



BESTEMMING VLAAMS-BRABANT

TOEKOMSTPLAN TOERISME IN VLAAMS-BRABANT



BESTEMMING VLAAMS-BRABANT

INHOUD

INLEIDING	06
HOOFDSTUK 1	
BESTEMMING VLAAMS-BRABANT VANDAAG	08
Profielschets van de bestemming	10
Kiemen voor de toekomststrategie	18
HOOFDSTUK 2	
REIZEN NAAR BESTEMMING VLAAMS-BRABANT MORGEN	20
Toekomstvisie	22
Samen naar morgen	24
(Eigen)wijze waarden	26
HOOFDSTUK 3	
STRATEGISCH KADER	28
Vier bouwstenen & drie uitdagingen	30
Bouwsteen 1 - Sprekende landschappen als kernproduct	32
Bouwsteen 2 - Vertoeven in het landschap	40
Bouwsteen 3 - Landschapsbeleving met erfgoed	44
Bouwsteen 4 - Proeven van het landschap	48
HOOFDSTUK 4	
TOETSINGSKADER	52
HOOFDSTUK 5	
BESTEMMINGSMARKETING & SAMENWERKING	58
DANKWOORD	62



WELKOM IN VLAAMS-BRABANT

Met onze waardevolle natuur, spraakmakende cultuurhistorie, smaakvolle tradities en zin voor ondernemerschap heeft de provincie Vlaams-Brabant alles in huis om als toeristisch-recreatieve deelbestemming van Vlaanderen een sterke marktpositie te verwerven.

Vlaams-Brabant is een **groeïende bestemming**, het huidige aanbod voor toeristen en recreanten is divers en vrijend. Onze gasten vinden een breed aanbod aan logies verspreid over de hele provincie. Vlaams-Brabant is een echte outdoor bestemming voor wandelaars en fietsers, dankzij de uitgebouwde en goed onderhouden routenetwerken. De provincie geniet erkenning als wandelbestemming én oefent aantrekkingskracht uit op sportieve fietsers die in het spoor van de vedettes op de baan en in de velden alles willen geven.

Dankzij traditionele teelten, vakkundig gebrouwen bieren en kwalitatieve wijnbouw biedt de bestemming ook op culinair vlak een spraakmakende ervaring.

Voortbordurend op haar **sterktes en troeven** wil Vlaams-Brabant als toeristische bestemming verder groeien. Dit strategisch ontwikkelplan beschrijft de bestemming vandaag, brengt de groeikansen voor de toekomst in beeld. Het geeft richting aan een evenwichtige toeristisch-recreatieve ontwikkeling en biedt een kader voor een geïntegreerd bestemmingsmanagement en een wervende bestemmingsmarketing.

Met **sprekende landschappen** als drager van de strategie, willen we in de toekomst toeristen en recreanten een rijkelijke en sensorische landschapsbeleving bieden.

Het is **onze ambitie** om daar waar mensen in hun vrije tijd samenkomen, nader tot elkaar komen, zich opladen of juist wat ontladen, écht het verschil te maken. Dit doen we met een uitgekende ontsluiting van bijzonder fraaie landschappen via recreatieve routes en met gewortelde verhalen als ervaring. Zo zorgen we voor een

positieve impact voor mens, natuur en economie. Daarover lees je in dit plan meer.

Dit plan wordt gerealiseerd in nauwe **samenwerking met publieke en private partners** die actief zijn binnen de provincie Vlaams-Brabant en daarbuiten. Samenwerkingen worden met zorg opgezet. Met een nieuwe **marketingstrategie**, branding en huisstijl zetten we de toon voor de positionering van Vlaams-Brabant als attractieve en onderscheidende outdoor bestemming, waarbij

‘VISIT Vlaams-Brabant’ gehanteerd wordt als overkoepelend merk voor de bestemming, met sprekende landschappen als kernproduct.

In Vlaams-Brabant kiezen we **samen met onze partners** voor een **duurzame ontwikkeling en bijpassende bestemmingsmarketing** met een toerisme dat garant staat voor een balans tussen draagkracht van plekken, draagvlak bij inwoners, opportuniteiten voor ondernemers én voor werknemers. ✱





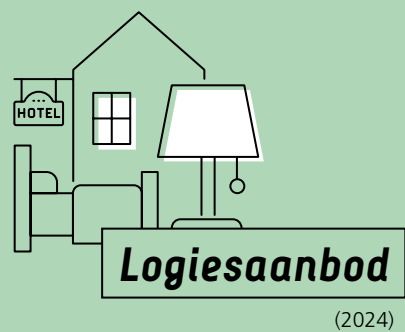
01

BESTEMMING
VLAAMS-BRABANT

VANDAAG

GROEIENDE VRAAG & GROEIEND AANBOD

Onze gasten spenderen niet enkel een nachtje of meer in één van de zachte bedden, maar schuiven ook aan tafel in onze horeca en brengen een bezoekje aan één van de musea, erfgoedsites en attracties. Toerisme is ook economie en die is in beweging. Het horeca-aanbod in Vlaams-Brabant kent over het algemeen een positieve evolutie. Vandaag is de toeristische sector goed voor **43.559 jobs** (6.231 in Leuven, 5.336 in Zaventem en 5.439 in Machelen), waarvan 14.315 jobs in de horeca.



1.152 LOGIES

(+15,6% t.o.v. 2019)

Hotels 102	(-1,9%)
B&B's 243	(+32,1%)
Vakantiewoningen 375	(+5,6%)
Kamergelateerde logies 323	(+53,8%)

34.209 BEDDEN

(+2,4% t.o.v. 2019)

Hotels 12.672	(+14,1%)
B&B's 1.562	(+51,9%)
Vakantiewoningen 2.038	(+37,7%)
Kamergelateerd logies 2.458	(+32,9%)
Jeugdverblijven 5.543	(+23,7%)

*voorlopige cijfers 2024. **Bron:** Guidea, Toerisme Vlaanderen, Statbel, Toerisme Vlaams-Brabant vzw, Bezoekersbarometer Toerisme Vlaanderen – **op basis van 4 deelnemende domeinen, 24 musea en attracties.



1.306.740 AANKOMSTEN

(-3,48% t.o.v. 2019)

258.382	aankomsten in Leuven
11,6%	van alle aankomsten in Vlaanderen

2.343.349 OVERNACHTINGEN

(-0,23% t.o.v. 2019)

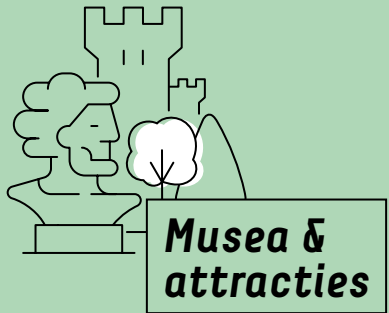
521.495	overnachtingen in Leuven
---------	--------------------------

MOTIEF

51%	leisure
49%	zakelijk

HERKOMST

50,3%	binnenland
49,7%	buitenland
10,3%	Nederland
6,5%	Frankrijk
5,2%	Duitsland
3,9%	Verenigd Koninkrijk



Minstens **1.950.300 bezoeken** bezochten een provinciedomein, museum of attractie:

45,1%	provinciedomeinen en recreatieparken
18,4%	parken, natuurgebieden
16,1%	religieus erfgoed
34,7%	musea en attracties Leuven

ROUTENETWERKEN: UITGETEST EN GOEDGEKEURD

De routenetwerken en het gevarieerde aanbod aan recreatieve routes garanderen een goede ontsluiting van het landschap. En dat wordt gewaardeerd door onze toeristen én recreanten, die speciaal voor een **landschapsbeleving** komen naar Vlaams-Brabant. Want naast de 1.3 miljoen verblijfstoeristen, gaan er jaarlijks meer dan 3 miljoen wandelaars en ruim 1 miljoen fietsers als dagtoerist op pad.

Bron: Onderzoek naar verblijfstoerist in commerciële logies in de Vlaamse regio's 2023 (Westtoer, Toerisme Vlaanderen, Toerisme Vlaams-Brabant, Toerisme Provincie Antwerpen en Toerisme Oost-Vlaanderen. Onderzoek naar het dagtoeristisch gedrag van Belgen in 2021-2022 (Westtoer e.a.)

Motivaties



45%
NATUUR &
LANDSCHAP



40%
MOGELIJKHEDEN
TOT FIETSEN



33%
ONBEKENDE
STREEK



22%
MOGELIJKHEDEN
TOT WANDELEN



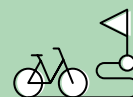
4.700 km

wandelnetswerken waarvan
2.570 km met wegwijzers



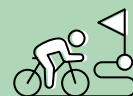
960 km

bewegwijzerde wandellussen



2.150 km

fietsnetwerk



3.000 km

sportieve fietsroutes
(op de weg, gravel, MTB)



500 km

lange afstand fietsroutes



750 km

lange afstand wandelroutes (GR)



48,8%

ACTIVITEIT
een wandeltocht van meer dan 1u



51,9%

ACTIVITEIT
een fietstocht van meer dan 1u



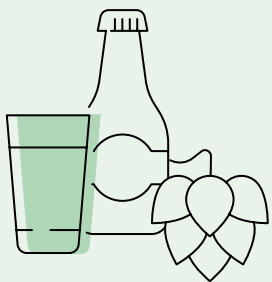
89,6%

TEVREDENHEID
BESTEMMING VLAAMS-BRABANT
zeer tot uiterst tevreden

GEMAAKT IN VLAAMS-BRABANT

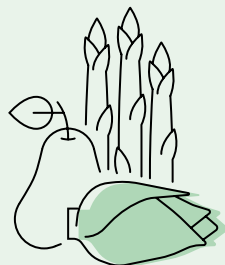
GESMAAKT IN DE WERELD

Naast het vele fietsen en wandelen, wordt er regelmatig ook een uitstapje gemaakt naar een historisch stad(je) en geproefd van streekproducten. Hier worden topproducten van teelt naar toeg en tafel gebracht in een traditie van overgeleverd vakmanschap en passie voor streekeigen producten.



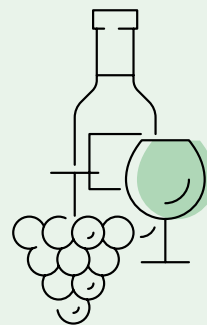
DÉ BIERPROVINCIE

Vlaams-Brabant is dé **bierprovincie van Vlaanderen**. In stads- en micro-brouwerijen wordt volop geëxperimenteerd met verfrissende smaakcombinaties. In Leuven wordt een heuse wereldvoorraad geproduceerd. Het rijke hopverleden in de regio Aalst-Affligem-Asse is de basis voor baanbrekend hoponderzoek en een hopenrelance. In de Zennevallei wordt Lambiek gebrouwen terwijl de Geuze liever wordt "gestoken". De Geuze, Kriek, Faro en Lambiek dragen allemaal het Europese erkenningslabel 'gegarandeerde traditionele specialiteit'.



KWALITEIT & UNICITEIT

Kwaliteit en uniciteit komen ook samen dankzij traditioneel vakmanschap in combinatie met innovatief ondernemerschap. Om voedselverlies tegen te gaan worden reststromen benut om nieuwe producten te lanceren: marmelade van reststromen van het lambiekbrouwproces, witloofkroketten van restjes witlofblaadjes, zuurdesembrood van restmouten...



DRUIVENGESCHIEDENIS

Vlaams-Brabant is ook bekend om haar **rijke druivengeschiedenis**. De tafeldruif kreeg een Europese erkenning beschermde oorsprongsbenaming. De provincie telt ook zo'n 30 **wijngaarden**, waarvan de traditie teruggaat tot de Romeinen. Twee wijndomeinen zijn opgenomen in allereerste wijngids van Gault & Millau.



BOURGONDISCH-BRABANTSE KEUKEN

Vlaams-Brabant is het centrum van de **Bourgondisch-Brabantse keuken** en dat levert bijzondere smaaksensaties op. De donkere grond is de ideale kweekbodem voor het witte goud, witloof en asperges van topkwaliteit. De heuvels lenen zich dan weer uitstekend voor het telen van bloesemrijke **appels en peren**.



Bezoekers kunnen deze **smakelijke troeven** ontdekken dankzij thematische fiets- en wandelroutes (bloesems, hop, witloof, druiven, bier en wijn), rondleidingen en degustaties bij producenten, evenementen die teelt, oogst en productie in de kijker zetten en kleinschalig opgezette musea en/of beleavingscentra, zoals het witloofmuseum, het bezoekerscentrum van de Hagelandse wijnen en het biercentrum Lambiek.



RIJKE HISTORIE, ROEMRIJK VERLEDEN

Het is in Vlaams-Brabant behoorlijk zoeken naar een stukje grond zonder geschiedenis.

Een rijkdom aan erfgoed en kunstschaten – vaak verspreid – laat vandaag voelen dat het roemrijke verleden van het oude hertogdom Brabant (1183 tot 1795) en het graafschap Leuven nog volop aanwezig is. Al is het soms wat zoeken naar het verhaal en de juiste verbanden tussen plekken (van binnen tot ver buiten de provincie). De oprichting van de provincie Vlaams-Brabant (1995) met Leuven als waar-dige hoofdstad, is de meest recente spraak-makende episode.

Het erfgoed is niet altijd toegankelijk voor het brede publiek, maar de **bijzondere erfgoed-waarden** kleuren stad, landschap én het dagelijks leven mooi in. Zo zijn er vele kastelen, historische vestingsteden, abdijen, molens, UNESCO erkende begijnhoven en belforten, meer recente en historische wijndomeinen, biervakmanschap, archeologische vindplaatsen, erfgoedlandschappen, vele processies én het Brabants trekpaard.

KIEMEN VOOR DE TOEKOMSTSTRATEGIE

We willen voortborduren op onze troeven en sterktes. Dat zijn de kiemen voor onze toekomststrategie. Deze kiemen bevatten veel mogelijkheden voor een **duurzame en verweven bestemmingsontwikkeling**.

GEZOND GROEIEN GROEIENDE BESTEMMING

Vlaams-Brabant is een groeiende bestemming. Verspreid over de provincie is er een divers en groeiend logiesaanbod. Het aantal verblijfstoeristen groeit mee. Bij een verdere toeristische ontwikkeling hebben we **aandacht voor de draagkracht van het gebied en draagvlak bij inwoners**.

EROP UIT OUTDOOR BESTEMMING

Dankzij onze uitgebreide en goed onderhouden routenetwerken en vele recreatieve routes, kan Vlaams-Brabant als outdoor bestemming gepositioneerd worden. **De routenetwerken voor wandelaars en fietsers zijn de belangrijkste drager voor de ontsluiting van bijzondere landschappen.**

VERLEDEN & TOEKOMST

RIJKE HISTORIE & INNOVATIEGERICHTE TOEKOMST

Vlaams-Brabant heeft een rijke historie en een innovatiegerichte toekomst. De **grote steden**, metropool Brussel en kennisstad Leuven, spelen hierin een zeer belangrijke rol. Maar evengoed hebben de **kleinere steden** in Vlaams-Brabant een rijk verleden, vaak vertolkt door het aanwezige erfgoed, en potentieel voor de toekomst. Uitdaging is om dit aan te boren via gerichte samenwerkingsinitiatieven en dit te delen met bezoekers van dichtbij en verder weg.

TRADITIES DIE SMAKEN VERFRISSEND VAKMANSCHAP

Vlaams-Brabant heeft **smaakrijke tradities** die bogen op vakmanschap dat overgeleverd wordt van generatie op generatie. Dankzij traditionele teelten, vakkundig gebrouwen bieren en kwalitatieve wijnbouw biedt de bestemming ook een **culinaire beleving**. Met zin voor vernieuwing worden regelmatig nieuwe producten gelanceerd. Het vooruitstrevend ondernemerschap willen we verder stimuleren.

GASTVRIJ ONTHAAL

Gastvrij onthaal wordt professioneel verzorgd in de vele musea en attracties, in de onthaalkantoren en in de vele reca- en logiesuitbatingen. Gastvrij onthaal op Vlaams-Brabantse wijze is ook mogelijk in de kunststeden Brussel en Leuven als uitvalsbasis om Vlaams-Brabant te ontdekken. Ook digitaal onthaal wordt vakkundig georganiseerd en zal verder worden opgeschaald.



02

REIZEN NAAR
BESTEMMING
VLAAMS-BRABANT

MORGEN

TOEKOMSTVISIE

Er is ruimte voor toeristisch-recreatieve groei in Vlaams-Brabant. Dit willen we via dit toekomstplan organiseren op onze sterktes en troeven.

Om verdere groei in goede banen te leiden gaan we aan de slag met de landschappen in de provincie. De (digitale) routenetwerken zorgen voor een fijnmazige ontsluiting van deze bijzondere landschappen. Die basis is er. Het erfgoed kan nog wat meer uitgediept en uitgespeeld worden. En de traditionele teelt en vakkundige productie van streekse producten, wekken mee goesting op.

Het is onze ambitie om in de toekomst onze gasten een rijkelijke en sensorische landschapsbeleving te bieden. Dat doen we met een uitgekiende ontsluiting van bijzonder fraaie landschappen via de routenetwerken, een gevarieerd route-aanbod en met gewortelde verhalen als ervaring. De draagkracht van het landschap en het draagvlak voor een toeristisch-recreatieve ontwikkeling zijn leidend. Zo zorgen we voor een positieve impact voor mens, natuur en economie. **In onze toekomstvisie is duurzaamheid geen apart hokje om af te vinken, maar een integraal verweven opgave.**

Met sprekende landschappen als drager voor de toerismestrategie, vertrekken we vanuit de kracht en eigenheid van de plek en versterken we de bezoekerservaring. Tegelijk zorgen we voor een directe meerwaarde voor volgende generaties dankzij een gerichte bescherming en ontwikkeling van landschappen mét waardevolle natuur en bijzonder erfgoed. We willen de **sprekende landschappen als toeristisch kernproduct** verrijken met **kwalitatieve belevingslijnen, inclusieve en gastvrije services**. Dat is een **transversale uitdaging** waarvoor samenwerking met tal van publieke en private spelers verdergezet en opgezet zal worden.



SAMEN NAAR MORGEN

Onze toekomstambitie is een gedeelde ambitie. De realisatie van dit plan vergt een gezamenlijke inspanning van de provincie en toerisme Vlaams-Brabant vzw, van lokale overheden en de Vlaamse Overheid, van ondernemers en verenigingen. Toerisme en recreatie zijn immers verweven met andere sectoren: horeca, landbouw, cultuur, erfgoed, mobiliteit, natuur, onderwijs, sport... Hierbij is betrokkenheid van inwoners vaak een must maar (nog) geen evidentie. Dit plan is dan ook een transversaal plan, het beschrijft niet enkel onze plannen maar toont ook hoe en met wie we dit willen realiseren – over sectoren en domeinen heen. Volgende uitdagingen willen we samen aanpakken:

UITDAGING 1

Bouwen aan een sterk netwerk

Niet enkel toerismeprofessionals zoals uitbaters van logies en toerisme deskundigen bij overheden, maar ook andere professionele actoren, waaronder uitbaters van restaurants en cafés, landbouwers, brouwers, ruimtelijke planners, erfgoeddeskundigen voelen sterk aan dat meer interactie en kruisbestuiving over de domeinen heen ten goede komt aan de ontwikkeling en ontsluiting van de bestemming. We maken van **netwerkopbouw** een prioriteit. Binnen dit netwerk is Toerisme Vlaams-Brabant vzw een gewaardeerde speler op vlak van bestemmingsmarketing en bestemmingsontwikkeling.

UITDAGING 2

Ervaring en inzicht als basis voor interactie

Ervaring en inzicht kunnen de interactie met onze gasten, maar ook met onze partners en met stakeholders stevig verbeteren. Daarom willen we initiatieven nemen om onze **kennisbasis** verder te versterken en uit te bouwen. Zodoende kunnen we sterker inzetten op doelgroepen en doelmarkten en meer conversie en/of impact genereren met onze

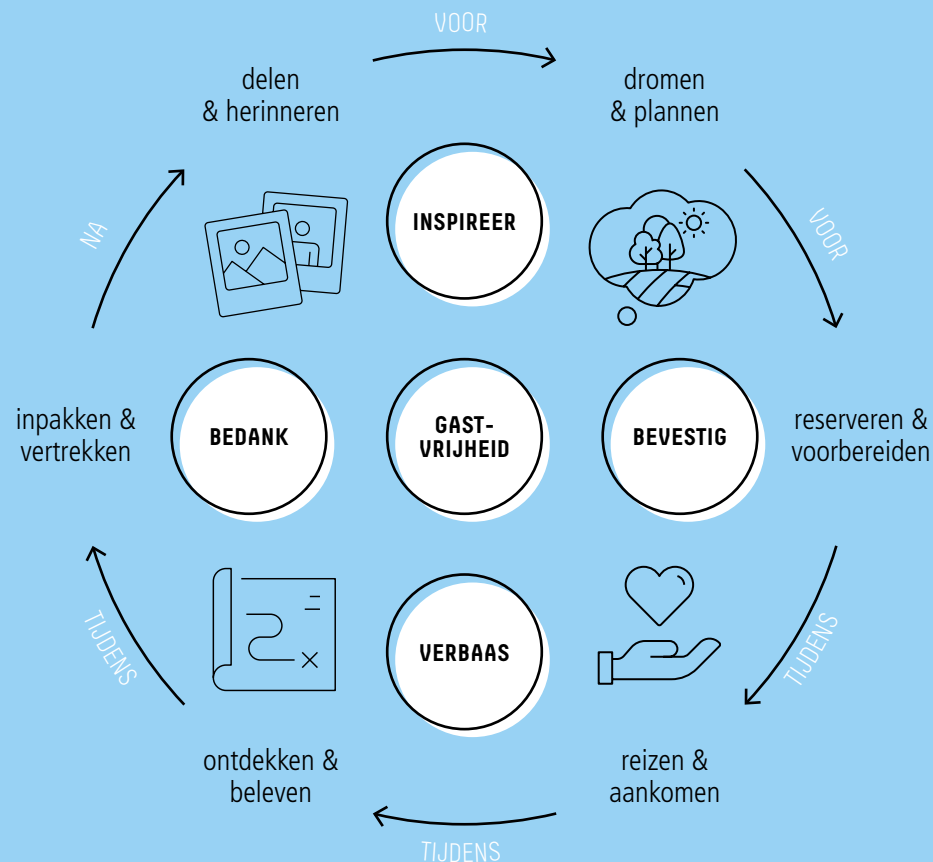
inspanningen. De kennisbasis geeft voeding aan een regelmatig te verfrissen marketingstrategie en bijhorende communicatiecampagnes van Toerisme Vlaams-Brabant vzw. Tegelijk is de kennisbasis een hefboom voor professionalisering van de bredere toeristisch-recreatieve sector.

UITDAGING 3

Zorg en aandacht voor de bezoeker in de hele bezoekerscyclus

We nemen de hele bezoekerscyclus mee in de scope. Er is veel aandacht voor het **zorgen voor en ontzorgen van gasten** eens ze de bestemming bereikt hebben. De gastvrijheid zit goed in de 'tijdens' fase van de bezoekerscyclus. Over het algemeen is er minder aandacht voor de beleving van bezoekers **voor en na een bezoek**. Samen met onze toerismepartners maken we meer werk van een fijne ervaring voor onze gasten in de hele bezoekerscyclus. Dit doen we door in alle fasen – voor, tijdens en na het bezoek of verblijf – toffe incentives te geven. Dit kan zowel digitaal als fysiek. De illustratie toont hoe we in elke fase de beleving van onze gasten kunnen versterken door te inspireren, bevestigen, verbazen en bedanken.

Bezoekerscyclus



©IDEA CONSULT

(EIGEN)WIJZE WAARDEN

Onze waarden zeggen iets over wat we doen en hoe we iets doen. Ze vertellen zeker ook iets over onze aspiraties. Maar vooral zeggen onze waarden iets over het potentieel dat we zien in Vlaams-Brabant als toeristisch-recreatieve bestemming.

Vanuit het besef dat Vlaams-Brabant een groeibestemming is én tegelijk dat het deel uitmaakt van Vlaanderen als bestemming, willen we met onze waarden de toon zetten voor een toekomst waarin we onze gasten op geheel eigen wijze ontvangen en soigneren. Een toekomst waarin we samen met onze partners gastvrij een extra inspanning leveren.

Vanuit het besef dat de open ruimte schaars is en dat de recreatiebehoefte toeneemt, dat de kunststeden volstromen en dat onbekende bestemmingen in trek zijn, willen we met onze waarden de toon zetten voor een toekomst waarin landschappen soelaas kunnen bieden. De perfecte uitweg om in alle rust samen tijd door te brengen, om op te laden of juist wat stoom af te blazen en écht het verschil maken. Een toekomst waarin we onze bijzondere landschappen duurzaam beheren en ontsluiten samen met terreinpartners en stakeholders, met ondernemers en inwoners.

In dit geheel zetten we alles op alles om de bestemmingsontwikkeling, -marketing en -management op geheel eigen wijze en wijselijk invulling te geven. Het toerisme van de toekomst in Vlaams-Brabant is glorieus, genereus en inventief.



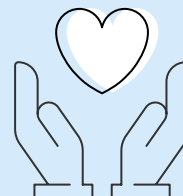
Glorieus

Een beetje zoals onze vedetten – we willen de eindstreep halen en delen in de overwinning. Maar ook een beetje zoals onze geschiedenis, het zit in het Brabants DNA. En vooral in onze ambitie – al onze gasten doen een heerlijke ervaring op en gaan er prat op – dit moet je meegevoelen!



Inventief

Vlaams-Brabant is een jonge provincie, een kleine maar buitengewone bestemming. Vlaams-Brabant is ook een bakermat voor creativiteit, kennis en verwondering, een ontmoeting tussen een rijke historie en een innovatieve toekomst, een ontmoeting tussen kunst en wetenschap. Dat vernuft zetten we in.



Genereus

Voor ons is toerisme 'zorgen voor' en 'ontzorgen van'. We geven daarom alles en we krijgen er ook veel voor terug. Onze gasten komen niets tekort. Onze partners kunnen op ons rekenen.



03

STRATEGISCH
KADER

VIER BOUWSTENEN & DRIE UITDAGINGEN

Er zijn veel kansen voor een duurzame en verweven bestemmingsontwikkeling en een doordacht bezoekersmanagement. Om daarin wat structuur en overzicht te hebben en gerichte stappen te kunnen zetten, werken we met een strategisch kader. Dit kader bestaat uit **vier bouwstenen** die recht uit het participatietraject komen en (aan)gedragen zijn door onze

stakeholders. De bouwstenen getuigen van gedurfde keuzes waarin kwaliteit voorop staat.

We houden in dit strategisch kader rekening met de eerder beschreven uitdagingen. We integreren initiatieven die vandaag in uitvoering zijn of gepland zijn. Tegelijkertijd laten we voldoende ruimte voor nieuwe initiatieven, want als

bestemming groeien we verder en dat brengt nieuwe uitdagingen én kansen met zich mee.

Samen met onze partners geven we de komende jaren uitvoering aan deze strategie en bijhorend actieprogramma. En samen met onze partners houden we onze blik op de horizon en sturen we bij waar nodig.

LANDSCHAP BELEVEN MET ERFGOED



VERTOEVEN IN HET LANDSCHAP WANDELEN – FIETSEN WATERRECREATIE



PROEVEN VAN HET LANDSCHAP LAND & TOOG & TAFEL



SPREKENDE LANDSCHAPPEN ALS TOERISTISCH KERNPRODUCT

ontsloten via kwalitatieve belevingslijnen en gastvrije services

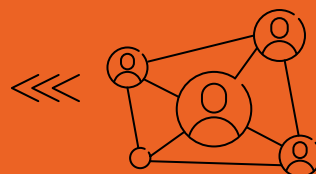
SPECIFIEKE UITDAGINGEN



BEZOEKERS-CYCLUS



INZICHT & ERVARING



NETWERK-OPBOUW

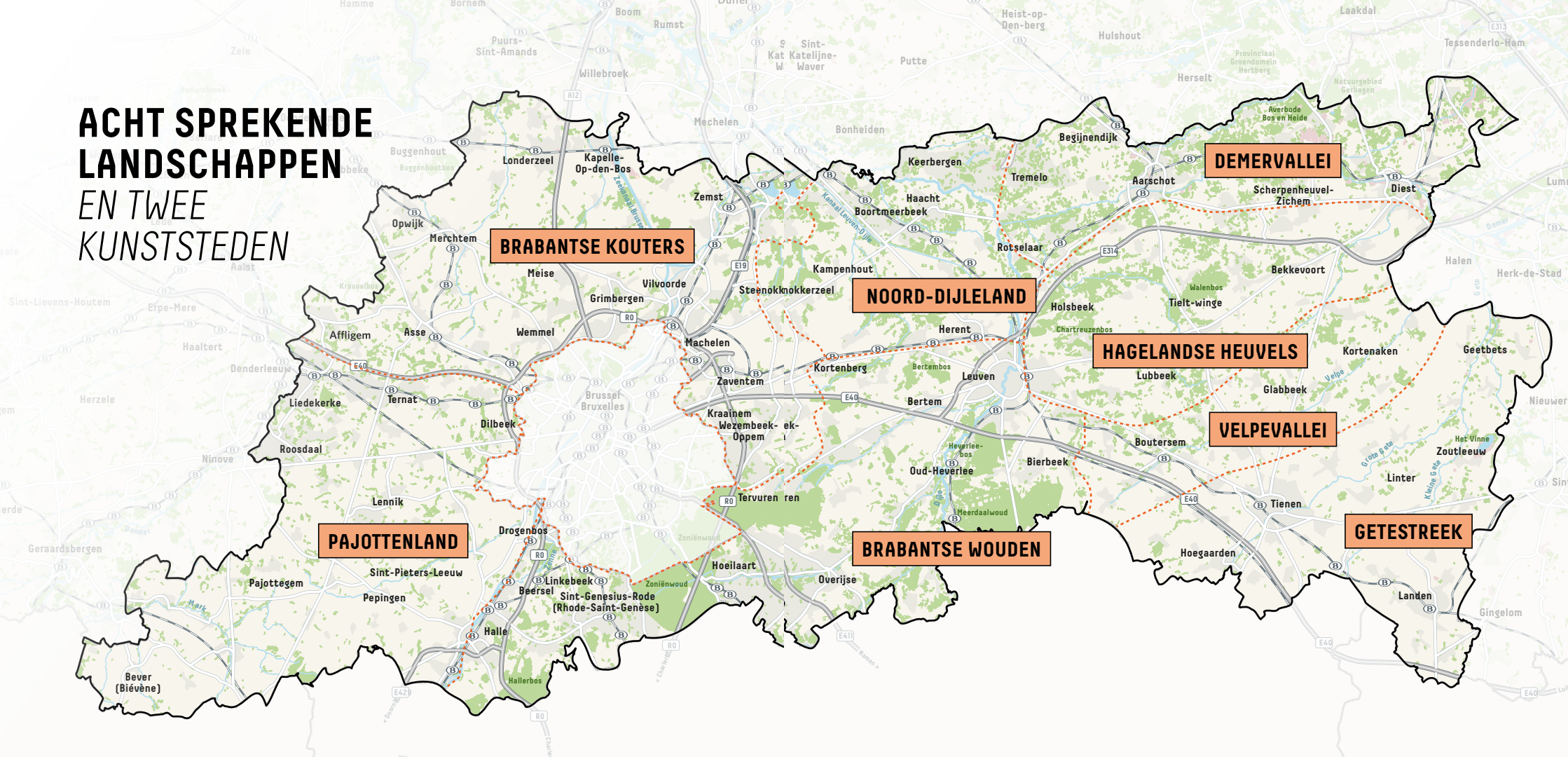


BOUWSTEEN 1 *SPREKENDE LANDSCHAPPEN ALS KERNPRODUCT*

Binnen de eerste bouwsteen ligt de focus op landschappen waarrond een toeristische samenwerking opgezet kan worden. Met sprekende landschappen als drager voor de toerismestrategie, willen we in de toekomst toeristen en recreanten een rijkelijke en sensorische landschapsbeleving bieden. De eerste bouwsteen is dan ook de drager van onze strategie.



ACHT SPREKENDE LANDSCHAPPEN EN TWEE KUNSTSTEDEN



Op basis van een analyse van de landschappen werden, in samenspraak met experts ruimtelijke planning, erfgoed, landschapsbeheer en toerisme, acht geografische clusters bepaald. Het zijn telkens landschappelijke eenheden, met een cultuurhistorische waarde en/of specifieke uitdagingen. De landschappen zijn echter **niet strikt afgebakend of begrensd** maar

zijn eerder bedoeld als **basis voor gebieds-gerichte bestemmingsontwikkeling**.

We gaan aan de slag met de ontwikkeling en ontsluiting van deze landschappen, op basis van de vier bouwstenen uit dit toekomstplan. Dat vergt enerzijds een **goede lezing van het landschap** en anderzijds het gericht **versterken van de beleving** van elk landschap.

De kunststeden Leuven en Brussel worden gepercipieerd als warme poort tot deze bijzondere landschappen. Voor Leuven is er als hoofdstad van de provincie een glansrol weggelegd. Samen met de Vlaams-Brabantse steden zetten we in op een boeiende wisselwerking tussen stad en landschap.



GETESTREEK

Een gaaf water-landschap rijk aan biodiversiteit.



HAGELANDSE HEUVELS

Een landschap vol variatie, unieke bossen, diepe holle wegen, een zuidflank met uitzichten over prachtige valleien.



BRABANTSE KOUTERS

Intrigerende contrasten: stedelijk-landelijk, dynamiek-rust, erfgoed-industrie, open-gesloten landschappen, natuur-bedrijvigheid...



NOORD-DIJLELAND

Netwerk van waterlopen en het kanaal Mechelen-Leuven - met bijzondere natuurgebieden, teelt en toog tradities, industrieel en militair erfgoed.



VELPEVALLEI

Langgerekte vallei met eeuwenoud en gevarieerd landschap, diverse teelten, fauna en flora. Rust verzekerd.



DEMervalLEI

Meanderende rivier en brede vallei, rijk aan biodiversiteit, erfgoed, tradities en verhalen.



BRABANTSE Wouden

Majestueuze bossen, glorieuze landschappen. Het Nationaal Park herbergt de oudste bossen, monumentale bomen en lenteflora, holle wegen en waardevol erfgoed, meanderende rivieren en fraaie landbouwlandschappen.



PAJOTTENLAND

Een golvend landschap, met uitgestrekte kouters, wisselende zichten, pittoreske dorpjes en iconisch erfgoed. Vroeger inspiratie voor Breugel, vandaag een uitnodiging tot toog en tafel.

HET LANDSCHAP LEZEN EN BELEVEN

We speuren naar karakteristieken van het landschap, natuur- en erfgoedwaarden, bijzondere vergezichten en/of panorama's, tradities, vakmanschap en andere gewortelde verhalen en gebruiken die om de landschapsbeleving te versterken met belevingslijnen voor inwoners, toeristen en recreanten.

Onze routenetwerken zijn een belangrijke drager voor bestemmingsontwikkeling. Door inzet op kwaliteit, optimalisatie en beheer van de routenetwerken, benutten we volop kansen voor ontsluiten van de landschappen en het versterken van de beleving.

We willen graag weten wie de gebruikers zijn van de netwerken, wat hun motivaties zijn en welke ervaringen ze opdoen in het landschap. Zo krijgen we meer inzicht in onze gasten en hun beleving. We benutten de verzamelde gegevens voor optimalisaties van het aanbod en om de beleving en het bezoekersmanagement en te sturen op drukte en spreiding waar nodig.

GEBIEDSGERICHT WERKEN MET PARTNERS EN BEWONERS

We houden rekening met de bereikbaarheid en kwetsbaarheid van het landschap, de leefbaarheid van woonkernen en lokale recreationoden. We willen geen onwelkome hotspots creëren maar juist ervoor zorgen dat daar waar de druk te groot wordt, we goede alternatieven kunnen bieden. We zetten gebiedsgerichte samenwerkingen op met partners die complementaire expertise hebben en kunnen bijdragen aan een passende en

duurzame ontsluiting en ontwikkeling. Ook de opzet van participatietrajecten op maat van inwoners is hierbij belangrijk.

OPGAVEN - LANDSCHAPPEN

Binnen deze bouwsteen gaan we aan de slag met specifieke opgaven:

- **Het DNA van de plek wordt ten gronde onderzocht en uitgespeeld:**
We willen het landschap dat we toeristisch ontwikkelen, eerst echt goed doorgronden. De opmaak van een landschapsbiografie levert belangrijke inzichten op m.b.t. de evolutie van een gebied, zeker ook onder invloed van de wisselwerking tussen mens en natuur. We gebruiken de landschapsbiografie als basis voor toeristische ontwikkeling en als contentleverancier voor vermarkting en promotie.
- **Afstemmen op ruimtelijke visies:**
We beginnen niet van een leeg blad. We stemmen af met bestaande ruimtelijke visies en bekijken waar toerisme en recreatie al dan niet ingebed zijn of een meerwaarde kunnen betekenen, om zo met onze partners te zoeken naar slimme koppelingen of optimalisaties.
- **Afstemmen met/op lokale noden:**
We stemmen de toeristische ontwikkeling af met en op lokale noden, zodat ze in lijn is met de draagkracht van het landschap én gedragen is door haar inwoners. Hiervoor worden participatietrajecten opgezet.
- **Interactie tussen stad en hinterland:**
We realiseren interacties tussen stad en hinterland, o.a. door de steden in te schakelen als uitvalsbasis om het

landschap te verkennen en via de routenetwerken onze gasten interessante doorsteken en zichten te bieden van het hinterland op de stad en vice versa.

- **Focus op toerisme en recreatie:**
We zetten in op meer focus op toerisme en recreatie in nieuwe masterplannen om zo van meet af aan een geïntegreerde toeristisch-recreatieve ontwikkeling te stimuleren.
- **Co-creatie met ondernemers:**
We betrekken uitbaters en medewerkers van logies en reca bij toeristische ontwikkelingen, via ambassadeurschap en door in te zetten op
- **Sensorische landschapsbeleving:**
Horen, ruiken, voelen, proeven en zien, zijn allemaal manieren om het landschap te beleven. Voor al onze gasten verzorgen we een beleving die lang nazindert en graag gedeeld wordt. We bieden onze gasten een sensorische landschapsbeleving door in te zetten op het prikkelen van de zintuigen. Voor al onze gasten verzorgen we een inclusieve landschapsbeleving die lang nazindert en graag gedeeld wordt.

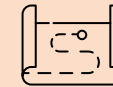
HET LANDSCHAP LEZEN EN BELEVEN



LANDSCHAPS-
BIOGRAFIE ALS
BASIS



AFSTEMMEN MET/
OP RUIMTELIJKE
VISIES &
LOKALE NODEN



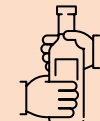
INTERACTIE STAD
/ HINTERLAND



FOCUS OP
TOERISME &
RECREATIE IN
MASTERPLANNEN



CO-CREATIE MET
ONDERNEMERS



SENSORISCHE
LANDSCHAPS-
BELEVING



GEBIEDSGERICHT WERKEN MET PARTNERS EN BEWONERS



BOUWSTEEN 2 *VERTOEVEN IN HET LANDSCHAP*

Binnen deze bouwsteen ligt de focus op het ontwikkelen en aanbieden van een volle en complete ervaring voor onze bezoeker, waar tegelijk ook de lokale gemeenschap beter van wordt. We blijven een inspirerend, typerend én inclusief wandel- en fietsaanbod ontwikkelen.



HET HELE PAKKET MOET KLOPPEN

Er wordt op alle vlakken gestreefd naar hoge kwaliteit. We willen dat iedereen die op onze paden wandelt of fietst, een **zorgeloze ervaring** kan opdoen. We zorgen voor duidelijkheid omtrent toegankelijkheid, bereikbaarheid en beschikbaarheid van het aanbod. We zorgen er ook voor dat die ervaring zo lang mogelijk duurt en houden de drempels zo laag mogelijk. Wandelen of fietsen over een langere afstand wordt mede mogelijk gemaakt door de vakkundige omkadering en dienstverlening. We zorgen dat informatie op de juiste plekken (fysiek en digitaal) wordt voorzien en dat (onderweg) de basisinfrastructuur op orde is (toiletten, picknick, fietsverhuur, fietslaadpalen...). Ook trajecten van logies naar logies kunnen hierin passen.

SLIMME KOPPELING MET LOKALE GEMEENSCHAPPEN EN RECREATIENODEN

We connecteren op een slimme manier met lokale gemeenschappen en de daar aanwezige recreatienoden. Tegelijk zorgen we er samen met de wegbeheerders en toeristische partners voor dat het optimaliseren en onderhouden van de routenetwerken en de bijhorende productontwikkeling steeds inspelen op de verwachtingen van toeristen uit binnen- en buitenland.

OPGAVEN - VERTOEEVEN

Binnen deze bouwsteen gaan we aan de slag met volgende opgaven:

- **Synergie tussen overheid en ondernemers:** Een sterke synergie en optimale taakverdeling tussen overheden onderling en overheid en ondernemers is cruciaal bij de verdere uitbouw, het onderhouden en het beheren van de routenetwerken en het route-aanbod.
- **Monitoring en evaluatie als basis voor productontwikkeling:** Via actieve monitoring (data verzamelen, objectivering van conflicten bij meerdere gebruikers) en periodieke evaluatie (draagkracht, draagvlak, relevantie voor lokale inwoners, opkomende trends, relatie vraag/aanbod) verwerven we nieuwe inzichten (m.b.t. wandelen, fietsen, maar zeker ook waterrecreatie) en verbeteren ons productaanbod.
- **Co-creatie met ondernemers:** We stimuleren samenwerking langs de routenetwerken door uitbaters en medewerkers van logies en reca te betrekken bij toeristische ontwikkelingen, via ambassadeurschap en door in te zetten op netwerkopbouw en kennisdeling rond de bezoekerscyclus en bezoekerservaring voor, tijdens en na een expeditie in het landschap.
- **Kwaliteit als prioriteit:** We garanderen de kwaliteit van onze routenetwerken door blijvend te investeren in een controlesysteem en onderhoudsgarantie. Tegelijk blijven we kritisch evalueren of en op welke manier het huidig aanbod bestendig kan worden. Waar nodig kiezen we liever voor minder maar beter aanbod.

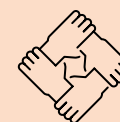
- **Over grenzen heen:** We zoeken over de grenzen heen naar effectieve en bijzondere aanknoping via de fiets- en wandelnetwerken. We onderzoeken mogelijke verbindingen tussen stad en hinterland, tussen de provincie en Brussel, Waals-Brabant, Limburg, Antwerpen en Oost-Vlaanderen.
- **"Come as you are – but leave no trace":** In de positionering van Vlaams-Brabant als avontuurlijke bestemming rijk aan sprekende landschappen is respect voor en bijdragen aan de natuur en omgeving deel van de boodschap.

HET HELE PAKKET MOET KLOPPEN



SYNERGIE OVERHEID & ONDERNEMERS	MONITORING EN EVALUATIE ALS BASIS VOOR PRODUCT- ONTWIKKELING	CO-CREATIE MET ONDERNEMERS	KWALITEIT ALS PRIORITEIT	OVER GRENZEN HEEN	"COME AS YOU ARE – BUT LEAVE NO TRACE"

SLIMME KOPPELING MET LOKALE GEMEENSCHAPPEN EN RECREATIENODEN



BOUWSTEEN 3 *LANDSCHAPS- BELEVING MET ERFGOED*

De derde bouwsteen focust op landschapsbeleving met erfgoed. Erfgoed is een belangrijke drager van het verhaal van de plek, van tradities en van het omliggend landschap. Erfgoed is een bijzonder medium om het verleden te vertolken en te verknopen met de toekomst.



INTEGRALE BENADERING

We willen de connectie tussen erfgoed en het omgevend landschap terug leesbaar en begrijpbaar maken. Dit kan een historische stad, een site (parken en archeologische vindplaatsen) of gebouw (kastelen, abdijen), een relict of een traditie zijn. Niet enkel de grote elementen maar ook de kleine, verdoken elementen zijn het onderzoeken en ontsluiten waard. Het erfgoed kan ook vanuit dorp of stad een verwijzing naar het landschap zijn. Denk bijvoorbeeld aan in de streek ontgonnen bouwmaterialen of kunstschaten van een museum.

ONTDEK - PROGRAMMA'S MET GELAAGDE STORYTELLING

Het ontsluiten en opladen van erfgoed voor bezoekers doen we op een inventieve manier, met lef om het anders aan te pakken. Elementair is het uitdiepen van authentieke verhalen en de historische gelaagdheid van erfgoed. Dit is de basis voor meeslepende verhaallijnen en bijhorende producten. We zetten in op ontdekprogramma's waarbij we de combinatie maken van het ontdekken van het landschap, de natuur- en erfgoedwaarden en activiteiten: wandelen, fietsen, bezoek aan een boer of brouwer of eetcafé en dit op maat van doelgroepen.

OPGAVEN - ERFGOED

Binnen deze bouwsteen zijn er specifieke opgaven waarmee we aan de slag gaan:

- **Afstemmen met/op erfgoedbeheer:** We stemmen af met experts erfgoedbeheer en onderzoeken samen of en hoe erfgoed het best ingeschakeld kan worden als vertolker van de geest van de plek en kan bijdragen aan de landschapsbeleving.
- **Afstemmen met/op inwoners:** In co-creatielijnen gaan we met inwoners aan de slag rond thematische projecten die raken aan hun leefwereld en dichtbij huis impact kunnen hebben. We benutten hierbij de kans om in te zetten op medegebruik.
- **Publiekswerking met toeristische insteek:** Wanneer we gaan voor een publiekswerking rond erfgoed met toeristische insteek, evalueren we vooraf de draagkracht van het erfgoed en het draagvlak bij stakeholders.
- **Co-creatie met ondernemers:** We stimuleren samenwerking met focus op erfgoed en het omliggend landschap door uitbaters en medewerkers van logies en recreatie te betrekken bij toeristische ontwikkelingen, via ambassadeurschap en door in te zetten op netwerkopbouw en kennisdeling rond de bezoekerscyclus en bezoekerservaring voor, tijdens en na een expeditie in het landschap.
- **Toonaangevende inrichting & ontsluiting:** We gaan voor toonaangevende inrichting en ontsluiting. Het erfgoed waarmee we aan de slag gaan is of wordt iconisch, onze kroonjuwelen in het landschap. We denken na

over toerisme als borgingsfactor voor erfgoed en zijn tegelijk inventief in de uitwerking van een concept. Humor, verrassende verhalen, subtiliteit en emotie – zetten de toon juist.

- **Doelgroepgerichte producten, diensten en combinaties:** We ontwikkelen doelgroepgerichte producten, diensten en combinaties. We maken samen met onze partners scherpe keuzes, wat betreft welk erfgoed, wat we waar doen, welke combinaties we maken en voor welke doelgroepen. Daarbij werken we zoveel mogelijk drempels weg (fysiek, taal, mentaal en/of financieel).

INTEGRALE BENADERING



AFSTEMMEN MET/OP ERFGOEDBEHEER	AFSTEMMEN MET/OP INWONERS	PUBLIEKSWERKING MET TOERISTISCHE INSTEK	CO-CREATIE MET ONDERNEMERS	TOONAANGEVENDE INRICHTING & ONTSLUITING	DOELGROEPGERICHTE PRODUCTEN & DIENSTEN & COMBINATIES

ONTDEKPROGRAMMA'S EN GELAAGDE STORYTELLING * LEF OM HET MINDER EVIDENTE TE DOEN *



BOUWSTEEN 4 *PROEVEN VAN HET LANDSCHAP*

Proeven van het landschap gaat in essentie over mensenwerk: van de grond bewerken tot het opdiene en uitschenken of serveren aan toog en tafel.

Vlaams-Brabant heeft een aantal producten die unieke internationale erkenning genieten omwille van hun kwaliteit. Zowel de kwaliteit als de uiteindelijke erkenning zijn van belang voor een sterke positie t.o.v. andere bestemmingen met culinaire troeven. Via samenwerking met landbouw en producenten willen we een toeristische valorisatie opzetten.



VAKMANSCHAP EN AUTHENTICITEIT

Dankzij traditionele teelten, vakkundig gebrouwen bieren en kwalitatieve wijnbouw biedt de bestemming Vlaams-Brabant een smakrijke beleving. Het vakmanschap dat bij deze processen aan de dag wordt gelegd en de authenticiteit van de producten die hieruit voortkomen zijn van onschatbare waarde. Daarbij is het essentieel om aandacht te besteden aan de hele keten van productie op het land tot consumptie aan toog en tafel. Dit vereist samenwerking over sectoren heen en van boer tot chef. Zo kunnen onze gasten proeven van het landschap. We stimuleren vooruitstrevend ondernemerschap voor de lancering van nieuwe toeristische producten.

KWALITEIT EN ERKENNING

Vlaams-Brabant heeft een aantal producten die unieke internationale erkenning genieten omwille van hun kwaliteit. Die erkenning hangt vaak samen met tradities en overgeleverd vakmanschap. Zowel de kwaliteit als de uiteindelijke erkenning zijn van belang voor een sterke positie t.o.v. andere bestemmingen met culinaire troeven. De inspanning die hiermee gepaard gaat willen we ondersteunen via samenwerking met landbouw en producenten om zo de toeristische valorisatie op te zetten.

OPGAVEN - PROEVEN

Binnen deze bouwsteen gaan we aan de slag met volgende opgaven:

Synergie tussen overheid en ondernemers:

Een sterke synergie tussen overheden onderling en overheid, ondernemers en koepelorganisaties is cruciaal bij de instandhouding en verdere uitbouw van een authentiek en smakrijk aanbod en zorgt voor een eenduidige aanpak richting ondernemers.

Co-creatie met ondernemers:

De uitbaters en medewerkers van logies en reca worden actief betrokken bij toeristische ontwikkelingen. We zetten in op samenwerking en uitwisseling met focus op tradities en vakmanschap voor een smakrijk aanbod.

Aandacht voor de hele waardenketen:

Er is bijzondere aandacht nodig voor de hele waardenketen van productie op het land tot consumptie aan toog en tafel, om missende schakels in de distributie in te vullen zodat vakmanschap en authenticiteit doorgang vinden naar meer diverse afzetmarkten.

Netwerkontwikkeling:

We brengen actoren uit verschillende sectoren samen om werk te maken van Vlaams-Brabant als land-toog-tafel bestemming en een totaalbeleving in de volledige bezoekerscyclus te realiseren.

Innovaties stimuleren:

We onderzoeken op welke manier gerichte ondersteuning en financiële stimuli voor innovatief toeristisch of toerisme versterkend ondernemerschap, georganiseerd kan worden.

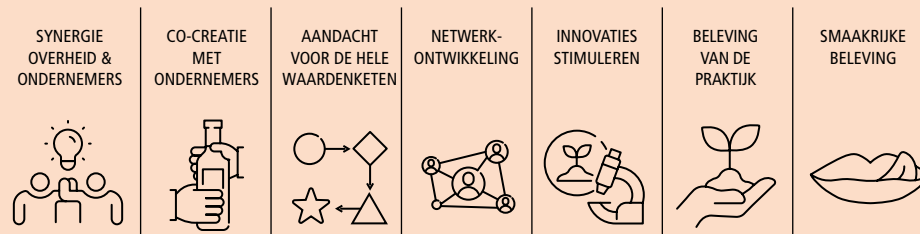
Praktijkgerichte beleving:

We onderzoeken of een praktijkgerichte beleving (bv. workshops, opleidingen, masterclass...) mogelijk is voor bezoekers met intrinsieke interesse in landbouw, brouwen en foodpairing, door na te gaan of er voldoende vraag is en of er voldoende aanbod kan gecreëerd en bestemd worden i.s.m. de producenten.

Smaakrijke beleving:

We zorgen we in de hele bezoekerscyclus voor een zintuiglijke en onderscheidende beleving van Vlaams-Brabant als land-toog-tafel bestemming. Met slimme product-marktcombinaties en doelgroepgerichte productontwikkeling spelen we onze culinaire troeven uit en zetten we het vakmanschap en de authenticiteit in de kijker.

VAKMANSCHAP EN AUTHENTICITEIT



KWALITEIT EN ERKENNING

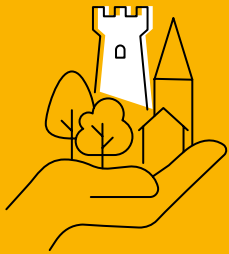




04

TOETSINGS-
KADER

Voor de toekomstgerichte bestemmingsontwikkeling zijn niet enkel de voor toerisme relevante lopende processen en projecten geïntegreerd in een ruimere toeristisch-recreatieve visie. We houden ook rekening met nieuwe initiatieven. Daarom werken we een toetsingskader voor **toekomstige initiatieven** uit. We willen kritisch nagaan of en hoe initiatieven kunnen passen in de toekomst van de bestemming en haar sprekende landschappen. Het toetsingskader kan daarom als een leidraad ingezet worden bij nog op te starten projectontwikkeling. Volgende toetsingselementen zitten hierin vervat:



DRAAGKRACHT

We gaan de impact van een toeristische ontwikkeling na en weerhouden een ontwikkeling op basis van de draagkracht van het landschap en draagvlak bij de inwoners en gemeenschappen.

Natuurwaarden: Welke natuurwaarden zijn er in het (project)gebied en welke meerwaarde biedt een toeristische ontsluiting?

Dorpskernen: Is het dorp voldoende uitgerust om bezoekers te ontvangen en in welke mate kan toerisme hier versterkend of verstorend werken? Hoe zien de inwoners de beoogde toeristische ontwikkeling?

Erfgoedwaarden: Welke erfgoedwaarden zijn er in het (project)gebied en welke meerwaarde biedt een toeristische ontsluiting?



VAKMANSCHAP & KWALITEIT

We zetten in op een toeristische ontwikkeling die versterkend werkt voor het vakmanschap en de kwaliteit van teelt tot toeg en tafel. Tegelijk kan het vakmanschap versterkend werken voor een toeristische ervaring.

Traditie: Zijn er binnen de beoogde ontwikkeling mogelijkheden om tradities te (her) waarderen? Kunnen we tradities vertalen naar smakelijke ervaringen voor onze gasten?

Innovatie: Zijn er binnen de beoogde ontwikkeling slimme crossovers mogelijk die innovaties kunnen stimuleren?

Erkenning: Ligt er voldoende focus op kwaliteit zodat we bestaande erkenningen uitspelen of nieuwe erkenningen binnenhalen?



ECHT & OPRECHT

We zetten in op een toeristische ontwikkeling die aansluit bij de geest van de plek en gedragen wordt door de plekhouders.

Typerend: Werkt het project versterkend voor het DNA van de plek en/of wordt er een ervaring gecreëerd die typerend is?

Gedeeld: Is de beoogde ontwikkeling gemeengoed? Maakt het deel uit van een (met inwoners of gemeenschappen) gedeeld begrip en een gedeelde ambitie?

Bereikbaar: Is de beoogde ontwikkeling vlot bereikbaar en voldoende laagdrempelig voor bewoners en bezoekers? Bereikbaar met het openbaar vervoer of via zachte recreatie (wandelen, fietsen, waterrecreatie)? Bereikbaar ongeacht achtergrond, taal en digitale skills?



ICONISCH & UITDAGEND

Kiezen is winnen. We zetten in op een toeristische ontwikkeling die iconisch en uitdagend is en mensen enthousiast maakt voor het delen van hun ervaring en een terugkeerbezoek stimuleert.

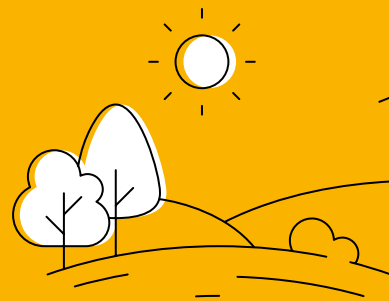
Sprekend: Heeft de beoogde ontwikkeling een WOM (word of mouth) effect? Is het spraakmakend?

Treffend: Heeft de beoogde ontwikkeling een WOW effect? Is het verbluffend?

Maatwerk: Welke doelgroepen willen we bereiken en hoe kunnen we maatwerk leveren?

Kansenkaart duurzame bestemmingsontwikkeling

GEOGRAFISCHE CLUSTERS



**SPREKENDE LANDSCHAPPEN
IN VLAAMS-BRABANT**

THEMATISCHE & ACTIVITEITEN CLUSTERS



**GEWORTELDE VERHALEN
DIE HET VERSCHIL MAKEN IN
POSITIONERING & BELEVING**

BELEVINGSLIJN

GASTVRIJHEID
>>>
LOGIES & RECA

TOETSINGSKADER

Draagkracht (gebied/stad)

- natuurwaarden
- dorpskernen
- erfgoedwaarden

Echt & oprecht

- typerend
- gedeeld
- bereikbaar

Iconisch & uitdagend

- sprekend/wom
- treffend/wow
- maatwerk

Vakmanschap & kwaliteit

- traditie
- innovatie
- erkenning

Sprekende landschappen als toeristisch kernproduct ontsloten via kwalitatieve belevingslijnen en gastvrije services.



05

**BESTEMMINGS-
MARKETING**

& SAMENWERKING

BESTEMMINGSMARKETING

De marketingaanpak van VISIT Vlaams-Brabant heeft de grootste toegevoegde waarde voor de sector als die zich richt op het aantrekken van meer bezoekers van buiten de provincie (verblijfs- en dagtoeristen). Met een nieuwe marketingstrategie en huisstijl zetten we de toon voor de positionering van Vlaams-Brabant als attractieve en onderscheidende outdoor bestemming:

- De marketingstrategie aligneert zich volledig aan de toekomstvisie, doelstellingen voor de bestemming en de USP's. Storytelling, branding en (digitaal) engagement zijn hierbij vandaag de belangrijkste instrumenten.
- VISIT Vlaams-Brabant wordt gehanteerd als 1 sterk en overkoepelend merk voor de toeristische werking, dat de landschappen mee schraagt en dat in lijn ligt met het moedermerk van de provincie Vlaams-Brabant.
- Het nieuwe merk wordt vertaald in een nieuwe branding – een frisse huisstijl die de basis vormt van de toekomstige promotie en communicatie.
- De sprekende landschappen zijn het kernproduct van de bestemming en voeden de toeristische positionering. De landschappen worden verrijkt met kwalitatieve belevingslijnen en gast-vrije services in functie van welbepaalde doelgroepen en doelmarkten. Elk landschap heeft zijn eigenheid en wordt op een ander ritme ontwikkeld en ontsloten. Een aantal landschappen vormen samen een duidelijke landschappelijke en historische eenheid en kunnen geclusterd worden.
- De merkidentiteit en de waardenbeleving (genereus, glorieus en inventief) worden consequent toegepast in de volledige bezoekerscyclus. Van bij de eerste exploratie over de concrete voorbereiding (dromen & plannen – reserveren & voorbereiden), tijdens het verblijf (reizen & aankomen – ontdekken & beleven – vertrekken) tot na de beleving (delen & herinneren), wordt een gelijkaardige ervaring geboden doorheen deze diverse momenten van interactie en connectie. Inspireren, bevestigen, verbazen en bedanken gebeuren met dezelfde tone of voice, op basis van dezelfde waarden en gestoeld op het principe van gastvrijheid.

SAMEN BOUWEN AAN DE BESTEMMING VAN MORGEN

De betrokkenheid en bijdrage van vele partners bij de opmaak van dit plan, sterkt in onze overtuiging dat we samen kunnen bouwen aan het toerisme van morgen. Het toerisme in Vlaams-Brabant vraagt een inspanning en engagement van vele partners. Samen zorgen ze ervoor dat er ruimte én aanbod is voor ontspanning en ontdekking voor de 1.198.638 inwoners van Vlaams-Brabant en de vele toeristen die jaarlijks er op uit trekken in Vlaams-Brabant. Dit plan kan enkel gerealiseerd worden in nauwe samenwerking met publieke en private partners die actief zijn binnen de provincie Vlaams-Brabant en daarbuiten. Samenwerkingen met onze partners worden steeds met zorg opgezet.

BOVENLOKALE SAMENWERKING MET STEDEN EN GEMEENTEN

Overtuigd van toerisme als motor voor de lokale economie zorgen de gemeenten samen met de provincie en toeristische partners voor een stevige basis van de toekomstige toeristische werking. Dat doen we vanuit een traditie en zetten we voort vanuit onze gezamenlijke toekomstvisie. Steden en gemeenten kunnen mee investeren in een sterker VISIT Vlaams-Brabant binnen een vernieuwd samenwerkingsverband, dat de krachten bundelt voor bovenlokale productontwikkeling, vermarkting, netwerkopbouw en ondersteuning. Met de gemeenten wordt dit georganiseerd via een nieuwe convenant, met de stad Leuven wordt een samenwerkingsovereenkomst afgesloten.

SAMENWERKING MET GEBIEDSPARTNERS

Bij de ontwikkeling van de acht landschappen wordt rekening gehouden met het beleidsplan ruimte van de provincie Vlaams-Brabant en de gebiedsontwikkelingen die hierin worden aangeduid. Ook wordt rekening gehouden met samenwerkingsverbanden en initiatieven binnen elk gebied. Samen met de gebiedspartners wordt een kanskaart voor elk landschap uitgewerkt waarin de korte en lange termijn ontwikkelingen worden gedefinieerd en geprioriteerd. De bouwstenen en het toetsingskader zijn hierbij een leidraad.

DANKWOORD

Wat als je 300 mensen uitnodigt om na te denken over de toekomst van het toerisme? Dan krijg je heel veel ideeën (om een beetje te structureren). En heel veel goesting om aan de slag te gaan (om niet meer te stoppen tot het goed zit). Het resultaat van vele ideeën van vele mensen is verwerkt in dit plan. Een rijkelijke oogst. Een vruchtbare toekomst. En veel om samen naar uit te kijken.

De toekomstambitie is een gedeelde ambitie. Het resultaat van een gezamenlijke toekomstverkenning met ruim 300 actoren uit het brede werkveld: horeca, landbouw, cultuur, erfgoed, mobiliteit, natuur, onderwijs, sport... Zij hebben via actieve deelname aan een bevraging (125 respondenten), opeenvolgende toekomstsessies (141 deelnemers) en een toerismedebat (52 deelnemers) voeding gegeven aan dit toekomstplan. We zijn heel dankbaar voor de fijne samenwerking onderweg en de mooie bijdrage van:

3 Fontein
Abdij van 't Park
B&B De Meren
B&B De Woestijn
Brouwerij de Coureur
Cultuursmakers Vlaams-Brabant & Brussel
Dienst erfgoed provincie Vlaams-Brabant
Dienst mobiliteit provincie Vlaams-Brabant
Dienst ruimtelijke ordening provincie Vlaams-Brabant
Fietsverhuur De Spaak
Gidsen Affligem
Grondwitloofteler Cools Zemst
Grote Routepaden vzw
Hagelandsgidsen
Herita
Hotel-restaurant Les Eleveurs

IOED Zuid-Hageland
Kanaaltochten Brabant vzw
KULeuven
Landbouw Van Haesendonck
Landschapspark de Merode vzw
Lunatics
Museum Oude Technieken (MOT)
Oyenbrugmolen VZW
Parcum
Pluimpapaver hotel & glamping
Praktijkpunt Landbouw (Proefcentrum Herent)
Regionaal Landschap Brabantse Kouters
Regionaal Landschap Dijleland
Regionaal Landschap Noord-Hageland
Sport Vlaanderen
Station Racour

Stichting Zoniën
Streekproducten Centrum
The Shelter
Toerisme Beersel
Toerisme Diest
Toerisme Dilbeek
Toerisme Gooik
Toerisme Halle
Toerisme Leuven
Toerisme Overijse
Toerisme Tervuren
Toerisme Vilvoorde
Toerisme Vlaams-Brabant
Toerisme Vlaanderen

Vereniging Vlaamse Provincies
Vrienden van Heverleebos en Meerdaalwoud (VHM) vzw
Vzw Grondwitloof
Vzw LEADER-werking Hageland
Vzw Pajottenland+
Vzw 't Hof
Wesp vzw
Wijndomein Haksberg
Zender

COLOFON

COLOFON Deze publicatie is een initiatief van Toerisme Vlaams-Brabant vzw, Provincieplein 1, 3010 Leuven, O.N.: 0422.667.404 – RPR Leuven | juni 2025 | Vormgeving: Bridgeneers I Copywriting: Ideaconsult/Michelle Accardo, Toerisme Vlaams-Brabant | Foto's: © Toerisme Vlaams-Brabant, Erard Swannet, Lander Loeckx, Bart Heirweg, vzw De Rand | Druk: Joos Printing | D/2025/4058/01 | Beleidsverantwoordelijke: Tom Dehaene, gedeputeerde voor toerisme



**VISIT
VLAAMS-BRABANT**