => initiatieven in netwerk plaatsen - Commercieel belang - maatschappelijk belang - Zwemmen in open lucht (administratie en vervuiling houden dit tegen) - Zaken veranderen is niet makkelijk omwille van wetgeving - die loopt er altijd achteraan: waarom geen 'regelluwte' - 'Oubolligheid' - "Moderne" communicatie	DUURZAAMHEID & BORGING -
INNOVATIE - landbouw en diversiteit meer benadrukken - verborgen geschiedenissen terug naar boven halen - typische producten (paling...) terug een verhaal geven - Green key (ecologie, zorg om landschap, landbouw)	VOOR WIE -

Wat is typisch Meetjesland?
De diversiteit van de regio als troef.



"Peird en keire"

DORPSKERNEN EN DORPSGEZICHT

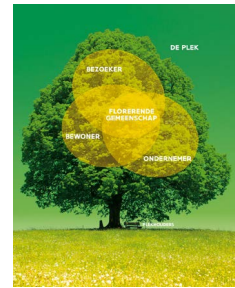
135 GELEZEN VERHALEN

- Thema 'identiteit'/bezoekers, inwoners die de plek niet goed kennen
- Thema 'identiteit' / kent de plek goed
- Thema 'identiteit' / ondernemers en medewerkers publieke sector
- Thema 'identiteit' / woont niet in Meetjesland
- Cruciaal in mijn verhaal / bezoekers
- Cruciaal in mijn verhaal / inwoners & ondernemers
- Impact op lokale economie / bezoekers

38 IDEEËN

9
GEMEENTEN

MENTIMETER

DEELNEMERS
INDIVIDUEEL

SENSEMAKERRESULTATEN

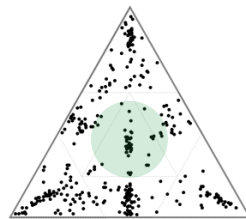
Welke ervaringen associëren mensen met identiteit/karakter? Waar vinden we levendigheid in de dorpen (en Eeklo) terug? En hoe verhoudt zich dat tot de economische activiteiten? We gingen hiervoor kijken in de verhalen van inwoners en bezoekers waar ontmoeting, activiteit en plek evenveel belang krijgen.

Dit thema associeer ik met mijn verhaal n=372)



Cruciaal in mijn verhaal was...

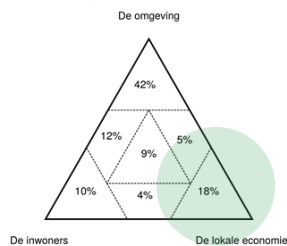
Wie ik ontmoette (mensen)



Waar ik me bevond (plaats)

Wat ik deed (activiteit)

Wat ik beschrijf heeft een invloed op (bezoekers)



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- gastronomie
- kunst

BELEVING

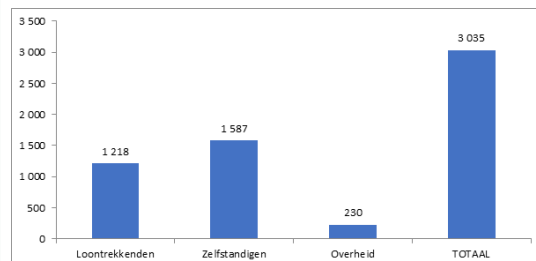
- gastvrije ontmoeting
- rustpunten in de horeca
- vriendelijke bewoners
- nostalgie
- onthaasten
- écht (als alternatief woord voor 'authenticiteit')

WAARDEN

- gastvrij

ONDERZOEK & BELEID

In het Meetjesland wonen vandaag 176.660 mensen. Aantal mensen dat een inkomen uit toerisme haalt in het Meetjesland? (2018)



DORPSKERNEN EN DORPSGEZICHT

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST

- voldoende vuilnisbakken en rustbanken op mooie plekjes in de dorpen

FLORERENDE ONDERBOUW

- Een fraaie en bebloemde dorpskern met een gastvrije horeca en winkelaanbod die op cultuurhistorisch vlak ook iets te bieden heeft
- elk dorp zijn eighenheid & historiek
- Ziel
- met de mensen babbelen (meer op café gaan)

VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN

- dorpsgezichten => evolutie naar appartementering, slaapdorpen
- Bruis bewaren en versterken (niet enkel lokale ondernemers - van onderuit)

DUURZAAMHEID & BORGING

-

INNOVATIE

- visie op 'dorpsschoonheid'
- Toeristen uitnodigen op plaatselijke activiteiten in het dorp
- Kenteken 'Meetjeslands dorp' - de Linde als welkomstboom
- Mobiliteitsplan voor elk dorp

VOOR WIE

-

Toerisme draagt bij aan de levendigheid van de dorpen.



"Cultuur op Meetjeslandse wijze"
"Smokkelverleden"

AMBASSADEURS

133 GELEZEN VERHALEN

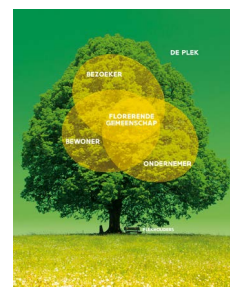
- Gevoel 'fierheid'/bezoekers, inwoners die de plek niet goed kennen
- Gevoel 'fierheid' / kent de plek goed
- Gevoel 'fierheid' / ondernemers en medewerkers publieke sector
- Gevoel 'fierheid' / woont niet in Meetjesland

10 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

DEELNEMERS INDIVIDUEEL

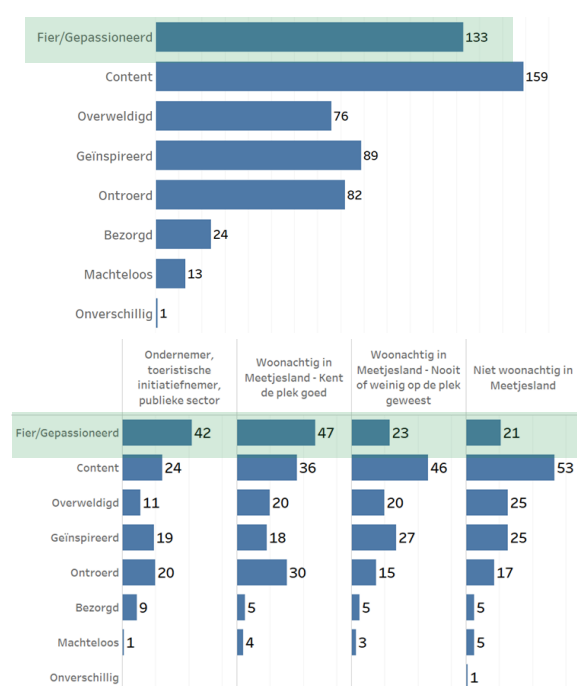


SENSEMAKERRESULTATEN

Naast een gevoel van tevredenheid, spreekt uit veel verhalen ook fierheid. Vooral bij ondernemers en inwoners die de plek goed kennen.

We vergeleken de verhalen van inwoners (zij die de plek goed kennen en zij die de plek niet zo goed kennen), met de verhalen van ondernemers en bezoekers van buiten het Meetjesland. Waarover gaan deze verhalen?

Dit gevoel associeer ik met mijn verhaal (n=372)



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- Inwoners, ondernemers, locals maken met verhalen de beleving rijker
- in de verhalen eerder 'spontane' ambassadeurs

BELEVING

- Definitie: koeterm voor personen die met engagement en zekere trots de rijkdom van hun regio overbrengen aan de bezoekers.
- Vooral nostalgische streekbewoners
- Rijke beleving
- spontaniteit
- Verrassend
- Fierheid en enthousiasme
- Geëngageerde en gepassioneerde Meetjeslanders

WAARDEN

-

ONDERZOEK & BELEID

Toerisme Oost-Vlaanderen organiseerde een opleidingstraject 'Gastheer' voor toeristische ondernemers in de gemeenten van het Landschapspark. Ook inwoners en andere enthousiastelingen uit de gemeenten van het Landschapspark dit voorjaar een opleiding 'Ambassadeur' volgen.

In totaal telt het landschapspark Drongengoed nu 49 nieuwe gastheren of -vrouwen en ambassadeurs! Ze kregen een opleiding in hoe je je gasten op een persoonlijke manier benadert, leerden de toeristische regio beter kennen en leerden welke insider tips ze hun gasten kunnen geven om de regio te verkennen.

<https://www.rlm.be/projecten/landschapspark-drongengoed/ambassadeurs-en-gastheren-voor-het-landschapspark-drongengoed>

AMBASSADEURS

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST -	FLORERENDE ONDERBOUW -
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN -	DUURZAAMHEID & BORGING -
INNOVATIE - 'Spontane' ambassadeurs => mer bewoners betrekken in ambassadeursopleidingen - Florerend verhaal voorstellen aan andere/meerdere doelgroepen/ netwerken: inwoners, Unizo, middenveldverenigingen, socio-culturele verenigingen - Gerichte communicatie - Activatie van 'zelfonderzoek' bij ondernemers/inwoners (te starten met Luisteronderzoek naar best-practices) - Activatie aanwakken via bestaande creatieve methodologie	VOOR WIE -

*Fiere ambassadeurs dragen bij
aan een florierende gemeenschap*



"Toerist in eigen streek"

GASTVRIJHEID

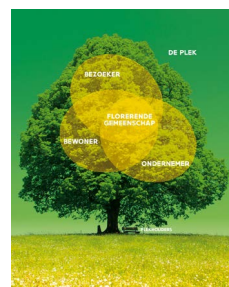
125 GELEZEN VERHALEN

- Thema 'Gastvrijheid' / Gastheer-gastvrouw heeft bijgedragen
- Thema 'Gastvrijheid' / inwoners hebben bijgedragen / 'wijzen tijd'
- Thema 'Gastvrijheid' / inwoners hebben bijgedragen / 'persoonlijk contact-verbondenheid'
- Thema 'Gastvrijheid' / lokale ondernemers hebben bijgedragen

10 IDEEËN

9
GEMEENTEN

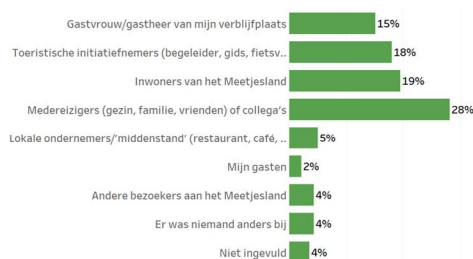
MENTIMETER

DEELNEMERS
INDIVIDUEEL

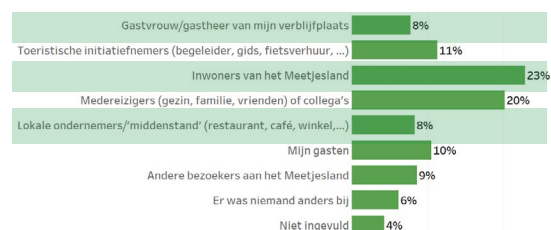
SENSEMAKERRESULTATEN

In de verhalen over 'gastvrijheid' krijgen persoonlijk contact en 'nen wijzen tijd beleven' meer gewicht in vergelijking met dienstbaarheid. Als het gaat over bezoekers: hoe hebben gastheren/vrouwen, inwoners en lokale ondernemers aan hun ervaring bijgedragen?

Dit thema associeer ik met mijn verhaal (bezoekers, n=139)

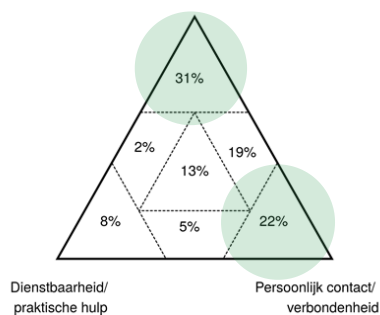


Deze mensen hebben bijgedragen aan mijn verhaal...



In mijn verhaal betekent 'gastvrijheid' (n = 314, nvt=58)

Ne wijzen / aangename tijd laten beleven



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- In overleg met de bezoeker toetsen naar wat ze op zoek zijn en hun persoonlijke assistentie geven

BELEVING

- Klantvriendelijkheid

WAARDEN

- aanpassingsvermogen (aan verschillende culturen)
- Openminded

ONDERZOEK & BELEID

6 SLEUTELS TOT GASTVRIJHEID



<https://www.gastvrijheidinbedrijf.nl/toolbox-inspiratie/6-sleutels/>

GASTVRIJHEID

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST - Up to date info voor gastheren en - vrouwen	FLORERENDE ONDERBOUW - Gastvrijheid leidt tot positieve return
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN - Invalshoek: middenstand - bron van inkomsten / bewoners - hulpvaardige babbel	DUURZAAMHEID & BORGING -
INNOVATIE - ALLE actoren 'gastvrij'	VOOR WIE -

Filosoferen over de betekenis van 'gastvrijheid'



...

TOERISME IS ONTMOETEN

70 GELEZEN VERHALEN

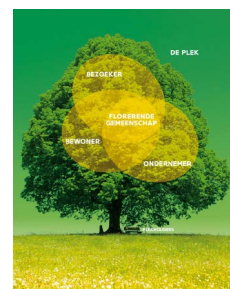
- Bezoekers / Bewust gepland / waar inwoners of ondernemers/toeristische initiatiefnemers toe bijgedragen
- Bezoekers / Onverwacht / waar inwoners of ondernemers/toeristische initiatiefnemers hebben toe bijgedragen
- Cruciaal in verhaal 'WIE' ik ontmoette / bezoekers van buiten Meetjesland
- Cruciaal in verhaal 'WIE' ik ontmoette / inwoners

10 IDEEËN

9 GEMEENTEN

MENTIMETER

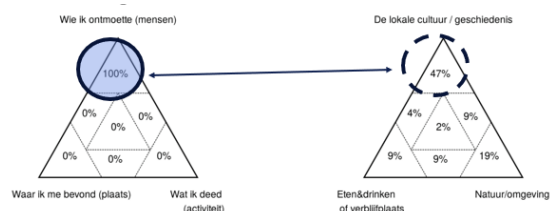
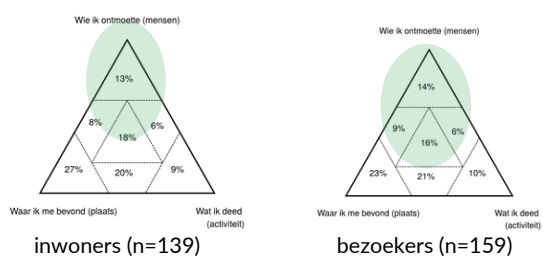
DEELNEMERS INDIVIDUEEL



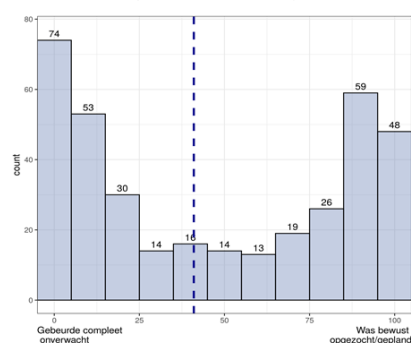
SENSEMAKERRESULTATEN

In welke situaties wordt ontmoeting tussen bezoekers en inwoners mogelijk gemaakt? We zagen alvast een sterke correlatie tussen ontmoeting en lokale cultuur/geschiedenis, maar onderzochten deze vraag vanuit het perspectief van beide groepen. En hoe verschillen ontmoetingen die bewust gepland waren met deze die onverwacht gebeurden? Ook dat onderzochten we.

Cruciaal in mijn verhaal was



Wat ik beleef of gedaan heb in mijn verhaal n=366)



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- ontmoeten van mens en dier en de schoonheid van de natuur
- ontmoeting met het verleden
- ontmoeting met volksfiguren
- ontmoeting met B&B-uitbater...

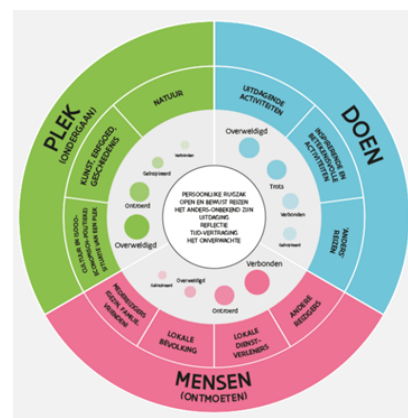
BELEVING

- Vriendelijkheid van de uitbater, gasten en bezoekers, jong en oud
- Men leeft nog veel met het verleden

WAARDEN

- vriendelijkheid
- gastvrijheid

ONDERZOEK & BELEID



Uit analyse van 1600 reiservaringen blijkt dat 3 elementen bepalend zijn voor een impactvolle reiservaring:

- de beleving van de plek
- de **ontmoeting** met mensen
- activiteiten of resformules die inspireren tot 'anders' beleven van een plek en zijn bewoners

(Grootschalige Luisteroefening Toerisme Vlaanderen, juli 2018)

TOERISME IS ONTMOETEN

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST - Infrastructuur voldoet niet - Duidelijke info op de plek (brochure, aanduidingen)	FLOREERENDE ONDERBOUW - Rust van de streek behouden
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN - Toerisme mag de rust van de streek niet in gevaar brengen	DUURZAAMHEID & BORGING -
INNOVATIE - Ontmoetingsplaatsen met een verhaal	VOOR WIE -

Ontmoeting tussen bezoekers en inwoners mogelijk maken



"Zomer in Sint-Jan in Eremo"

OVER DE GRENZEN

76 GELEZEN VERHALEN

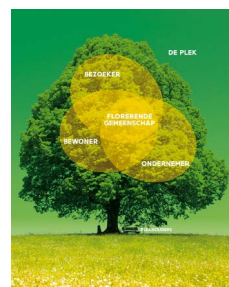
- Verhalen met 'Brugge, Brussel, Antwerpen'
- Verhalen met 'Gent'
- Verhalen met 'grens', 'Aardenburg', 'Sluis', 'Breskens', 'Nederland'

IDEEËN

9
GEMEENTEN

MENTIMETER

DEELNEMERS
INDIVIDUEEL



SENSEMAKERRESULTATEN

Kunnen we beter begrijpen hoe een bezoek aan het Meetjesland zich verhoudt tot een bezoek aan de kunststeden? In 29 verhalen kwam het woord 'Gent' voor, in 16 het woord Brugge. Een minderheid gaat over Brussel en Antwerpen. We lazen die verhalen.

En zijn er zaken die opvallen als we de grensverhalen lezen? We lazen de 25 verhalen die zich afspeelden op de grens of waar vermelding werd gemaakt van gebieden in Nederland.

ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

-

BELEVING

- Toevalligheden + gastvrijheid + persoonlijke uitleg + verhalen: prikkelen met woord en beeld + promotie
- Silte: contact met natuur, vrijheid, vlakke land

WAARDEN

-

ONDERZOEK & BELEID

- aanleunend traject 'Gebiedsidentiteit Zwinstreek'
- Drongengoed en Bulskampsveld
- aanleunend traject 'Scheldemond grensoverschrijdende samenwerking'
- aanleunend traject 'Zeeuwse Erfgoedlijnen'

OVER DE GRENZEN

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST - Sanitaire voorzieningen	FLORERENDE ONDERBOUW - Landschapsparken Bulskampveld en Drongengoed
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN -	DUURZAAMHEID & BORGING -
INNOVATIE - Iets doen met de toevalligheden, gastvrijheid, persoonlijke uitleg, verhalen => ambassadeurs en inwoners - SPELEN MET GRENZEN - Relaties aanknopen met andere regio's/steden: arrangementen - Kernwoorden op 'internet: bekendheid in Vlaanderen en Nederland - Toevallig in Meetjesland - Bruine kiekendief als symbool voor grenzeloos fietsen - Openbaar vervoer over de grens - Geschiedenis en verhalen bekend maken (arrangementen, samenwerking)	VOOR WIE -

Meetjesland en de relatie met de omliggende, aanpalende gebieden en de stadsrand



'''

BEZOEKERS INWONERS ONDERNEMERS

105 GELEZEN VERHALEN

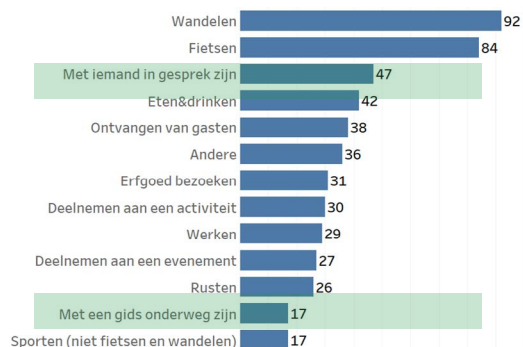
- Inwoners en ondernemers/toeristische initiatiefnemers / 'met iemand in gesprek zijn' of 'met gids onderweg zijn' / inspirerend voor de toekomst.
- Bezoekers/ 'met iemand in gesprek zijn' of 'met gids onderweg zijn' / inspirerend voor de toekomst.
- 'Ambassadeur zijn voor eigen streek' / bezoekers
- 'Ambassadeur zijn voor eigen streek' / inwoners
- 'Ambassadeur zijn voor eigen streek' / ondernemers
- 'Met iemand in gesprek zijn' / bezoekers

SENSEMAKERRESULTATEN

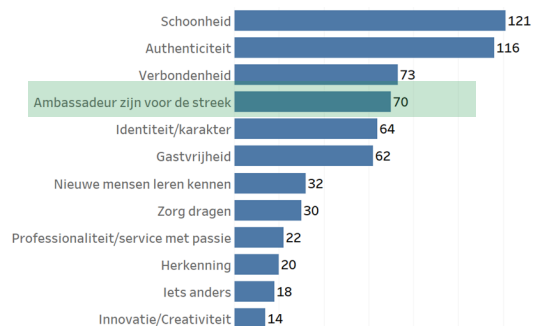
Naast wandelen en fietsen, is "met iemand in gesprek zijn" de meest voorkomende activiteit. Waarover gaat dit? En zijn er verschillen tussen de verhalen die bezoekers onthouden en die van inwoners? We keken vooral naar de verhalen in de hoek "inspirerend voor de toekomst".

Ambassadeurschap scoort hoog bij de thema's in de verhalen. Hoe ervaren bezoekers, inwoners en ondernemers dit ambassadeurschap?

Wat was je aan het doen? (n = 372)



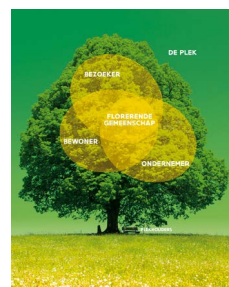
Mijn verhaal gaat over... (n= 372)



9
GEMEENTEN

MENTIMETER

DEELNEMERS
INDIVIDUEEL



ONTDEKTE PATRONEN

ACTIVITEITEN

- gidsen met persoonlijk verhaal

BELEVING

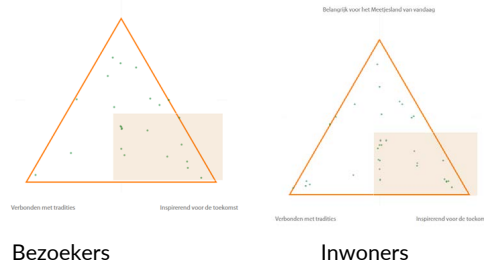
- geschiedenis, anekdotes
- authentieke ankerpunten
- eigen plek anders gaan bekijken
- spontaniteit
- je eigen roots opzoeken

WAARDEN

- vriendelijkheid
- passie
- enthousiasme
- gastvrijheid

ONDERZOEK & BELEID

Mijn verhaal is... (filter: 'met iemand in gesprek zijn' en 'met gids onderweg zijn')



BEZOEKERS INWONERS ONDERNEMERS

OP WEG NAAR STRATEGIE

PAK VAST - Versnipperde communicatie	FLOREERENDE ONDERBOUW - Borden vervangen de mensen niet - belang van de gids - Overlegstructuur geïnitieerd door de overheid waarbij de verschillende disciplines aan deelnemen
VERZOENEN NAAR EEN WIN-WIN - Keuze maken naar herkenbare profilering	DUURZAAMHEID & BORGING -
INNOVATIE - Inzetten op lokaal, lokale specials - Ondersteuning van ondernemers - Ontmoetingsplaatsen waar mensen verhalen delen - "Welkom in de boezem van het Meetjesland"	VOOR WIE -

De bezoeker zoekt, de inwoner/ondernemer vertelt...
Eenzelfde verhaal?



"Met een varken naar het klooster"

Met welke 6 woorden schrijf je het verhaal van Meetjesland?



3. VAN ONTDEKKINGEN EN DROMEN NAAR UITDAGINGEN VOOR TOERISME & FLORERENDE BESTEMMING & GEMEENSCHAP

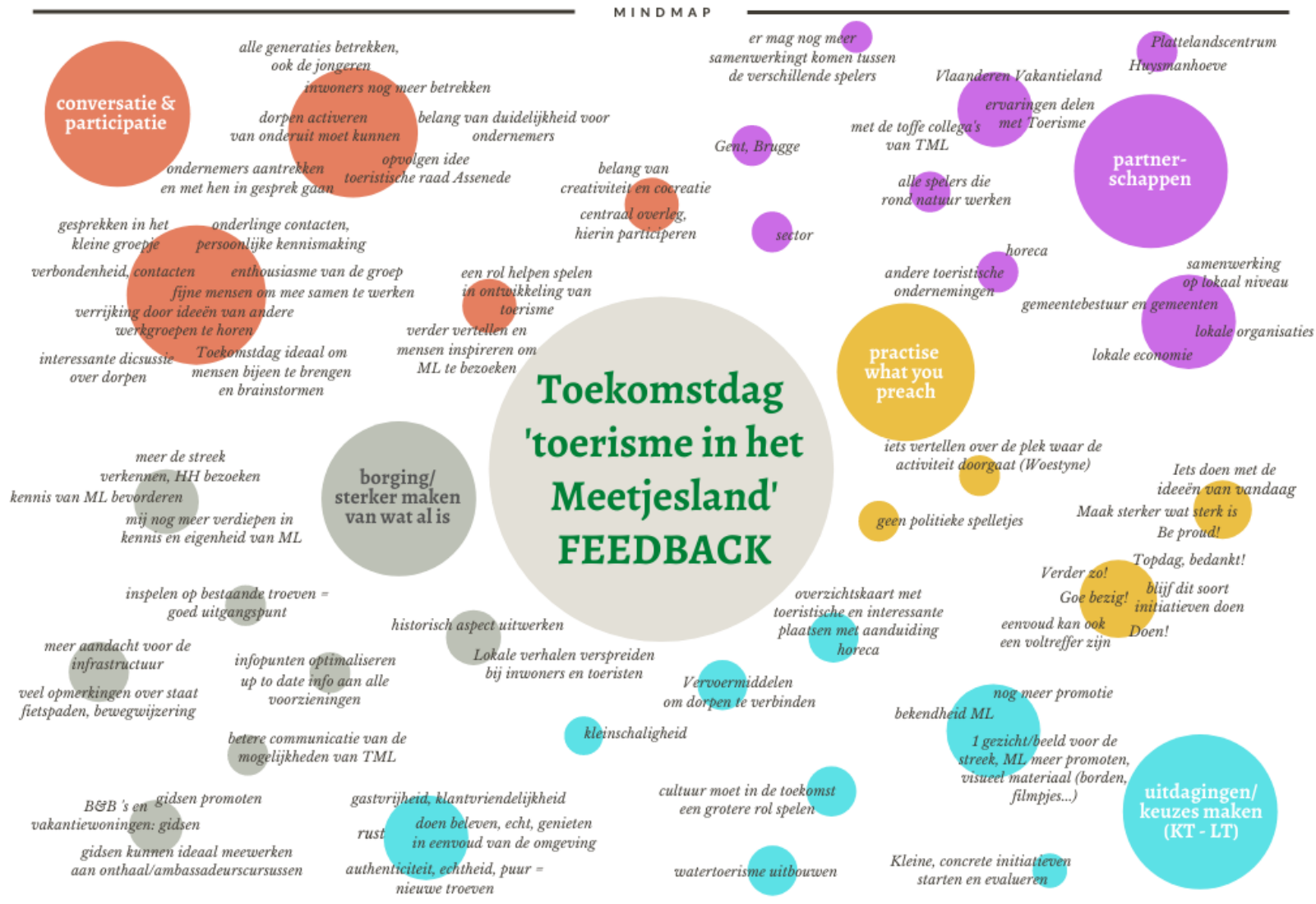
MEETJESLAND - FLORERENDE BESTEMMING

1. Gemeenschappelijke waarden: Rust & Stilte & Natuur
 - In zowat alle behandelde thema's komen 'rust en stilte' en 'natuur' terug als doorloper
 - Vraag naar rustpunten, stilteplekken
 - Hoe verzoenen we 'rust, stilte, natuur', met het 'aantrekken van bezoekers'? - draagkracht van de regio
 - Kleinschaligheid als manier om het aantal toeristen onder controle te houden
2. Rode draad in de activiteiten & beleving: Toevalligheden - Verrassing - Ontdekkingen
 - Hoe faciliteren we 'toevalligheid' als overheid
 - Hoe stimuleren dat mensen 'bewust' voor Meetjesland kiezen?
3. Dorpen verbinden met natuur en de natuur naar het dorp brengen
 - Florerend voor inwoners, bezoekers, ondernemers en plek
 - Onthaalplan Drongengoed
4. Ambassadeurswerking
 - Verhalen geven aan dat ontmoetingen met en verhalen van inwoners de bezoekers blij maken. Verder inzetten op ambassadeursverhaal, ook heel expliciet naar inwoners?
4. Ondernemers
 - Ondernemers vragen 'gebundelde/up-to-date' info voor bezoekers...
 - Met volle passie doorverwijzen naar andere ondernemers
 - Noden en behoeften van ondernemers - Visie van de overheid
 - Ondernemers vragen 'wegwijzers'. Er is veel aanbod voor ondernemers, maar ze vinden de weg ernaartoe niet altijd.
5. Voor wie - Doelgroepen
 - Weinig uitspraken over gedaan op de Toekomstdag (enkel 'gezinnen met kinderen' - verder inzetten op natuur/kleinschalig aanbod voor kinderen)
 - Wat heeft Meetjesland te bieden aan een jonger publiek
 - Diverse doelgroepen: toegankelijkheid, inclusief - Samenwerking Rap Op Stapkantoren
6. Logiesaanbod
 - Florerend logies?
7. Participatie & conversatie
 Het participatief werken wordt sterk gewaardeerd. Soms schept dit ook verwachtingen naar 'resultaten'. Uitdaging om 'resultaten' te benoemen - het gaat niet altijd over 'zichtbare projecten'. (bv. oprichten van toeristische overlegplatformen in gemeenten)
 Rol van Toerisme Meetjesland: adviseur - facilitator - projectopzetter - ... - Inzetten op 'lokaal'?
8. Van 'authenticiteit' naar 'écht'
 - Hoe de 'echtheid' bewaren en 'vernieuwing' omarmen?
 - Verhalen en verborgen geschiedenissen zichtbaar maken

3. VAN ONTDEKKINGEN EN DROMEN NAAR UITDAGINGEN VOOR TOERISME & FLORERENDE BESTEMMING & GEMEENSCHAP

TOERISME DRAAGT BIJ AAN EEN FLORERENDE GEMEENSCHAP & MAATSCHAPPIJ

1. Uitdaging: 'gezondheid'
 - Meetjesland als regio biedt 'rust & stilte' en 'natuur'
2. Uitdaging: 'versterking dorpskernen, levendige dorpskernen'
 - In vorige strategische plannen werd al de link gelegd tussen toerisme en 'leefbaarheid van de dorpskernen'. De uitdaging voor leefbaarheid blijft. Hoe kan toerisme hier scherper, sterker op inzetten, rekening houdend met de draagkracht van het dorp?
3. Uitdaging: 'zorg voor de natuur'
 - Natuur als gemeenschappelijk goed: inwoners en ondernemers hiervan bewust maken
 - Landbouw is ook natuur
4. Uitdaging: 'Verhaallijnen'
 - Verhaallijnen ifv marketing
 - Verhaallijnen ter ondersteuning van de ontwikkeling van de regio



ANNEX 4a

TOEKOMSTDAG MENTIMETER



Toekomstdag Toerisme Meetjesland

Een inzicht dat ik van deze morgen meeneem is

Mentimeter

...

Behoefte aan rust

Potentieel van verhalen

Natuurbeleving

Fierheid en enthousiasme

Verhalen / beleving

Inzetten op toekomst

Veel dezelfde knelpunten blijven door de jaren heen terugkomen.

Gelijkgezinde fierheid

Authenticiteit en beleving kan het verschil maken

33



Een inzicht dat ik van deze morgen meeneem is

 Mentimeter

...

Inspiratie

Er is nog veel werk aan de winkel

Beleving

Geëngageerde en gepassioneerde
Meetjeslanders

Eenvoud brengt geluk

Goed

Het belang van verhalen om de
streekidentiteit kracht bij te zetten

Klantvriendelijkheid

Veel bevestigende input tot nu toe.

33



Een inzicht dat ik van deze morgen meeneem is

 Mentimeter

...

Verwondering

Rust in natuur is troef

Belang van natuur stilte rust

Stilte, rust, natuur gemeenschappelijk waarden

Nood aan positionering, starten vanuit de plek, co-creatieve aanpak.

Meetjesland is stilte en rust

Inspireren . Rust stilte , vraag naar betere fietspaden , gastvrijheid, natuur, vergezicht

Nu in corona beleeft iedereen de natuur anders eenvoudige zaken niet volledig uitgewerkte paletten

De ongeloofelijk grote kansen die het Meetjesland te bieden heeft aan toeristen, ondernemers, bewoners.

33



Een inzicht dat ik van deze morgen meeneem is



...

Dat er veel enthousiasme is voor toerisme in het meetjesland

Inwoners betrekken = key

Er zijn al heel veel goede dingen gedaan maar we hebben nog een dingen te doen

Eenvoud is een ideale bekeving.

Belang authenciteit

Iedereen vindt de rust en de stilte in het Meetjesland belangrijk



Wat Toerisme Meetjesland zeker moet doen in de toekomst is ...

 Mentimeter

De schoonheid bewaren van de streek

Rol van duwtjes geveer uitbouwen

Het goede werk blijven verder zetten.

Infrastructuur aanbod verbeteren

Verbindend werken tussen alle actoren

Investeren in info en promotie

Werken aan een sprekend beeld dat we kunnen uitdragen

Infopunten verzorgen

Verbinden

35



Wat Toerisme Meetjesland zeker moet doen in de toekomst is ...



Promotie wandel en geschiedkundige act

Authentiek blijven

Ambassadeurstraject uitbouwen

Rekening houden met de nieuwe punten die vandaag naar voor kwamen

Oubolligheid achter zich laten

Nog meer inzetten op digitale update informatie

Samenwerken met lokale ondernemers en gidsen

Eigenheid proberen bewaren

Investeren in meer doe-en inleefactiviteiten

35



Wat Toerisme Meetjesland zeker moet doen in de toekomst is ...

Mentimeter

Meer aandacht aan cultuur besteden.

Marketing / één slogan voor Meetjesland /

Actuele toeristische kaart, info met de waarden van de streek

Nog meer ondernemers, bedrijven inwoners zelf bezoeken en informeren over het meetjesland

De onderlinge gebieden met elkaar verbinden

Ondernemers inwoners en bezoekers doen samenwerken om regio toeristisch te versterken

In de kijker blijven

Betere promotie van al haar troeven

Inwoners meer aanmoedigen als informele ambassadeurs

35



Wat Toerisme Meetjesland zeker moet doen in de toekomst is ...

 Mentimeter

Zichtbaar worden voor degenen die het niet kennen

HistoriekAand

Enthousiasme verder voedenVerder luisteren naar inwoners en ondernemers

Zich positioneren vanuit de kracht van de plek(ken) met zijn verhalen. Ook inzetten op positionering. Eigenaarschap om meerwaarde te creëren.

Erfgoed beleevinsvol ontsluiten

Streekpromotie en -marketing & sectondersteuning blijven verderzetten.

Verder inzetten op de verhalen en toerisme rond rust en stilte, nastreven dat de infrastructuur verbeterd , vernieuwing en hipper waar kan , verbindend zijn, creativiteit voeden , cocreatie ondrssyeunen

Helikopterzicht

35



Wat Toerisme Meetjesland zeker niet moet doen in de toekomst is...

Mentimeter

Pretparktoestanden

Pretpark uitbouwen

Geen idee

De inzichten van vandaag niet meenemen

Inwoners, verenigingen vergeten

Terug gaan in de tijd

Zeker geen grootschalige evenementen.

Geen keuzes maken

Stil staan

28



Wat Toerisme Meetjesland zeker niet moet doen in de toekomst is...

Mentimeter

Niet gaan creëren wat er vandaag nog niet is. Maak de connectie met de kracht van de regio.

Kunstmatig zaken creëren om toerisme te lokken

Het hedendaags enthousiasme los laten

De moed verliezen als budgetten steeds kleiner worden.

blijven stilstaan

Grootschalige dingen

Pretparken en luidruchtige activiteiten

Zelf alles willen doen. Geef geen vis maar leer ze vissen.

Anderen imiteren

28



Wat Toerisme Meetjesland zeker niet moet doen in de toekomst is...

Mentimeter

Worden zoals Gent of Brugge maar alternatieven

Grootschalige en natuurvreemde projecten aanvatten

Teveel naar verleden gaan, kwantiteit boven kwaliteit kiezen

Bepaalde regio's vergeten

Authenticiteit verliezen

De kreken toesmijten

Infrastructurele werken. Uitbouw, beheer en onderhoud ervan zit bij andere partners!

Het niet té groots zien, lokaal blijven werken.

In zijn eentje voortgaan

28



Wat Toerisme Meetjesland zeker niet moet doen in de toekomst is...

 Mentimeter

Aanfacht Voor rust vrrgeten



Een toeristisch initiatief dat me inspiratie geeft voor de toekomst is

 Mentimeter

Inleefmomenten

Podcasts

een bijeenkomst zoals vandaag

Torens gebruiken als uitkijk over de streek

Historiek

Angar

Kunnen zwemmen in de kreken

Oversteek vloten aan het water

Dagen zoals dit organiseren

34



Een toeristisch initiatief dat me inspiratie geeft voor de toekomst is

Mentimeter

Belevingsarrangementen rond diverse thema's.

Verspreiding info

Hangär

Stilte gebieden creëren

Deze dag

Verbindingen maken tussen de verschillende deelgebieden van het Meetjesland

Bestaande culturele zaken met elkaar verbinden.

Bouwen historisch rabot langs de lieve

Toeristische kaart van het Meetjesland met alle horecazaken en belevingspunten (picknickbanken, stilteplaats)

34



Een toeristisch initiatief dat me inspiratie geeft voor de toekomst is

Mentimeter

Dit initiatief vandaag

Belevingswandelingen ed

Wandelroutes én fietsroutes met elkaar verbinden

Uitkijktorens / waterbeleving op de kanalen, waters

Fiets- en wandelroutes verder verbeteren

Lokale verbondenheid creëren, door omgeving, streekproducten

Alternatieve kampeerplaatsen in de natuur

Nieuwsbrieven

Delen van expertise en aanpak Vlaanderenbreed.

34



Een toeristisch initiatief dat me inspiratie geeft voor de toekomst is

Mentimeter

Meer kunst brengen in oude kerken, gebouwen met zicht op het landschap (torens), zwemmen krekken, varen op schipdonk

Ontwikkeling landschapsparken

Streken letterlijk verbinden met ontluikende verhalen

Landschapspark Maasvallei.

Geopark realiseren

Historische plekken toeristische plekken
toeristische invulling geven vb kasteel
wippelgem

Meer toeristen lokken

34



De belangrijkste uitdaging voor toerisme in het Meetjesland is ...

Mentimeter

Innoveren zonder te beleren

Zichtbaar worden en tegelijk authenticiteit bewaren

Rust, stilte, natuur, erfgoed ... Combineren met meer bezoekers.

Mee zijn met de behoeften van de tijd na corona

Zorgen dat NIET - Meetjeslanders de weg vinden naar hier

Alle activiteiten flourishing maken en alles komt goed.

Voldoende horeca hebben en ondersteunen

Evenwicht tussen toerisme, natuur, cultuur, inwoners en ondernemers

Knokken tegen lokale politici voor wie toerisme niet belangrijk is.

33



De belangrijkste uitdaging voor toerisme in het Meetjesland is ...

Mentimeter

De infrastructuur verbeteren en met de bestaande natuur en gebouwen nieuwe mooie verbindende zaken te creëren

Positief blijven evolueren

Dialogoog tussen ondernemers, overheden en toeristisch potentieel

Strijd Tegen vervuiling

Meetjesland op de kaart zetten in binnen en buitenland

Vermijden overal industrieke

Netwerkversterking en sociale cohesie dorpen

zich handhaven in deze moeilijke coronatijd en toch positief durven vooruitblikken

Onderscheidend blijven van rest van Vlaanderen

33



De belangrijkste uitdaging voor toerisme in het Meetjesland is ...

Mentimeter

Promotie van het meetjesland buiten zijn grenzen

Partnercommunicatie!

Dat zoveel inwoners hun eigen streek niet waarderen

De streek openstellen voor vele toeristen met behoud van zijn authentiek karakter van de streek te bewaken

Authentiek blijven, samenwerking behouden en versterken.

Meetjesland in the picture houden

Een regio dat meerwaarde genereert voor bewoner, bezoeker en ondernemer.

1 gezicht voor de streek, niet teveel losse dingen

Origineel blijven in het aanbod met behoud van de eigenheid van de streek en met respect voor natuur en landschap

33



De belangrijkste uitdaging voor toerisme in het Meetjesland is ...

 Mentimeter

Mensen motiveren en ondersteunen om toerisme uit te bouwen

Eigenheid zoeken, behouden en voldoende uitdragen

De streek beter bekend maken ook buiten de regio

Het uitdragen van de toeristische troeven zonder afbreuk te doen aan de rust, natuur, ...

Imago versyerken

Geopark Schelde Delta

33



ANNEX 4b

TOEKOMSTDAG MENTIMETER

Mogelijkheden voor de toekomst toerisme Meetjesland door de voorbije periode

Mentimeter

Ondernemerschap, creativiteit, platteland troef, belang persoonlijk contact

Interesse in natuurgebieden

Geopark schelde Delta, toenemend fietstoerisme

Verhoogde aandacht voor lokaal toerisme is een opportuniteit voor de lokale gemeenschap

Verder uitbouwen van de streek. Korte keten

Meer aandacht voor fietsroutes en wandelroutes (GR129), evenementen en activiteiten, faciliteiten voor toeristen

Actiever beleven. Stille streek. Verbondeheid. Natuur&landbouw. Respect. Lokaal beleven, lokale producten.

Eigen streek beter leren kennen, rust/genieten, burens beter leren kennen, verbreding (Geopark, mozaïek regiesamenwerking), co-creatie

Ecologisch, green key

37



Mogelijkheden voor de toekomst toerisme Meetjesland door de voorbije periode

Mentimeter

Toegenomen binnenlands toerisme, kleinschaligheid, rust en zacht creatie

Fietsmogelijkheden optimaal ontwikkelen. Cultureel en natuurlijk erfgoed hierin - waar het kan - integreren.

Corona heeft ons verplicht om meer lokaal te denken. De terrassenuitbreiding en de lokale producten komen meer in het daglicht.

Ertussenuit in eigen streek, stilstaan bij kleine landschapselementen, contact met lokale inwoners, verdere uitbouw wandelwegen

Kwalitatief toersime aanbod en rust. Relaxen is van meer belang dan de massa, grootschaligheid en kortdurend vermaak.

Vakantie in eigen land, meer fietsers en wandelaars, meer bewustwording van de natuur

reizen in eigne land, zwemmen in natuurwater

Ontdekking van eigen buurt, streek. Ik hoop dat de toeristen de smaak te pakken hebben en ook in niet-Corona tijden meer toerist in eigen land zijn. Een taak voor Toerisme Vlaanderen.

Wandelen en fietsen zit in de lift, digitaal, watertoerisme

37



Mogelijkheden voor de toekomst toerisme Meetjesland door de voorbije periode



Fiets & wandelmogelijkheden - ook vakantie in eigen land. Belgen hebben het onbekende Meetjesland komen ontdekken. Wandelbus.

Mee samenwerking, tussen verschillende groepen, meer mogelijkheden die ik niet kende

Meer interacties tussen de verschillende gemeenten. Gemeenten meer aantrekkelijk maken. Lieve: fietsroute van Gent > Damme. Fiets- & wandelkaarten.

Aandacht voor het verleden, en dat onder de aandacht brengen.

Aandacht voor dichtbijvakanties (staycation), pop-up bars op nieuwe plekken, Watertoerisme door hogere temperaturen

Het ontstaan van kleinschalige en lokale projecten. De lokale ondernemer komt meer 'in the picture'.

Onthaasting, stilte, open landschap. Horeca buiten de stad. Dichtbij. Fiets-&wandeltoerisme.

Samenwerking ondernemers, bezoekers, inwoners. Versterken van regio Meetjesland in Vlaanderen

Lokale samenwerking en verbinding tussen verschillende sectoren. respectvol voor de lokale actoren. Kinderaanbod, meer kleine speeltuigen bob, langs bakjes



Mogelijkheden voor de toekomst toerisme Meetjesland door de voorbije periode



Uitgestippelde routes. Mogelijkheden tot fietsen van Sint-Laureins - Watervliet langs het Leopoldskanaal. Interesse voor Middeleeuws wegennet. Oorlogsverhalen, het natuurlandschap.

Apprecieren hoe leuk het is in eigen streek. Nog meer eigen plekjes in de kijker zetten, gekoppeld aan lokale horeca, ondernemingen. Verder ontwikkelen van zitbankjes, speeltuigen, etc...

Mensen terug bezig met eigen omgeving. We stemmen alles op elkaar af en dragen zorg voor elkaar in elkaars straat. Lokaal toerisme: potentieel aan eigen streek, eigen producten, bezienswaardigheden, ...

Verhalen rond de natuur en de pracht van het landschap.

In mijn eigen stad: eigen coronawandeling (er is veel belangstelling!)

Meer op zoek naar plekjes in eigen streek om te genieten, te ervaren, en tot rust te komen. De troeven van meetjesland zijn krachtig, uiteenlopend en verscheiden

Meer aandacht voor de meer 'verborgen' plekken en onbekende regio's dichtbij.

Wandelen en fietsen in eigen streek. Meer aandacht voor het landelijke.

Meer inwoners ontdekken de eigen streek (fietsen, wandelen). Er is meer info nodig over gebruik openbaar vervoer om bij de mooie wandelpaden te komen

37



Mogelijkheden voor de toekomst toerisme Meetjesland door de voorbije periode

 Mentimeter

meer focus op duurzaamheid, recreatie in eigen streek,
lokaal ondernemen met een link met bezorgdheden lokale
besturen



ANNEX 5

RAPPORT 'GEMEENTEN'



Nieuwsgierige vraaggesprekken met de 9 gemeenten mei 2020

“Wie durft verdwalen, vindt nieuwe wegen.”

Inhoud

In gesprek met gemeente Zelzate	2
In gesprek met gemeente Sint-Laureins	5
In gesprek met gemeente Maldegem	9
In gesprek met gemeente Lievegem	12
In gesprek met gemeente Kaprijke	15
In gesprek met gemeente Evergem	18
In gesprek met stad Eeklo	21
In gesprek met gemeente Assenede	24
In gesprek met gemeente Aalter	27

In gesprek met gemeente Zelzate

VOOR HET TOEKOMSTPLAN 2021-2026 TOERISME IN HET MEETJESLAND

13 juli 2020

In gesprek met toekomstdenkers & toekomstmakers

Burgemeester: Brent Meuleman

Schepen van Toerisme: Luc Van Waesberghe

Schepen van Economie: Isabel Dellaert

Voorzitter Adviesraad Economie: Eric Van de Velde

Ambtenaar Toerisme (en lokale economie): Jan Van Kerckhove (in het 1e gesprek)

Regiocoördinator Toerisme Meetjesland: Erik Hennes

(Verontschuldigd: **Medewerker regiocoördinatie Toerisme Meetjesland:** Bart Van Damme)

Luisterend oor en pen

Voices That Count: Els Meersschaert

Tweede keer, goeie keer. Toen bij onze eerste afspraak de schepen zich ziek moest melden, maakten we een nieuwe afspraak. We krijgen gelijk maar liefst 4 gesprekspartners aan de tafel. Voor een geanimeerd gesprek en ook een reeks nieuwsgierige vragen van de Zelzatenaren. Een aangename kennismaking.

Zelzate Troef

Zelzate op zich is geen doel als bestemming voor een toerist. Op één dag heb je het hier allemaal gezien. Een troef is wel de *centrale rol*. Vanuit Zelzate kan je vlot naar de stad, naar de kreken, naar zee, naar Nederland. Deze rol zou veel meer verzilverd kunnen worden, en uitgespeeld op vlak van toerisme. Mobilhomeparkings, fietsverhuur, de jachthaven... Het zijn ideeën die Zelzate als uitvalbasis interessanter kunnen maken. De lijn van de jachthaven naar de kanaalstrook zou echt een toeristische ader kunnen zijn.

“Een toerist wil genieten. En dat kan veel betekenissen hebben. Voor de ene is dat deelnemen aan het 13 in een dozijn aanbod, een andere gaat op zoek naar authenticiteit.”
- Brent

De Zonneberg, het grootste zonnepanelenpark van de Benelux, samen met provinciaal educatief doe-centrum Fabriek Energiek, is nog te onbekende zeer interessante site. Deze kan een aantrekkingspool zijn voor gezinnen met kinderen.

Er is ook potentieel voor verblijfstoerisme van werknemers van bedrijven in de haven.

Tussen stad en platteland

De burgemeester geeft aan dat Zelzate een buitenbeentje is in het Meetjesland. Voor toerisme hoort Zelzate bij het Meetjesland, maar mentaal voelt de gemeente zich meer verbonden met de stad. Het is een uitdaging om DNA-gewijs te proberen aansluiten op het Meetjeslandse DNA, waarin vooral de klemtoon op de kreken ligt.

“Meetjesland is meer dan kreken. Er is een enorme diversiteit. Het komt er op aan om het geheel van de regio te zien, en zichtbaar te maken.” - Erik

Verbinding met andere gemeenten, Nederland, en internationale verbroederings

De ondernemers van Zelzate snakken ernaar, om na de lockdown terug ‘gewoon’ hun ding te kunnen doen. Mensen werden bang gemaakt door de media. De verhalen van de andere kant van de grens, uit Nederland, relativeren ook heel wat. Is dit allemaal wel nodig? Toch is er veel creativiteit geweest de voorbije periode. Ondernemers zijn bezig geweest met inrichting van terrassen, organiseerden take away.

“We willen verbinding maken met andere gemeenten via fietsroutes, een spoorwegfietsroute door het Meetjesland.” - Isabelle

Eddy Wally, bekende Zelzatenaar, heeft twee musea in Zelzate. Bussen uit heel Vlaanderen komen hier naar toe. Met Ertvelde zou samengewerkt kunnen worden aan een Eddy Wallyroute, misschien wel in combinatie met andere figuren uit het Meetjesland.

Zelzate is verbroederd met 5 gemeenten in Europa, wat een regelmatige stroom aan internationale bezoekers aan de gemeente oplevert.

Een ambitieus Masterplan

Het gemeentebestuur van Zelzate werkt aan een Masterplan, waarbij de bevolking maximaal betrokken wordt. In de wijkraden zou ‘toerisme’ ook als thema op de agenda gezet kunnen worden: ‘wat kan toerisme betekenen voor inwoners’, of ‘fier op je gemeente’.

Zelzate heeft een minder goed imago, vanuit het verleden, maar dit klopt eigenlijk niet meer met de huidige toestand. Er is veel ten goede veranderd, maar dat is nog niet bekend genoeg. Er mag best wat meer fierheid zijn. Er moet geen schroom zijn om Zelzate te ‘branden’ als interessante en mooie plek.

Volgende legislatuur staat een volledige herinrichting van de Grote Markt op het programma, ingegeven door de lokale economie. Er is een stevige link tussen lokaal ondernemerschap en toerisme. Ondernemers gaven vijf jaar geleden een brochure uit, maar die was snel verouderd. Het is tijd om meer op digitalisering van dit soort informatie in te zetten.

In Zelzate Zuid komt binnen twee jaar een extra groene zone van 30 ha, waarvan 8 ha voor recreatie, volkstuinten...

Samenwerkingsverbanden en bovenlokale structuren

Het gemeentebestuur van Zelzate voelt dat bovenlokale samenwerkingsverbanden steeds meer onder druk komen te staan. Er is een beetje een 'ieder voor zich mentaliteit' aan het ontstaan. De burgemeester geeft aan dat samenwerkingsverbanden meer dan ooit nodig zijn. In het verleden werd minder gebruik gemaakt en geïnvesteerd in bovenlokale structuren, maar dit gemeentebestuur wil daar terug werk van maken.

"Door samen over toerisme te spreken, zijn een aantal zaken terug boven komen drijven. We zijn opnieuw wakker geschud om verder te werken aan onze plannen. Dit gesprek geeft weer energie." Eric en Luc

Zelzate is vragende partij om mee betrokken te worden bij Toerisme Meetjesland. Er is interesse in het ambassadeurstraject, en de horeca wil hier zeker mee deel van uitmaken.

We lopen onder een stralende zon nog een toertje langs De Grote Markt. Ons eerste bezoek was op een maandagvoormiddag, marktdag. De eerste dag dat de grens met Nederland terug open was. We zagen toen heel wat Nederlandse nummerplaten, en een levendige markt met vele kramen. Nu is het maandagnamiddag. De markt is opgekraamd, maar de terrassen zitten gezellig vol.

In gesprek met gemeente Sint-Laureins

(Sint-Margriete, Sint-Jan-in-Eremo, Waterland-Oudeman en Watervliet. In het zuiden van Sint-Jan-in-Eremo ligt het dorp Bentille)

VOOR HET TOEKOMSTPLAN 2021-2026 TOERISME IN HET MEETJESLAND

13 juli 2020

In gesprek met toekomstdenkers & toekomstmakers

Schepen van Toerisme, Jeugd, Sport, Cultuur, Bibliotheek, Milieu en Klimaat: Carlos Bonamie

Ambtenaar Toerisme: Kathleen Plasschaert (ramasseur)

Voorzitter Toeristische Raad: Willy Van Zandweghe (ramasseur)

Regiocoördinator Toerisme Meetjesland: Erik Hennes

Luisterend oor en pen

Voices That Count: Els Meersschaert

‘Ik doe nie anders of mijn eigen streek promoten’. Met deze smakelijke met Sentse saus overgoten uitspraak worden we ontvangen in het Huis van de Vrije Tijd in Sint-Laureins. Fier en gedreven zijn ze één voor één, onze gesprekspartners voor het gesprek over de toekomst van toerisme in de gemeente en de regio.

Vakantie in je straat

Deze rare tijd. Van deze uitdrukking zijn we nog lang niet af. In Sint-Laureins is het gemeentebestuur volop bezig geweest met het ondersteunen van B&B's en vakantiehuisjes voor aanpassingen aan de nieuwe regelgeving. De schepen vindt het belangrijk dat er geïnvesteerd wordt in het blijven aantrekken van vakantiegangers naar de gemeente. Ook bij de inwoners wordt het wandelen, vissen en mountainbiken in eigen streek gepromoot. Mensen hebben behoefte aan ommetjes in de eigen streek. Dat zal deze zomer zeker niet anders zijn. Verborgene parels zichtbaar maken is een ambitie. Schepen Bonamie vond zelf een MBT-route uit: ‘de bossen van het Meetjesland.’ Kathleen publiceerde elke week een fietsroute. Fietskaarten worden niet meer gekocht, iedereen is op zoek naar gratis materiaal. De Palingbelevingsplek, in normale tijden druk bezocht oa door fotografiestudenten uit Gent, werd in coronatijd volledig gerenoveerd.

Johan Verminnen zong het al: ‘ik neem vakantie in mijn straat’. Door de sluiting van de grens met Nederland, leek het of er maar een halve cirkel toegankelijk was.

“In Sint-Laureins hebben we de luxe een toeristische dienst te hebben. Niet elke gemeente heeft dat.” - Carlos

Ook lokale ondernemers wisten de toeristische dienst zeer goed te vinden als ze een idee hadden, vertelt Kathleen nog. Tijdens de voorbije periode hadden mensen tijd om na te

denken, en zijn er wel wat nieuwe ideeën ontstaan. Zo kwam er een vraag om 'Tiny Lodges' te mogen plaatsen. Er is snel geschakeld om stedenbouwkundig in orde te zijn, en dit te kunnen realiseren.

Vrije Tijd, Toerisme en Milieu in één hand

In het Huis van de Vrije Tijd zitten zowel de diensten Jeugd, Cultuur en Sport, als de Toeristische Dienst en Milieudienst samen. Al deze bevoegdheden zitten op dit moment bij één schepen. Elk van de betrokken beleidsdomeinen heeft ook een adviesraad. Dat is een hoop vrijwilligers samen, wat betekent dat er voor allerlei activiteiten telkens veel helpende handen zijn.

De schepen ervaart dit als een productieve manier van werken. Nu bv. met het Noodfonds voor de cultuur-, jeugd- en mediasector van de Vlaamse Regering, werden onmiddellijk de koppen bij elkaar gestoken, en de middelen goed verdeeld over de verschillende domeinen.

De Toeristische Adviesraad: een lange geschiedenis, een actuele participatieve werking

De Toeristische Adviesraad (TAR) groeide, onder stimulans van huidig voorzitter Willy Van Zandweghe, uit de voormalige VVV-werking. Waar de VVV enkel gidsen en wandelaars samen bracht, zitten vandaag alle actoren uit de toeristische sector van Sint-Laureins samen aan tafel. Mensen leren elkaar kennen en elkaar beter begrijpen, waardoor ook samenwerkingsverbanden ontstaan. De TAR neemt zelf geen initiatieven maar bevordert door haar manier van werken het initiatief van onderuit.

"Waar ondernemers vroeger al eens elkaars concurrenten waren, zie je nu, hoe door de ontmoetingen op de TAR, dat er vriendschappen groeien." - Willy

In het najaar wil de TAR samen zitten met de jonge landbouwers, om Toerisme en Landbouw dichterbij elkaar te brengen. Een idee is om mobilhomeparkings te voorzien op landbouwbedrijven.

Willy fietst in de toekomst van het levendige Godshuis, met daarnaast het restaurant, de bakkerij, de brouwerij. Onderweg zijn overal bloemen, en loopt een vriendelijke, actieve bevolking rond. Wat verder kom je langs mooi verzorgde boerderijen. Toerisme is de motor die dit alles doet herleven. Vandaag zit Sint-Laureins op dat elan en in die richting. Meer en meer mensen springen op de kar.

Toeristisch beleid: aanbod uitbouwen en aantrekkelijk maken

Op twintig jaar tijd groeide het aantal B&B's van drie naar twintig. Er sluiten hier en daar restaurants, maar er komen er ook nieuwe bij, met andere soorten aanbod, meer afgestemd op waar mensen naar op zoek zijn, zoals bv. huiskamerrestaurants. Er wordt ook hard uitgekeken naar een nieuwe uitbating van het Godshuis.

Elk jaar zijn er twee acties: 'fietsen en ontdekken' en de 'winterwandeling', die de bedoeling hebben om de horeca en de logies in de kijker te zetten.

Er wordt gedroomd van een volledig met elkaar verbonden wandelnetwerk, een MBT-route, kayakken op de Leopoldvaart, zwemzones voor lokale jongeren...

“We hebben veel ideeën, maar we moeten ze ook nog allemaal kunnen uitwerken. Soms is het misschien interessanter om al bestaande zaken verder te verdiepen en uit te werken, in plaats van telkens met iets nieuws af te komen. Het is niet altijd makkelijk als beleid om focus te houden omwille van het grote aanbod, en vragen die van alle kanten komen.” -

Wie Sint-Laureins zegt, zegt: tot rust komen in de stiltegebieden en smullen van de authentieke palinggerechten. De TAR wil in de toekomst nog meer inzetten op beleving, met mindful-, yoga- en winterwandelingen.

Er wordt een gezamenlijke winterkalender gemaakt, waar iedereen die iets organiseert in de winter zijn activiteit op kwijt kan. Ook de horeca wordt betrokken om promotie te maken voor wat de gemeente te bieden heeft op toeristisch vlak, en dit werpt zijn vruchten af naar het aantal deelnemers voor de activiteiten.

Samenwerking over de gemeentegrenzen heen, met de regio, over de regiogrenzen heen

Van Stillegebied is de link snel gemaakt met ‘donkerste gebied’. Gemeente Assenede beschikt over een sterrenwacht. Het valt te bedenken om met beide gemeenten hier rond samen te werken. Voor de kerk en toren van Watervliet ligt een dossier op regionaal niveau om dit gebouw een onthaalfunctie te geven. Ook in Assenede zijn er herbestemmingsplannen voor de kerk.

Het zou mooi zijn om wat grootschaliger acties naar de regio te kunnen halen. Kijk bv. naar wat in Brugge en het Zwin gebeurd is, dat zou hier ook moeten kunnen. Ondersteuning van de regio is hierbij nodig. Een idee is misschien ook om in te zetten op ‘natuurlijke torens’.

Het regionaal overleg met de infokantoren van het Meetjesland, en met de schepenen van Toerisme wordt door iedereen geapprecieerd.

Alles start in de gemeente

Het gemeentelijk niveau staat het dichtst bij de ondernemers en kan met hen een rechtstreekse band uitbouwen. Hier zit de meeste voeling met wat wel en niet kan werken. Kleinere gemeenten hebben het nodig om meer in the picture te komen. Hiervoor is professionaliteit nodig op vlak van marketing, middelen, kennis en mogelijkheden, wegwijs in de regelgeving en procedures, vinger aan de pols in nieuwe ontwikkelingen.

Aandacht voor borging

Toerisme Meetjesland mag zeker ook de rol opnemen om wat er in de verschillende gemeenten gebeurt samen te leggen, en op die manier samenwerkingsverbanden te stimuleren. Soms leven er ook wel ideeën in Sint-Laureins waar men zelf niet mee op gang geraakt, en waar de regio en de provincie ondersteuning kunnen bieden. De Erfgoedapp is hier een goed voorbeeld van. Ook ondersteuning voor fiets- en wandelroutes, gecombineerd

met informatie over horeca en bezienswaardigheden. Zoiets zou in elke gemeente beschikbaar moeten zijn. Het onderhouden en actualiseren van bestaande zaken is een aandachtspunt. Vaak wordt geld voorzien voor nieuwe dingen, maar te weinig voor borging, bv. voor fiets- en wandelroutes.

‘We zitten hier in Sint-Laureins, de ambtenaar, schepen en voorzitter van de TAR toch op eenzelfde golflengte’, zo besluit Kathleen. Bij het buitengaan geeft Willy nog snel wat tips mee om in Sint-Laureins en omstreken te fietsen. Een echte ambassadeur!

In gesprek met gemeente Maldegem

(deelgemeenten: Maldegem, (Maldegem-Kleit, Maldegem-Donk), Adegem, Middelburg)

VOOR HET TOEKOMSTPLAN 2021-2026 TOERISME IN HET MEETJESLAND

10 september 2020

In gesprek met toekomstdenkers & toekomstmakers

Schepen van Toerisme, lokale economie, ICT en feestelijkheden: Peter Van Hecke

Ambtenaar Toerisme: Piet De Meester

Regiocoördinator Toerisme Meetjesland: Erik Hennes

Voorzitter Toerisme Meetjesland: Vincent Laroy

Luisterend oor en pen

Voices That Count: Els Meersschaert

Een zonovergoten marktplein. Een prachtig gemeentehuis met een kindertijdherinnering, gebeiteld in een steen aan de ingang: 'al onder de weg naar Maldegem, malle, malle, malle, malle, Maldegem, al onder de weg naar Maldegem, daar zat een wuf dat spon.' Het oorwurmliedje zal het hele gesprek door het hoofd blijven zingen. Benieuwd naar toerisme als beleidsdomein in deze gemeente, die vanuit het Meetjesland een poort vormt naar Brugge en de Belgische en Nederlandse kust.

Toerisme als economische motor voor de gemeente

In het verleden werd toerisme nogal stiefmoederlijk behandeld in Maldegem. De VVV lag stil, waarbij geprobeerd werd om deze werking te integreren in het gemeentepersoneel. Dat is helaas niet gelukt. Ondertussen is er wel een schepen, en een beleidsambtenaar, maar er is geen uitvoerende onderbouw. Het is nog een hele uitdaging om toeristisch beleid voor de gemeente uit te bouwen.

"Hier is wel nog ruimte voor meer bezoekers. We brengen te weinig volk op de been van 'buitenaf'. Ik droom van een bruisend marktplein, waar inwoners en bezoekers terecht kunnen in levendige handelszaken. Op zaterdag en zondag moet hier volk zijn." - Peter

De schepen zou graag zien, dat als er bezoekers Maldegem aandoen, ze snel de weg vinden naar de bezienswaardigheden van de gemeente. Want die zijn er. Bezoekers die hier meerdere dagen verblijven kunnen vanuit Maldegem ook andere streken en steden bezoeken die vlakbij zijn. Omgekeerd kan Maldegem de nodige rust of uitwijkmogelijkheden aanbieden, wanneer het te druk is aan de kust. Met een levendig centrum, en rust buiten het centrum.

Toekomstdromen trekken ons vooruit

De opstart van een *infokantoor* met - naast vrije tijd, sport, jeugd en cultuur - ook ruimte voor 'toerisme' staat op de agenda. Een *zuiver recreatieve website* (los van de administratieve gemeentelijke website) kan hierbij ondersteunend werken.

Wel ontbreekt *toeristisch infomateriaal* op dit moment. Bezoekers hechten nog steeds heel wat belang aan gedrukte kaarten en brochures. Toerisme Meetjesland geeft aan dat er bij hen, en bij de provincie heel wat beschikbaar is.

Piet droomt van 'onthaalpunten'. Dat zou perfect kunnen bv in Stoomcentrum, dat al draaiende wordt gehouden door een stevige groep vrijwilligers. Dit ligt vlak in het centrum van Maldegem, en is open wanneer de gemeentediensten gesloten zijn. In Nederland zag Piet hoe vrijwilligers een infokantoor runnen. Als gemeente kan je die keuze maken. Het is hierbij wel belangrijk dat deze vrijwilligers de nodige ondersteuning krijgen.

"Toeristische onthaalpunten, die ingebed zijn bij plaatselijke (toeristische) ondernemers, daar kunnen we werk van maken." - Piet

Ook fiets- en wandelknooppunten die langs de dorpscentra komen is een uitdaging. Vincent kijkt het nog ruimer: 'Hoe kunnen we bezoekers voor en na het fietsen naar onze dorpscentra krijgen?'

Een samenwerking tussen toerisme en lokale economie, in functie van welvaart voor de gemeente en de mensen die er wonen, daar willen we naartoe.

Een toeristisch plan voor Maldegem

De uitdaging: de opmaak van een toeristisch plan voor deze gemeente. De dromen zijn er. Maar er is nood aan een visie, en aan het betrekken van de stakeholders. Hiervoor zou Maldegem een Toeristisch Overlegplatform willen oprichten. Niet als een traditionele adviesraad, waarbij men vaak enkel komt 'luisteren', en 'vragen'. Het is de bedoeling om stakeholders te activeren en motiveren.

"Zo'n overlegplatform moet gaan over wat we samen kunnen gaan doen. Waarbij de gemeente mee richting geeft. Hoe meer lokale handen en voeten, hoe verder we ook regionaal kunnen geraken." - Erik

Toerisme Meetjesland kan hierbij helpen. Het samen nadenken over een draagvlak creëren, verschillende stakeholders betrekken, participatief en co-creatief aan de slag gaan. Die kennis en vaardigheden werden de voorbije jaren ontwikkeld en verfijnd bij de medewerkers van Toerisme Meetjesland.

Er staat alvast een overlegplatform voor lokale economie in de startblokken bij gemeente Maldegem. Hier zijn ongetwijfeld ook synergiën te vinden met toerisme.

Corona: een vloek en een zegen

Het is interessant om te observeren hoe mensen hun eigen streek herontdekken. Er wordt meer gewandeld en gefietst. Dit is belangrijk voor de toekomst. Het vermoeden is er dat het ' dicht bij huis blijven ' nog wel even zal doorwerken. De gemeente speelde op de nieuwe situatie in door enkele alternatieve activiteiten te organiseren, zoals een lokale wandel- en fietsroute en een drive-in cinema on tour.

Helaas moeten een heel aantal grotere geplande evenementen wel afgelast worden, zoals het vorig jaar gestarte Malle Maldegem. Het zet aan tot creatief nadenken over bepaalde activiteiten, en deze op een andere manier te organiseren.

Wat wel werkte was de horecastraat: grote terrassen en autoluw. Dit zorgde alleszins voor bruis en levendigheid.

Samenwerken in en ondersteuning door de regio

De overlegplatformen die door Toerisme Meetjesland georganiseerd worden gewaardeerd. Zowel inhoudelijk als methodisch. Omwille van de combinatie van verschillende beleidsdomeinen, en betrokkenheid bij andere toeristische regio's (Brugs Ommeland, Zwinregio), is het niet altijd evident om er elke keer bij te kunnen zijn. Het is een voornemen om daar meer tijd voor vrij te maken. De contacten die je daar als ambtenaar hebt met de Maldegemse ondernemers zijn verrijkend.

"Regionale structuren worden mee vorm gegeven door de lokale bestuurders. Zij dragen mee verantwoordelijkheid voor de input en de drive van deze structuren." - Vincent

Wat zou helpen is *beleidsinformatie* over 'toeristische thema's' (bv van Toerisme Vlaanderen) behapbaar maken voor de lokale ambtenaar en schepen. Er komen uit elk beleidsdomein dikke dossiers, en het is onmogelijk om deze allemaal door te kauwen.

Er is nog enige onduidelijkheid over *distributie* van lokale folders naar andere toeristische diensten binnen de regio: jaarlijks wordt er een dag georganiseerd waarbij ambtenaren toerisme elkaar ontmoeten en folders met elkaar uitwisselen. Handig is ook om folders rechtstreeks te bestellen bij andere toeristische diensten, via de sectorwebsite.

Lokale evenementen en de *toeristische planning* kunnen ook steeds aan Toerisme Meetjesland doorgegeven worden. Zij maken dan promotie via de kanalen van Toerisme Meetjesland.

Piet en Peter besluiten dat dit gesprek een stimulans is om er terug tegen aan te gaan, wetende dat het gemeentebestuur van Maldegem ook weer mee is, en men bij Toerisme Meetjesland terecht kan voor de nodige expertise. Samen kunnen we de regio laten uitgroeien tot een bloeiende regio, met uitstraling naar de omliggende regio's.

In gesprek met gemeente Lievegem

(deelgemeenten: Lovendegem, Oostwinkel, Ronsele, Vinderhoute, Waarschoot, Zomergem)

VOOR HET TOEKOMSTPLAN 2021-2026 TOERISME IN HET MEETJESLAND

4 JUNI 2020

In gesprek met toekomstdenkers & toekomstmakers

Burgemeester: Tony Vermeire

Schepen van Toerisme, Lokale economie, R.O., Woonbeleid, Verbodering): Guy De Neve

Ambtenaar Toerisme: Tine de Walsche

Voorzitter Toerisme Meetjesland: Vincent Laroy

Regiocoördinator Toerisme Meetjesland: Erik Hennes

Medewerker regiocoördinatie Toerisme Meetjesland: Bart Van Damme

Luisterend oor en pen

Voices That Count: Els Meersschaert

De burgemeester steekt van wal. 'Tot 10 jaar geleden was er steeds een strikte scheiding tussen beleid rond toerisme en recreatie/vrijtijdsbeleid. De laatste jaren voel je die domeinen meer in elkaar overvloeien. In deze Coronaperiode is dat nog steviger aan de oppervlakte gekomen. Mensen (her)ontdekken hun eigen streek en hebben gezien dat we toeristische pareltjes hebben. Dit biedt zeker mogelijkheden en kansen voor de toekomst van toerisme. Het draagvlak om te genieten van de eigen streek kan op die manier vergroot worden.'

"Al fietsend in de regio ontdek ik zelf inspirerende plekken, ook in de buurgemeenten. Dat geeft ideeën voor de eigen gemeente." - Tony

Op zoek naar een rode draad

Lievegem heeft een *diversiteit* aan toeristische mogelijkheden en aantrekkingspolen: kastelen, kerken, natuurgebied De Oude Kale, De Lieve... Deze diversiteit is een troef, maar vormt ook een uitdaging om een rode draad te vinden, een verhaal, dat al deze mogelijkheden met elkaar verbindt. Een identiteit waarmee Lievegem *op de kaart* gezet kan worden voor de bezoeker.

"Mensen van Gent komen nu sneller naar Meetjesland. Lievegem vormt een poort naar het Meetjesland, zorgt voor verbinding tussen Gent en onze regio." - Vincent

Op een zonnige, zomerse dag passeren duizenden fietsers langs 'De dijk van Lievegem'. Dit is een sociaal gebeuren, en het versterkt het micro-economisch netwerk langs deze route in de drie kernen. De laatste jaren verdwijnen wel wat kleine handelszaken uit de drie kernen,

maar *horeca en creatieve kleine ondernemers* zorgen voor nieuw leven. Er zit potentieel in de versteviging van de dorpskernen als levendige *ontmoetingsplek*.

Aanpalende beleidsdomeinen bieden kansen

De schepen en burgemeester geven inzage in doelstellingen en plannen uit andere beleidsdomeinen, met kansen voor toerisme.

Er zijn investeringen voorzien voor *fiets- en wandelroutes*. Het fietsaanbod is nog niet zo bekend, met name de routes. Er is zeker nog behoefte aan fietsroutes, maar belangrijk daarbij is dan wel een verhaal. De spoorweg door de gemeente biedt ook mogelijkheden. Bedoeling is om het Stationsplein verder te ontwikkelen, en van daaruit het fietsen mee te promoten.

“We zijn al goed gezegend met fietsroutes. Het zou een vraag voor TAL kunnen zijn om ‘verborgen parels’ langs de routes in kaart te brengen.” - Guy

De provincie heeft plannen voor de N9, hun visie is van invloed op het kunnen uitbouwen van de *dorpskernen* van Lievegem. In het Meerjarenplan is opgenomen om de oude dorpen (niet de voormalige deelgemeenten) te herwaarderen. Niet naar één standaardidentiteit, wel met aandacht voor de typische eigenheid van elk dorp.

Ook langs *de Lieve* wil men verder werken op projecten en ideeën die in het verleden gestart zijn en/of uitgevoerd zijn. Deze as kan nog attractiever worden. Een nieuwe samenwerking met de Academie is welkom, er zou misschien een biënnale of triënnale opgezet kunnen worden? Toerisme Meetjesland kan helpen zoeken naar middelen hiervoor.

“Fijn om te horen dat voor het traject met De Lieve nog altijd enthousiasme is om er op verder te bouwen.” - Erik

Cultuur zal terug naar het centrum gebracht worden met het nieuwe Administratief en Cultureel Centrum. In Lievegem vinden jaarlijks heel wat *festiviteiten en evenementen* plaats, georganiseerd door tal van verenigingen, die elk een heel verschillend publiek aanspreken. De gemeente geeft ondersteuning bij het opzetten van die activiteiten.

Het Kerkenbeleidsplan wordt geactualiseerd. Een aantal kerkgebouwen en kapellen, zoals bv. de Kapel van Ro zouden *ankerpunten* in de gemeente kunnen zijn om verhaal rond te maken.

In de voorbije periode zagen we in de lokale economie ook nieuwe, creatieve initiatieven van onderuit ontstaan. Zoals *samenwerkingen* tussen restaurants en ondernemers die zich aan elkaar koppelen. Hier kan de gemeente de nodige ondersteuning en soepelheid opbrengen om dit verder te stimuleren.

TAL, een actief draagvlak voor toeristisch beleid

De Toeristische Adviesraad Lievegem (TAL) werd eind vorig jaar opgestart, met begeleiding door Toerisme Meetjesland. De ondersteuning die Erik en Bart hierin gaven wordt ten zeerste gewaardeerd.

De laatste bijeenkomst van TAL, eind februari was super. Er werden toen *drie concrete acties* geformuleerd. Voor elke actie is een werkgroep gestart, waar de sector een participatieve en actieve rol kan spelen om deze acties te realiseren. De werkgroepen vormen zich rond: herbestemming van de *Sint-Mauruskerk te Beke*, de reconstructie van het *Rabot*, en het inzetten op *communicatie en informatie*.

“Toerisme Meetjesland is er ook voor de lokale ambtenaar. Stel gerust vragen!” - Bart

Door de lockdown is de werking stilgevallen. Hopelijk kunnen de deelnemers opnieuw gemotiveerd worden om de komende tijd te heropstarten, zodat actieplannen uitgewerkt kunnen worden.

Toerisme Meetjesland wil hier zeker verder ondersteunen, door kennis te delen en linken te leggen, en mee te helpen met bv. het uitwerken van dossiers voor LEADER.

Dat het goed was om nog eens met elkaar te praten, zowel met de collega's, als met de burgemeester en de mensen van Toerisme Meetjesland. Het deed deugd om ons toeristisch verhaal te kunnen doen. Het even kunnen loskomen van Corona, en terug goesting krijgen om op te nemen wat we achtergelaten hebben. Zo besluiten Guy en Tine het boeiende en diepgaande gesprek over plannen, wensen, verwachtingen en dromen voor het toerismebeleid in Lievegem en in de regio.

“Ik doe mijn werk écht heel graag. Ik wil me als ambtenaar verder inzetten voor de bekendheid van Lievegem, en mee bouwen aan de fierheid op onze gemeente.” - Tine

In gesprek met gemeente Kaprijke

(deelgemeenten: Kaprijke, Lembeke, Bentille)

VOOR HET TOEKOMSTPLAN 2021-2026 TOERISME IN HET MEETJESLAND

20 MEI 2020

In gesprek met toekomstdenkers & toekomstmakers

Schepen van Cultuur & Toerisme: Frederik Versluys

Evenementencoördinator: Danuta De Decker

Regiocoördinator Toerisme Meetjesland: Erik Hennes

Medewerker regiocoördinatie Toerisme Meetjesland: Bart Van Damme

Luisterend oor en pen

Voices That Count: Els Meersschaert

In niet zo lang geleden tijden reden we nu naar Kaprijke. Binnenrijdend in één van de negen gemeenten van het Meetjesland, zouden we de sfeer aanvoelen en onze zintuigen de kost geven om toeristische troeven te spotten en elementen van florerende bestemming en gemeenschap te ontdekken. Nieuwsgierig zouden we de plek betreden die voorzien werd voor onze ontmoeting, om daar écht contact te maken met de plaatselijke toekomstdenkers en toekomstmakers voor Toerisme in de gemeente.

Vandaag doen we het anders...

Elk op de eigen plek, kijkend naar en doorheen ons scherm, slagen we er wonderwel in om verbinding te maken, en nieuwsgierig op zoek te gaan naar mogelijkheden voor elkaar versterkend gemeentelijk, regionaal en provinciaal florerend toeristisch beleid.

Een gemeentelijk meerjarenplan dat participatie ademt

Frederik en Danuta leiden ons vlotjes doorheen het *meerjarenplan* van Gemeente Kaprijke, waarbij we inzicht krijgen in ambitieuze plannen voor toerisme. Als troeven van Kaprijke worden oa de Lembeekse bossen en fietspaden langs de oude treinroute genoemd. Kaprijke heeft een goede centrale ligging als uitvalbasis voor fietstochten.

Voor de *Lembeekse bossen* zijn er plannen om deze aantrekkelijker te maken voor kinderen, met oa een kleuterwandeling. Zodat gezinnen een reden hebben om te kiezen voor de Lembeekse bossen als toeristische en vrijetijdsplek.

Het meerjarenplan heeft een expliciete actie voorzien voor *'florerende bestemmingen'*: "(actie 70.6) Meewerken aan het project Florerende Bestemmingen - Bentille poort naar de Kreken". Hiervoor is er al contact met de gemeente Assenede.

"Vanuit de gemeente willen we Toerisme Meetjesland uitdrukkelijk vragen om ons mee te ondersteunen in het uitwerken van toeristische projecten, en gemeenten met gelijkaardige plannen samen te brengen." - Frederik

Aansluitend bij ‘florerende bestemmingen’ zal er een *ambassadeurstraject* met lokale horecazaken opgezet worden. Naar analogie met het ‘Happen en Trappenplatform’ in Nederland, wil Kaprijke met de lokale horeca een *culinaire fietsroute* opzetten, die zou kunnen aansluiten op het Nederlandse platform.

Aanpalende trajecten bij toerisme zijn initiatieven rond *klimaat, milieu en landbouw*. Angär, platform voor lokale talenten en creatieve hoogvliegers, is een interessante partner om mee hier mee uit te nodigen.

“Een straf meerjarenplan. Ik ben aangenaam verrast door de aandacht voor participatie hierin.” - Erik

Ook in beleidsdomein Cultuur staan er mooie projecten op het programma. Projecten die de toeristische aantrekkingskracht van de gemeente kunnen versterken, zoals foto’s op groot formaat laten printen om de buitengevels mee te verrijken. Vooral in deelgemeente Kaprijke kan nog gewerkt worden aan de *aantrekkelijkheid* van de gemeente. Er zijn mogelijkheden, zoals het verhaal van de Nonnenwegel en het gemeenteplein terug tot leven brengen, in samenwerking met Erfgoed. Een goed verhaal trekt mensen aan om op bezoek te komen, wat ook de lokale *horeca* opnieuw een boost zou kunnen geven. Toerisme is een stimulans voor tewerkstelling en ondernemerschap. Het zou levendigheid op het plein brengen. Het bruisende verenigingsleven in Kaprijke kan hier mee een rol in spelen.

Elkaar versterkende mogelijkheden die we zien ontstaan

In Kaprijke is een *adviesraad voor lokale ondernemers*. Het meerjarenplan werd afgetoetst bij de sector, die dit positief en enthousiast onthaalde. Deze adviesraad is een aanknooppunt om ook ‘toerisme’ op de agenda te zetten, bijvoorbeeld met een specifieke werkgroep. Toerisme Meetjesland heeft de nodige expertise in huis om mee te ondersteunen in het participatief werken: de sector enthousiasmeren voor het geplande toeristisch beleid en hen actief betrekken bij het uitwerken van de gemeentelijke plannen, zodat er *mede-eigenaarschap en draagvlak ontstaat*.

“Gemeente Kaprijke gelooft in initiatief van onderuit. Dit gesprek maakt ons nog eens bewust dat we ‘participatie’ ook kunnen toepassen in elk toeristisch project dat we willen opzetten.” - Danuta

We zijn nieuwsgierig naar vragen van ondernemers of inwoners over Toerisme die bij de gemeente terecht komen. Dit zijn voornamelijk *infovragen* over routes. Af en toe komt er wel een opmerking over een ‘*teveel*’ aan bezoekers, de ene vindt dit lastig, omwille van parkeeroverlast of zwerfvuil, de andere vindt dit charmant en gezellig.

We overlopen enkele grotere plannen. Kaprijke wil *standplaatsen uit te bouwen voor mobilehomes*, en er is budget voorzien om een *groot publiekstrekkerproject* te starten. Er waren eerder al ideeën voor een avonturenparcours of een mountainbikeroute, maar dit vraagt heel wat overleg met andere partners, zoals Agentschap Natuur en Bos. Voor het

uitwerken van dit soort plannen kan zeker aan de deur geklopt worden van Toerisme Meetjesland. Zij kunnen expertise inbrengen rond de aanpak van het project, en andere gemeenten of grotere partners mee motiveren om samen te werken.

“Betrek Toerisme Meetjesland van bij het begin bij grotere projectideeën. Het is onze rol om mee na te denken, en expertise rond reglementering en samenwerking met partners in te brengen.” - Bart

Wat deze tijd ons leert over Toerisme van de Toekomst

Gemeente Kaprijke kijkt hoopvol naar de toekomst om *toerisme in eigen streek* te promoten. Er is een positief en hoopvol gevoel voor de maanden augustus en september. Er werden nu trouwens al mogelijkheden gecreëerd via een vrijetijdscoronapagina, waar in de toekomst zeker op verder gewerkt kan worden. Toerisme Meetjesland vult aan met het idee om per week een bepaalde fietsroute te promoten, zodat fietsers gespreid worden.

De essentie van toerisme

Om af te sluiten staan we nog even stil bij wat ‘toerisme’ voor elk van ons betekent. Het gaat zowel over de vrijetijdsbeleving van de toerist, als over een inkomen voor een ondernemer. En ook over ontspannen met het gezin, genieten, een cafétje of restaurant doen, en nieuwe dingen ontdekken. Waarden als ‘*ontmoeting* met anderen’ en ‘*verwondering*’ staan centraal.

“Toerisme is voor mij iets nieuws kunnen zien, wat niet altijd ver weg moet zijn: de ontdekking van een nieuw wegeltje, verrassende dingen in de eigen omgeving. Dichtbij kan ook interessant zijn.” - Danuta

En nu uitkijken naar een écht bezoek aan Kaprijke, om samen de toekomst van Toerisme verder vorm te geven!

“Mooi initiatief van Toerisme Meetjesland om 1000 verhalen te verzamelen bij ondernemers, inwoners en bezoekers van het Meetjesland.” – Frederik

In gesprek met gemeente Evergem

(deelgemeenten: Evergem, Ertvelde, Sleidinge, Kluizen
9 kernen: Belzele, Doornzele, Ertvelde, kerkbrugge-Langerbrugge, Kluizen, Rieme, Sleidinge
en Wippelgem)

VOOR HET TOEKOMSTPLAN 2021-2026 TOERISME IN HET MEETJESLAND

12 JUNI 2020

In gesprek met toekomstdenkers & toekomstmakers

Schepen van Toerisme, Cultuur, Bibliotheken: Jonas De Wispelaere

Ambtenaar Toerisme: Iris Verheyden (ramasseur)

Medewerker regiocoördinatie Toerisme Meetjesland: Bart Van Damme

(Verontschuldigd wegens ziekte: Regiocoördinator Toerisme Meetjesland: Erik Hennes)

Luisterend oor en pen

Voices That Count: Els Meersschaert

Het is even zoeken naar onze gesprekspartners op de zintuigprikkelende site van het Cultuurcentrum De Stroming. We vinden Iris en Jonas, nieuwsgierig uitkijkend naar dit gesprek, in één van de vergaderzalen. 'Het toeristisch verhaal is niet makkelijk, maar er samen over praten doet wel de goesting om er mee bezig te zijn terug naar boven komen', zegt Iris. Jonas vult aan: 'Toerisme is op dit moment bij ons misschien eerder een aandachtspunt, dan een echt volwaardig beleidsdomein. We durven te rekenen op ondersteuning van Toerisme Meetjesland om een aantal ideeën in gang te zetten of verder uit te werken.'

Landelijk en stedelijk

Evergem, waarin zowel het *landelijke* als het *stedelijke* een plaats heeft is op dat vlak speciaal als aantrekkingspool. Via de F42, en nieuwe mooi aangelegde koppelingsgebieden met de stadsrand van Gent, is het bijzonder om te fietsen naar Evergem, en de stad letterlijk te zien overgaan in platteland. Het Lichtfestival van Gent zou een uitbreiding kennen naar Langerbrugge, in de elektriciteitscentrale, wat *industriële erfgoed* is. LEADERprojecten kunnen de verdere ontsluiting van industrieel erfgoed mee ondersteunen.

Evenwicht: een uitdaging in Coronatijd, en ook voor de lange termijn

De voorbije periode stimuleerde de creativiteit. Nieuwe initiatieven die passen bij de voorschriften werden ontwikkeld in Evergem. Zoals bv een app waarmee kinderen de verhalen van het Mottekasteel kunnen ontdekken, en "Het venster van Evergem", waarbij inwoners gevraagd werden foto's in te sturen vanuit hun raam of vanop een wandeling. De wandel- en fietsroutes wonnen aan populariteit. Mensen beginnen hun eigen omgeving te waarderen. De uitdaging hierbij is dan de *communicatie*. Je wil dat het aanbod gebruikt wordt, maar niet dat iedereen overal tegelijk is. Er zou meer kunnen ingezet worden op *trage wegen*, met duidelijke *ankerpunten*, en een samenwerking met de *horeca*. Dit idee sluit aan

op waar Toerisme Meetjesland op dit moment mee bezig, met name het spreiden van bezoekers door gerichte promotie van verschillende *fietsroutes*. De negen kernen van Evergem kunnen als kleine toeristische kernen hier een rol in spelen.

Erfgoed en de Evergemse identiteit

De keuze om stevig rond *erfgoed* te werken, was al gemaakt in het Meerjarenplan. Door het ontsluiten van het erfgoed, wordt de Evergemse identiteit ontdekt en hedendaags vertaald, met bijzondere aandacht voor de ontsluiting naar jongeren en de volgende generaties.

“Onze werkgroep ‘erfgoed’ speelt een belangrijke rol om leven in het erfgoedverhaal te krijgen.” - Iris

Evergem heeft een rijk en divers roerend en onroerend erfgoed: van de Stoepekapel en de Molen van Wippelgem, naar het krulbollen, de kermis van Wippelgem, fanfares en lattenkoersen.

In Rieme denkt men na over de *herbestemming van de kerk*. Eerste ideeën zijn om er een ontmoetingscentrum van te maken, om deze kern opnieuw levendiger te maken. Ook over herbestemming van andere kerken in de gemeente wordt nagedacht.

Een participatief traject voor het Kasteel van Wippelgem

Het domein is sinds 2008 eigendom van de gemeente. Hiermee garandeert het bestuur het voortbestaan van dit bijzondere stuk Evergems erfgoed: versnippering wordt tegengegaan en de komende generaties kunnen een uniek parkdomein uitbouwen aan de rand van het stedelijk gebied. Met een werkgroep waar elke *inwoner* in kon participeren werd een beheersplan uitgetekend voor dit domein. Ook hier is ‘evenwicht’ belangrijk: de rust van het domein bewaren, en tegelijkertijd zoveel mogelijk mensen laten genieten van de (toekomstige) mogelijkheden, activiteiten. Evenementen op dit domein moeten aangepast zijn aan het kader, zoals een picknick bij klassieke muziek.

“Het domein van het kasteel van Wippelgem betreden, is zoals een sprookje binnenwandelen.” - Jonas

Toerisme Meetjesland kan mee een rol spelen in bekendmaking van het terrein. Ondersteuning om het domein verder te *ontsluiten*, zowel naar bekendmaking, naar het verhaal van het domein, en samenwerking met de horeca is zeker welkom.

Met en is weten

Op dit moment is er nog niet echt een stevige link tussen de lokale economie en toerisme. De voorbije periode heeft wel het inzicht gebracht, dat toerisme meer is dan een aanbod creëren voor bezoekers. Toerisme kan er ook toe bijdragen dat ondernemers en de lokale economie versterkt worden. Deze vaststelling is interessant, om in de gemeente en het beleid ook meer aandacht voor ‘toerisme’ op te wekken. Meer zicht krijgen op het aantal

toeristen dat effectief de gemeente en de lokale ondernemers bezoekt zou dan ook interessant zijn, zodat de impact van 'toerismebeleid' kan aangetoond worden.

"Niet alle initiatieven op vlak van toerisme hoeven af te hangen van de portemonnee van de gemeente. Je kan ook mensen in beweging brengen, draagvlak creëren, vrijwilligers stimuleren om te participeren. Dit kost minder, en vaak draagt dit ook bij tot de duurzaamheid van een initiatief" - Bart

Toeristische communicatie in het geheel van de gemeentelijke communicatie

Binnen de gemeentelijke communicatie is het niet evident om de toeristische info in te passen in het algemeen communicatiebeleid. De website van de gemeente is voornamelijk gericht op het informeren van de inwoners. Het is een uitdaging om hierbinnen de gemeente dan toeristisch te gaan profileren. Er wordt gedroomd van een mooie, aantrekkelijke, aparte website voor toerisme (zoals voor het Cultuurcentrum).

Leren van elkaar

Het platform dat Toerisme Meetjesland aanbiedt, om de verschillende gemeenten samen te brengen, zowel de ambtenaren als de schepenen wordt gewaardeerd. Het *overleg met collega-ambtenaren* is interessant, om vragen te stellen en ideeën uit te wisselen. Zeker wanneer je 'nieuw' bent in de sector. Er is écht het gevoel dat je met veel terecht kan bij Toerisme Meetjesland.

Toch doet elke gemeente nog wel een beetje zijn eigen ding. Toerisme Meetjesland mag nog steviger inzetten op het delen van *good practices* en het stimuleren van *samenwerkingen tussen de gemeenten*.

Op weg naar huis verdwalen we nog even in het sprookje 'Kasteel van Wippelgem'. Het doet inderdaad dromen van jonkvrouwen die met ruisende rokken op het domein rondwandelen. En van spookachtige figuren die zich verstoppen in de Duiventoren.

In gesprek met stad Eeklo

VOOR HET TOEKOMSTPLAN 2021-2026 TOERISME IN HET MEETJESLAND

10 JUNI 2020

In gesprek met toekomstdenkers & toekomstmakers

Schepen van Toerisme, Financiën, Verzustering, Sport: Marc Windey

Ambtenaar Evenementen: Anneleen Adriaenssens

Ambtenaar Lokale Economie: Nicole Daelemans

Medewerker regiocoördinatie Toerisme Meetjesland: Bart Van Damme

(Verontschuldigd wegens ziekte: Regiocoördinator Toerisme Meetjesland: Erik Hennes)

Luisterend oor en pen

Voices That Count: Els Meersschaert

In Eeklo zijn ze vertrouwd met waarderen en participatief werken, sinds Toerisme Meetjesland een workshop begeleidde voor de toeristische sector in de stad. Een mooi resultaat van deze workshop is dat de mensen uit de sector stilaan enthousiast worden en ideeën naar voor beginnen schuiven. Er komen veel vragen terecht bij de schepen en de ambtenaren. De sector is nieuwsgierig en wil vooruit. Een paar enthousiaste, begeesterde mensen is een goede basis om van start te kunnen gaan. We duiken samen dieper in het toeristisch verhaal van Eeklo.

Toerisme en deze tijd...

Deze periode is eigenlijk geen slechte zaak voor *toerisme in eigen land*. Het biedt kansen en mogelijkheden die er nog nooit geweest zijn. Er wordt veel gefietst. Mensen vinden andere manieren om buiten te komen. Nieuwe dingen worden ontdekt. Tegelijkertijd was op sommige plaatsen, zoals langs De Lieve, té veel volk op de baan.

Vanaf 1 juli zal de *markt* 3 maanden autovrij gemaakt worden, op initiatief van de 'economische raad'. *Inwoners* zullen betrokken worden bij de inrichting en aankleding van de autovrije markt. Samen met de gidsen organiseert de stad een *jaarlijkse fiets- en ontdekdag voor Eekloners* om 'toerisme' te leren kennen.

**"Dit jaar zouden er 280 evenementen doorgaan, met ondersteuning van het stadsbestuur."
- Anneleen**

Er worden in Eeklo ook heel wat *evenementen* georganiseerd. Deze zouden naar de autovrije markt verplaatst kunnen worden.

Eeklose accenten creëren in de regio

Het nieuwe stadsbestuur van Eeklo zet in op toeristische Eeklose accenten in het Meetjesland. De plannen zijn er, nu is het moment aangebroken om ze te beginnen uitwerken, en de nodige financiële middelen vrij te maken of te verwerven. De *centrale ligging* van de stad tussen Gent en Brugge is een troef. Ook de aanwezigheid van een station biedt mogelijkheid om als centraal startpunt te dienen voor fietsers die de regio willen verkennen.

“Vanuit Eeklo met de fiets naar Brugge via de kanalen, is een ontroerende ervaring. Het is vergelijkbaar met Canal Du Midi.” - Marc

De komende jaren wil men, samen met de sector werken aan:

- *Eeklo wielerstad*: een wielermuseum met toeristisch infopunt centraal in de stad.
- *Stoomtrein Maldegem*: treinverbinding Dampoort-Eeklo laten aansluiten op de toeristische trein.
- Realiseren van een *groepsverblijf* in de oude kerk van Oostveld.
- De *hotspots van Eeklo* (het Leen, Heldenpark, Sportpark, Huysmanhoeve, jachthaven, centrum, kerk...) met elkaar *verbinden*, en hierbij de horeca betrekken.

“De horeca zou nog meer betrokken mogen worden bij toeristisch beleid.” - Nicole

Meer lokale ambtelijke ruimte voor toerisme

Anneleen en Nicole combineren verschillende beleidsdomeinen in hun takenpakket. Toerisme is één van de pakketten, en de combinatie met lokale economie en evenementen klopt, maar maakt het wel zwaar. Toerisme zou *nog meer ambtelijke ruimte* mogen krijgen, zodat er meer schwing in kan komen. Zeker nu met participatief werken gestart is, is er tijd nodig om die processen en het met de mensen aan de gang zijn op een goede manier te kunnen ondersteunen en faciliteren.

Een Meetjeslandse taal

Toerisme Meetjesland mag gerust nog een sterkere stem krijgen om het Meetjesland steviger *op de kaart te zetten* in de ‘hogere regionen’. Ook om de regio met al zijn mogelijkheden op de kaart te zetten over de grenzen. Met moderne, digitale middelen kan promotie gemaakt worden in Brugge, Gent, Vlaanderen en Nederland.

“Er zit wel een groot verschil qua identiteit tussen de verschillende gemeenten van het Meetjesland. Eigenlijk zou er nog een soort ‘Meetjeslandse’ taal uitgevonden moeten worden die de identiteit van de regio ondersteunt.” - Marc

De *nieuwe website* van Toerisme Meetjesland zal alvast een routeplanner bevatten en elke gemeente heeft ook zijn plaats op deze website. Er is al een goede verbinding tussen de gemeenten en Toerisme Meetjesland. Wel zou nog meer de klik gemaakt mogen worden om

lokale evenementen ook door te geven aan Toerisme Meetjesland, zodat zij die ook mee kunnen *promoten*.

“In 2026 bezoek ik de eerste tentoonstelling van Mark Van Hamme, en daarna ga ik op de markt – zonder auto’s- gezellig een pinte drinken”.- Bart

De toeristische kansen en mogelijkheden zijn met dit gesprek nog helderder geworden. Ook fijn om te horen dat het stadsbestuur de komende jaren sterk wil inzetten op toerisme. In 2024/2026 staat de naam van Eeklo als fietsstad op de kaart, is het erfgoed bekend, is er een groepsverblijf, zijn de hotspots van de stad met elkaar verbonden met hulp van Toerisme Meetjesland, is de markt en het kerngebied aangepakt en heeft de stad een positieve naam.

In gesprek met gemeente Assenede

(4 kernen: Assenede, Boekhoute, Bassevelde, Oosteeklo)

VOOR HET TOEKOMSTPLAN 2021-2026 TOERISME IN HET MEETJESLAND

17 JUNI 2020

In gesprek met toekomstdenkers & toekomstmakers

Schepen van Toerisme: Chantal Bobelijn

Ambtenaar Toerisme: Sofie Van Waes (ramasseur)

Medewerker regiocoördinatie Toerisme Meetjesland: Bart Van Damme

(Verontschuldigd wegens ziekte: **Regiocoördinator Toerisme Meetjesland:** Erik Hennes)

Luisterend oor en pen

Voices That Count: Els Meersschaert

Assenede, waar 'florerende bestemming' de voorbije jaren in de geesten gekropen is bij de mensen. Het staat ook letterlijk in hun Meerjarenplan: "We willen de troeven van onze gemeente beter uitspelen om bezoekers, handelaars en ondernemers aan te trekken. Door het uitspelen van toeristische troeven en Assenede te ontwikkelen als florerende bestemming, en door het ondersteunen van de lokale economie." Nieuwsgierig naar hoe dit de volgende jaren vorm zal krijgen, en ook wat dit kan betekenen voor de toeristische regio Meetjesland, stappen we het gesprek in.

De pauzeknop creëert kansen voor toerisme en lokale economie

Toerisme, dat is iets nieuws ontdekken, weg van het massatoerisme. Onthaasten, rust vinden, en dat hoeft niet per sé ver weg te zijn. De voorbije periode hebben veel mensen hun eigen dorp of gemeente opnieuw ontdekt. Inwoners kwamen zelf om meer informatie vragen over wandelroutes in de buurt. Oud materiaal van *fiets- en wandelroutes* werd uit de kast gehaald en geactualiseerd, waarbij horeca en B&B's mee in de fietsroutes opgenomen werden, aangevuld met leuke tips en weetjes.

"We gingen er te vlotjes van uit dat de inwoners wel weten wat er allemaal te beleven valt, maar dat is niet het geval. We zetten nu meer in op bekendmaking." - Sofie

In Assenede heeft deze periode er ook voor gezorgd voor een grotere focus op het *lokale aanbod*. Inwoners kopen meer lokaal, en je zag een enorme *creativiteit* ontstaan bij ondernemers om verder te doen. De gemeente heeft de rol om dit verder te *faciliteren*, en mogelijkheden te geven om nieuwe dingen te laten doen of uit te proberen. Vertrouwen geven aan de ondernemers, dat zij dit goed willen aanpakken, en hier verder beleid rond uitwerken.

"Vroeger was er weerstand om heel de markt vol te zetten met terrassen. Nu ziet iedereen dat wel zitten. We willen de markt weer 'de markt' laten zijn." - Chantal

De gemeente startte ook een boodschappendienst op voor ouderen. Dit zou verder kunnen uitgroeien tot een lokaal aan-huis-leversysteem, gefaciliteerd door de gemeente. Hier kunnen ook linken gelegd worden met *streekproducten*.

Reizen naar Morgen en florerende bestemming als hefboom

Er moet nog wel wat water naar de zee, om iedereen mee op de kar van 'florerende bestemming' te krijgen. Het is een uitdaging om de *meerwaarde* van dit denkkader te kunnen aantonen aan het gemeentebestuur. Inwoners en ondernemers die goesting hebben om initiatief te nemen, en overtuigingskracht hebben moeten de mogelijkheid krijgen om te laten zien wat mogelijk is.

Toekomstplannen die voor bruisende kernen zorgen

'Assenede is dood': deze uitspraak wil Sofie niet meer horen. De doelstelling is om in alle dorpskernen levendigheid te zien, door het initiatief van lokale handelaars, kleine evenementjes, mensen die graag buitenkomen in het dorp, en toeristen die blij worden van wat ze hier kunnen beleven.

Alle *kernen* van Assenede hebben potentie om te floreren, en toeristisch beleid kan hier veel in betekenen. Tot vorig jaar was alle toeristische activiteit vooral geconcentreerd rond Boekhoute, ook de opening van het toeristisch seizoen vond steeds daar plaats. Voor dit jaar was het plan om in alle deelgemeenten verschillende kleine initiatieven of evenementjes op te zetten bij de opening van het seizoen, om overall meer leven in de brouwerij te krijgen.

In oktober staat de *Winterkermis met de 10 miles* op het programma. Hier worden de inwoners en ondernemers meer betrokken, zodat het evenement niet los staat van het dorp.

Een toekomstige toeristische troef is het *Tapijt van Assenede*, een initiatief van onderuit, van een stevige groep vrijwilligers. Op termijn zal dit een reizende tentoonstelling worden, nu is de uitdaging om een plaats in Assenede te vinden om de 1000m tapijt op te hangen, en te bekijken hoe de gemeente één en ander kan faciliteren.

De *kerk van Boekhoute* krijgt een herbestemming. Er zijn plannen om er een kinderopvang in onder te brengen, in een piramide die in de kerk zal staan. De buitenkant van de piramide zal een soort tribune vormen. Ook zijn er mogelijkheden voor een tentoonstellingsruimte en de toren zou op termijn een fijne uitkijkpost tot aan de zee kunnen zijn.

Ook het wandelnetwerk zal verder ontsloten worden. Veel mensen wandelen rond met een *wandelapp*, de wandelpaden van Assenede zouden mee in die app moeten kunnen komen. Een wens blijft om de Doornendijk volledig open te krijgen. De ontsluiting van de *kerkwegels* staat eveneens op de agenda.

"De uitkijktoren, piramide en het Tapijt van Assenede zijn toeristische troeven die mee de nodige bruis kunnen brengen." - Bart

Samenwerken om elkaar te versterken

Toerisme Meetjesland zorgt voor een goeie dynamiek en samenwerking voor 'florerende bestemming'. Er zou nog een sterkere samenwerking met buurgemeenten kunnen zijn die rond *gelijkaardige thema's* werken, of samenwerkingen vanuit *complementariteit*. Ideeën uitwisselen zodat we elkaar kunnen versterken, zowel met de politiek verantwoordelijken als met de ambtenaren. Er wordt gekeken naar Sint-Laureins om samen te werken rond de *kreken*.

De werking van Comeet wordt als goed voorbeeld genoemd, met name de facilitatorrol die ze opnemen in de samenwerking tussen de bibliotheken.

Engagement van inwoners, (toeristische) ondernemers en aanbieders

Voor een aantal van bovengenoemde plannen en projecten, werkt men *participatief*. Ondertussen wordt gekeken naar wie trekkersrollen op zich neemt. De droom is dat uit deze groepen mensen opstaan om een *toeristische raad* op te starten.

Een sterke vraag aan Toerisme Meetjesland om het *ambassadeurstraject* verder te zetten, zodat mensen die een bepaalde expertise hebben gespot kunnen worden.

Bij het uitrijden van Assenede passeer ik langs een peperkoekenhuisje, waar twee comfortabele stoelen uitnodigend op de stoep staan, en de tekst 'Carpe Diem' aan de gevel prijkt. Op de markt genieten een aantal inwoners op de zonnige terrasjes van hun koffie...

In gesprek met gemeente Aalter

(8 deeltkernen: Aalter-Brug, Aalter-Centrum, Bellem, Knesselare, Lotenhulle, Poeke, Sint-Maria-Aalter, Ursel)

VOOR HET TOEKOMSTPLAN 2021-2026 TOERISME IN HET MEETJESLAND

22 JUNI 2020

In gesprek met toekomstdenkers & toekomstmakers

Burgemeester: Patrick Hoste

Schepen van Toerisme: Herlinde Transon (ramasseur)

Ambtenaar Toerisme: Annelies Van Laecke (ramasseur)

Regiocoördinator Toerisme Meetjesland: Erik Hennes

Medewerker regiocoördinatie Toerisme Meetjesland: Bart Van Damme

Luisterend oor en pen

Voices That Count: Els Meersschaert

Er komen tafelvullende plannen aan te pas, waarbij de burgemeester enthousiast de uitbreiding van het lokale functionele fietsnetwerk toelicht, en de schepen ons meeneemt langs de fietsknooppuntenroute door de 8 deeltkernen van Aalter. De voorbije periode heeft er ook voor gezorgd dat er meer lokaal toerisme is. Wandelaars en fietsers zijn Vlaanderen aan het ontdekken. Het komt er op aan deze beweging vast te houden en toeristen naar de verschillende kernen van Aalter trekken. Ambitieuze plannen, waar het gemeentebestuur ook écht voor wil gaan. Het beweegt, om van Aalter een interessante, levendige plek te maken.

Op de fiets

De uitbreiding van het lokale functionele fietsnetwerk biedt mogelijkheden om ook te laten aansluiten op het *recreatieve fietsnetwerk*. Aalter heeft drie stations, en is een geknipte uitvalsbasis voor een daguitstap naar Brugge of Gent. Er is een Bluebikesysteem, maar dit zou nog meer gebruikt mogen worden. Bluebike is gepromoot bij de ondernemers, er zijn B&B's die zelf Bluebike promoten bij hun gasten.

Langs de spoorweg worden fietspaden aangelegd. Een droom is om fietsbruggen aan te leggen, maar dat vraagt onderhandelingen met verschillende spelers bij betrokken: de Vlaamse Waterweg, de Provincie, de gemeenten.

"Binnen twee jaar ligt hier een fietsnetwerk om 'u' tegen te zeggen." - Patrick

Volop inzetten op 'beleving' in de 8 kernen

Tegelijkertijd willen we onze ondernemers overtuigen om recreanten ook in Aalter zelf te houden. In juli verschijnt onze toeristische brochure, de Aalterse 8. Dit is een kaart met een *fietsknooppuntenroute* door de 8 dealkernen van Aalter, met in elke dealkern een aantal attractiepunten.

"We vertrekken vanuit de plek – de dealkern - daar verbinden we de lokale ondernemers aan, en zorgen voor toeristische belevingen voor recreanten en vakantiegangers ." - Herlinde

Er is meer samenhang nodig om *verhalen* in de dealkernen zichtbaar en bekend te maken. Op dit moment is er 'overbeoordening': op attractieve plaatsen staan zowel infoborden in het algemeen, als van natuurbeheer, als historisch... Soms staat er helemaal niks. Dit kan meer coherent worden. Aalter heeft verhalen te vertellen over *Wereldoorlog 1 en 2*.

Het geplande *Kunstencentrum* aan het station, waar zowel cultuur als toerisme een plaats zullen vinden, is een nieuwe belevingstroef.

Culinair Aalter

Door het inzetten op 'beleving' in de 8 kernen, wil men ook de *lokale economie* een boost geven. Een uitdaging is het promoten van culinair Aalter. Aalter heeft een aantal unieke klasse-restaurants, en wil deze in the picture zetten. Het is een moeilijke oefening naar de andere restaurants. Een mogelijke aanpak is om op verschillende sporen te werken voor de promotie, en bv. de andere restaurants mee op te nemen in de promotie van het fietstoerisme. De ondernemers moeten hier mee in betrokken worden. De gemeente voorziet alvast '*gratis parkeren*' voor wie in Aalter op restaurant gaat.

Vakantiegangers en zakentoeerisme

Waar Knesselare eerder vakantiegangers ontvangt, is Aalter meer gericht op het *zakentoeerisme*. Met stad Oudenaarde wordt overleg gepleegd over dit zakentoeerisme.

Als gevolg van de coronaperiode, wordt vastgesteld dat in de MICE-sector, bedrijven meer naar locaties *in het groen* op zoek zijn.

Samenwerking in de regio

Omdat er stevig ingezet wordt op het toeristisch uitwerken van verhalen, lijkt een verbindingsslus tussen COMEET en Toerisme Meetjesland aangewezen, waarbij de lokale administratie meegenomen wordt in de uitwerking.

"De gemeente heeft niet altijd de slagkracht om grote campagnes uit te werken, om de gemeente op de kaart te zetten". - Annelies

Toerisme Meetjesland kan zeker ook een rol spelen in het uitwerken van subsidiedossiers.

Aalter als poort voor Bulskampveld en Drongengoed

Aalter is uniek gelegen in de overgang tussen 3 gebieden: Tielt, Bulskampveld, Meetjesland. Een wens is om een verbinding te kunnen maken in het wandelnetwerk tussen Landschapspark Bulskampveld (Brugse Ommeland) en Landschapspark Drongengoed (Meetjesland). Hierover wordt overlegd met de deputés.

De grenzen tussen de toeristische regio's zouden wat mogen vervagen. Het gangbare beeld van het Meetjesland zijn de polders, de vlakke en de kreken. Terwijl Aalter eerder *bosrijk* gebied is en via die weg aansluit bij Brugse Ommeland.

De zon, de dorst en de honger doen ons nog even wandelen naar het centrum van Aalter, waar alle terrassen goed vol zitten. Na aanschaf van een picknick rijden we door naar het Drongengoed, waar de eigenaar zijn toekomstdromen voor de site en de omgeving vertelt, en ons een privérondeleiding geeft, en honderduit vertelt over de Cuesta en Johanna van Constantinopel.