



Vlaanderen
is toerisme

2022

JAARVERSLAG

TOERISMEVLAANDEREN



Beste lezer

Jaar 1 na corona: zo zou je 2022 kunnen omschrijven. Ook al dienden zich weer nieuwe uitdagingen aan, toch zag je overal signalen van hoop en optimisme. De toeristische sector is terug van weggeweest. Met Toerisme Vlaanderen hebben we daar met veel enthousiasme aan bijgedragen.

De Vlaamse overheid besloot aanzienlijke financiële middelen vrij te maken om onze sector er na de coronacrisis weer bovenop te helpen. En vorig jaar konden we maar liefst 18,5 miljoen euro van die relancesteun toekennen.

Dé blikvanger in 2022 was de heropening van het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen (KMSKA), na 11 jaar bouwen en renoveren. Intussen maakten al honderdduizenden bezoekers (opnieuw) kennis met de collectie van wereldklasse, die op een hedendaagse, bijzonder aantrekkelijke manier gepresenteerd wordt. Toerisme Vlaanderen leverde een belangrijke bijdrage. Onder meer met een erg succesvolle campagne om binnen- en buitenlandse toeristen warm te maken voor het museum en de rest van Vlaanderen.

Erfgoed was trouwens het hele jaar door een speerpunt van onze werking. We organiseerden onder meer een ligconcert in de Brugse Kapucijnenkerk en een druk bijgewoonde babyborrel in het kasteel van Leut – unieke evenementen die terecht veel aandacht kregen.

We pakten ook uit met de vele natuur die onze regio rijk is. Zo selecteerden we 13 kandidaten om

erkend te worden als Landschapspark of Nationaal Park. Binnenkort maken we de 6 uitverkorenen bekend. We werkten ook hard om Vlaanderen nog meer als fietsparadijs op de kaart te zetten.

Vlaanderen is een mekka voor fijnproevers. In 2022 zetten we de eerste, beloftevolle stappen naar een Vlaams culinair netwerk. De komende jaren zal dat steeds meer vorm krijgen.

Vlaanderen is een toplocatie voor congressen en events. In 2022 ondersteunden we organisatoren met een slimme zelfscan, en met e-books rond de troeven van onze regio. Zelf organiseerden we in september mee het Flanders Travel Forum: een druk bijgewoond congres waar toeristische spelers uit binnen- en buitenland elkaar na de moeilijke coronajaren eindelijk weer in levenden lijve konden ontmoeten. En in oktober organiseerden we het Forum Iedereen Verdient Vakantie, een jaarlijks evenement rond de vraag hoe we financiële en andere vakantiedrempels kunnen wegwerken.

Ook voor mezelf was het een bijzonder jaar. Sinds september ben ik administrateur-generaal van het agentschap Onroerend Erfgoed. Voorlopig blijf ik ook aan als CEO ad interim van Toerisme Vlaanderen, en dat voor onbepaalde duur. De tijden blijven uitdagend, maar we kijken met optimisme vooruit naar de toekomst. Veel leesplezier met dit jaarverslag!

Peter De Wilde
CEO ad interim Toerisme Vlaanderen



*De tijden blijven uitdagend,
maar we kijken met
optimisme vooruit
naar de toekomst.*

Peter De Wilde, CEO ad interim

INHOUD

VOORWOORD

02

VISIE EN STRATEGIE

06

CIJFERS EN ONDERZOEK

10

SUCCESEN BINNEN DE 6 THEMA'S

16

STREVEN NAAR KWALITEIT

32

OVER DE GRENZEN HEEN

36



**IN 2022 WERD
TOERISME VLAANDEREN
EIGENAAR VAN DE ABDIJSITE
VAN HERKENRODE.
PAGINA 17**

COLOFON

Verantwoordelijk uitgever

Peter De Wilde
Toerisme Vlaanderen
Grasmarkt 61
1000 Brussel

Wettelijk depot

D/2023/5635/10

Contact

communicatie@toerismevlaanderen.be

Meer informatie

www.toerismevlaanderen.be

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welke wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever.



Kasteel Vilian XIII
houdt babyborrel
voor 400
kasteelbaby's

18



13 kandidaten voor erkenning als
Nationaal Park of Landschapspark

22



Workshops 'Kwaliteit
in gidsenwerking'

34

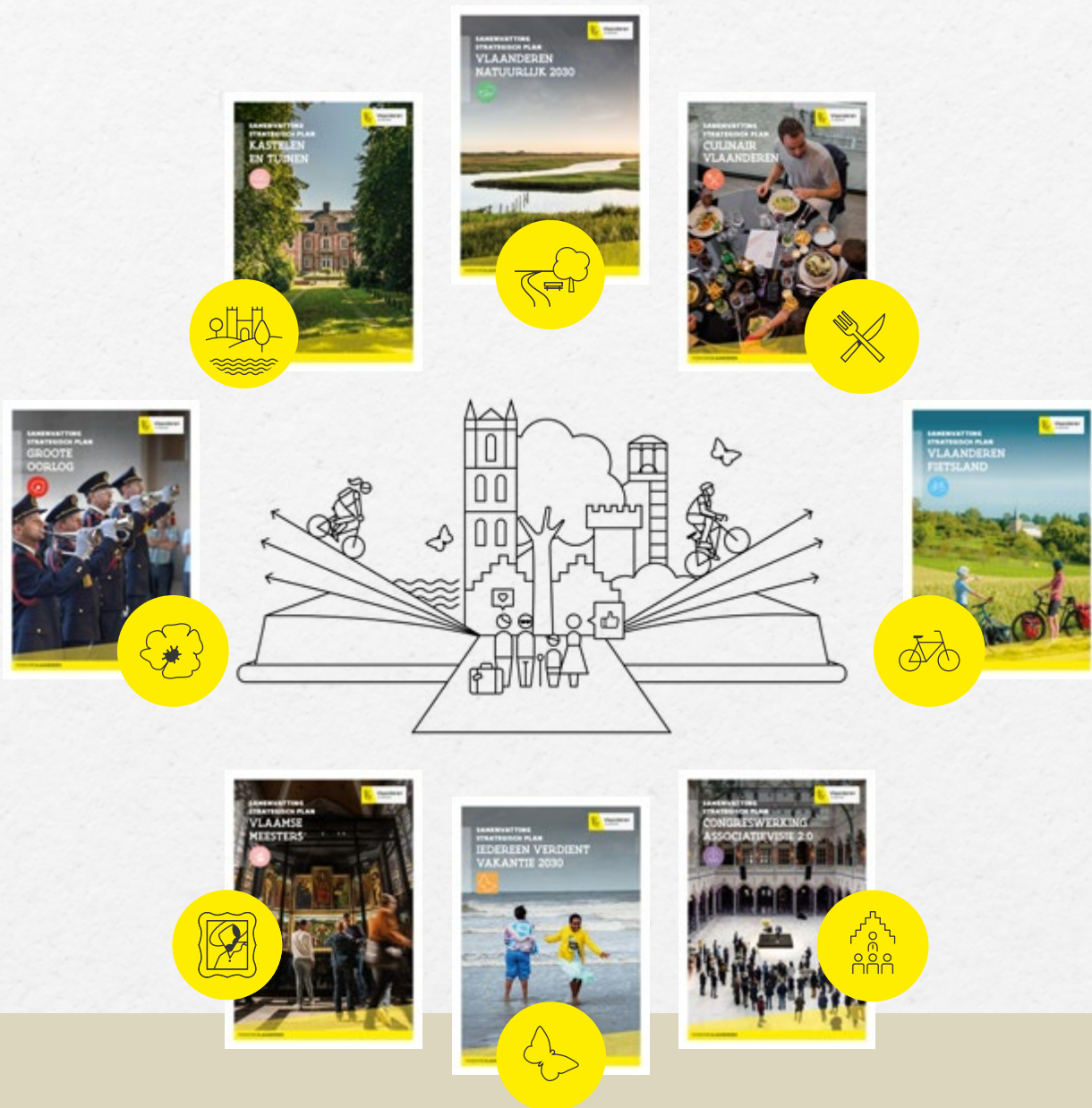
28 Opening BMCC in Brugge



41 Belgian Flemish
Beer Festival in
Zuid-Korea

Visie en strategie





Strategische plannen voor alle thema's

Sinds 2021 werken we rond 6 inhoudelijke thema's die aansluiten bij het DNA van Vlaanderen: Vlaanderen Erfgoedbeleving, Vlaanderen Natuurlijk, Culinair Vlaanderen, Vlaanderen Fietsland, Congressen en Events en Iedereen Verdient Vakantie.

Om de inhoud ervan te concretiseren, stelden we voor deze thema's of voor een aantal verhaallijnen binnen deze thema's een strategisch plan op – een overzichtelijke 2-pager voor elk thema.

Duurzaamheid

In 2022 lanceerden we een ambitieus **Duurzaamheidsplan** met concrete acties en doelstellingen. Het plan moet niet alleen Vlaanderen als bestemming, maar ook onze organisatie duurzamer maken.

Verder ondertekende Toerisme Vlaanderen de **Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism**. Die werd gelanceerd op de COP26-klimaatop in november 2021 en moet ervoor zorgen dat de toeristische sector wereldwijd minder broeikasgassen uitstoot.



Reorganisatie buitenlandwerking

Om onze internationale werking tegelijk flexibeler en meer gefocust te maken, voerden we in 2022 een reorganisatie door in onze buitenlandkantoren. We focussen daarbij vooral op de Europese en Amerikaanse markt. Zo sloten het buitenlandkantoor in China en het 'representation office' in Brazilië de deuren. Onze activiteiten op de Aziatische markt worden voortaan aangestuurd vanuit een Azië-desk in Brussel. En door de oorlog in Oekraïne werd voorlopig ook onze werking in Rusland stopgezet.

Reizen naar Morgen-netwerk

Om ervoor te zorgen dat we samen met onze partners en de sector blijven groeien en leren, bouwen we aan een Reizen naar Morgen-netwerk, geënt op onze Reizen naar Morgen-visie. In 2022 hebben we 38 partners geïnterviewd om te onderzoeken wat zij van het netwerk verwachten. Nagenoeg iedereen reageerde enthousiast op het initiatief. In 2023 bouwen we het netwerk verder uit.

REIZEN
naar
morgen
...

B2B-website in nieuw jasje

Begin 2022 lanceerden we onze gloednieuwe B2B-website. Zelfde URL, ander jasje: **toerismevlaanderen.be**. De vernieuwde structuur en de herkenbare visuele stijl moeten het nog makkelijker maken om informatie te vinden. Andere websites binnen Toerisme Vlaanderen, zoals onze B2C-site [visitflanders.com](https://www.visitflanders.com) en [meetinflanders.com](https://www.meetinflanders.com), werden op hetzelfde platform overgezet.





Week van het Toerisme 2022

Op maandag 30 mei ging de tweede editie van de **Week van het Toerisme** van start. Een week lang brachten we ondernemers uit de toeristische sector samen om te kijken hoe we Vlaanderen kunnen laten groeien als florierende bestemming. We boden de deelnemers een gevarieerd programma aan met inspirerende presentaties, boeiende debatten en uitgebreide netwerkmogelijkheden.

WIST JE DAT...

- de namen op onze interne postvakjes ook in **braille** te lezen zijn?
- we een **diversiteitsambtenaar** hebben?
- ons kantoor op de Grasmarkt in Brussel **A-label-toegankelijk** is?
- we in 2022 **204 vaste medewerkers** in dienst hadden (hoofdkantoor + buitenlandkantoren)?

18,5 miljoen relancemiddelen

In 2021 zette de Vlaamse minister van Toerisme een relancebeleid op touw. Subsidieoproepen moesten de toeristische sector een nieuwe start geven na de coronacrisis.

In 2022 werd er **18 529 663 euro relancesteun** toegekend aan 80 projecten. Die draaiden rond de thema's recreatief en sportief fietsen, bierbeleving, Vlaamse Meesters, natuur (recreatief wandelen en plattelands- en natuurtoerisme) en culinaire belevingen.



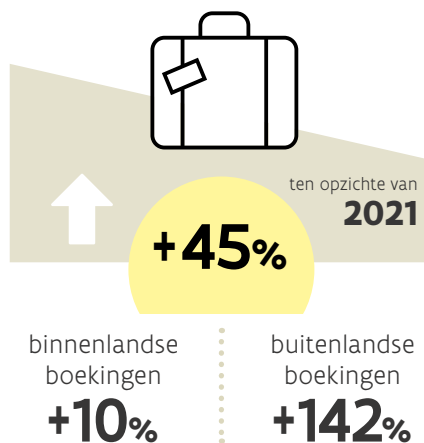


Cijfers en onderzoek

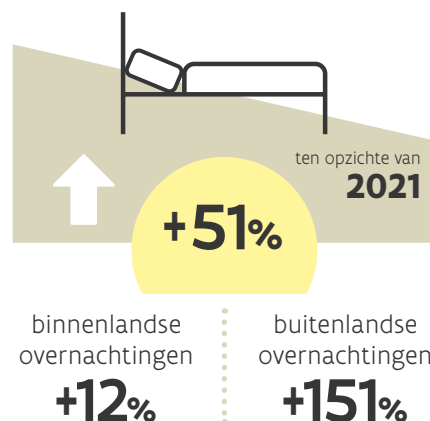
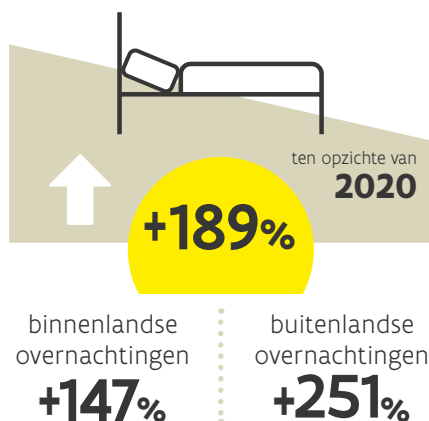
Naar goede gewoonte voerde Toerisme Vlaanderen ook in 2022 verschillende onderzoeken uit rond toeristische thema's. We verzamelden standaardcijfers over onder meer het aantal boekingen en overnachtingen, en lanceerden de bestemmingsbarometer. Een groot coronarapport zette de finale cijfers over de crisis op een rij, en we deden ook gericht onderzoek naar onze kunst- en kuststeden.

BOEKINGS- EN OVERNACHTINGSCIJFERS VLAANDEREN

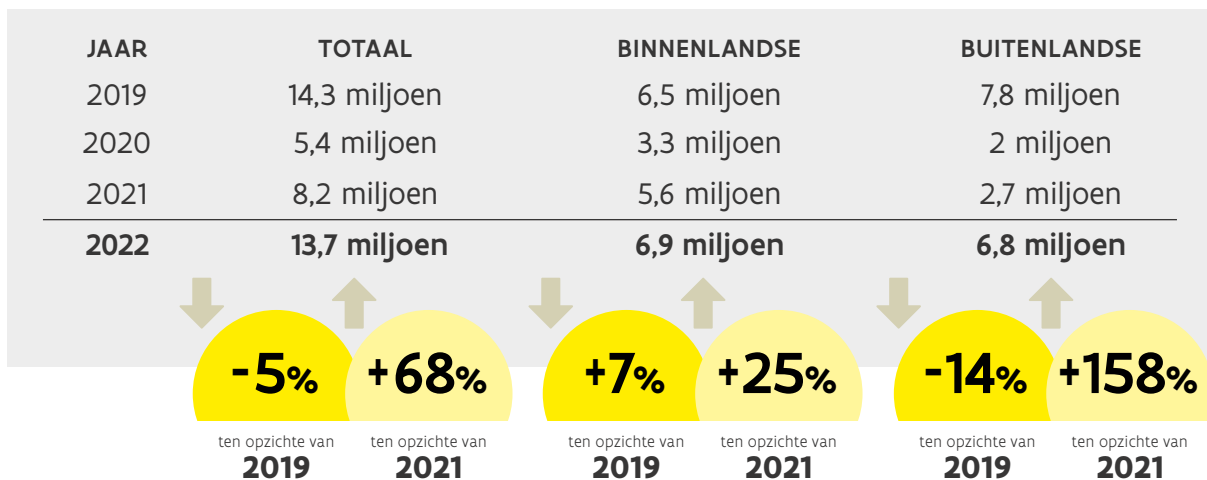
Boekingscijfers



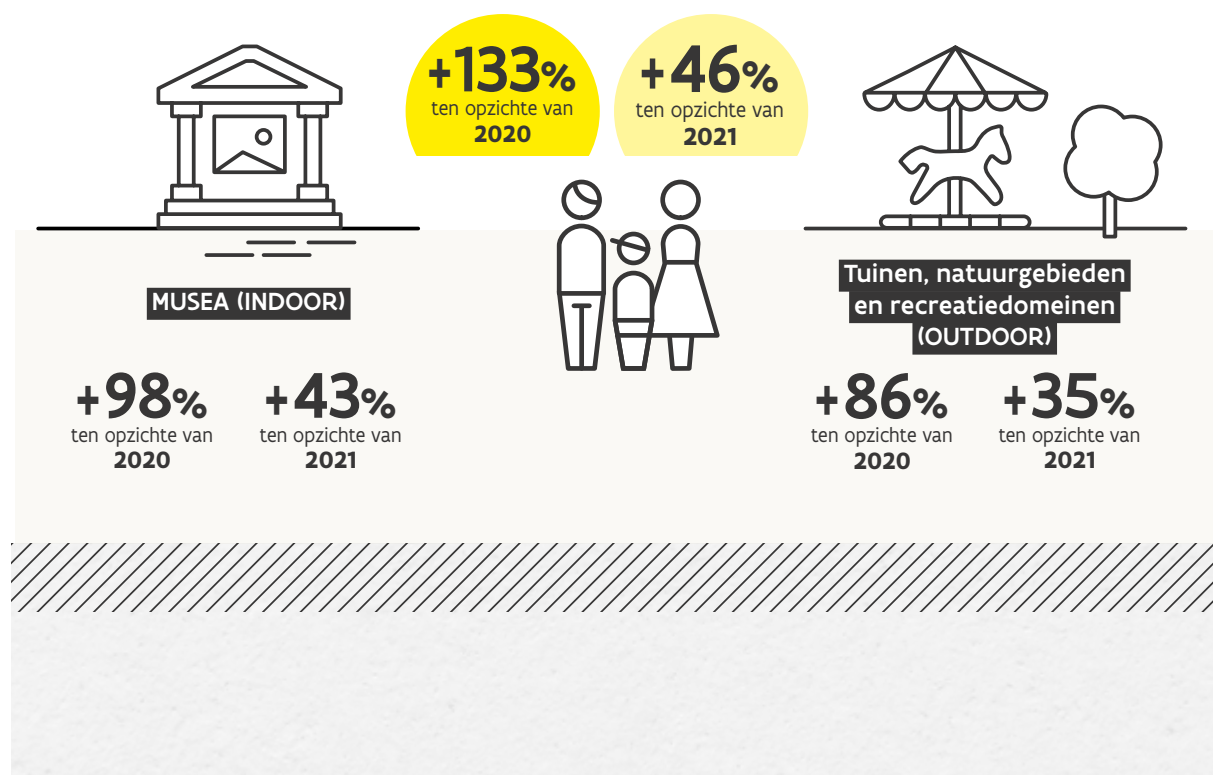
Overnachtingscijfers



AANKOMSTEN IN VLAANDEREN EN BRUSSEL



BEZOEKERSCIJFERS MUSEA EN ATTRACTIES



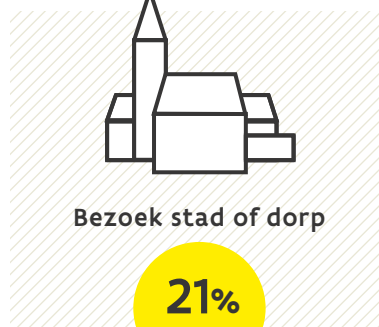
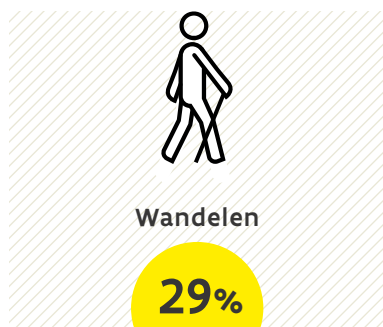
DAGUITSTAPPEN BELGEN NAAR VLAANDEREN EN BRUSSEL

Gedurende een volledig jaar (juni 2021 – juni 2022) werden 2-wekelijks 3000 Belgen bevroegd over hun dagtrips naar Vlaanderen en Brussel.

Belgen maken jaarlijks **81 miljoen** daguitstappen naar Vlaanderen en Brussel.

Vlamingen maken gemiddeld **9,7 daguitstappen/jaar** naar Vlaanderen en Brussel, Walen en Brusselaars **3,6 daguitstappen/jaar**.

Populairste activiteiten tijdens een daguitstap



LOGIESCIJFERS

Aanmeldingen en erkenningen

In 2022 registreerde Toerisme Vlaanderen **bijna 2900** aanmeldingen van toeristische verblijven.

Meer dan **700** logiezen en jeugdverblijven kregen een **erkenning**.

En we kenden bijna **1600** sterren toe als **comfortclassificatie**.



TOERISME VLAANDEREN IN DE VLAAMSE PERS: ENKELE RESULTATEN

- In 2022 kwam Toerisme Vlaanderen in **357 binnenlandse persartikels** aan bod – zowat 1 per dag dus.
- Het **bewonersonderzoek in de kunststeden** (februari) en het succesvolle **Flanders Travel Forum** (september), het eerste sinds corona, kregen veel aandacht. Maar de absolute feelgood-blikvangers waren het stemmige **ligconcert** in de **Kapucijnenkerk in Brugge** (februari) en de vrolijke **kasteelbabyborrel** in het **kasteel van Leut** (eind augustus).
- Onze woordvoerder regelde in 2022 enkele **tientallen radio- en tv-interviews** over de werking en resultaten van Toerisme Vlaanderen. Soms gaf hij die zelf, soms nam een collega het woord.
- Hij beantwoordde ook **172 vragen** van journalisten, stakeholders uit de toeristische sector en het brede publiek.

Ambassadeursonderzoek

Met het ambassadeursonderzoek peilden we al in 2021 naar de kennis en houding van de Belgen ten opzichte van Vlaanderen en Brussel als vakantiebestemming. Eind 2022 kreeg dat dit onderzoek een update en werd gehouden bij **1500 respondenten**.

- **26%** zou Vlaanderen sterk aanbevelen als toeristische bestemming aan buitenlandse reizigers.
- Vooral onze historische steden, de link met WO I en onze rijke gastronomie en biercultuur worden gezien als onze belangrijkste troeven.

Coronarapport

Het zal niemand verbazen dat de **coronacrisis** een bijzonder grote impact gehad heeft op de toeristische sector in Vlaanderen. Logies, restaurants, cafés, musea, attracties, congres- en eventfaciliteiten kregen zware klappen. De gevolgen hebben we voor het eerst zwart op wit in kaart gebracht in een coronarapport, dat je hier kan nalezen.



Bestemmingsbarometer gelanceerd

In mei 2022 lanceerden we de Bestemmingsbarometer. Die brengt in kaart in hoeverre een toeristische bestemming beschouwd kan worden als een florerende bestemming, waar rekening wordt gehouden met bewoners, bezoekers, ondernemers en de plek zelf.

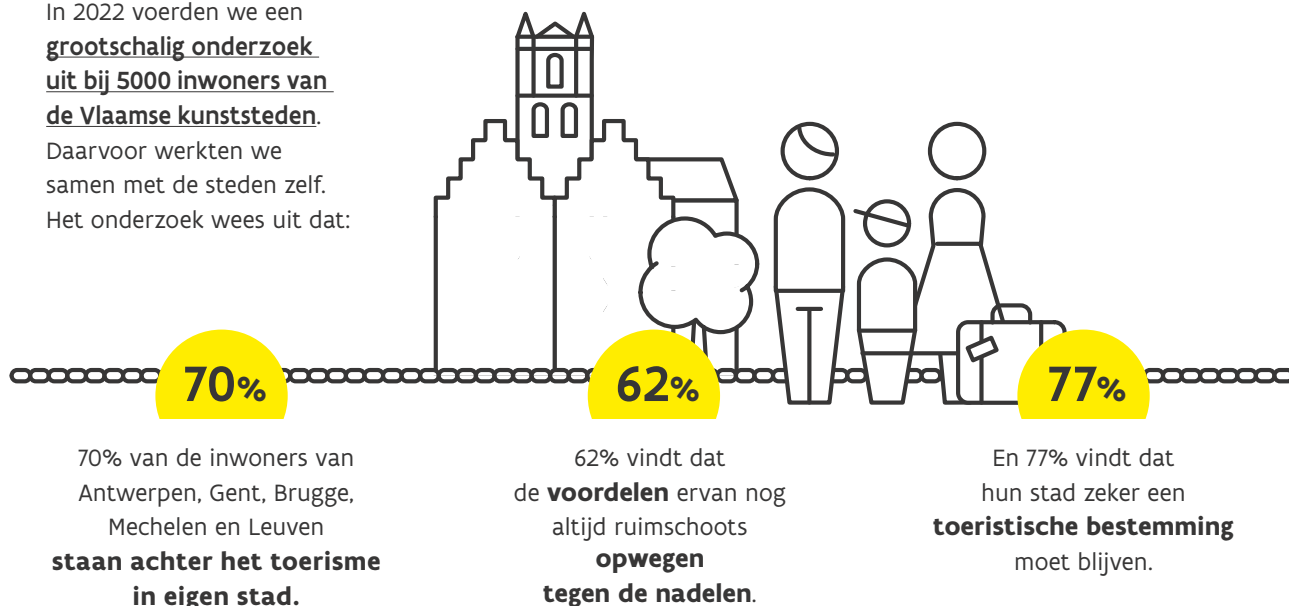
Om het succes van toerisme in kaart te brengen wordt traditioneel bijna uitsluitend gekeken naar economische parameters, zoals aankomst- en overnachtingscijfers. De Bestemmingsbarometer vult die aan met **sociale, ruimtelijke en ecologische indicatoren**. Voorlopig zijn die alleen nog beschikbaar op Vlaams niveau, maar we werken aan parameters per toeristische regio.



ONDERZOEK VLAAMSE KUNSTSTEDEN

In 2022 voerden we een grootschalig onderzoek uit bij 5000 inwoners van de Vlaamse kunststeden.

Daarvoor werkten we samen met de steden zelf. Het onderzoek wees uit dat:



70% van de inwoners van Antwerpen, Gent, Brugge, Mechelen en Leuven staan achter het toerisme in eigen stad.

62% vindt dat de **voordelen** ervan nog altijd ruimschoots opwegen tegen de nadelen.

En 77% vindt dat hun stad zeker een **toeristische bestemming** moet blijven.

5-JAARLIJKS KUSTONDERZOEK

In 2021 en 2022 voerde het West-Vlaamse provinciebedrijf Westtoer, met ondersteuning van Toerisme Vlaanderen, het 5-jaarlijkse onderzoek uit naar verblijfstoerisme aan de kust. Dat wees uit dat vakantiegangers die aan de kust logeren, zeer tevreden zijn over zowel hun verblijf als over het logies.



De gezonde **zeelucht**, de **rustgevende omgeving** en het **aantrekkelijke wandelaanbod** zijn belangrijke troeven van een vakantie aan zee.

76% van de vakantiegangers zijn **herhaalbezoekers** die ook de voorbije 3 jaren een weekend of vakantie aan de kust doorbrachten

30% boekt **last-minute**

Thema's

Toerisme Vlaanderen



Vlaanderen Erfgoedbeleving



Vlaanderen Natuurlijk



Culinair Vlaanderen



Vlaanderen Fietsland



Congressen en Events



Iedereen Verdient Vakantie

Pilootprojecten

Toerisme Vlaanderen



Successen binnen de 6 thema's

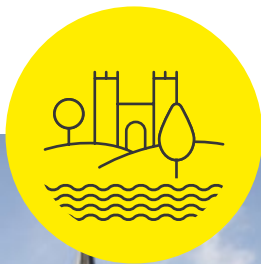


Vlaanderen Erfgoedbeleving

Abdij van Herkenrode

Sinds 5 januari 2022 is Toerisme Vlaanderen de trotse eigenaar van de volledige abdijsite van Herkenrode in Hasselt. Die dag verwierven we het klooster van de Kanunnikessen van het Heilig Graf (sinds 2021 zijn we ook al eigenaar van de rest van het domein). Op 4 maart presenteerden we samen met Herita vzw en de Stad Hasselt het plan van aanpak voor de **herbestemming van de abdijsite**. Omwonenden en ondernemers uit de buurt werken de plannen verder mee uit. De nadruk ligt op de natuur- en erfgoedwaarde van deze bijzondere plek, die op termijn een absolute trekpleister voor Hasselt en omstreken moet worden.

Inmiddels gebeurden er al enkele ingrepen om de site beter te ontsluiten. Zo werden er in 2022 een wandellus en een wandelroute ingehuldigd. We kenden 5 miljoen euro aan relance-middelen toe aan Herita vzw om de site verder te ontwikkelen.



© Thomas De Boever

De Tuin van Heden

In Brugge zijn we gestart met een bijzonder project. De Sint-Godelieveabdij en het Minderbroeders-Kapucijnenklooster worden omgevormd tot De Tuin van Heden, een pilootproject rond religieus erfgoed.

Voor de **Sint-Godelieveabdij** distilleerden we 6 mogelijke toekomstbeelden uit bijna 5000 ideeën van het brede publiek. In de zomer stelden we ze voor. Tegelijkertijd startte de zoektocht naar ondernemers die mee willen investeren in deze unieke erfgoedsite. Intussen kenden we 4,2 miljoen euro aan relancemiddelen toe voor restauratiewerkzaamheden, met name van de kloosterboerderij en de buitenmuren.

In september maakten we, samen met de stad Brugge en een hele reeks partners, de nieuwe toekomst van het **Minderbroeders-Kapucijnenklooster** bekend. De kerk krijgt een nieuw leven als ontmoetingsplek en evenementlocatie – een origineel ligconcert heeft al aangetoond dat de plek zich daar uitstekend toe leent. Het klooster wordt een internaat en groepsverblijf voor jongeren. En in de open tuin zullen kunst en beleving centraal staan. In het weekend van Open Monumentendag (10 en 11 september) kon iedereen met de plannen kennismaken.

Kasteel Vilain XIII in Leut

In 1822 trouwde Charles Vilain XIII met de dochter van de kasteelheer van Leut (Maasmechelen). Sindsdien draagt het kasteel zijn naam. Precies 200 jaar later zwaaiden de poorten van het kasteel, inmiddels eigendom van Toerisme Vlaanderen, open voor **Zomerleute**. Heel de zomer lang kon iedereen er terecht voor een tentoonstelling over de geschiedenis van het domein en een hapje en drankje. Zomerleute trok ruim 18 000 bezoekers. 1600 van hen deden een suggestie voor de toekomstige invulling van het domein. De expo werd feestelijk afgesloten met een grote kasteelbabyborrel: een dankjewel aan alle mensen die in het kasteel – ooit nog een kraamkliniek – geboren zijn en een babyfoto van zichzelf hadden ingestuurd voor de tentoonstelling.



© Titus Simoens

Rubenskasteel

Op 19 en 20 maart organiseerden we een welkomweekend in het Rubenskasteel in Elewijt (Zemst). Bezoekers werden via een audiotour rondgeleid door de schilder Rubens, de beroemdste bewoner van het kasteel. Tijdens dat weekend maakten we ook **2 mogelijke scenario's bekend voor de toekomstige invulling van het domein**. Later dat jaar organiseerden we in het kasteel nog een ondernemersmarkt en een zomerbar.



Kasteel van Poeke

Ook het kasteel van Poeke (Aalter) is eigendom van Toerisme Vlaanderen. In mei werd op het domein een nieuwe hoevesite geopend. Het gebouw zal fungeren als centrale uitvalsbasis voor het groenbeheer van het domein en als ontmoetings- en vergaderruimte voor lokale organisaties. In oktober organiseerden we in het kasteel **co-creatieve workshops** waar iedereen kon meedenken over de toekomstige invulling van de plek. Eerder hadden we daarrond al meer dan 200 ideeën verzameld tijdens een participatieve ideeënweek en een familiedag. In oktober kreeg het kasteel ook bezoek van een reportageploeg van 'Vlaanderen Vakantieland'.

Vlaams erfgoed op Kanaal Z

In juli was het programma 'Z-Trends Summer Talk' van zakenzender Kanaal Z 4 weekends te gast op evenveel unieke erfgoedsites van Toerisme Vlaanderen: de abdijsite van Herkenrode in Hasselt, de Sint-Godelieveabdij in Brugge, het kasteel van Poeke en het Rubenskasteel in Elewijt. Door samen te werken met Kanaal Z wilden we die sites beter bekend maken bij lokale en bovenlokale ondernemers. Hun inbreng is immers onontbeerlijk als we de toekomstplannen voor de sites, en de Reizen naar Morgen-filosofie die erachter schuilgaat, willen realiseren.





Nieuw toeristisch netwerk Kastelen van de Schelde

Van het Gravensteen in Gent tot Het Steen in Antwerpen: de Scheldevallei kan uitpakken met heel wat mooie kastelen. Ze staan centraal in **Kastelen van de Schelde**, een nieuw toeristisch netwerk dat in september feestelijk geopend werd. Het netwerk moet toeristen van binnen en buiten Vlaanderen de weg wijzen naar het Scheldeland met zijn idyllische dorpen, bijzondere erfgoed en weidse slikken, schorren en overstromingsgebieden.

Projectoproep Landschap getuigt



In april lanceerden Toerisme Vlaanderen en Westtoer een **oproep aan publieke en private partners in de Westhoek**. Het landschap daar draagt tot vandaag de sporen van de Eerste Wereldoorlog. De oproep richt zich tot projecten die de verhalen achter die sporen vertellen, zodat de oorlogsgruwel nooit vergeten wordt. De projecten worden voorgesteld tijdens een nieuw WOI-themajaar, dat loopt van het voorjaar van 2023 tot de zomer van 2024.



© Milo-Profi

Hoogtepunt: de heropening van het KMSKA

Op 24 september zwaaiden de deuren van het vernieuwde **Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen** (KMSKA) open. Na 11 jaar bouwen en renoveren is het grote publiek er opnieuw welkom. Een iconisch gebouw, een collectie van wereldklasse, een dynamische presentatie en een programmatie met lef: het nieuwe KMSKA is klaar voor de toekomst.

> Art Security Token

Het KMSKA werkt als eerste museum in Europa met een innovatieve financieringswijze om zijn collectie te versterken. Sinds 27 april kan iedereen via **Art Security Token Offering** een aandeel kopen in 'Carnaval de Binche', een topwerk van James Ensor. Dat is virtueel opgedeeld in een groot aantal gelijke delen of 'tokens'. Wie zo'n token koopt, wordt mede-eigenaar van het werk. Het museum slaat zo 2 vliegen in één klap: het verwerft de financiële middelen om het doek in bruikleen te krijgen, én het biedt iedereen de kans om in kunst te investeren. Sinds de heropening in september wordt 'Carnaval de Binche' in het museum tentoongesteld, zodat elke bezoeker ervan kan genieten.



> Vlaamse Meesters komen weer thuis

Tijdens de verbouwing bleef het KMSKA maar liefst 11 jaar gesloten. Al die tijd werd de collectie bewaard in een intern en een extern depot. In het interne depot werden meer dan 130 schilderijen en beeldhouwwerken gerestaureerd. Vanuit het externe depot reisden bijna 4000 werken de wereld rond.

In 2022 keerden ze terug: een feestelijke gebeurtenis, die gepaard ging met een grootse campagne op sociale media. Op 15 maart, 9 maanden voor de heropening, verhuisde het allereerste werk vanuit het interne depot naar de vernieuwde museumzalen. Het ging om **Het doopsel van Christus** van Peter Paul Rubens, een absoluut topstuk.



> Veel aandacht uit het buitenland

Ook over de grenzen wekte het vernieuwde KMSKA veel belangstelling. De heropening zelf trok meer dan 90 buitenlandse journalisten, van mainstreammedia tot nichebladen.

Voor onze buitenlandkantoren was de heropening een ideale aanleiding voor campagnes die het rijke Vlaamse erfgoed internationaal in de kijker zetten. Meer informatie over de gerichte acties per land vind je in het hoofdstuk [Over de grenzen](#).

Daarnaast organiseerden we ook een globale campagne. Die liep in Nederland, Spanje, Frankrijk, Duitsland, Italië, Oostenrijk en het Verenigd Koninkrijk. Ze bestond uit 4 grote golven, waaronder een campagne rond de art security tokens, een videocampagne bij de start van de ticketverkoop en een **humoristische en erg gesmaakte campagne** over de terugkeer van de KMSKA-collectie uit de buitenlandse musea (Kunsthistorisches Museum Wien, Getty, Rijksmuseum...) waar ze tijdens de verbouwing onderdak hadden gevonden.





13 kandidaten voor erkenning als Nationaal Park of Landschapspark

Welke natuurgebieden willen een erkenning als Vlaams Nationaal Park of als Landschapspark? Die oproep lanceerden we in 2021. In januari 2022 maakten we bekend **welke 13 kandidaten** (van de 23 indieners) de selectie hebben gehaald. Zij volgden de rest van het jaar een begeleidingstraject, inclusief 2-daagse workshop. Het traject is opgesteld door Toerisme Vlaanderen, het Agentschap Natuur en Bos, de Vlaamse Landmaatschappij, het Departement Omgeving en het Agentschap Onroerend Erfgoed.

In het voorjaar van 2023 zal de jury 3 Landschapsparken en 3 Nationale Parken erkennen. Die krijgen dan een officieel label en een jaarlijkse financiële ondersteuning van de Vlaamse overheid.



© David Samyn



© Eddy Daniels

Subsidies Nationaal Park Hoge Kempen

Toerisme Vlaanderen trekt 9,5 miljoen euro uit voor de verdere ontwikkeling van de **toegangspoorten tot het Nationaal Park Hoge Kempen**, voorlopig nog het enige Nationaal Park van Vlaanderen. Jaarlijks bezoeken meer dan 1,2 miljoen mensen het Park, en de meesten kiezen een van de toegangspoorten als uitvalsbasis.

Vernieuwde National Park Trail

Tijdens het pinksterweekend, in juni, werd het vernieuwde National Park Trail geopend, een lusvormige langeafstandswandeling van 110 km door het 12 000 hectare grote Nationaal Park Hoge Kempen. Om de trail te promoten maakte Toerisme Vlaanderen **5 vlogs met onze collega Pedro in de hoofdrol**. Kortere versies van de vlogs werden gebruikt als socialmediacampagne in de buurlanden. Op 8 december 2022 ontving de trail als eerste in Vlaanderen het label 'Leading Quality Trail - Best of Europe'.



© Eddy Daniels



Culinair Vlaanderen

Eerste samenkomst culinair netwerk

Op 28 april organiseerden we voor onze stakeholders het participatieve startmoment rond de nieuwe culinaire strategie. Dat vond plaats in de Heilig Hart-brouwerij in Wetteren. Toeristische partners en sectororganisaties gaven ons veel input en waardevolle feedback, die we intussen verwerkt hebben tot een definitieve culinaire strategie.

Toer de Geuze

Op 30 april en 1 mei organiseerde de Hoge Raad voor Ambachtelijke Lambiekbieren (HORAL) de 14de editie van Toer de Geuze. Twee dagen lang zetten 11 geuzeproducenten hun deuren open voor het publiek. Toerisme Vlaanderen werkte onder meer mee aan een online



talkshow over de lambiekcultuur, die liefhebbers wereldwijd live konden volgen.



Vlaams Culinair Centrum wordt Smaakhaven

In 2022 kreeg het Vlaams Culinair Centrum een nieuwe naam en invulling: de **Smaakhaven**. Die komt in het oude gebouw van het Loodswezen op de Antwerpse Scheldekaaien. De Smaakhaven moet hét uitstalraam van culinair Vlaanderen worden. Een open huis waar bezoekers uit binnen- en buitenland, buurtbewoners en foodprofessionals unieke smaken en innovatieve, duurzame producten en ideeën uit heel Vlaanderen kunnen ontdekken. In juni lichtten we het concept toe aan onder meer sectorfederaties, belangen- en streekproductenorganisaties en opleidings- en onderzoekscentra. We verzamelden een honderdtal interessante reacties waarmee we het concept verder verfijnen.



Culinaire trip voor buitenlandse journalisten

In oktober verwelkomen we, in samenwerking met het Brusselse restaurant humus x hortense, journalisten uit Nederland, Duitsland, Spanje, Noorwegen, China en Zuid-Korea voor een trip door veganistisch culinair Vlaanderen.

Via masterclasses, bezoeken en proeverijen maakten ze kennis met wat Vlaanderen als vegan hotspot te bieden heeft. Ze waren erg onder de indruk en zullen hun enthousiasme delen met hun lezers in eigen land.



© Kris Vlegels

© Kris Vlegels

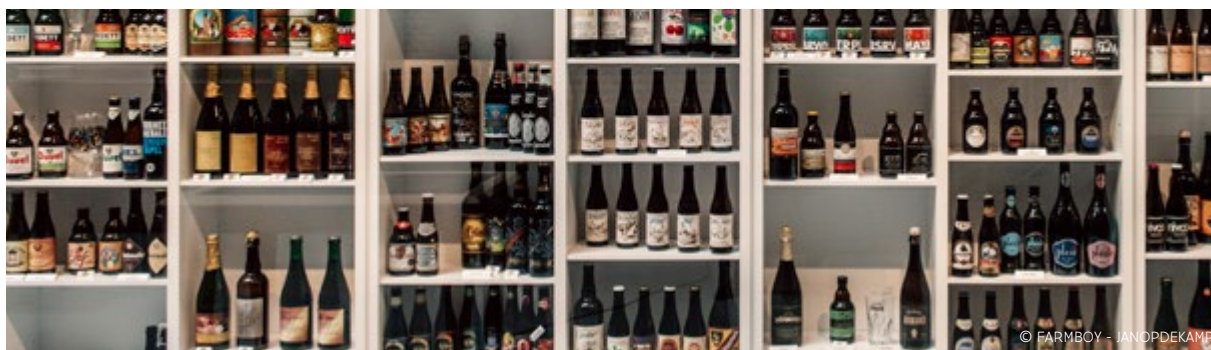


Bierauteurs op bezoek

Nog in oktober ontvingen we 5 bierauteurs uit Spanje, Italië, het Verenigd Koninkrijk, Nederland en Noorwegen voor een 4-daagse trip door Vlaanderen. Op het programma: brouwerijbezoeken, het nieuwe bierfestival Old Brown Fest en (bier)gastronomie. In de toekomst zullen ze helpen om Vlaanderen verder als bierbestemming op de internationale kaart te zetten.

Verbroedering tussen Vlaamse en Britse brouwers

Begin december brachten 4 ambachtelijke brouwerijen uit de Britse stad Norwich een bezoek aan evenveel collega's in Leuven. Aan het eind van de trip werd de groep onderverdeeld in 4 Brits-Vlaamse duo's, die elk een bier moeten ontwikkelen én brouwen voor het Norwich City of Ale-festival in mei 2023. Een originele manier om onze gedeelde biercultuur in de kijker te zetten!





Fietsen door de Heide

In januari behaalde Fietsen door de Heide een gouden medaille op de prestigieuze International Design Awards in de VS. De belevingsroute van 4 km door het Nationaal Park Hoge Kempen, met een iconische fietsbrug als uithangbord, werd in juli 2021 gelanceerd. Het gaat om het derde project binnen het Cycling Synergy-programma van Visit Limburg, na Fietsen door het Water (Bokrijk, 2016) en Fietsen door de Bomen (Bosland, 2019). Die 2 routes vielen eerder al in de prijzen op de International Design Awards. Toerisme Vlaanderen investeerde 1,3 miljoen euro in de realisatie van Fietsen door de Heide.

Pin je punt

Op 8 maart lanceerden de 5 provinciale toeristische organisaties (Toerisme Provincie Antwerpen, Toerisme Oost-Vlaanderen, Westtoer, Toerisme Vlaams-Brabant en Visit Limburg) samen met Toerisme Vlaanderen de campagne **Pin je punt**. Die wil de online fiets- en wandelkaarten van Vlaanderen uitbreiden met de locaties van allerlei nuttige voorzieningen, zoals openbare toiletten, laadpunten voor e-bikes, fietsverhuur, picknickspots en speeltuinen. De campagne doet een oproep aan iedereen – gemeenten, provincies, lokale organisaties, en natuurlijk de fietsers en wandelaars zelf – om zulke locaties via OpenStreetMap te 'pinnen' langs fiets- en wandelroutes, en ze zo te delen met de rest van de wereld.

Jong Koersgeweld

We investeerden 820 000 euro in Jong Koersgeweld, een project van Toerisme Vlaams-Brabant dat het aanbod en de toeristische infrastructuur voor wielersport in de provincie naar een hoger niveau wil tillen. Er komt een communicatiecampagne met Vlaams-Brabants wielertalent zoals Remco Evenepoel, Thibau Nys en Jasper Stuyven als boegbeelden. Het project moet ook kinderen van 9 tot 14 jaar warm maken voor de wielersport.





Cycling in Flanders- wielerhub Oudenaarde

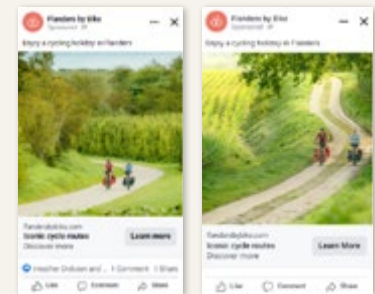
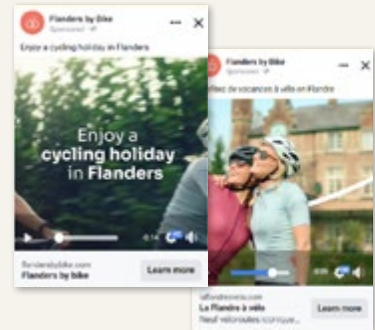
Toerisme Vlaanderen kende de vzw Centrum Ronde van Vlaanderen 6 miljoen euro relancemiddelen toe voor een **Cycling in Flanders-wielerhub**. Die moet een katalysator worden voor het wielertoerisme in de stad Oudenaarde, de ruimere regio en bij uitbreiding heel Vlaanderen. De nieuwe hub komt in de voormalige kerk van de abdij van Maagdendale, aan de oevers van de Schelde.



Icoonfietsroutes: routeplanner

Op de vernieuwde website van de **Icoonfietsroutes** vinden liefhebbers voortaan een routeplanner waarmee ze hun fietsvakantie volledig kunnen plannen. Zo kunnen ze zelf etappes samenstellen, iconfietsroutes naar eigen wens combineren en meteen ook een geschikt logies kiezen.

De lancering van de routeplanner ging gepaard met een grote campagne in binnen- en buitenland. De Icoonfietsroutes werden verkend en goedgekeurd door heel wat internationale media en influencers, waaronder Guide Routard (Frankrijk), Enough Cycling (Italië) en Komoot (Duitsland).





Congressen en Events

Meet in Flanders Academy

In 2022 organiseerden we de 9de en 10de editie van de Meet in Flanders Academy (MIFA). Daar kunnen professionals uit de sector van gedachten wisselen over duurzame, florerende en impactvolle congressen en events. Editie 9 ging door op 25 maart in het BMCC in Brugge. Editie 10 vond plaats op 2 december in het FMCCA in Antwerpen.



Beleef weer meer-campagne

In mei lanceerde de Vlaamse overheid Beleef weer meer, een campagne die iedereen wilde aanmoedigen om opnieuw culturele en toeristische evenementen te bezoeken, nu de coronacijfers dat weer toelieten. Dankzij de financiële steun van Toerisme Vlaanderen en EventFlanders (dat werkt in de schoot van Toerisme Vlaanderen) besteedde de campagne ook aandacht aan (muziek)festivals.

Opening BMCC In Brugge

Nog in mei opende het gloednieuwe **BMCC (Bruges Meeting & Conference Centre)**. Toerisme Vlaanderen zette dat in de verf met een grote internationale campagne - een combinatie van digitale advertenties, e-mailmarketing, public relations en georganiseerde bezoeken aan het gebouw. De campagne koppelde de sterke punten van het BMCC als congreslocatie aan de toeristische troeven van Brugge en Vlaanderen. De socialemediacampagne werd bijna 5 miljoen keer gezien en hielp het BMCC - en bij uitbreiding Vlaanderen - internationaal in de markt te zetten als uitgelezen congreslocatie.



Antwerp & Partners Convention Bureau boven de doopvont gehouden

In oktober werd het Antwerp & Partners Convention Bureau boven de doopvont gehouden. De partners achter dat bureau (Easyfairs, Voka - Vlaams Netwerk van Ondernemingen, Antwerp Hotel Association en A Room with a ZOO - Flanders Meeting & Convention Center Antwerp) willen met de oprichting van het bureau meer meetings en congressen naar Antwerpen brengen. Toerisme Vlaanderen speelde een faciliterende rol en bepaalde mee de strategische richting van Antwerpen als congresbestemming.



European Open in Antwerpen

Van 16 tot 23 oktober was de Antwerpse Lotto Arena het decor voor de European Open, een tennistoernooi met verschillende internationale toppers, waaronder 3 Grand Slamwinnaars. Het evenement werd georganiseerd door stad Antwerpen en EventFlanders.

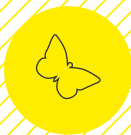


© Filip Dujardin

Zelfscan voor meetinglocaties

In 2022 ontwikkelden we een **zelfscan voor venues en meetinglocaties**. Die kunnen zo nagaan in welke mate ze voldoen aan de internationale verwachtingen op het vlak van management, dienstverlening en infrastructuur. De scan is gebaseerd op onze vernieuwde leidraad Internationale (basis)kwaliteit voor meetinglocaties.





Iedereen Verdient Vakantie



© Kris Snoeck

Nieuw decreet Iedereen Verdient Vakantie verlaagt vakantiedrempels

Dankzij het **vernieuwde decreet Iedereen Verdient Vakantie** zullen nog meer Vlamingen van een zorgeloze vakantie kunnen genieten. Denk maar aan mensen in armoede, met een zware ziekte of een handicap. Want met het nieuwe decreet zullen niet alleen sociaal-toeristische organisaties erkend kunnen worden en zo subsidies kunnen aanvragen. Het maakt ook projectoproepen met subsidiëring mogelijk, die het recht op vakantie voor iedereen moeten helpen realiseren.

Het nieuwe decreet werd van kracht op 1 januari 2023.

REVA-beurs

Van 19 tot 21 april namen we met een stand deel aan REVA, een jaarlijkse beurs voor mensen met een beperking, mantelzorgers, dienstverleners en andere professionals. Bezoekers konden op de stand terecht voor betrouwbare informatie over rolstoeltoegankelijke verblijven en daguitstappen. Ook Iedereen Verdient Vakantie was present, speciaal voor mensen voor wie betaalbaarheid een drempel is.



© Kris Snoeck



Forum

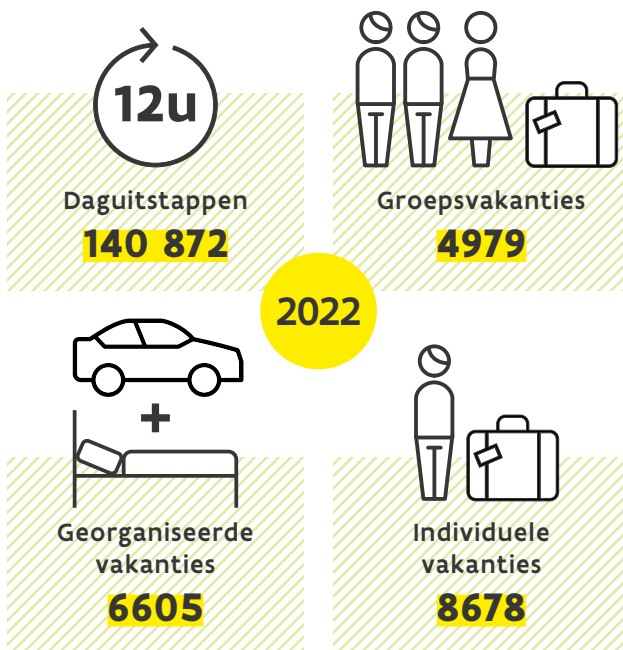
Het **Forum Iedereen Verdient Vakantie** is een jaarlijks evenement waar toeristische partners, sociale organisaties en vakantiegangers met elkaar in gesprek gaan. De editie van 2022 vond plaats op 11 oktober in de Kapucijnenkerk en Sint-Godelieveabdij in Brugge. We onderzochten er hoe we vakantie en het recht op vakantie nog dichter bij de mensen kunnen brengen, zeker in tijden van financiële crisis, en hoe het boekingsproces vereenvoudigd kan worden.

Impulsprogramma 2022

In 2022 lanceerden we voor de 7e keer de **impulsoproep Iedereen Verdient Vakantie**. Daarmee geven we steun aan projecten die mensen en groepen uit Vlaanderen en Brussel helpen om vakantiedrempels te overwinnen en makkelijker op vakantie of uitstap te kunnen. De focus lag dit jaar op verblijfsvakanties met natuurbeleving voor minstens 20 deelnemers. Op die manier legden we de link met Vlaanderen Natuurlijk, een ander thema binnen onze visie en strategie. Concreet kenden we 454 013 euro toe aan 14 projecten.



Iedereen Verdient Vakantie in cijfers



Totaal aantal vakantiegangers

161 134

*Streven
naar kwaliteit*



Netwerkevent voor onthaalcentra

Op 21 april brachten we 30 teamleiders van toeristische onthaalcentra samen om ervaringen over toekomstbestendig onthaal te delen. Dat gebeurde in het nieuwe onthaal- en bezoekerscentrum Het Steen/The Antwerp Story. We bespraken onder meer een recent Duits gebruikersonderzoek dat aantoonde dat er, ondanks de digitalisering, nog steeds een belangrijke rol is weggelegd voor toeristische onthaalcentra. Aansluitend overlegden de aanwezigen hoe ze hun onthaal de komende jaren bij de tijd kunnen houden.



Traject Door de bril van de bezoeker is afgerond

Om attracties, bezoekerscentra, erfgoedsites en musea te helpen een optimale bezoekerservaring te creëren, organiseerde Toerisme Vlaanderen 3 jaar lang het begeleidingstraject Door de bril van de bezoeker. Deelnemers konden rekenen op een mystery visit, contactsessies, webinars, coaching en toegang tot een uitgebreide toolkit met praktische ondersteuningsinstrumenten.

In juni ronden we het traject af met 3 slotsessies waarop deelnemers hun case presenteren. Daarvoor waren we te gast in – en kregen we een blik achter de schermen van – Mu.ZEE (Oostende), Het Steen (Antwerpen) en Tabloo (Dessel).

Alles bij elkaar namen de voorbije jaren 92 organisaties uit Vlaanderen en Brussel deel aan het begeleidingstraject, en zwaaiden 118 deelnemers af als belevingsexpert.

In het najaar legde Toerisme Vlaanderen de basis om de ondersteuningsinstrumenten uit het traject duurzaam te ontsluiten voor alle belanghebbende organisaties. We werken hiervoor samen met FARO - Vlaams Steunpunt voor Cultureel Erfgoed en met Riebedebie, Koepel van Attracties & Musea.

Green Key en Blue Label

Toerisme Vlaanderen en GoodPlanet reikten aan 13 nieuwe locaties een Groene Sleutel of Green Key uit. Met dat label belonen we uitbaters van toeristische ondernemingen voor hun inspanningen voor het milieu. In totaal telt Vlaanderen nu 139 Green Key-houders.



Op 18 mei reikten Toerisme Vlaanderen, GoodPlanet en Aquafin de Blue Flag uit aan 14 kuststranden, 12 zwembadcomplexen en 8 jachthavens. Zij werden beloond voor hun uitstekende waterkwaliteit, properheid, veiligheid (EHBO-post, redders), aanbod van educatieve activiteiten, toegankelijkheid, enzovoort. Dit jaar stond het thema 'bewustmaking en educatie' centraal.

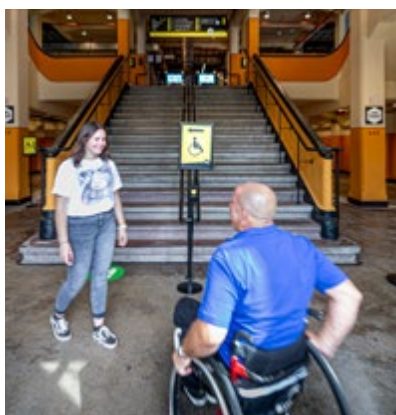
Workshops Kwaliteit in gidsenwerking

In oktober organiseerden FARO en Toerisme Vlaanderen opnieuw de opleiding Kwaliteit in gidsenwerking. Tijdens 5 workshopsessies leerden 15 deelnemers uit de museum- en toerismesector praktische instrumenten hanteren die hun werk kunnen ondersteunen. Op het programma stonden ook praktijkgerichte oefeningen en uitwisselingen met collega's. De deelnemers ervaarden de sessies als positief tot zeer positief en zouden ze zeker aan hun collega's aanbevelen. In januari 2023 ronden we de opleiding finaal af. Meer dan 100 organisaties hebben ze ondertussen gevolgd.

.....

Toegankelijkheidslabel

Toegankelijk toerisme maakt Vlaanderen aantrekkelijker voor meer mensen. Daarom belooft Toerisme Vlaanderen de toegankelijkheidsinspanningen van toeristische uitbaters met een label. Er zijn A-labels voor logies, toeristische infokantoren en bezoekerscentra, en M-labels voor meeting- en congresinfrastructuur. Zo'n toegankelijkheidslabel biedt garanties aan gasten en bezoekers. Daarom wordt het enkel toegekend na opmetingen ter plaatse en een beoordeling door de labelcommissie. In 2022 werden zo 35 A-labels, 9 A+-labels en 1 M+-label uitgereikt. Eind 2022 stond de totale teller daardoor op 304 A-labels, 113 A+-labels, 1 M-label en 1 M+-label.



Begeleidingstraject kampeerterreinen

In het traject Toeristische kampeerbeleving kunnen erkende kampeerbedrijven zich laten begeleiden om de beleving op (een gedeelte van) hun terrein te versterken. In 2022 startte het tweede traject. 6 kampeerterreinen kregen een rapport met uitgewerkt conceptplan, een kostenraming van de werkzaamheden en een exploitatieprognose. In het najaar organiseerden we voor hen, en voor de bredere logiessector, een inspiratiedag rond het thema duurzaamheid.

Alle kennis uit het begeleidingstraject is verzameld in een inspirerende handleiding, die in het voorjaar van 2023 beschikbaar zal zijn.



Logieswerking

Investerings in jeugdverblijven

3,5 miljoen euro: zoveel investeerden we in 2022 in **104 erkende jeugdverblijven**. Dankzij die steun kunnen de uitbaters hun verblijf kindvriendelijker, moderner en brandveilig maken. Ook nieuw- en vernieuwbouw kwam voor de steun in aanmerking.





Algemene ondersteuning voor logiesuitbaters

Ook in 2022 stonden de logiesadviseurs van Toerisme Vlaanderen klaar voor kandidaat-starters en uitbaters van toeristische logies en jeugdverblijven. Ze gaven zowel algemene tips als gericht advies over concrete aandachtspunten rond gastvrijheid, toegankelijkheid, familievriendelijkheid en duurzaamheid. Uitbaters die een vrijwillige erkenning en comfortclassificatie aanvroegen, kregen persoonlijke begeleiding van hun logiesadviseur.

We bezochten en adviseerden ook aangemelde en erkende toeristische verblijven met een lagere klanttevredenheid. Die kregen controle als er klachten waren over hygiëne, comfort of brandveiligheid.



Herziening Logiesdecreet

Het Logiesdecreet bepaalt sinds 2017 de voorwaarden en regels waaraan een toeristische logiesuitbating in Vlaanderen minstens moet voldoen. Het garandeert toeristen een kwaliteitsvol, comfortabel en brandveilig verblijf, en uitbaters een wettelijk kader en een gelijk speelveld.

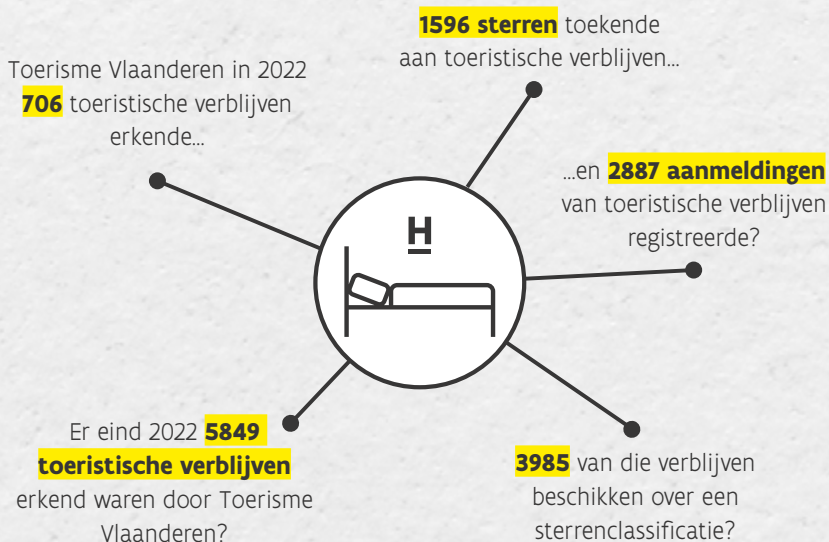
Na een evaluatie keurde het Vlaams Parlement in 2022 een aantal wijzigingen aan het decreet goed. Vanaf 2023 zullen ook de jeugdverblijven onder het Logiesdecreet vallen, en dus niet langer onder het Toerisme voor Allen-decreet.

Samen met de sector stuurden we in 2022 de uitbatingsvoorwaarden en classificatienormen van de verschillende vormen van logies bij. Ook het logiessubsidiebesluit werd aangepast.

Inspiratiedag logiesuitbaters

Duurzaam reizen: steeds meer mensen zijn ermee bezig. Zo blijkt uit een recente studie dat 52% van de reizigers rekening houdt met het klimaat wanneer ze een vakantie boeken. Bijna 44% is bereid extra te betalen voor een duurzame vakantie. Maar hoe maak je je logies duurzamer en houd je het tegelijkertijd rendabel? Tijdens een gratis inspiratiedag op 24 november kregen uitbaters daarover uitleg en tips van experts.

WIST JE DAT ...



Over de grenzen heen



Netwerkopportunities voor de Vlaamse toeristische en de internationale reissector

Flanders Travel Forum

Op 27 september vond in het gloednieuwe BMCC in Brugge het Flanders Travel Forum plaats, een initiatief van Toerisme Vlaanderen en Visit Bruges. Het Forum bracht buitenlandse reisorganisatoren in contact met heel wat toeristische aanbieders uit Vlaanderen. Zo wilden we, na de bijzonder moeilijke coronaperiode, de internationale reissector inspireren om Vlaanderen en onze thema's en verhaallijnen te (her)ontdekken. Deelnemers konden intekenen op een meerdaags programma, met diverse tours rond onze thema's erfgoed, fietsen en culinair. Voor de Vlaamse toeristische ondernemers was het forum dan weer de ideale gelegenheid om hun aanbod voor het voetlicht te brengen.



World Travel Market Londen

Van 7 tot 9 november waren we met verschillende partners aanwezig op de World Travel Market in Londen, een internationale beurs voor reisprofessionals. De focus lag op ons rijke erfgoed (WO I, KMSKA, Ensor 2024, ...), Vlaanderen Fietsland en onze heerlijke gastronomie.

Ook in 2022 zetten we wereldwijd heel wat acties en campagnes op touw om buitenlandse toeristen warm te maken voor Vlaanderen en zijn vele troeven. We loodsen je met plezier door enkele van de opvallendste campagnes.



Ons rijke erfgoed in de internationale schijnwerpers

Kunststedencampagne werpt vruchten af

In mei lanceerden we een promotiecampagne om de Vlaamse kunststeden (Antwerpen, Brugge, Gent, Leuven en Mechelen) als uitgelezen conferentiebestemming internationaal in de kijker te zetten. De campagne was opgehangen aan 5 minidocu's, 1 voor elke stad, waarin een lokale ambassadeur een buitenlandse gast rondleidt door zijn stad. Als afsluiter krijgt het duo gezelschap van iemand van het stedelijke conventiebureau. Zo weet de buitenlandse gast wie hij voortaan kan aanspreken voor meer informatie. De 5 minidocu's linkten naar een speciale landingspagina, eentje voor elke stad, waar alle belangrijke informatie nog eens werd samengevat.

We lanceerden ook 10 000 stappen, 10 000 ervaringen, 2 campagnes met korte video's op onder meer Facebook, Instagram en YouTube. De boodschap: de Vlaamse kunststeden zijn zo compact dat je ze al wandelend kan verkennen.

Al die campagnes werpen duidelijk hun vruchten af. De cijfers liegen er niet om: na de coronapandemie hebben buitenlandse bezoekers de weg teruggevonden naar de Vlaamse kunststeden. De meeste steden zitten weer op het niveau van 2019.



© Fille Roelants

Heropening KMSKA geniet ruime internationale media-aandacht

Naar aanleiding van de heropening van het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen (KMSKA) in september werden 25 Duitse kunstjournalisten en touroperators uitgenodigd voor een exclusieve kunstlunch in Berlijn en Keulen, waar museummedewerkers de restauratie en de collectie voorstelden. Het museum stond ook centraal in een special van het cultuurmagazine Weltkunst, die onder meer als bijlage bij de krant Die Zeit zat.

Ook in Italië was de heropening van het KMSKA aanleiding voor een gerichte campagne. Die mikte op 2 doelgroepen: jongeren (onder meer via reis- en kunstbloggers en lifestylemedia) en wat oudere cultuurreizigers. We zetten ook verschillende partnerschappen op touw naar aanleiding van een grote Rubenstentoonstelling in Genua.

In Spanje organiseerden we een exclusieve lunch/presentatie met de Spaanse Nationale Federatie van Museumvrienden. Het evenement werd bijgewoond door de voorzitters van de museumvriendenverenigingen die reizen organiseren voor hun leden. Zij kregen een presentatie over de heropening van het KMSKA, de band tussen Spanje en Antwerpen en de Vlaamse Meesters. Intussen hebben velen van hen al reizen naar Vlaanderen gepland.

Een speciale vermelding tot slot voor de talrijke aanwezigheid van de Nederlandse media bij de heropening zelf. Dat leidde tot maar liefst 150 artikels, vaak in kwaliteitskranten zoals NRC Handelsblad, de Volkskrant en Trouw.

Zin Magazine, een Nederlands maandblad met een groot bereik, wijdde zijn zomereditie geheel aan Vlaanderen. En in het toonaangevende Nederlandse reisvakblad Travelution verscheen in september een 'thema report' Vlaanderen. In beide gevallen speelde het KMSKA een hoofdrol.



Welcome Back Pass voor Britse toeristen

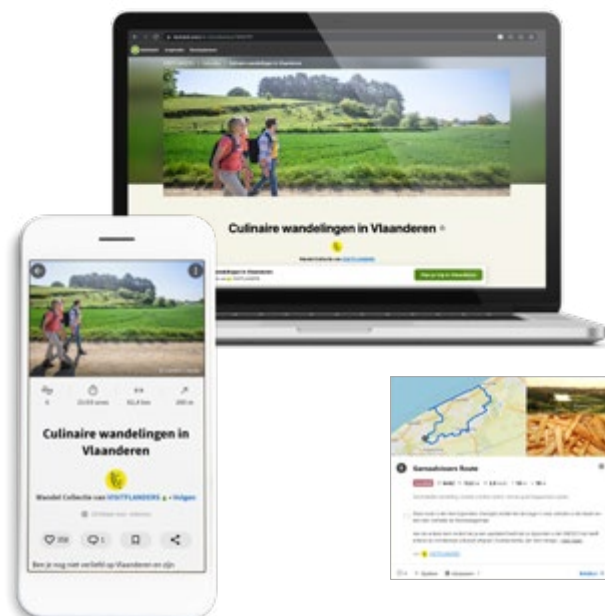
In de zomer van 2022 lanceerden we de Welcome Back Pass, een reductiepas waarmee we (vooral) Britse toeristen wilden motiveren om – na de covidpandemie - terug te keren naar de Westhoek. Een campagne op sociale media gaf de pas een flinke boost.



Natuurlijk Vlaanderen over de grenzen

Vlaamse natuur in Welt am Sonntag

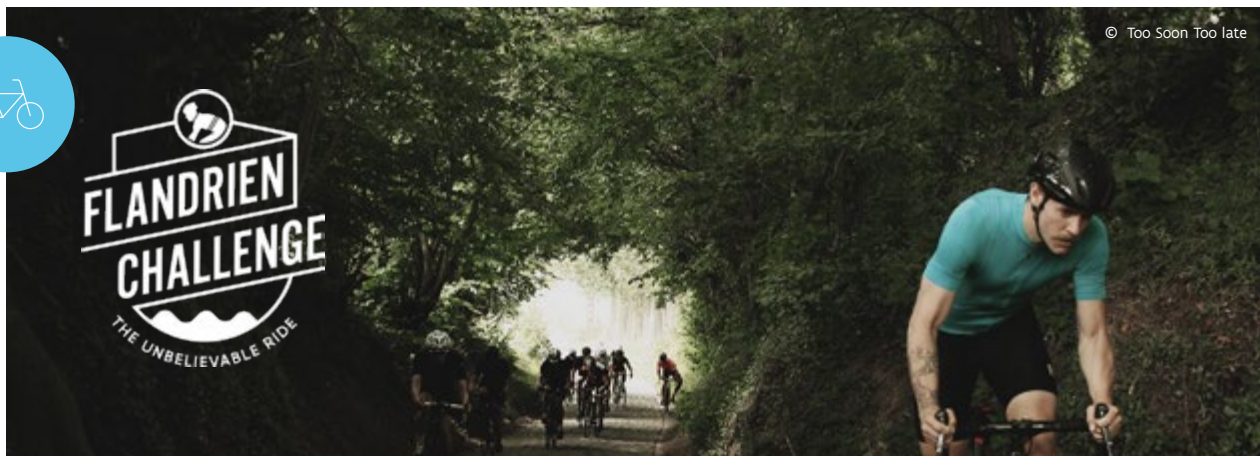
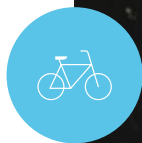
Begin september verscheen de Toerisme Vlaanderen-bijlage **Natur zum Verlieben** in de krant Welt am Sonntag in 3 Duitse deelstaten, goed voor een gezamenlijke oplage van 141 500 exemplaren. Het 32 pagina's tellende inspiratieboekje nodigde lezers uit om de Vlaamse natuur te komen ontdekken. Welt am Sonntag is een kwaliteitskrant die zich vooral tot hogeropgeleide lezers richt. Die kregen ook de mogelijkheid om ons wandel- en fietsaanbod bij Komoot gratis te downloaden.



Samenwerking met Komoot

Gebruikers van de wandelapp Komoot kunnen stukjes Vlaanderen ontdekken aan de hand van 6 culinaire wandelingen. Met de betaalde samenwerking willen we onze rijke eet- en drinkcultuur beter bekend maken bij een grote groep wandelliefhebbers in Duitsland, Nederland, Groot-Brittannië en Frankrijk.





Vlaanderen fietsland over de grenzen

Flandrien Challenge gaat internationaal

De **Flandrien Challenge** is een unieke uitdaging aan wielersfanaten overal ter wereld: kom naar Vlaanderen en bedwing, met behulp van de Strava-app, in maximaal 72 uur 59 iconische hellingen en kasseistroken. Ook in 2022 namen heel wat influencers en media de handschoen op. Zo klaarde Ollie (Oliver) Bridgewood van Global Cycling Network de klus in 1 dag. Zijn aanstekelijke **videoverslag** op YouTube haalde 160 000 views. **Al Vento**, een Italiaans wielermagazine, wijdde 8 pagina's én een podcast aan de Challenge. En de Zweedse influencer Jessica Claren bracht verslag uit op Instagram.



Giro Biero in Oostenrijk

Toerisme Vlaanderen was opvallend aanwezig op **Giro Biero**, een jaarlijks wielerevent in Oostenrijk. Op het menu: bieren, wielrennen - met Eddy Merckx-fietsen! - en veel informatie over Vlaanderen. Een deel van de route was zelfs ingericht als de Koppenberg, Vlaamse vlaggen inclusief.

Vlaamse wielercultuur in de kijker in Denemarken

In het weekend van 2 en 3 april brachten we in Denemarken de Vlaamse wielercultuur onder de aandacht. Aanleiding was de **Ronde van Borum**, een Deens eerbetoon aan de Ronde van Vlaanderen. Niemand minder dan oud-kampioen Johan Museeuw was erbij als ambassadeur van de Vlaamse wielercultuur.





Culinair Vlaanderen over de grenzen heen



Samenwerking Belgian Smaak

Belgian Smaak is een Engelstalige website en podcast over de rijke en complexe Belgische biercultuur. Ze trekt een groeiend en wereldwijd publiek, dat gepassioneerd is door het erfgoed, de kwaliteit en het unieke karakter van de Belgische bieren. In opdracht van Toerisme Vlaanderen bracht journalist en bierkenner Breandán Kearney in 2022 verschillende stories en podcasts, onder meer over authentieke Brusselse biercafés, het brouwersgeslacht Omer Vandeghinste, maar ook waarom frietjes Belgisch zijn en zeker niet Frans.

Belgian Flemish Beer Festival in Zuid-Korea

Ook in Zuid-Korea werd het Belgische bier gevierd, tijdens het Belgium Flemish Beer Festival 2022. Daarvoor werkten we samen met Interpark, een van de grootste online platformen in het land, en 5 importeurs van Belgisch bier. Doel was om onze biercultuur te promoten en bezoekers zinnen te geven om Vlaanderen te bezoeken. De 850 tickets waren onmiddellijk uitverkocht, en ongeveer 20 000 mensen bezochten de evenementpagina op de website van Interpark.



Belgian Beer Week in Peking

In de zomer van 2022 kon je 2 weken lang een pop-up Belgian Bar bezoeken in 21 Block in Peking, naar aanleiding van de Belgian Beer Week. De pers was uitgenodigd op de openingsdag, waar een Belgische bierexpert tekst en uitleg gaf over onze biercultuur. Ook op het Summer Tide-festival in Chaoyang Joy City (Peking) was er tijdens de Belgian Beer Week een pop-up-bierbar.

Rolling Pin Berlijn

Op 11 en 12 september waren we aanwezig op de **Rolling Pin Convention in Berlijn**. Dankzij de samenwerking met verschillende partners konden meer dan 6500 chefs, foodies en influencers kennismaken met Vlaams culinair vakmanschap. We werkten samen met verschillende partners, zoals ambachtelijk beenhouwer Hendrik Dierendonck, kaasmaker Van Tricht en brouwerij 3 Fonteinen.





Congressen en events over de grenzen

Nieuwe e-books prijzen Vlaanderen aan als congresbestemming

Ook dit jaar brachten we weer verschillende e-books uit om Vlaanderen aan te prijzen als congresbestemming. Via inspirerende interviews, leuke weetjes en aantrekkelijke beelden konden organisatoren kennismaken met het beste wat Vlaanderen te bieden heeft inzake kunst en erfgoed, bijzondere congreslocaties en industrie 4.0. De lancering ging vergezeld van een uitgekende LinkedIn-campagne. Verder hebben we onze eerste stappen op Researchgate gezet, een bekend socialmedia-platform voor onderzoekers. Zo willen we ook de academische wereld overtuigen van onze troeven.



IEEE Convention in Boston

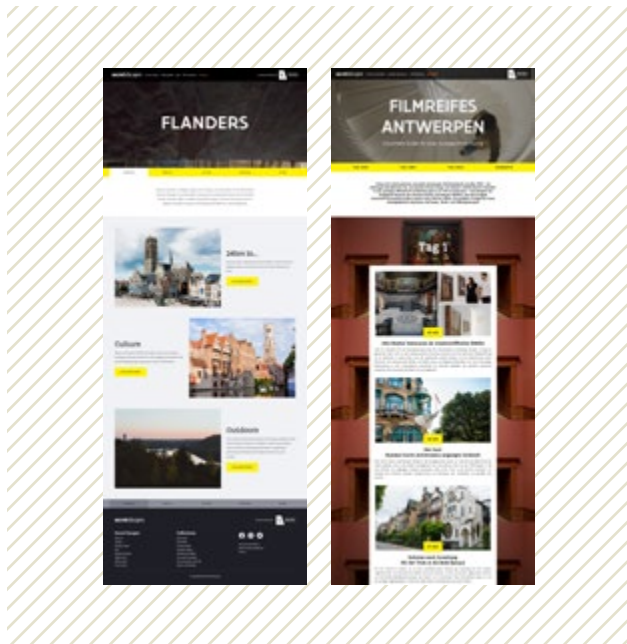
In november namen we deel aan de IEEE Convention in Boston. IEEE is 's werelds grootste beroepsorganisatie in de technische sector. Op hun jaarlijkse conventie komen de belangrijkste conferentieplanners uit die sector af, die samen duizenden bijeenkomsten vertegenwoordigen. We praatten hen bij over Industrie 4.0/5.0 en slimme technologieën, een van de hoofdthema's waar Vlaanderen zich op richt.

Netwerkreceptie in de Harvard-MIT Belgian Society

Dezelfde week organiseerden we samen met Flanders Investment & Trade en Flanders House New York een receptie in de Harvard-MIT Belgian Society. Harvard-MIT is een van de meest gerenommeerde universiteiten ter wereld, en academici spelen een belangrijke rol in het aantrekken van wetenschappelijke conferenties naar Vlaanderen. Met de samenwerking hopen we zowel Amerikaanse als Belgische wetenschappers over te halen om academische conferenties naar Vlaanderen te brengen.



Meer campagnes en community management



Campagne met Secret Escapes

In 2022 zetten we samen met Secret Escapes, een organisatie die exclusieve reizen aanbiedt, een 2-ledige campagne op. Het eerste deel, in de winter van 2021-22, maakte reizigers in Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Nederland en Italië warm om Vlaanderen als bestemming te kiezen. Het tweede deel liep van oktober tot november 2022 in het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Nederland. De focus lag op Antwerpen, vooral in het kader van de heropening van het KMSKA. Secret Escapes zette verschillende promotionele instrumenten in, onder meer een volledig geïntegreerde microsite van Vlaanderen en Antwerpen [op hun website](#).



Hin & Weg

Hin & Weg naar Vlaanderen met Deutsche Bahn: met die campagne willen we onze Vlaamse steden in de kijker zetten bij Duitse bezoekers.

De campagne loopt in Frankfurt en Keulen en promoot onder meer Brussel, Gent, Brugge en Antwerpen. De [campagnewebsite](#) integreert de boekingsstool van Deutsche Bahn en bevat promotevideo's en reistips.

Media-events en samenwerking NS International

Ons Nederlands buitenlandkantoor kan terugblikken op 3 geslaagde media-events, waarop we in totaal zo'n 250 Nederlandse journalisten en bloggers mochten ontvangen. Daarnaast lanceerden we in september een nieuwe e-training voor Nederlandse reisprofessionals, die een jaar lang loopt.

Verder bleven we samenwerken met NS International, vooral via sociale media en online kanalen. Dat leverde een recordaantal Nederlandse treinreizigers naar Vlaanderen op. De opening van het KMSKA sierde in september de homepage van de website van NS International.



Toerisme Vlaanderen

Grasmarkt 61

1000 Brussel

Tel. 02 504 03 00

TOERISMEVLAANDEREN.BE