

Strategisch Beleidsplan
Toerisme en Recreatie voor
de Westhoek 2008-2013



Provincie
West-Vlaanderen
Door mensen gedreven

Genieten. Het zit in ons.

**STRATEGISCH BELEIDSPLAN
TOERISME EN RECREATIE
VOOR DE WESTHOEK
2008-2013**

INHOUD

VOORWOORD.....	5
INLEIDING	6
STAP 1 WAAR NAARTOE MET TOERISME EN RECREATIE IN DE WESTHOEK ?..	8
1 Uitgangspunten.....	8
2 Missie rond toerisme en recreatie in de Westhoek.....	9
STAP 2 WAAR STAAN WE MET DE WESTHOEK ?	10
DEEL 1 SITUATIEANALYSE	10
1 Interne analyse	11
1.1 Actueel toeristisch-recreatief aanbod.....	11
1.1.1 Toeristisch-recreatieve aantrekkingselementen	11
1.1.1.1 Landschap	11
1.1.1.2 Wandeldomeinen.....	13
1.1.1.3 Routestructuren	14
1.1.1.4 Oorlogsgerelateerd cultuurhistorisch erfgoed en bezoekersattracties... ..	22
1.1.1.5 Niet-oorlogsgerelateerd cultuurhistorisch erfgoed en bezoekersattracties	25
1.1.1.6 Bellewaerde Park.....	27
1.1.1.7 Couleur locale	27
1.1.1.8 Evenementen	28
1.1.2 Ondersteunende toeristische voorzieningen en dienstverlening.....	28
1.1.2.1 Logiesaanbod.....	28
1.1.2.2 Toeristische infokantoren	43
1.1.3 Externe en interne toegankelijkheid	44
1.2 Actueel toeristisch-recreatieve vraag.....	45
1.2.1 Verblijfstoerisme	45
1.2.2 Dagtoerisme	59
1.3 Economische betekenis van toerisme en recreatie in de Westhoek.....	64
1.3.1 Omzet van toerisme en recreatie in de Westhoek	64
1.3.2 Werkgelegenheid	66
1.4 Organisatie.....	68
1.4.1 Regiowerking	68
1.4.2 Oprichting van de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen	68
1.5 Gevoerd beleid rond productontwikkeling	69
1.6 Gevoerd beleid rond marketing binnen regiowerking Westhoek	69
2 Externe analyse.....	74
2.1 Externe middelen	74
2.1.1 Europese programma's.....	74
2.1.2 Middelen van Toerisme Vlaanderen	77
2.1.3 Middelen van de provincie.....	77
2.1.4 Middelen van de gemeenten.....	77
2.2 Beleid van andere sectoren belangrijk voor het toeristisch product.....	78
2.2.1 Actoren van Vlaams niveau	78
2.2.1.1 Agentschap voor Natuur en Bos.....	78
2.2.1.2 Vlaamse Landmaatschappij.....	79
2.2.1.3 Vlaams beleid rond cultuur.....	79
2.2.1.4 Vlaams beleid rond infrastructuur	80
2.2.1.5 Vlaams beleid rond ruimtelijke planning.....	80
2.2.2 Provinciaal beleid	81
2.2.3 Gemeentelijk beleid	82
2.3 Opportunities en bedreigingen vanuit Vlaams beleid voor toerisme	82

2.3.1 Invoering van een koepeldecreet op logies	82
2.3.2 Nieuw marketingbeleid bij Toerisme Vlaanderen.....	84
2.4 Macrotrends in toeristisch-recreatieve vraag	85
2.4.1 Sociaal-culturele trends	85
2.4.2 Demografische trends	85
2.4.3 Trends in reserveringsgedrag en informatiewerving	86
2.4.4 Globale trends: conclusies voor de Westhoek.....	86
2.5 Trends in de markten	87
2.5.1 Trends in de Belgische vakantiemarkt.....	87
2.5.2 Trends in de Nederlandse vakantiemarkt.....	88
2.5.3 Trends in de Britse vakantiemarkt.....	88
DEEL 2 DIAGNOSE	90
1 SWOT-analyse voor de westhoek.....	90
2 Probleemformulering.....	94
STAP 3 WAT WILLEN WE BEREIKEN IN DE VOLGENDE ZES JAAR ?	98
STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN	98
Intern perspectief.....	98
Extern perspectief.....	100
STAP 4 WELKE MARKTSTRATEGIE ZULLEN WE HANTEREN ?	102
DEEL 1 GEWENSTE PRODUCTMARKTCOMBINATIES.....	102
DEEL 2 POSITIONERING	109
STAP 5 HOE BEREIKEN WE DE GESTELDE DOELSTELLINGEN ?	114
DEEL 1 ACTIEGERICHTE STRATEGIE VOOR PRODUCTONTWIKKELING	114
1 Zorgzaam omgaan met landschap en milieu (SD 1).....	114
1.1 Verdere ondersteuning van de gecoördineerde aanpak van de Regionale Landschappen in de regio	114
1.2 Verdere acties in de Westhoek rond natuur-, bos- en landschapontwikkeling door andere instanties.....	115
1.3 Meer aandacht voor het bouwkundig erfgoed en voor de kwaliteit van de bebouwde ruimte.....	117
1.4 Aandacht voor landschap en milieu vanuit diverse sectoren	118
1.5 Aandacht voor landschap en milieu vanuit de toeristische sector.....	120
2 Verdiepen van de globale beleving van het oorlogsgebeuren (SD 2).....	121
3 Uitbouwen van het fietsnetwerk Westhoek tot een volwaardig fietsproduct (SD 3).....	124
4 Kwalitatief verdiepen van de rest van de toeristisch-recreatieve beleving van de Westhoek en realiseren van spreiding van bezoekers (SD 4)	127
4.1 Verdiepen van de beleving in niet-oorlogsgelateerde toeristische attracties.....	127
4.2 Verdere kwalitatieve uitbouw van recreatieve groengebieden.....	129
4.3 De IJzer- en Handzamevallei meer als unieke troef uitspelen.....	131
4.4 Kwalitatieve uitbreiding van het wandelproduct	131
4.5 Aandacht voor andere recreatieve activiteiten	134
4.6 Evenementen	137
4.7 Couleur locale	138
5 Uitbouwen van een meer Gedifferentieerd, kwalitatief en rendabel logiesaanbod (SD 5)	140
6 Uitbouwen van een gestructureerd en professioneel onthaal met regiokarakter (SD 6)	143
DEEL 2 ACTIEGERICHTE STRATEGIE VOOR MARKETING	147
1 Versterken van het imago van de Westhoek als kwaliteitsbestemming (SD9).....	148
2 Streven naar de meest efficiënte marketingstrategie (SD 10).....	149

2.1 Kosten/prijsbenadering.....	149
2.2 Distributiestrategie: place.....	150
2.3 Commerciële productontwikkeling voor prioritaire doelgroepen.....	151
2.4 Communicatiestrategie	153
2.4.1 Communicatiedoelgroepen	153
2.4.2 Communicatie-instrumenten	154
<i>DEEL 3 ACTIEGERICHTE STRATEGIE VOOR ORGANISATIE</i>	<i>161</i>
Bestendigen en bevorderen van een dynamische toeristische werking in de Westhoek (SD 7)	161
<i>DEEL 4 ACTIEGERICHTE STRATEGIE VOOR KENNISONTWIKKELING</i>	<i>163</i>
Ontwikkelen van een monitoring- en informatiesysteem (SD 8)	163
STAP 6 GLOBALE PRESTATIE-INDICATOREN	166
ANNEX A	171
ANNEX B	173
COLOFON	176

VOORWOORD

Het eerste strategisch beleidsplan toerisme en recreatie voor de Westhoek werd in 1999 opgemaakt. Sindsdien zijn er in de Westhoek bijzonder veel inspanningen geleverd, zowel voor de ontwikkeling en uitbreiding van het toeristisch product als op het vlak van regiomarketing. Deze inspanningen hebben zich vertaald in een duidelijke toename van het aantal bezoekers aan de regio.

Ook in de toekomst willen we de toeristisch-recreatieve ontwikkelingen in de Westhoek op een doordachte en kwalitatieve manier blijven aansturen. Daarom was een nieuwe toekomstvisie voor deze regio aangewezen.

In opdracht van het provinciebestuur van West-Vlaanderen startte Westtoer met steun van Toerisme Vlaanderen eind 2006 het strategisch planningsproces voor deze regio opnieuw op. Het einddoel was een volledig geactualiseerd en herzien strategisch beleidsplan.

Dit nieuwe strategisch beleidsplan werd goedgekeurd in de provincieraad van januari 2008. Het is net als het eerste beleidsplan het resultaat van een lang en complex proces, waarin tal van regio-actoren een zeer belangrijke stem hebben gekregen.

In dit beleidsplan worden de klijtlijnen voor het beleid op het vlak van toerisme en recreatie voor de komende zes jaar (2008-2013) uitgestippeld.

Centraal staat het op een duurzame manier verder ontwikkelen en vermarkten van de Westhoek als een toeristisch-recreatieve belevenisregio en kwaliteitsbestemming die een toppositie blijft bekleden binnen de groene regio's in Vlaanderen.

Wij hopen samen met u onze visie op de Westhoek te kunnen realiseren.

Patrick Van Gheluwe

Gedeputeerde o.m. bevoegd voor Toerisme
Voorzitter van Westtoer apb

INLEIDING

Sinds de provincie West-Vlaanderen in 1997 opteerde voor een regionale aanpak van toerisme en recreatie, werd reeds voor elk van de vier toeristische regio's in onze provincie een strategisch beleidsplan opgemaakt.

Voorliggend strategisch beleidsplan toerisme en recreatie voor de Westhoek is de volledig herziene en geactualiseerde versie van het plan dat in 1999 voor deze regio werd opgesteld en door de provincieraad werd goedgekeurd.

Dit beleidsplan wil op een kritische manier de stand van zaken inzake toerisme en recreatie in de Westhoek doorlichten en de verdere ontwikkelingsperspectieven voor de periode 2008-2013 vastleggen.

Binnen de methodologie van de strategische planning worden volgende stappen onderscheiden:

- *Stap 1: Waar naartoe met toerisme en recreatie in de Westhoek?*
Een omschrijving van de principiële uitgangspunten en de missie voor de toekomstige ontwikkeling van toerisme en recreatie in de regio.
- *Stap 2: Waar staan we met de Westhoek?*
In deze stap wordt een uitvoerige en kritische situatieanalyse gemaakt, vertrekkend van de situatie zoals die in 1999 was. Dit resulteert in een synthese in sterkten/zwakten en kansen/bedreigingen en een accurate probleemformulering waarin de belangrijkste knelpunten voor de regio worden aangegeven.

Uit de situatieanalyse bleek dat er op vlak van toerisme en recreatie de voorbije jaren een duidelijk positieve evolutie te noteren viel. De in 1999 vooropgestelde doelstellingen werden ruimschoots behaald.
- *Stap 3: Wat willen we bereiken in de volgende zes jaar?*
Nu we weten waar we staan en wat mogelijk is en wat niet, kunnen de strategische doelstellingen worden bepaald.
- *Stap 4: Welke marktstrategie zullen we hanteren?*
In deze stap - het scharnierpunt in het strategisch planningsproces - worden de prioritaire productmarktcombinaties geselecteerd en wordt ook de positionering vastgelegd voor de Westhoek als toeristische bestemming.
- *Stap 5: Hoe bereiken we de gestelde doelstellingen?*
Gebaseerd op de marktstrategie kan een actiegerichtte strategie worden geformuleerd voor de diverse werkvelden productontwikkeling, marketing, organisatie en kennisontwikkeling.
- *Stap 6: Globale prestatie-indicatoren*
Tenslotte worden een aantal streefdoelen vastgelegd waarop het beleidsplan na afloop van de planningsperiode geëvalueerd kan worden.

Dit beleidsplan is de resultante van een complex proces waarin de regio-actoren een belangrijke stem hebben. Het werd - met steun van Toerisme Vlaanderen - opgemaakt door Westtoer en begeleid door een plangroep met deskundigen van Westtoer en de provincie die onder meer instond voor het oriënteren van de grote krijtlijnen van het beleidsplan.

Het planningsproces werd daarnaast ook ondersteund door drie overlegmomenten van de klankbordgroep die over een periode van een jaar werden georganiseerd en waar telkens

een ruim forum van diverse lokale, regionale, provinciale en Vlaamse, publieke en private, actoren uit toeristische en aanverwante sectoren werd samengebracht om over de belangrijkste strategische keuzes te overleggen. Deze groep fungeerde als klankbord om het planningsproces te begeleiden vanuit de technische vakbekwaamheden en/of kennis van de regio of sector.

Daarnaast werd met elke Westhoekgemeente afzonderlijk overleg gepleegd, telkens met de schepen voor toerisme en met het diensthoofd toerisme. Voor specifieke onderwerpen of analyses werd afzonderlijk overlegd met de betrokken (toeristische) actoren of met externe deskundigen.

De krachtlijnen van dit beleidsplan werden tenslotte ook vastgelegd op een speciaal daartoe samengeroepen Stuurgroep die was samengesteld uit alle burgemeesters en schepenen voor toerisme van de Westhoek.

Het ontwerp strategisch beleidsplan werd aan de volgende instanties voorgelegd:

- de Adviesgroep voor Toerisme en Recreatie in de Westhoek (overlegforum met de diensten voor toerisme van de Westhoek);
- de Stuurgroep Gebiedsgerichte Werking van de Provincie;
- RESOC Westhoek;
- UNIZO Westhoek;
- het Regionaal Overlegplatform Westhoek (Westtoeroverleg met de burgemeesters en schepenen toerisme van de Westhoek);
- de Raad van Bestuur van Westtoer.

Het beleidsplan werd ter goedkeuring voorgelegd aan de provincieraad van West-Vlaanderen en doorliep daarvoor volgende procedure:

- de Bestendige Deputatie van de provincie West-Vlaanderen;
- de 5de Commissie Toerisme en Recreatie van de Provincie West-Vlaanderen;
- de Provincieraad West-Vlaanderen.

Door de betrokkenheid van de diverse actoren op de verschillende niveau's bij de opmaak van het beleidsplan en door het besluitvormingsproces op regionaal en provinciaal niveau verwerft dit herziene beleidsplan toerisme en recreatie voor de Westhoek een grote draagkracht en wordt de kans op effectieve realisatie verhoogd.

Westtoer houdt eraan alle personen die een bijdrage leverden aan de opmaak van dit strategisch beleidsplan van harte te bedanken. We denken hierbij onder meer aan alle aanwezigen op de diverse overlegmomenten, de diensthoofden en medewerkers van de verschillende diensten voor toerisme in de regio, de medewerkers van de gebiedswerking en andere diensten van de Provincie West-Vlaanderen, de heer Patrick Van Impe (marketingconsulent), de medewerkers van de FOD Economie (Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen) en de medewerkers van Toerisme Vlaanderen die het proces begeleidden.

STAP 1

WAAR NAARTOE MET TOERISME EN RECREATIE IN DE WESTHOEK ?

Voor deze herziening van het beleidsplan toerisme en recreatie voor de Westhoek is het van belang om na te gaan of de uitgangspunten en de lange termijn doelstellingen die werden geformuleerd in het vorige plan verder kunnen aangehouden worden voor de periode 2008-2013.

1 UITGANGSPUNTEN

Volgende uitgangspunten uit 1998 blijven hun belang houden:

- Hoewel de regio een groot stuk diversificatie kende in de voorbije jaren in de ontwikkeling van haar economie van een landbouwgebonden naar een meer industriële economie en een economie waarin toerisme reeds haar plaats verworven heeft, kan toerisme nog sterker een bijdrage leveren tot de economische leefbaarheid van de regio.
- Vooral van belang hierbij is het feit dat de toeristische sector van nature steunt op specifieke streekkenmerken, wat maakt dat ze in de eigen regio geworteld is en niet zomaar, zoals andere economische bedrijvigheden, naar elders verplaatst kan worden.
- De toeristisch-recreatieve vraag kan het draagvlak voor een aantal voorzieningen in de plattelandsregio ondersteunen. De toeristische ontwikkeling zorgt immers voor het invullen van een nieuwe economische functie in het gebouwenpatrimonium dat vrijkomt uit de landbouw. Daardoor blijft de regio een dynamische en jonge bevolking houden en zorgt de koopkracht van buitenaf voor het verder bestaan van cafés en andere voorzieningen in het landelijk gebied van de Westhoek. De profilering als toeristische regio kan tevens ten goede komen aan de bekendheid en de afzet van de streekproducten waardoor bepaalde ambachtelijke productieprocessen in de streek behouden blijven.
- Een evenwichtige en verantwoorde uitbouw van toerisme en recreatie draagt bij tot het behoud en de valorisatie van waardevolle natuur- en landschapselementen en van het cultuurhistorisch erfgoed in de Westhoek. Op deze manier wordt dit basiskapitaal gevrijwaard voor de komende generaties en wordt duurzaam toerisme nagestreefd. De sector toerisme en recreatie vertoont duidelijke raakvlakken met heel wat andere beleidsdomeinen. Het uitwerken van een beleid op middellange termijn moet dus op een geïntegreerde manier gebeuren samen met alle betrokken sectoren.
- De toeristisch-recreatieve sector heeft ook een niet te onderschatten maatschappelijk belang. Het verder ontwikkelen van omgevingsrecreatieve elementen draagt immers in aanzienlijke mate bij tot de kwaliteit van de leefomgeving van de lokale bevolking. Bovendien zijn de toeristisch-recreatieve voorzieningen in een regio een determinerende factor voor de algemene attractiviteit en het globale imago van een regio, wat op haar beurt ondersteunend kan zijn voor de creatie van nieuwe werkgelegenheid in andere sectoren in de Westhoek. Tenslotte biedt toerisme en recreatie voor de lokale bevolking ook kansen om de eigen regio beter te leren kennen.

Bijkomend kunnen we stellen dat de ervaring leert dat het uitzetten van een beleidsvisie op middellange termijn voor toerisme en recreatie de samenwerking tussen de diverse publieke en private actoren in de regio kan bevorderen.

2 MISSIE ROND TOERISME EN RECREATIE IN DE WESTHOEK

De missie vormt het algemeen kader voor de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de regio en geeft in enkele zinnen de koers weer die de actoren voor zichzelf uittekenen. Deze 'missie' was vroeger opgenomen in de centrale doelstellingen. In deze missie wordt de ambitie tegenover 1998 hoger gelegd en streven we naar het versterken van de toppositie die de Westhoek nu heeft binnen de context van de groene regio's binnen Vlaanderen.

De missie voor de regio kan op volgende manier worden geformuleerd:

- De sector toerisme en recreatie in de Westhoek nog verder uitbouwen tot een **volwaardige economische sector** die voor de lokale bevolking inkomsten en werkgelegenheid genereert en aldus een bijdrage levert tot de diversificatie van de economie en de leefbaarheid in de regio.
- De Westhoek op een duurzame manier verder ontwikkelen en vermarkten als toeristisch-recreatieve '**belevenisregio**' die een toppositie blijft bekleden binnen de groene regio's in Vlaanderen.
- Het ondersteunen van **de maatschappelijke functie** van de Westhoek als een toeristisch-recreatieve regio voor een belangrijk deel van de West-Vlamingen om hun omgevingsrecreatieve behoeften op te vangen.

Vanuit deze missie wordt de situatie kritisch bekeken in stap 2.

STAP 2

WAAR STAAN WE MET DE WESTHOEK ?

In deze analyse hebben we niet de bedoeling om exhaustief de regio te beschrijven maar willen we vooral de veranderingen die zijn opgetreden tegenover 1998 belichten. In feite gaat het dus over: waar staan we nu met de Westhoek tegenover 1998.

DEEL 1

SITUATIEANALYSE

De Westhoek blijft de contouren behouden zoals ze werden vastgelegd in het vorige plan met uitzondering van Staden dat pas in 2002 toetrad namelijk (zie figuur 1):

- De 16 Westhoekgemeenten (Veurne, Diksmuide, Koekelare, Kortemark, Alveringem, Lo-Reninge, Vleteren, Houthulst, Staden, Langemark-Poelkapelle, Poperinge, Ieper, Zonnebeke, Heuvelland, Mesen en Wervik). Wervik behoort sinds 2000 zowel tot de Leiestreek als tot de Westhoek (Wervik draagt bij in de regiopool van beide regio's). Alle cijfermatige analyses in dit beleidsplan beperken zich echter tot de 15 hierboven opgesomde gemeenten, zonder Wervik. Wervik wordt in de analyses van Westtoer systematisch bij de Leiestreek gerekend.
- De deelgemeenten in het hinterland van de drie Westkustgemeenten (De Panne, Koksijde en Nieuwpoort) en Middelkerke (deze gemeenten dragen bij in de regiopool van de Westhoek).

Figuur 1:
Gebiedsomschrijving van de Westhoek



1 INTERNE ANALYSE

1.1 Actueel toeristisch-recreatief aanbod

1.1.1 Toeristisch-recreatieve aantrekkingselementen

1.1.1.1 Landschap

De Westhoek is een uitgesproken open en landelijk gebied. De regio is nog steeds het grootste open ruimtegebied van Vlaanderen. Ruim 89% van de oppervlakte is onbebouwd¹. De regio is dunbevolkt² en weinig verstedelijkt. Het landschap wordt in belangrijke mate bepaald door de landbouw.

Landschappelijk gezien is er een duidelijk onderscheid tussen het vlakke noorden en het meer heuvelachtige zuiden. Vier landschapstypes kunnen worden onderscheiden³:

- De Polders⁴ met o.m. de Moeren, de komgronden van Lampernisse (stiltegebied) en het Plateau van Izenberge.
- De IJzervallei en Handzamevallei (beiden met bijzonder ecologisch belang voor allerlei vogelsoorten).
- De Zuidelijke IJzervlakte.
- Het Heuvelland (een reeks heuveltoppen die elkaar in één lijn opvolgen).

In het landschap van de Westhoek kunnen volgende elementen worden onderscheiden:

- Een uitgestrekt **agrarisch gebied** (ruim 87% van de oppervlakte van de Westhoek is landbouwgrond). De voornamelijk grondgebonden landbouw heeft ervoor gezorgd dat de Westhoek tot op heden een open gebied is gebleven.
- Een (vrij versnipperd) geheel van **openbare groengebieden** (bosgebieden, natuurgebieden en parken).
 - Het merendeel van de **bosgebieden** bevindt zich in het zuiden van de regio. Naast de 3 provinciedomeinen (Palingbeek, Gasthuisbossen en Kemmelberg) die samen bijna een derde van het bosareaal van de Westhoek vertegenwoordigen, zijn er nog heel wat andere openbaar toegankelijke bosgebieden waarvan het Vrijbos (Houthulst), de Galgebossen (Ieper/Poperinge), het Koekelarebos, het Sixtusbos (Poperinge) en het Polygoonbos (Zonnebeke) de grootste zijn (een volledige opsomming zou ons hier te ver leiden).
 - De grootste openbaar toegankelijke **beschermde natuurgebieden** situeren zich in het centrale deel van de regio (Blankaart, Handzamevallei, Komgronden van Lampernisse, Viconiakleiputten), terwijl het zuiden van de regio (Heuvelland in het bijzonder) heel wat kleinere natuurgebieden telt.

¹ Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie, 2007.

² De gemiddelde bevolkingsdichtheid bedraagt 149 inwoners per km² (voor West-Vlaanderen is dit 363 inwoners per km², voor Vlaanderen 449 inwoners per km²).

³ In het Provinciaal Ruimtelijk Structuurplan (PRS) wordt een meer gedetailleerde indeling gehanteerd. Volgende landschapstypes maken volgens het PRS deel uit van de Westhoek: de Kustpolders; de Moeren; het Plateau van Izenberge; de IJzervallei; de Zuidelijke IJzervlakte, Westhoek, Land van Ieper; het Hoppeland van Poperinge; de Rug van Westrozebeke (deels ook Leiestreek); West-Vlaamse Heuvels; Douvevallei; Land van Nieuwkerke.

⁴ Inclusief het hinterland van de Westkustgemeenten en Middelkerke.

- De regio telt ook een aantal **parken**, voornamelijk in of rond de stedelijke gebieden Ieper, Poperinge, Veurne en Diksmuide.
- Meerdere **erfgoedstadjes** (Ieper, Poperinge, Veurne, Diksmuide, Lo, Wervik en Mesen) die door hun rijke verleden, hun pittoreske hoekjes en hun gevarieerd aanbod aan bezienswaardigheden mee vorm geven aan de diversiteit van de regio.
- Divers geheel van **pittoreske dorpen** en **kleine erfgoedelementen** in de open ruimte (molens, kasteeltjes, hoeves,...).
- Een uitgebreid netwerk van **waterwegen** (met als belangrijkste de IJzer, het Lo-kanaal, het kanaal Ieper-IJzer en het kanaal Plassendale-Nieuwpoort-Duinkerke), vaak voorzien van jaagpaden.
- Twee belangrijke recreatieve **groene assen** (de *Frontzate* van Nieuwpoort naar Diksmuide en de *Vrijbosroute* van Boezinge naar Kortemark, beiden oude spoorwegbeddingen)⁵.
- Meerdere **waterplassen** met name rond Diksmuide en Ieper (vooral Dikkebusvijver en Zillebekevijver zijn op recreatief vlak van belang).

Hoewel de openheid van het landschap van de Westhoek nog relatief goed bewaard is gebleven in vergelijking met andere delen van Vlaanderen, merken we de voorbije jaren toch een steeds toenemende druk op dit landschap en een algemene achteruitgang van de visuele kwaliteit ervan.

Vanuit verschillende hoeken wordt het typische karakter van het landschap sluipend aangetast:

- Enerzijds gaat de beleving van het landschap achteruit (niet alleen visueel, ook 'stilte' wordt schaarser). Er is sprake van een sluipende achteruitgang van de kwaliteit van het landschap door tal van veranderingen die versneld in de Westhoek plaatsvinden op vlak van economie, wonen, ontspannen, mobiliteit (voorbeelden zijn toenemende lintbebouwing, baanwinkels, uitbreiding van bedrijventerreinen, landbouwloodsen in onaangepaste materialen, nieuwe verkeersinfrastructuren, afnemende biodiversiteit, druk op het erfgoed e.a.). Ook de toenemende 'privatisering' van het platteland speelt hierin een rol (oude hoeves worden tot riante, veel minder in het landschap passende villa's omgebouwd). Met dergelijke ontwikkelingen dient omzichtig te worden omgegaan. Het captatievermogen van een open landschap is immers beperkt. In een open landschap als dat van de Westhoek zijn dergelijke storende ingrepen vrijwel onmiddellijk zichtbaar.
- Anderzijds is het zo dat de toenemende intensivering van de hedendaagse landbouw (sterkere specialisatie, bv. groententeelt, glastuinbouw) eveneens een visuele impact heeft op het landschap. Toch dient hierbij opgemerkt te worden dat veel land- en tuinbouwers zich meer en meer bewust worden van de impact die zij hebben op het landschap en daarom ook inspanningen doen op vlak van bedrijfsintegratie (aandacht voor architectuur en beplanting) en het aanplanten van kleine landschapselementen in het agrarisch gebied.

⁵ De hierboven vermelde jaagpaden behoren niet tot het netwerk van de groene assen. Het geheel van blauwe assen (waterwegen met hun jaagpaden) en groene assen wordt ook wel het 'groen-blauwe netwerk' genoemd.

Typische teelten als hop of tabak staan in de Westhoek bijzonder onder druk en dreigen binnen enkele jaren volledig uit het landschap te verdwijnen. Dit heeft vooral te maken met elementen als prijsvorming en marktevoluties en in mindere mate met de intensivering van de landbouw.

Het landschap van de Westhoek is in belangrijke mate ook een cultuurhistorisch landschap. De geschiedenis van de regio valt er op veel plaatsen nog letterlijk uit het landschap af te lezen. Deze historische relictten (o.m. de frontlandschappen van Wereldoorlog I), dienen dan ook maximaal bewaard te worden.

1.1.1.2 Wandeldomeinen

De grote wandeldomeinen zijn dezelfde gebleven als in 1998 namelijk:

- het provinciedomein de Palingbeek;
- het provinciedomein Gasthuisbossen bij Ieper;
- het provinciedomein de Kemmelberg;
- de omgeving van het Doelbos in Zonnebeke.

Ook de bossen aan de Rodeberg, het Houthulstbos en het Helleketelbos kunnen als belangrijke wandeldomeinen worden vermeld.

De provinciedomeinen werden de voorbije jaren flink uitgebreid (Palingbeek +30 ha; Kemmelberg +24 ha; Gasthuisbossen +3 ha). Bovendien wordt voor de domeinen waar mogelijk nog steeds gestreefd naar verdere uitbreiding.

Belangrijk hierbij te vermelden zijn de recente bezoekerscentra of NME-centra, verbonden aan een provinciedomein of ander natuurgebied. Voorbeelden zijn de bezoekerscentra De Palingbeek (Ieper), De Otter (Diksmuide) en De Boot (Houthulst). Deze bezoekerscentra richten zich in eerste instantie op natuur-, milieu- en landschapseducatie voor het gebied waar ze gelegen zijn.

Binnen het kader van de afbakening van de kleinstedelijke gebieden doen zich opportuniteiten voor voor het ontwikkelen van stadsbossen.

Ook vanuit het Agentschap voor Natuur en Bos werden belangrijke bosuitbreidingen gerealiseerd (o.m. Sixtusbossen in Poperinge en Vleteren, Hellegatbos en Doevevallei in Heuvelland, Galgebossen in Ieper en Poperinge en Polygoonbos in Zonnebeke). Er worden ook nog verdere uitbreidingen voorzien, o.m. voor het Vrijbos in Houthulst, het Helleketelbos en het speelbos 'de Bommelaar' in Poperinge en het Kampagnebos in Wijtschate (Heuvelland). Ook wordt in het kader van de ruilverkaveling Woesten in het najaar 2007 een nieuw openbaar wandeldomein van 15 ha ingericht op het grondgebied Vleteren-Poperinge (Wippebos; eigenaar-beheerder ANB). Hierop aansluitend wordt in het plantseizoen 2009-2010 een speelzone van 4 ha aangelegd (openstelling pas voor 10 jaar daarna).

In Diksmuide tenslotte dient zich nog een belangrijke opportuniteit aan. Daar is de provincie bereid een nieuw provinciedomein te ontwikkelen aan de IJzer. Het nieuwe, laagdynamische domein zal in belangrijke mate als parklandschap worden ontwikkeld (niet als bosgebied). Het nieuwe domein biedt potentieel voor een ruime mix aan recreatieve activiteiten: fietsen, wandelen, wandelruiterij, waterrecreatie op de IJzer etc.

1.1.1.3 Routestructuren

Lusvormige wandelroutes

Westtoer (en voordien de WVT) realiseerden in de Westhoek tot op heden reeds 16 lusvormige bewegwijzerde landschapswandelroutes, goed voor een totale lengte van meer dan 128 km wandelpaden.

Sedert 1998 werden volgende wandelroutes ontwikkeld:

- Bethoosterse Broekenwandelroute, Esen
- Blankaartwandelroute, Woumen
- Dode IJzerwandelroute, Roesbrugge
- Drie Grachtenwandelroute, Merkem
- Galgebossenwandelroute, Elverdinge
- Geuzenwandelroute, Nieuwkerke
- Heksenwandelroute, Beselare
- Kraters en Mijnenwandelroute, Wijtschate
- Pannendorpwandelroute, Alveringem
- Sint-Sixtuswandelroute, Westvleteren
- Zannekinwandelroute, Diksmuide

De landschapswandelroutes zijn vrij goed over de regio gespreid en situeren zich voornamelijk in gebieden met belangrijke natuurwaarden en een hoge landschappelijke aantrekkelijkheid (bv. de omgeving van de West-Vlaamse Heuvels of de IJzervallei). De landschappelijke kwaliteit is bij de ontwikkeling van nieuwe wandelroutes dan ook een heel belangrijk criterium.

Van de landschapswandelroutes in de Westhoek worden per route jaarlijks gemiddeld een kleine 300 exemplaren verkocht. Dit aantal is echter sterk afhankelijk van de route in kwestie. In het jaar waarin een nieuwe route wordt geopend, worden doorgaans ook hogere verkoopscijfers gerealiseerd.

In het centrale en oostelijke deel van de Westhoek valt te onderzoeken in hoeverre zich nog mogelijkheden aandienen voor landschapswandelroutes (bv. omgeving Langemark, Poelkapelle, Staden, ten noorden van Ieper en Zonnebeke).

Westtoer pleit voor het behouden van trage wegen. Bij het ontwikkelen van wandelroutes wordt dan ook bijzondere aandacht besteed aan het inschakelen van kerk- en buurtwegels in recreatieve routes.

Heel wat Westhoekgemeenten doen momenteel inspanningen om hun eigen aanbod aan lokale, al dan niet bewegwijzerde wandelroutes te verbeteren en te saneren. Een aantal gemeenten is ook vragende partij voor nieuwe landschapswandelroutes op hun grondgebied, bij voorkeur vanuit de dorpskernen die over logiesaccommodatie of andere toeristische voorzieningen beschikken.

Naar de toekomst toe dienen zich o.m. mogelijkheden aan voor nieuwe landschapswandelroutes in o.m. Koekelare/Vladslo, Beauvoorde/Vinkem/Sint-Rijkers, Abele, Stavele/Beveren (op voorwaarde van realisatie nieuwe brug over de IJzer), Poperinge (Helleketelbos) en Kortemark/Houthulst.

In de reeks "Verhalen voor Onderweg"⁶, ontwikkeld en gedragen door beide Regionale Landschappen, werden tot op heden een zestal thematische wandelroutes ontwikkeld die mee in de promotie en verkoop door Westtoer worden opgenomen.

Naast landschapswandelroutes werden er sinds 1998 ook bewegwijzerde erfgoedwandelroutes ontwikkeld (stadswandelingen).

Momenteel is er één provinciale erfgoedwandeling (Poperinge), maar er zijn ook stadswandelingen in Diksmuide (Stadslink), Lo (Noordoverroute) en Ieper (Vestingroute). Ook in Nieuwpoort is er een landschapswandelroute waarvan het traject voor een groot deel in stedelijke omgeving loopt (Koolhofwandelroute).

Wandelnetwerken

Westtoer lag met Toerisme Vlaanderen en de Antwerpse Kempen mee aan de basis van het ontwikkelen van wandelnetwerken. Het gaat daarbij om een nieuw product in de vorm van een knooppuntennetwerk dat de wandelaar toelaat om zelf zijn traject samen te stellen en de lengte ervan te bepalen. Met dergelijk knooppuntennetwerk wordt ingespeeld op de veranderende behoeften van de recreant, met name de vraag naar een meer flexibel wandelaanbod.

In 2005 werd in Heuvelland het eerste wandelnetwerk van Vlaanderen officieel in gebruik genomen. In 2007 volgde het wandelnetwerk Ieperboog, een verkenning van het WO I-frontlandschap rondom Ieper. Beide wandelnetwerken sluiten op elkaar aan.

Ook aan de Westkust (De Panne, Koksijde, Nieuwpoort) wordt (vnl. in de duinen) een wandelnetwerk ontwikkeld ("Westkustduinen", opening voorzien in juni 2008).

Bij de ontwikkeling van wandelnetwerken wordt een onderscheid gemaakt tussen de grote wandelnetwerken (Heuvelland, Ieperboog, Westkustduinen) en kleinere wandelnetwerken. Mogelijkheden in de Westhoek voor dergelijke kleinere netwerken zijn de omgeving van het Houthulstbos, de IJzervallei (tussen Fintele en Roesbrugge) en het Hoppeland rond Poperinge.

In 2005 voerde Westtoer een evaluatie van dit nieuwe product uit bij de gebruikers van het wandelnetwerk Heuvelland. De belangrijkste conclusies uit dit onderzoek zijn:

- 96% van de bevroagden beoordeelde het wandelnetwerk Heuvelland als zeer goed tot uitstekend. Als meest genoemde redenen voor de positieve beoordeling werden genoemd: *vrijheid* (64%) d.w.z. vrije keuze van afstand, omgeving, vertrekpunt, traject; *gebruiksgemak* (38%) d.w.z. eenvoudig, overzichtelijk, duidelijke bewegwijzering; en *flexibiliteit* (32%) m.n. de mogelijkheid de wandeling aan te passen aan de omstandigheden (weer, kinderen).
- De gemiddelde wandelafstand op het netwerk bedraagt 9 km (wat ongeveer overeenkomt met de gemiddelde lengte van de lusvormige landschapswandelroutes), maar meer dan 30% van de wandelaars maakt tochten van 10 km en langer. Dit wijst duidelijk op een veranderende behoefte op vlak van wandelrecreatie (meer flexibiliteit).

⁶ De wandelingen uit de reeks 'Verhalen voor Onderweg' zijn niet-bewegwijzerde thematische wandelingen (zowel landschaps- als stadswandelingen). Er is telkens een uitgebreide brochure voorzien met wegbeschrijving, uitleg, foto's en kaart. De brochure is vooral gericht op de lokale bevolking (enkel Nederlandstalig), maar kan ook toeristisch worden aangewend.

- De vaakst genoemde vertrek(knoop)punten zijn Kemmel (28%) en Westouter (20%), gevolgd door Loker (5%), De Klijte (4%), Dranouter (3%) en de bergen (Rodeberg, Kemmelberg, Zwarte Berg). De belangrijkste redenen die hiervoor worden opgegeven zijn: de aanwezigheid van parkeergelegenheid (32%), de ligging nabij het logies (19%), de aantrekkelijkheid van de omgeving (15%) en de ligging nabij een café of restaurant (10%). De kwaliteit van de landschappelijke omgeving waar een wandelnetwerk wordt gerealiseerd is duidelijk van zeer groot belang.
- Het wandelnetwerk trekt vooral een publiek aan van 35-plussers. De leeftijdsgroep jonger dan 35 maakt nauwelijks 10% uit. Meer dan de helft van de wandelaars op het netwerk situeert zich in de leeftijdsgroep van 35 tot 54 jaar.
- Als voornaamste aandachtspunten kwamen uit het onderzoek: het gebrek aan rustpunten en -banken en het te kleine aantal eet- en drankgelegenheden langs de trajecten (alook ontbrekende informatie over openingsuren en -dagen van de aanwezige horeca op de bijgaande kaart).

Eén van de doelstellingen van de ontwikkeling van een wandelnetwerk in Heuvelland was de beoogde spreiding van de recreatieve druk, weg van de Kemmelberg, Rode berg en Zwarte berg. In de praktijk zien we echter dat dit niet volledig gerealiseerd wordt. Vooral Kemmel en met name de Kemmelberg blijven (omwille van de unieke vergezichten) zeer populair bij gebruikers van het wandelnetwerk.

Op sommige plaatsen blijkt het wandelnetwerk Heuvelland té dicht (bv. omgeving Rodeberg), met als gevolg conflicten tussen verschillende vormen van recreatie (wandelen, wandelruiterij, mountainbike). Door het niet langer opnemen van een aantal paden in het wandelnetwerk zouden de verschillende recreatievormen beter gescheiden kunnen worden, waardoor de problemen wellicht zouden afnemen. Ook een beperkte uitbreiding van het wandelnetwerk in de richting van Nieuwkerke en Frankrijk zou de recreatiedruk beter kunnen spreiden.

Doorgaande wandelroutes

Meerdere langeafstandswandelroutes doorkruisen de Westhoek: de GR 5A nabij de Franse grens, de GR 130 die voor een stuk de loop van de IJzer volgt, de GR 128 die via Kemmel en Ieper naar de Leiestreek loopt en de nieuwe streek-GR IJzer die van Buysseheure (Frankrijk) naar Nieuwpoort-Bad loopt via Roesbrugge en Diksmuide. Afgezien van de streek-GR zijn er sinds 1998 geen grote wijzigingen aangebracht in het aanbod van doorgaande wandelroutes. Wat de GR5A betreft blijft de oversteek van de A18 nog steeds een knelpunt.

Natuurgerichte wandelingen

Natuurverenigingen als Natuurpunt, maar ook de provincie, beide Regionale Landschappen en private actoren als bv. vzw De Boot bieden op regelmatige tijdstippen begeleide natuurwandelingen aan in groengebieden in de Westhoek.

Lusvormige fietsroutes / landschapsfietsroutes

De West-Vlaamse Vereniging voor de Vrije Tijd (WVT, in 2002 opgegaan in Westtoer) realiseerde in de Westhoek 11 lusvormige bewegwijzerde landschapsfietsroutes, goed voor een totale lengte van 483 km. Deze routes worden nog steeds door Westtoer onderhouden. Daarnaast vertrekken nog eens vier fietsroutes vanuit een startplaats aan de Westkust. Het traject van deze fietsroutes ligt echter vrijwel volledig in het hinterland van

de kustgemeenten, dat deel uitmaakt van de Westhoek. De fietsroutes zijn gemiddeld ongeveer 44 km lang en lopen grotendeels langs rustige landwegen die ook nog door ander verkeer gebruikt worden. Het kruisen van wegen en de doortocht in steden zorgt op sommige plaatsen nog voor verkeersonveilige situaties.

Sedert 1998 werden volgende fietsroutes ontwikkeld:

- Bakelandtfietsroute, Langemark
- Boterlandfietsroute, Diksmuide
- Frontierenfietsroute, Watou
- Hoppelandfietsroute, Poperinge
- Schoorbakkefietsroute, Middelkerke

De landschapsfietsroutes zijn evenwichtig over de regio gespreid. Er zijn geen plannen voor nieuwe op zichzelf staande lusvormige en bewegwijzerde fietsroutes.

Fietsnetwerk Westhoek

In navolging van Limburg dat al sinds de jaren 90 een ruime ervaring had opgebouwd met het uitwerken van fietsknooppuntennetwerken, werd in 2005 in de Westhoek eveneens een fietsnetwerk gerealiseerd. Al van bij aanvang bleek dit nieuwe product een enorm succes. Het netwerk is in totaal 876 km lang en telt 218 knooppunten met op de belangrijkste fietsassen (oude spoorwegbeddingen, jaagpaden) ook doelenbewegwijzering naar de omliggende dorpen en stadjes. Slechts 9% is autovrij (83 km), een vrij laag percentage in vergelijking met de buurregio's (19% autovrij in het Brugse Ommeland en telkens 25% in respectievelijk Leiestreek en Kust). Daartegenover staat wel het ruime aanbod aan veilige en aantrekkelijke landelijke wegen.

In 2006 besliste Westtoer om een gedetailleerd onderzoek uit te voeren op het fietsnetwerk van de Westhoek. Enerzijds werd via een innovatieve methodologie het aantal fietsers op het netwerk in kaart gebracht, anderzijds werd aan de hand van een bevraging ook gepeild naar het profiel, de activiteiten, de tevredenheid en de bestedingen van de fietsers op het netwerk.

De belangrijkste conclusies uit dit onderzoek zijn:

- Op het fietsnetwerk Westhoek worden op jaarbasis ongeveer 1 060 000 recreatieve fietsers geteld. Daarvan volgen er ongeveer 350 000 bewust de knooppunten van het netwerk. Ruim 110 000 fietsers volgen een lusvormige fietsroute. Het merendeel (ruim 600 000 fietsers) maakt echter een fietstocht zonder zich veel van het fietsnetwerk of de knooppunten aan te trekken⁷. De focus van het onderzoek lag op de eerste groep van fietsers die bewust voor het fietsnetwerk hebben gekozen.
- De belangrijkste groep van fietsers op het fietsnetwerk zijn de verblijfstoeristen aan de Kust (voornamelijk vanuit Nieuwpoort en Koksijde). Zij vertegenwoordigen 32% van de fietstochten op het netwerk (ongeveer 100 000 tochten).
- Het fietsen op het netwerk in de Westhoek is voor twee vijfden een West-Vlaamse aangelegenheid waarbij de inwoners van de Westhoek 22% van de fietstochten ondernemen en West-Vlaamse dagtoeristen die van de woonplaats vertrekken 21% van de fietstochten voor hun rekening nemen. Deze laatsten zijn vooral inwoners van de verstedelijkte West-Vlaamse Leiestreek, gevolgd door bewoners van de Kust en van het Brugse Ommeland.

⁷ Deze personen maakten gewoon een ritje met de fiets en bevonden zich toevallig op het fietsnetwerk. Omdat de focus van het onderzoek op het fietsnetwerk lag, zijn deze personen niet verder ondervraagd.

- 15% van de fietstochten wordt gemaakt door toeristen die in de Westhoek vakantie nemen. Van deze verblijfstoeristen vindt bijna 90% het fietsnetwerk belangrijk, tot zeer en zelfs uitermate belangrijk, voor het kiezen van de Westhoek voor hun vakantie. Deze toeristen verblijven grotendeels (70%) in kleinere hotels en gastenkamers, waarvan een groot deel zich op het platteland bevindt.
- 63% van de fietstochten wordt gemaakt door gezelschappen van twee volwassenen. Slechts 11% van de fietsers is vergezeld van kinderen. Vooral de leeftijdsgroep van 50-65 jaar houdt van fietsen op het fietsnetwerk: van 51% van de gezelschappen op het fietsnetwerk is de oudste persoon tussen 50 en 65 jaar. De jongere leeftijdsgroep van 18-39 jaar is bijna niet aanwezig. Vermits het onderzoek van Westtoer zich toespitst op de recreant die bewust voor het netwerk kiest, ligt de gemiddelde fietsafstand vrij hoog op 45,3 km per tocht. Slechts 23% van deze recreanten fietst een afstand van minder dan 34 km. Iets meer dan de helft fietst tussen de 35 en 55 km.
- 92% van de fietsers op het fietsnetwerk onderbreekt de fietstocht onderweg. 70% van alle fietsers op het netwerk houdt halt bij een café, restaurant of taverne. Andere populaire stopplaatsen zijn de rustbanken op het netwerk en de dorpen langs het netwerk. 84% van de fietsers gebruikt de netwerkkaart van Westtoer. Enkel omgevingsrecreanten gebruiken relatief minder de kaarten. Zij kennen de omgeving veel beter en behoeven dan ook niet altijd een kaart. De kaarten worden in de meeste gevallen zowel vóór als tijdens de fietstocht gebruikt. Er wordt vrij weinig afgeweken van het vooropgestelde traject.
- 82% is tevreden over het fietsnetwerk (43% is zelfs zeer tot uiterst tevreden). Dit is een goede score voor een vrij jong product. Het fietsnetwerk wordt vooral geapprecieerd omwille van de aantrekkelijke dorpskernen en stadjes waarlangs men fietst, de veiligheid van de oversteekplaatsen en de verwijzingen naar de nabijgelegen dorpen en steden. Aandachtspunten voor de toekomst zijn: het voorzien van picknicktafels, de kwaliteit van het wegdek van de vrijliggende fietspaden en de informatie langs het traject over de omgeving. Er zijn vooral klachten over het slechte wegdek van de Frontzate.
- De omgevingsrecreant, bewoner van de Westhoek, besteedt per fietstocht gemiddeld 6,9 euro, goed voor een omzet van 0,5 miljoen euro. Voor de dagtoerist ligt dit bedrag hoger op gemiddeld 10 euro. Voor de verblijfstoeristen wordt hun volledige verblijf toegewezen aan het fietsnetwerk. Dit gebeurt op basis van het belang dat dit netwerk had bij het kiezen van de Westhoek als vakantiebestemming. Deze bestedingen hebben dan niet louter te maken met de bestedingen tijdens of onmiddellijk aansluitend aan het verblijf maar met het volledige verblijf. Wanneer het zuiver toeristische belang van het fietsnetwerk in acht genomen wordt (de omzet van de dagtoeristen van buiten de regio en van de verblijfstoeristen in de Westhoek) dan heeft het fietsnetwerk van de Westhoek in 2006 een omzet gegenereerd van om en bij 12,6 miljoen euro.

Uit de resultaten van het onderzoek bleek dat vooral de belevingswaarde van het fietsnetwerk nog verder verhoogd kan worden. Dit kan enerzijds interpretatief (bv. via borden, themaroutes op het netwerk, informatietechnologie,...), anderzijds via ondersteunende infrastructuur als zitbanken, picknickplaatsen, belevings- en panoramapunten en fietsinrijpunten (plaatsen op het fietsnetwerk waar men makkelijk zijn tocht kan aanvangen en waar naast parkeergelegenheid ook andere voorzieningen aanwezig zijn als eet- en drankgelegenheden, infobord, eventueel ook fietsverhuur en -herstel, verkoop van routekaarten etc). Bij dit alles is ook de nodige aandacht vereist voor kindvriendelijkheid.

Een ander belangrijk aandachtspunt met betrekking tot het fietsnetwerk zijn de 'missing links'. Voor het oplossen van de 'missing links' op de fietsnetwerken moet echter op West-Vlaams niveau een prioriteitenlijst worden opgemaakt en is overleg met de betrokken wegbeheerders noodzakelijk om de nodige investeringen los te krijgen. In de Westhoek vragen alvast onder meer volgende missing links om een oplossing:

- fiets- en wandelbrug over de IJzer ter hoogte van Beveren a/d IJzer;
- tunnel onder de A18 ter hoogte van de Franse grens;
- fiets- en wandelbrug over kanaal Veurne-Duinkerke;
- fietsverbinding natuurreserveaat De Blankaart - Diksmuide (rechteroever van de IJzer);
- vrijliggend fietspad tussen knooppunt 62 en 69 (tussen Stavele en Roesbrugge);
- onderzoek naar de mogelijkheid van het realiseren van onbemande fietsveren over de IJzer (bv. ter hoogte van het natuurreserveaat De Blankaart en/of ter hoogte van de Dodengang)
- fietsverbinding vanaf de Vrijbosroute naar Houthulst.

Reeds gepland is de verdere gefaseerde grondige herinrichting van de Vrijbosroute (Boezinge-Kortemark) die deel uitmaakt van het fietsnetwerk van de Westhoek. Het gaat daarbij om het voorzien in aangepaste verharding, beveiliging van kruispunten en groene inkleding. Eveneens in ontwikkeling is een nieuwe huisstijl voor terreinmeubilair en -infrastructuur voor groene assen (Frontzate, Vrijbosroute).

Ook gepland is de verdere uitbreiding van de doelenbewegwijzering op het volledige 'groen-blaue netwerk' (d.i. het netwerk van vrijliggende fietspaden, vnl. oude spoorwegbeddingen en jaagpaden langs de IJzer en de kanalen).

Themafietstochten op het fietsnetwerk

Westtoer ontwikkelde recent een vijftal thematische fietstochten op het fietsnetwerk van de Westhoek:

- Fietsen tussen otter en zeehond (Woumen/Nieuwpoort)
- Graanroute (Veurne)
- Nooit meer oorlog (Diksmuide)
- De mijnschlag van 1917 (Wijtschate, Mesen, Ieper)
- POP (Poperinge)

Deze themafietstochten zijn gemiddeld ongeveer 35 km lang en worden niet afzonderlijk bewegwijzerd. Er is wel telkens een pocket met een beschrijving van de route en met een kaart.

De relatief lage verkoopcijfers van de reeds ontwikkelde thematische routes kunnen er eventueel op wijzen dat het product minder marktconform is dan aanvankelijk bedoeld. Dit moet in elk geval verder onderzocht worden.

Doorgaande fietsroutes

Meerdere langeafstandsfietsroutes doorkruisen de Westhoek (LF 1, 6, 39, 52, 53 en 511)⁸. Aandachtspunt hierbij is de nood aan een grensoverschrijdende langeafstandsfietsroute ter hoogte van Adinkerke richting Duinkerke (aansluiting met Kustfietsroute) en een verbinding met Rijsel.

⁸ Ook de zogenaamde 'Vlaanderen Fietsroute' (een lusvormige doorgaande fietsroute van 800 km) loopt doorheen de Westhoek. Deze fietsroute is een combinatie van 4 LF-routes (LF 1, 5, 6 en 7) waarvan de LF 1 en LF 6 de regio aandoen.

Ondersteunende voorzieningen voor recreatieve fietsers

De Westhoek telt een twintigtal plaatsen waar fietsen gehuurd kunnen worden. Daarnaast biedt bijna 40% van de logiesaanbieders in de Westhoek fietsen te huur aan.

De regio is ook vrij goed voorzien van fietshersteldiensten. Nadeel is echter meestal dat fietsers met pech na de openingsuren hiermee weinig zijn geholpen. Automaten met fietsonderdelen zoals die in Nederland bestaan, zijn in de regio vooralsnog niet aanwezig.

De Westhoek telt momenteel reeds 23 logiesaanbieders die beschikken over het label Fietsvriendelijk Logies van Toerisme Vlaanderen. Het label staat garant voor kwaliteit en is afgestemd op de noden van de fietstoerist. Allereerst moet een verblijf op maximum 5 kilometer gelegen zijn van een recreatieve fietsroute, een fietsnetwerk of een LF-route. Daarnaast moet er bijvoorbeeld ook voldoende ruimte zijn om de fietsen te stallen en moet er een fietsreparatieset, een EHBO-kit en uitgebreide fietsinformatie beschikbaar zijn. Westtoer is vooralsnog niet ingegaan op de vraag van Toerisme Vlaanderen om de labeling voor fietsvriendelijk logies in haar regio's toe te passen.

Mountainbikeroutes

In de Westhoek werden in de jaren '90 mountainbikeroutes ontwikkeld in Diksmuide, Zonnebeke, Poperinge, Ieper, Heuvelland en De Panne. Deze permanente routes (vaak met meerdere lussen) zijn in één richting bewegwijzerd. De kwaliteit en het onderhoud van deze routes was echter vaak problematisch.

In 2003 werd de Provinciale Mountainbikecommissie⁹ opgericht, met als bedoeling de bestaande routes te evalueren, te revaloriseren en het onderhoud ervan te optimaliseren. Een aantal van bovengenoemde mountainbikeroutes werd opgenomen op de mountainbikekaart West-Vlaamse Heuvels. De BLOSO-routes (zonder inbreng van Westtoer en de provinciale sportdienst) blijven vooralsnog te kampen hebben met problemen op vlak van bewegwijzering en onderhoud.

Aanvullend op het vroegere BLOSO-aanbod werd door de provinciale sportdienst en Westtoer sinds 2005 ook een mountainbikeroute (met meerdere lussen) ontwikkeld in Houthulst / Staden / Langemark-Poelkapelle / Moorslede (deels in de Leiestreek dus).

Verschillende mountainbikeroutes maken gebruik van trajecten van de wandelroutes. Dit is met name het geval in Heuvelland (wandelnetwerk). Dit heeft soms conflicten met wandelaars en (op gevoelige plaatsen) vernietiging van de padenstructuur tot gevolg. De meeste schade wordt evenwel door georganiseerde massa-evenementen aangebracht (mountainbike-toertochten)

Buiten de officiële mountainbikeroutes wordt het mountainbiken bovendien ook beoefend op plaatsen waar dit verboden of niet wenselijk is (bv. in bossen). Op welke manier dit onmogelijk gemaakt kan worden, verdient dan ook ernstig onderzoek te worden.

Ruiterroutes

Sinds 1998 werden in de Westhoek twee provinciale ruiterroutes ontwikkeld, één in Zonnebeke (Polygoneruiterroute) en één in Abele (Plokkersroute). Die in Abele kan ook door mannen gebruikt worden. Beide routes situeren zich in de onmiddellijke omgeving van een manege. De regio telt in totaal een 12-tal maneges. In het najaar 2007 wordt er

⁹ In deze commissie zijn betrokken: de provinciale sportdienst, BLOSO, Westtoer, de Regionale Landschappen, de wielervederaties, het Agentschap voor Natuur en Bos en de Vlaamse Landmaatschappij.

een nieuwe rutterroute geopend in Heuvelland (Rodebergutterroute). In 2008 is de ingebruikname van de Vleterroute voorzien (in de ruilverkavelingen Reninge en Woesten).

Ook bij wandelrutterij doen zich problemen voor van vernietiging van paden en conflicten met andere recreanten (wandelaars, mountainbikers) die vaak van dezelfde paden gebruik maken. Het realiseren van gescheiden rutterroutes is immers bijzonder moeilijk door een gebrek aan voor ruiters toegankelijke groendomeinen en onverharde paden.

Er is vraag naar bijkomende rutterroutes, onder meer in Koekelare en Diksmuide.

Door de privé-sector worden ook huifkartochten aangeboden die bij de lokale diensten voor toerisme geboekt kunnen worden. Dit is onder meer het geval in Alveringem, Poperinge en Zonnebeke.

Autoroutes

In de Westhoek werden sinds 1998 geen nieuwe autoroutes ontwikkeld en er zijn ook geen plannen voor bijkomende autoroutes. De 3 in de jaren 90 ontwikkelde autoroutes (In Flanders Fieldsroute, Bachten de Kuperoute en IJzerfrontroute) worden nog steeds aangeboden en zijn ook nog steeds vrij succesvol. Twee van de drie routes zijn themaroutes rond het thema Wereldoorlog I.

Het concept van de autoroutes dient naar de toekomst toe herbekeken te worden (bv. met het oog op inschakeling van nieuwe technologieën als gps). Het thema Wereldoorlog I biedt voor dergelijke routes in elk geval nog opportuniteiten.

Watergebonden recreatievormen

De Westhoek beschikt over heel wat mogelijkheden voor het beoefenen van watergebonden recreatievormen (kano en kajak, toervaart, passagiersvaart) op een uitgebreid netwerk van bevaarbare waterlopen (IJzer, Lokanaal, kanaal Ieper-IJzer en kanaal Plassendale-Nieuwpoort-Duinkerke). Er zijn binnenhaventjes in Diksmuide, Ieper, Veurne, Wervik en Nieuwpoort.

Wat kano en kajak betreft dienen zich nog opportuniteiten aan voor bijkomende aanlegsteigers in Stavele en Stuivekenskerke (IJzer) en in Steenstrate (kanaal Ieper-IJzer). Ook aan het toekomstig provinciedomein in Diksmuide zou een bijkomende aanlegsteiger voor kano en kajak op de IJzer aangewezen zijn. De regio biedt verder mogelijkheden voor de ontwikkeling van een kanocircuit (bv. Handzamevaart en omgeving Pervijze), maar omdat daarvoor onbevaarbare waterlopen moeten worden ingeschakeld waarop het varen vooralsnog niet wettelijk geregeld is, blijkt dit uiterst moeilijk te realiseren.

Wat de toer- en pleziervaart betreft is de uitbaggering van het kanaal Ieper-IJzer zeker aangewezen. Dit zou de ontsluiting betekenen via het water van Ieper, waar de binnenhaven en het waterfront opwaardering verdienen.

Verder is er de problematiek van de sinds kort toegelaten toervaart op de IJzer tussen Fintele en Roesbrugge, waar de rivier een smal en bochtig traject volgt en waar tot vorig jaar toervaart niet toegelaten was omwille van de ecologische waarde van dit deel van de IJzer. Met de realisatie van een steiger in Roesbrugge die in het kader van de dorpskernvernieuwing door de stad Poperinge werd aangelegd (en waarbij het niet de bedoeling was gemotoriseerde pleziervaart toe te laten), geeft W&Z nu toch de toelating (zij het in de tijd beperkt) om tot Roesbrugge te varen. Hierdoor loopt de voorziene aanleg

van een wandelbrug en een wandel- en fietsbrug over de IJzer vertraging op omdat de aanvankelijk voorziene bruggen nu hoger moeten zijn om de toervaart te kunnen laten passeren. De bruggen zijn voorzien om het gebied voornamelijk als wandelgebied te ontwikkelen met een aantrekkelijke wandelverbinding tussen Stavele, Beveren a/d IJzer en Roesbrugge. Een definitieve oplossing over het al dan niet blijven toelaten van toervaart op dit deel van de IJzer of het eerder te beperken tot kajak en kano, is aangewezen.

Wat de watergebonden recreatievormen betreft kan nog wordenesignaleerd dat de regio duidelijk nood heeft aan mogelijkheden voor openluchtwemmen. De openluchtwembaden van Ieper en Heuvelland (Kosmos op de Rodeberg) hebben hun deuren gesloten en er zijn geen alternatieven voor in de plaats gekomen. Openluchtwemmen wordt wel gedoogd aan de put van Nieuwkapelle, waar met het oog op het oplossen van de problematiek van het ongeordend parkeren door de VLM en de stad Diksmuide een parking en een wandelpad naar het dorp worden aangelegd (in het kader van het inrichtingsplan Nieuwkapelle).

Gemotoriseerde sporten

Quads, maar ook crossmotoren en in mindere mate terreinwagens duiken sinds enkele jaren meer en meer op in het landschap. Zij brengen vaak schade aan onverharde wandelpaden aan, genereren heel wat lawaaihinder en zorgen ook voor conflicten met andere recreanten.

Voorals het zuiden van de regio (wandelnetwerk Heuvelland) heeft met deze problemen te maken, maar ook in de omgeving van Veurne (Ringslotwandelroute) werden problemenesignaleerd.

De Westhoek profileert zich als een kwaliteitsbestemming waar men ten volle tot rust kan komen. Lawaaisporten staan echter haaks op het toeristisch-recreatief ontwikkelingsperspectief voor de Westhoek (beleving van de open ruimte, valorisatie van het erfgoed en het landschap en ontwikkelen van kleinschalige vormen van plattelandstoerisme). Het is dan ook aangewezen dat voor deze problematiek haalbare oplossingen worden gezocht.

Intensieve buitensportactiviteiten (avonturenparcours)

In de Westhoek worden door verschillende aanbieders intensieve buitensportactiviteiten aangeboden, ondermeer rond Poperinge, Diksmuide, Heuvelland en Ieper. Het doelpubliek zijn voornamelijk jeugd- en jongerengroepen, maar ook volwassenen.

Dit is een specifiek segment van recreatieve activiteiten waar bijkomende ruimte in de Westhoek voor aangewezen is. Opportuniteiten hiervoor dienen zich aan rond Diksmuide (gepland provinciedomein aan de IJzer) en ten zuiden van Poperinge waar zich in hetzelfde gebied ook mogelijkheden aandienen voor een nieuw kampeerterrein (zie verder).

1.1.1.4 Oorlogsgelateerd cultuurhistorisch erfgoed en bezoekersattracties

De aanwezigheid van het uitgebreid patrimonium aan Wereldoorlog I-erfgoed is voor de Westhoek een uniek en onderscheidend gegeven dat met zorg en respect dient te worden behandeld.

In 2002 werd op provinciaal niveau de huidige projectwerking 'Oorlog en Vrede in de Westhoek' opgestart om initiatieven omtrent Wereldoorlog I te stimuleren, te coördineren en te begeleiden. Belangrijke thema's van deze werking zijn wetenschappelijk onderzoek, zorg en ontsluiting van erfgoed, cultuurtoeristische valorisatie en 'leren uit oorlog'. In samenwerking met de Vlaamse Afdeling Monumenten en Landschappen werden o.m.

belangrijke inspanningen geleverd in de inventarisatie van de materiële relictten van de Eerste Wereldoorlog. Aan de hand hiervan zal nadien overgegaan worden tot de wettelijke bescherming van de belangrijkste relictten (dit is onder meer reeds gebeurd voor enkele grote begraafplaatsen, bv. Tyne Cot, Langemark en Vladslo). Het projectsecretariaat 'Oorlog en Vrede' beschikt over een eigen budget voor investeringen (voornamelijk voor informatiedragers op sites) en kende de voorbije jaren ook subsidies toe aan allerhande projecten en initiatieven in verband met Wereldoorlog I o.m. voor de inrichting en het beheer van sites (John Mc Crae in Ieper, Bayernwald in Heuvelland, bunkercomplex Lettenberg in Heuvelland, stadhuissite in Poperinge, OLV-hoekje te Diksmuide, verschillende sites in Ieper), de inrichting van en tentoonstellingen in musea (bv. Memorial Museum Passchendaele 1917 in Zonnebeke, IJzertoren Diksmuide), de uitwerking van wandelingen (bv. Messines Ridge Vredeswandeling te Mesen; Kraters en mijnen wandelroute in Wijtschate) of de ondersteuning van evenementen (Vredesconcert Ten Vrede, POPS 1917 te Poperinge, herdenking Mijnslag Heuvelland).

Het projectsecretariaat heeft vele inspanningen geleverd naar inventarisatie van erfgoedelementen toe en verdient structurele verankering in de provinciale werking. Toch moet vastgesteld worden dat het aanbod op vlak van Wereldoorlog I naar de toerist toe nog steeds vrij versnipperd overkomt. Dit blijkt uit onderzoek dat Westtoer in 2006 uitvoerde¹⁰: er blijkt duidelijk behoefte aan meer onderlinge verwijzingen tussen de sites en aan meer duiding op de sites en in het landschap. Het historische frontlandschap in haar geheel is trouwens de laatste echte getuige van de Eerste Wereldoorlog en verdient omwille van het grote cultuurhistorische en toeristische belang voor de regio, volledige bescherming en bewaring.

Uit onderzoek dat Westtoer in 2002 uitvoerde op Tyne Cot Cemetery bleek dat de militaire begraafplaatsen bijzonder druk bezochte sites zijn¹¹. Op basis van aanbevelingen uit dit onderzoek werd op Tyne Cot overgegaan tot de aanleg van aangepaste onthaalinfrastructuur (paviljoen, sanitair, parking voor wagens en bussen). Deze aanleg werd financieel mogelijk gemaakt door o.m. Europese, Vlaamse, provinciale en gemeentelijke inspanningen. Het geheel wordt algemeen als zeer geslaagd beschouwd. Ook in Langemark werd een onthaalpaviljoen gerealiseerd en werd de bezoekersstroom herbekeken. Beide projecten zijn voorbeelden van hoe de bezoekersstromen bij waardevol oorlogserfgoed op een geslaagde en kwalitatieve manier opgevangen kunnen worden.

Naast de zorg voor het oorlogserfgoed dienen ook de belangrijkste bezoekersattracties omtrent Wereldoorlog I vermeld te worden. Bovenaan deze lijst staat het In Flanders Fields Museum dat in 1998 zijn deuren opende en op 100.000 bezoekers per jaar was ingericht, maar sinds zijn oprichting vrijwel steeds het dubbel aantal bezoekers heeft gerealiseerd (met pieken tot meer dan 220.000 bezoekers per jaar). De ervaringsgerichte en interactieve aanpak, het aanwenden van geavanceerde museale technieken en de gedegen inhoudelijke uitwerking (o.m. ook via geslaagde tijdelijke tentoonstellingen) vormden de sleutel van het succes. Na tien jaar is het museum echter aan een heroriëntering toe (o.m. met het oog op de nakende herdenkingen van 100 jaar Wereldoorlog I). De stad Ieper keurde de herinrichting en gevoelige uitbreiding van het museum (annex bezoekerscentrum) in juni 2007 goed. Vanaf 2012 zal het vernieuwde museum nog sterker als vandaag zijn rol kunnen opnemen als belangrijkste instappunt voor de toerist om met het oorlogsverleden van de regio in contact te komen. Cruciaal daarbij is dat het een instappunt blijft voor de hele regio, met voldoende doorverwijzingen naar de andere sites en bezoekersattracties met betrekking tot Wereldoorlog I.

¹⁰ Onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek, Westtoer, 2006.

¹¹ Dit werd nogmaals bevestigd in het Onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek in 2006.

Naast het In Flanders Fields Museum werd het voormalige streekmuseum in Zonnebeke omgebouwd tot een boeiende bezoekersattractie met een klassieke historisch-educatieve presentatie. Naast fotomateriaal, historische voorwerpen en diorama's, vindt de bezoeker er een reconstructie van een Britse dugout met communicatie- en verbandpost, hoofdkwartieren en slaapplekken. Het museum trok in 2006 meer dan 44.000 bezoekers. In de nabije toekomst is de inrichting van de aanpalende museumtuin gepland.

Ook het Talbot House in Poperinge werd grondig vernieuwd met bijkomende expositieruimte in een aanpalend gebouw, de heraanleg van de tuin en de restauratie van de Concert Hall. Aan het typische karakter van het huis werd echter niet geraakt. Nog in Poperinge werd de stadhuissite (met Dodencellen en executiepaal) beter toeristisch ontsloten.

In Wijtschate (Heuvelland) werd in 2004 de site Bayernwald na restauratie voor het publiek opengesteld (een complex van 4 Duitse betonnen bunkers, twee mijnschachten en 320 meter loopgraven). Individuele bezoekers die deze site wensen te bezoeken, dienen de sleutel op te halen bij de dienst voor toerisme van Kemmel. Consolidatie van deze site en ruimere openstelling voor individuele bezoekers zijn aangewezen.

Ook in 2004 werd de vernieuwde onthaalsite aan de Dodengang te Diksmuide opengesteld, met op de eerste verdieping een klein museum en op de tweede verdieping een panoramazaal.

In samenwerking met de diensten voor toerisme en met het projectsecretariaat 'Oorlog en Vrede in de Westhoek' ontwikkelde Westtoer een thematische pocket, specifiek met betrekking tot het thema Wereldoorlog I (Den Grooten Oorlog). De pocket bestaat in het Nederlands en Engels en biedt een overzicht van de belangrijkste bezienswaardigheden omtrent dit thema in de regio. Uit het onderzoek 'Oorlog en Vrede' dat in 2006 werd uitgevoerd bleek dat de tevredenheid over deze pocket zeer hoog was (gemiddeld 78% van de gebruikers was zeer tot uiterst tevreden), met name bij de Britten (86% zeer tot uiterst tevreden). De pocket wordt vooral gebruikt door individuele bezoekers en door Belgen. Aandachtspunten bleken de beschikbaarheid/verspreiding. Ook de informatieve waarde ervan kan nog worden verhoogd door het toevoegen van meer praktische en geografische informatie en door de gebruiksvriendelijkheid van de brochure te verbeteren (bv. index).

De voorbije jaren werden in het kader van het project Oorlog en Vrede in de Westhoek twee landschapskunstprojecten uitgevoerd, met name een project langs de Frontzate in Pervijze in het kader van de ruilverkaveling Stuivekenskerke (2004) en een project langs het Lo-kanaal in het kader van de ruilverkaveling Fortem (2004). Een derde (en laatste) landschapskunstproject is gepland in de ruilverkaveling Reninge (2009). In de rand hiervan kan worden vermeld dat uit de bevraging van fietsers op het fietsnetwerk van de Westhoek in 2006 bleek dat de aanwezigheid van kunst langs de trajecten door 38% van de ondervraagden als belangrijk tot uiterst belangrijk werd ervaren; 62% van de ondervraagden vond dit niet echt belangrijk of helemaal niet belangrijk¹².

De restanten van het voormalig Belgisch militair kerkhof dat aansluit op het landinrichtingsproject in Reninge zullen worden gerestaureerd (kerkhofmuur en ontvangstgebouwtje).

In het kader van het inrichtingsplan oude spoorwegbedding Nieuwpoort-Diksmuide (landinrichtingsproject De Westhoek) worden in de tweede helft van 2007 door de

¹² Bron: Onderzoek Fietsnetwerk Westhoek, Westtoer, 2006.

provincie West-Vlaanderen de oorlogsrestanten langs de Frontzate geconsolideerd en toeristisch-recreatief ontsloten. Ter hoogte van de grens van Nieuwpoort met Diksmuide wordt een evocatieproject uitgewerkt van enkele schuilplaatsen.

Naar de toekomst toe is het zo dat de Belgische aanwezigheid tijdens de Eerste Wereldoorlog meer aandacht verdient. Ook Nieuwpoort (met de onderwaterzetting) en Poperinge (als stad achter het front) verdienen meer aandacht. Tenslotte is ook een gedegen voorbereiding van de herdenkingen in 2014-2018 aangewezen.

1.1.1.5 Niet-oorlogsgelateerd cultuurhistorisch erfgoed en bezoekersattracties

Zowel in de stadjes als in de open ruimte en in de cultuurhistorische dorpen zijn er de voorbije jaren belangrijke inspanningen gebeurd om waardevol erfgoed op de lijst van beschermde monumenten of landschappen te krijgen. Zo zijn er de voorbije jaren in het kader van het landinrichtingsproject De Westhoek en verschillende ruilverkavelingen in het noordelijk deel van de Westhoek diverse cultuurhistorische elementen actief beschermd door aankoop, inrichting en ontsluiting voor het publiek. De belangrijkste zijn:

- Abdijsite O.L.V. Ter-Nieuwe-Plant in Beveren-IJzer (inrichtingsplan Vallei De IJzer);
- Drie verlaten middeleeuwse bewoningssites met walgracht, waaronder de site Blauwhuis (ruilverkaveling Stuivekenskerke);
- Castrale motte van Oud-Stuivekenskerke (ruilverkaveling Stuivekenskerke);
- Verlaten middeleeuwse bewoningssite, het Leenhof Ter Wissche, in Lampernisse (ruilverkaveling Fortem);
- Site van het Pannendorp (locatie oude dakpannenfabriek en walgrachtrestanten van het buitengoed) langs het Lo-kanaal t.h.v. Fortem (ruilverkaveling Fortem).

In het kader van de ruilverkaveling Sint-Rijkers zijn er plannen voor de ontsluiting van de verdwenen dorpssite van Sint-Rijkers, de voormalige site van het kasteel van Vinkem in Beauvoorde en van een mogelijke vroegmiddeleeuwse, circulaire verdedigingssite op de rand van het plateau van Izenberge ten zuiden van Fortem. Dergelijke sites kunnen in de routenetwerken mee opgenomen worden om de belevingswaarde ervan te verhogen.

Toch blijft er op het vlak van bescherming nog heel wat werk aan de winkel, met name wat kleinschalig erfgoed betreft. Keltische en Romeinse resten, kastelen, (omwalde) hoeves, motes, molens, brouwerijen, asten blijken slechts in beperkte mate beschermd.

Naast de aspecten omtrent bescherming vormt ook het omgaan met niet-beschermd erfgoed een belangrijke uitdaging.

De dienst cultuur van de provincie werkt momenteel een vernieuwend concept uit waarbij het aanbod aan cultuurhistorische erfgoedelementen via historische verhaallijnen aan elkaar gekoppeld wordt. Deze historische verhalen zullen worden verteld vanuit zogenaamde ankerpunten of instappunten waar historische elementen visueel in het landschap of de stad aanwezig zijn. Steden zelf kunnen daarbij als ankerpunt fungeren (bv. Ieper, Veurne, Diksmuide, Nieuwpoort), maar ook musea (bv. Hopmuseum). Bedoeling is om ook op individuele sites in het landschap historisch-culturele duiding te voorzien. Op die manier zal een volledig erfgoednetwerk tot stand gebracht worden tussen stadjes, dorpen, streekmusea en individuele erfgoedelementen.

Sinds 1998 zijn er duidelijk inspanningen geleverd om het cultuurhistorisch en bouwkundig erfgoed van de stadjes toeristisch te ontsluiten via ontdekkingscircuits. Dit is onder meer het geval in Diksmuide, Lo, Ieper en Poperinge. Het format van de door Westtoer

ontwikkelde provinciale erfgoedwandeling biedt opportuniteiten om bestaande ontdekkingscircuits op een naar de consument toe uniforme wijze aan te bieden.

Op vlak van bezoekersattracties valt enerzijds het wegvallen van Westoria te noteren (vereffening in 2003; de Oude Bloemmolens worden evenwel sinds twee jaar opnieuw gebruikt voor de agrarische tentoonstelling 'Van akker tot bakker'), anderzijds werden ook twee nieuwe bezoekersattracties in het leven geroepen (de Oude Kaasmakerij in Passendale in 2002 en Folk Experience in Dranouter in 2003). Het Tabaksmuseum in Wervik en het Hopmuseum in Poperinge (dat een regionale erkenning gaat aanvragen) werden de voorbije jaren grondig vernieuwd en aan de hedendaagse bezoekersnoden aangepast. In het Bakkerijmuseum van Veurne is vernieuwing en uitbreiding gepland.

Een aantal musea heeft het vrij moeilijk om financieel het hoofd boven water te houden. In het verleden werd - mede door de uitgebreide subsidiemogelijkheden van Europa - flink geïnvesteerd in het materiële toeristische product (bv. bezoekersattracties). In een aantal gevallen werd daarbij wellicht te weinig aandacht besteed aan de permanente exploitatiekost die dergelijke investeringen met zich meebrengen (o.m. op vlak van personeel). Nauwere samenwerking tussen musea onderling, samenwerking met lokale overheden of internationale samenwerking op projectbasis dient dan ook maximaal te worden onderzocht.

In 2004 werd er onder impuls van de provincie en na een voorstudie van Westtoer een samenwerkingsverband opgericht tussen een aantal, voornamelijk ambachtelijke musea in de Westhoek ('Westhoek Streekmuseum'). Momenteel zijn 7 musea lid van dit samenwerkingsverband: het Bakkerijmuseum in Veurne; het Mout- en Brouwhuis De Snoek in Alveringem, de Oude Kaasmakerij in Passendale, het Fransmansmuseum in Koekelare, het Nationaal Hopmuseum in Poperinge, het kasteel van Beauvoorde en het Nationaal Tabaksmuseum in Wervik. Bedoeling van het netwerk is enerzijds samenwerking op vlak van communicatie (wat tot nu toe vrij goed gelukt is), anderzijds samenwerking op vlak van museumwerking (waar men tot nu toe veel minder goed in geslaagd is). Het accent ligt nog steeds sterk op ambachten. Musea met andere thema's (bv. archeologie) die mee de regio typeren, zijn in dit samenwerkingsverband niet vertegenwoordigd. Uitbreiding naar andere thema's om zo tot een regio- en themedekkend museumplatform te komen, lijkt dan ook aangewezen.

Samen met 16 andere steden maken Ieper, Lo en Veurne deel uit van het Netwerk van Versterkte Steden dat zich over West-Vlaanderen, Nord-Pas de Calais en Kent uitstrekt en waartoe in West-Vlaanderen ook nog Menen, Nieuwpoort, Oostende behoren. Het betreft steden met interessant versterkt erfgoed (stadspoorten, wallen en muren, etc). Deze steden ontvangen organisatorische en financiële steun om hun versterkt erfgoed te valoriseren. Dat betekent zowel instandhouding als openstelling voor het publiek. Europa ondersteunt dit project dat in de toekomst echter niet zal worden verdergezet.

Een interessante verrijking van het toeristisch-recreatief aanbod in de Westhoek zijn de activiteiten van de vzw De Boot (Merkem, Houthulst). Op de ecoboot Isera bevindt zich een klein bezoekerscentrum van de IJzervallei en men biedt er tevens verschillende activiteiten aan voor individuen en groepen (varen, (zonne)fietsen, wandelen, huifkartochten). Bovendien kan men er op een originele manier overnachten (op de boot zelf).

1.1.1.6 Bellewaerde Park

Bellewaerde Park, het enige attractiepark van de Westhoek, behoorde tot eind 1997 tot de Walibi-groep, waarna het overging naar de Amerikaanse groep Premier Parks, later Six Flags. Terwijl het park in 1998, bij de opstart van de regiowerking Westhoek, nog meestapte in de advertentiecampaagne voor de regio, was dit de jaren daarna niet meer het geval. Het park heeft een belangrijke autonome aantrekkingskracht en van samenwerking met de regiowerking was er nauwelijks sprake. In 2006 werd het park opnieuw overgenomen, nu door de Franse groep Compagnie des Alpes. Recent werden de banden met Westtoer opnieuw aangehaald.

Het familiepark trekt jaarlijks ongeveer 750.000 bezoekers. De voorbije jaren werden belangrijke investeringen gedaan in nieuwe attracties. De vrij moeilijke bereikbaarheid van het park vanaf de Kust zal met de geplande heraanleg van de N8 een oplossing krijgen, maar de moeilijke toegankelijkheid met het openbaar vervoer blijft een probleem.

1.1.1.7 Couleur locale

In belangrijke mate typerend voor de couleur locale van de Westhoek zijn de vele landelijke herbergen, die op hun manier een bijdrage leveren tot de unieke en ongedwongen sfeer van de regio. Belangrijkste knelpunt in dit verband zijn de onregelmatige sluitingsdagen van de reca-voorzieningen, niet alleen langs het fietsnetwerk, maar zelfs in gebieden met een vrij hoge concentratie aan bezoekers (bv. wandelnetwerk Heuvelland).

Ook de aanwezigheid van heel wat folklore geeft de Westhoek die typische couleur locale. Er zijn stoeten, volksspelen en volksverhalen, kleine curiosamusea e.a.

De regio telt heel wat kunstgalerijen en kunsthuisen. Moderne kunst is uitdrukkelijk in de Westhoek aanwezig (bv. Stichting George Grard in Alveringem, initiatieven in Watou en Beauvoorde). Het Poëziefestival van Watou draagt eveneens in belangrijke mate bij tot het artistieke imago van de Westhoek. Het aanbod komt naar de consument toe momenteel wel vrij versnipperd over.

De Westhoek beschikt over een gevarieerd assortiment van streekproducten en streekbieren. De vzw "Het beste van bij ons" biedt een ruim gamma van streekproducten aan en verzorgt ook de promotie ervan. De werking van de vzw is echter onvoldoende gekend. De streekproducten worden momenteel nog vrij inefficiënt gecommercialiseerd en onvoldoende aangeboden op plaatsen waar veel toeristen samenkomen (bv. in onthaalpunten). De streekproducten worden bovendien ook onvoldoende in de streekgastronomie verwerkt.

Vanuit de gebiedsgerichte werking van de provincie wordt er op vlak van landbouwverbreiding o.m. gewerkt rond hoeveproducten en onthaalboerderijen. Wat hoeveproducten betreft werd er een streeklabel in het leven geroepen ('Westhoek Hoeveproducten'). Momenteel zijn er in de Westhoek 24 hoeves die onder dit label producten aanbieden, gaande van zuivel over groenten en fruit tot vlees. Meer dan 40 land- en tuinbouwbedrijven in de Westhoek hebben zich aangesloten bij het in 2003 door de provincie opgerichte netwerk 'Samen de boer op'. Als onthaalboerderij laten zij vooral groepen maar ook individuele bezoekers kennismaken met de productie van voedsel en het hedendaagse boerenleven. Zowel onthaalboerderijen als hoeveproducten zijn belangrijke elementen in de typische couleur locale van de regio.

1.1.1.8 Evenementen

De regio telt heel wat evenementen, waarvan een aantal van regionaal, nationaal en soms zelfs internationaal belang. Voorbeelden zijn het Folkfestival Dranouter (ca. 78 000 bezoekers), de Rally van Ieper (ca. 50 000 bezoekers), de Poëziezomer in Watou (15 à 20 000 bezoekers).

Er zijn ook heel wat folkloristische evenementen, stoeten en processies, o.m. de Kattenstoet in Ieper (driejaarlijks, ca. 50 000 bezoekers), de Hekstenstoet van Beselare (ca. 25 000 bezoekers), de Boeteprocessie van Veurne (ca. 15 000 bezoekers), de Hoppestoet in Poperinge (ca. 15 000 bezoekers), het museumweekend in Zonnebeke (ca. 10 000 bezoekers) en de Kaasfeesten van Passendale. Dergelijke evenementen trekken dagjesmensen uit de ruime omgeving aan (tot Noord-Frankrijk). De interesse voor dergelijke klassieke evenementen blijft hoog.

Het Folkfestival van Dranouter en de Rally van Ieper zijn de grootste, jaarlijks weerkerende evenementen van de Westhoek (meer dan 50 000 bezoekers).

In de regio zijn er ook heel wat kleinere initiatieven (bv. theaterwandelingen in Poperinge, Nocturnes in Ieper). Dergelijke evenementen richten zich vooral op de lokale bevolking en zijn zeer succesvol. Het belevingsgerichte karakter van dergelijke evenementen dat momenteel door het ruime publiek erg gesmaakt wordt, maakt dat er duidelijk nog groeipotentieel voor toeristische valorisatie bestaat.

Ook het belang voor de regio van de herdenkingen of evenementen naar aanleiding van Wereldoorlog I dient hier te worden aangestipt (Last Post, 11 november, Ten Vrede, vredesconcerten e.a.).

Voor kleine gemeenten is het opzetten van grootschalige evenementen geen haalbare kaart. Maximaal inspelen op provinciale of nationale initiatieven is voor hen dan ook aangewezen om de gemeente tegen een haalbare prijs tóch in de kijker te stellen (bv. provinciale molendag, openmonumentendag, erfgoeddag).

1.1.2 Ondersteunende toeristische voorzieningen en dienstverlening

1.1.2.1 Logiesaanbod

Bij de bespreking van het logiesaanbod in de Westhoek maken we zoals in het vorige strategische beleidsplan een onderscheid tussen hotels, kamers met ontbijt (gastenkamers), individuele huurvakantiewoningen, kampeerterreinen / kampeerverblijfparken, groeps- en jeugdverblijven en tweede verblijven. In de tabellen is soms ook sprake van de categorie mengvormen. Hierbij gaat het om logiesverstrekkers die op eenzelfde locatie verschillende logiesvormen aanbieden (concreet gaat het om combinaties van hotel- of gastenkamers met huurvakantiewoningen).

Bij commercieel verblijfstoerisme gaat het om verblijven van relatief korte duur die tegen betaling op de markt komen, met ontspanning, zaken of seminaries en congressen als reisdoel. Daarnaast is er ook het tweedeverblijfstoerisme.

Bij de kampeerterreinen/kampeerverblijfparken worden de toeristische standplaatsen (trekkersplaatsen) bij het commercieel verblijfstoerisme gerekend, net als de hotels, de kamers met ontbijt en de individuele huurvakantiewoningen. De vaste standplaatsen (jaar- of seizoenplaatsen) worden samen met de tweede verblijven bij het

tweedeverblijfstoerisme gerekend. De groeps- en jeugdverblijven zijn in principe ook een vorm van commercieel verblijfstoerisme, maar worden omwille van hun specifiek karakter toch als een afzonderlijke categorie beschouwd, opgesplitst in bivak- en kampplaatsen (eenvoudig comfort, zonder dienstverlening maar met self-cateringmogelijkheden) en andere groeps- en jeugdverblijven (meer comfort, maaltijden e.a).

Bij de indeling van de logiesverstrekkers naar logiesvorm wordt rekening gehouden met hoe de aanbieder zich naar de consument toe profileert. Een gastenkamer met 5 kamers behoort wettelijk gezien tot de categorie hotels (niet vergund), maar zit bij deze analyse bij de gastenkamers. Een gastenkamer of huurvakantiewoning met een hotelvergunning behoort wettelijk gezien eveneens tot de categorie hotels, maar wordt in dit bestek toch tot de gastenkamers resp. huurvakantiewoningen gerekend, voor zover ze zich als dusdanig naar de consument toe profileren¹³.

Op Vlaams niveau wordt momenteel gewerkt aan het 'Koepeldecreet voor Logiesvormen' en uitvoeringsbesluiten ter vervanging van de bestaande decreten. Daarbij wordt een modernisering en vereenvoudiging van de huidige regelgeving vooropgesteld.

Uit tabel 1 blijkt dat de totale toeristische logiescapaciteit op 1 juli 2006 ca. 12 800 bedden bedroeg, een stijging met 53% ten opzicht van 1998. Opmerkelijk is het belang van het tweedeverblijfstoerisme dat met 47% is toegenomen (tot 5 672 bedden of 44%). Het commercieel verblijfstoerisme is de voorbije 8 jaar met maar liefst 88% toegenomen tot ca. 5 000 bedden (een aandeel van 39%). Het aantal bedden in jeugd- en groepsverblijven is met 16% toegenomen tot 2 146 bedden.

Tabel 1:

Totale toeristische logiescapaciteit (in bedden) in de Westhoek (1998-2006).

Logiestype	1998		2006	
	aantal bedden	%	aantal bedden	%
Commercieel verblijfstoerisme	2 655	31,8	5 001	39,0
Jeugd- en groepsverblijven	1 848	22,1	2 146	16,7
Tweede verblijfstoerisme	3 858	46,1	5 672	44,2
Totaal	8 361	100,0	12 819	100,0

Bron: Westtoer.

Tabel 2 en figuur 2 tonen dat de grootste concentratie van logies zich in het zuiden van de regio bevindt (65%). Het noorden is goed voor 35% van de logiescapaciteit. Met name de jeugd- en groepsverblijven zijn sterk geconcentreerd in het zuiden (77%).

¹³ Wettelijk gezien behoren alle logiesverstrekkers met meer dan 3 kamers tot de categorie hotel (al dan niet vergund), evenals alle logiesverstrekkers die over een hotelvergunning beschikken, ook al zijn ze daar wettelijk gezien niet toe verplicht (bv. gastenkamers tot 3 kamers of huurvakantiewoningen). Bij de indeling die hier wordt toegepast, wordt van dit wettelijk kader afgeweken.

Tabel 2:

Logiesaanbod (aantal bedden) in de Westhoek, per gemeente naar logiestype, op 1 juli 2006.

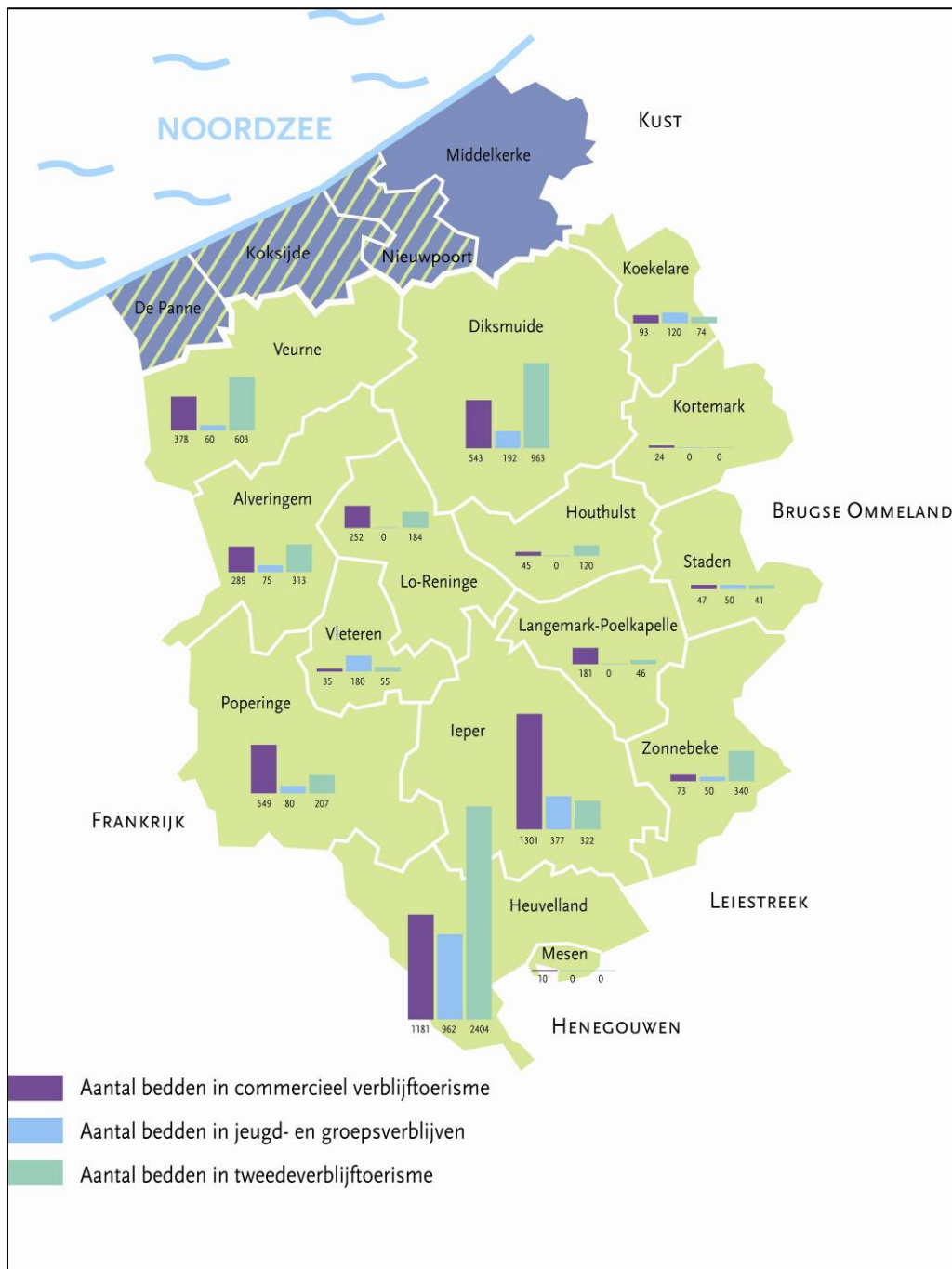
Gemeente	Commercieel Verblijfs- toerisme		Jeugd- en groeps- verblijven		Tweede Verblijfs- toerisme ⁽¹⁾		Totaal	
	Aantal bedden	%	Aantal bedden	%	Aantal bedden	%	Aantal bedden	%
Veurne	378	7,6	60	2,8	603	10,6	1 041	8,1
Alveringem	289	5,8	75	3,5	313	5,5	677	5,3
Lo-Reninge	252	5,0	0	0,0	184	3,2	436	3,4
SUBTOTAAL NOORDWESTEN	919	18,4	135	6,3	1 100	19,4	2 154	16,8
Diksmuide	543	10,9	192	8,9	963	17,0	1 698	13,2
Koekelare	93	1,9	120	5,6	74	1,3	287	2,2
Kortemark	24	0,5	0	0,0	0	0,0	24	0,2
Houthulst	45	0,9	0	0,0	120	2,1	165	1,3
Staden	47	0,9	50	2,3	41	0,7	138	1,1
SUBTOTAAL NOORDOOSTEN	752	15,0	362	16,9	1 198	21,1	2 312	18,0
Poperinge	549	11,0	80	3,7	207	3,6	836	6,5
Vleteren	35	0,7	180	8,4	55	1,0	270	2,1
Ieper	1 301	26,0	377	17,6	322	5,7	2 000	15,6
Langemark- Poelkapelle	181	3,6	0	0,0	46	0,8	227	1,8
Zonnebeke	73	1,5	50	2,3	340	6,0	463	3,6
Heuvelland	1 181	23,6	962	44,8	2 404	42,4	4 547	35,5
Mesen ⁽²⁾	10	0,2	0	0,0	0	0,0	10	0,1
SUBTOTAAL ZUIDEN	3 330	66,6	1 649	76,8	3 374	59,5	8 353	65,2
TOTAAL	5 001	100,0	2 146	100,0	5 672	100,0	12 819	100,0

Bron: Westtoer.

⁽¹⁾ De gegevens m.b.t. de tweede verblijven zijn gebaseerd op de capaciteit op residentiële standplaatsen op kampeerterreinen/kampeerverblijfparken evenals op de individuele belastingkohieren van de diverse gemeenten van het jaar 2006. Een aantal gemeenten heeft echter geen belastingkohieren in verband met tweede woningen. Men mag aannemen dat die gemeenten ook effectief weinig tweede woningen tellen op hun grondgebied.

⁽²⁾ Het Messines Peace Village (128 bedden) is in deze cijfers nog niet opgenomen omdat het op 1 juli 2006 nog niet was geopend.

Figuur 2:
Spreading van het logiesaanbod in de Westhoek



Binnen de Westhoek vertoont Heuvelland de grootste concentratie van logiescapaciteit, te wijten aan een grote capaciteit in tweede verblijven en in jeugdtoerisme. Van de 12 819 bedden in de Westhoek zijn er bijna 36% in Heuvelland te situeren. Op de tweede en de derde plaats komen Leper (16%) en Diksmuide (13%). Verder hebben vooral Veurne (8%), Poperinge (7%) en Alveringem (5%) nog een redelijk aandeel in de beddenscapaciteit.

Wanneer we de cijfers van het commercieel toerisme bekijken zien we dat deze vorm zich voornamelijk in Leper (26%) en Heuvelland (24%) concentreert. Daarnaast vormen Poperinge en Diksmuide (elk 11%) belangrijke centra van commercieel verblijfstoerisme. Veurne is goed voor bijna 8% van het commercieel verblijfstoerisme. Opmerkelijke stijgers

ten opzichte van 1998 zijn Ieper (+128% tot 1 301 bedden) en Poperinge (+133% tot 549 bedden).

De jeugd- en groepsverblijven concentreren zich voornamelijk in Heuvelland, met name in de deelgemeente Westouter. Ieper is goed voor bijna 18% van de jeugd- en groepsverblijven, een opmerkelijke stijging ten opzichte van 1999. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat het Messines Peace Village in Mesen (128 bedden) nog niet in de cijfers is opgenomen omdat het op 1 juli 2006 nog niet was geopend.

Tenslotte kent ook het tweedeverblijfstoerisme een zeer sterke concentratie in Heuvelland (42%), gevolgd door Diksmuide (17%) en Veurne (11%). Voor Heuvelland en Diksmuide spelen de aanwezige kampeerterreinen met een aanzienlijk deel vaste standplaatsen hierin uiteraard een belangrijke rol.

Wanneer we de capaciteit in het commercieel verblijfstoerisme en de jeugd- en groepsverblijven in de Westhoek (samen 7 147 bedden in 2006) vergelijken met andere Vlaamse regio's¹⁴ zien we dat enkel de Limburchse regio's Maasland, Mijnstreek en Limburgse Kempen (resp. 7 516, 8 692 en 21 436 bedden), evenals de Antwerpse Kempen en de Groene Gordel (resp. 20 921 en 11 853 bedden) over een hogere beddencapaciteit beschikken dan de Westhoek. Deze hogere capaciteit is voornamelijk te wijten aan het hoge aantal campings in die regio's, met uitzondering van de Groene Gordel dat zeer hoog scoort qua hotelcapaciteit (ketenhotels in de rand rond Brussel).

De Voerstreek en de Vlaamse Ardennen, regio's die op een aantal punten gelijkenissen vertonen met de Westhoek, beschikken respectievelijk over 1 564 en 3 851 bedden in commercieel logies en jeugd- en groepsverblijven, terwijl de West-Vlaamse regio's Brugse Ommeland en Leiestreek respectievelijk 2 394 en 4 314 bedden tellen.

Hotels

Onder hotels worden alle aanbieders gerekend met vier of meer kamers die over een hotelvergunning beschikken en die zich naar de consument toe duidelijk als hotel profileren.

In totaal telde de Westhoek op 1 juli 2006 50 hotels met 825 kamers en 2 023 bedden. Ten opzichte van 1998 (47 hotels) zijn er enkele kleinere hotels weggevallen (Sint-Joris in Zonnebeke, Zannekin, Berg en Dal, Tyrolerhof in Heuvelland), maar zijn er naast enkele kleine hotels ook een aantal grotere, kwalitatieve hotels bijgekomen (o.m. Novotel en Albion in Ieper en Pax in Diksmuide). Sommige hotels hebben ook uitgebreid (bv. Ariane en Flanders Lodge in Ieper, Münchendorf in Langemark). Het aantal kamers is ten opzichte van 1998 met 53% toegenomen.

Het gemiddeld aantal kamers per hotel bedraagt in 2006 16,5, terwijl dit in 1998 nog 11,5 was. Hoewel gestegen, wijst dit nog steeds op het vrij kleinschalig karakter van de hotels in de Westhoek. Tabel 3 toont de verdeling van de hotels naar aantal kamers. De regio telt nu 3 hotels met meer dan 40 kamers, terwijl er in 1998 geen waren.

¹⁴ Bron: Te Gast in Vlaanderen, Logiesaanbod 2002-2006 (Steunpunt buitenlands beleid, toerisme en recreatie, 2007).

Tabel 3:

Aantal hotels in de Westhoek naar aantal kamers op 1 juli 2006.

Aantal kamers	Aantal hotels	%
4-9 kamers	22	44,0
10-19 kamers	19	38,0
20-39 kamers	6	12,0
40 kamers en meer	3	6,0
Totaal	50	100,0

Bron: Westtoer.

Uit tabel 4 kan men afleiden dat ongeveer een derde van de Westhoekhotels zich in de open ruimte bevindt, bijna de helft in stedelijke kernen en één op vijf in dorpskernen. In vergelijking met 1998 is het aandeel hotelkamers dat zich in stedelijke kernen bevindt toegenomen van 47% tot bijna 59% in 2006. Het aandeel hotelkamers in de open ruimte nam in diezelfde periode af van bijna 32% naar bijna 19%. Het aandeel hotelkamers in dorpskernen bleef in die periode op ongeveer 22%. In deze tabel zijn ook reeds de gastenkamers en huurvakantiewoningen opgenomen die verder worden besproken.

Tabel 4:

Aantal inrichtingen, logieseenheden en bedden bij hotels, kamers met ontbijt en huurvakantiewoningen in de Westhoek, in functie van de ligging van de inrichtingen, 1 juli 2006

Omschrijving	Ligging			Totaal
		Ruraal ⁽²⁾		
	In stedelijke kernen ⁽¹⁾	In dorpskernen	In de open ruimte	
Aantal inrichtingen				
Hotels	23	11	16	50
Gastenkamers	20	19	38	77
Huurvakantiewoningen ⁽³⁾	9	17	104	130
Totaal	52	47	158	257
Aantal logieseenheden				
Hotels	485	184	156	825
Gastenkamers	61	53	131	245
Huurvakantiewoningen ⁽³⁾	9	17	197	223
Totaal	555	254	484	1 293
Aantal bedden				
Hotels	1202	425	396	2023
Gastenkamers	124	116	324	564
Huurvakantiewoningen ⁽³⁾	58	159	1 437	1 654
Totaal	1 384	700	2 157	4 241

Bron: Westtoer.

⁽¹⁾ D.i. Ieper, Poperinge, Diksmuide en Veurne.

⁽²⁾ Ruraal is niet in de stedelijke kernen van Ieper, Poperinge, Diksmuide en Veurne.

⁽³⁾ Inclusief mengvormen van huurvakantiewoningen met kamers.

De gemiddelde hotelgrootte in de stadskernen bedraagt 21 kamers, tegenover slechts 17 in de dorpskernen 10 kamers in de open ruimte. Een groot aandeel van de hotels buiten de stedelijke kernen (in de dorpen en in de open ruimte) beschikt over een typisch plattelandskarakter en wordt familiaal uitgebaat.

Hoewel de hotels in de Westhoek doorgaans van goede tot zeer goede kwaliteit zijn, blijft het streven naar kwaliteit een aandachtspunt. Ook toegankelijkheid verdient blijvende aandacht (niet alleen voor personen met een handicap, maar ook voor medioren en senioren die een steeds belangrijker groep vakantiegangers worden, zie verder). Dit laatste geldt trouwens voor alle logiesvormen.

Bij de bespreking van het logiesaanbod besteden we (voor zover mogelijk) ook telkens aandacht aan de gemiddelde bezettingsgraad. Hoewel dit strikt genomen een element is van de actuele verblijfstoeristische vraag (zie verder punt 1.2.1), nemen we de bezettingsgraad hier reeds op in de bespreking omdat het een belangrijke indicator betreft van de performantie van een specifiek logiestype.

Wat de bezettingsgraden¹⁵ in hotels betreft, kunnen we een beroep doen op gegevens uit de hotelbarometer, een initiatief van het Steunpunt Buitenlands beleid, toerisme en recreatie en (o.m.) de vijf provinciale toeristische organisaties, waarbij elke hotelier in Vlaanderen de kans krijgt om zijn bezettingsgraden op maandelijkse basis online in een webapplicatie in te voeren, waarna hij zijn eigen resultaat kan vergelijken met dat van een set van andere hotels (bv. vergelijkingen op stad- of regioniveau of op niveau van sterrenclassificatie).

Gemiddeld verlenen maandelijks een 14 Westhoekhotels hun medewerking aan dit systeem. In 2005 (het opstartjaar van de hotelbarometer) lag de participatiegraad wel een stuk lager zodat enige omzichtigheid noodzakelijk is bij de interpretatie van de resultaten voor dat jaar.

Tabel 5 toont de bruto kamerbezettingsgraad van de hotels in de Westhoek in 2005 en 2006. In 2005 bedroeg de bezettingsgraad 55% (6 aanbieders), in 2006 bijna 58% (14 aanbieders). Ter vergelijking: de gemiddelde bezettingsgraad van de hotels in de Vlaamse regio's bedroeg in 2006 54% (80 aanbieders), in Brugge 67% (42 aanbieders).

De maanden met de hoogste bezettingsgraad (in 2006) zijn mei tot en met september (tussen 70,5% en 73,5%). In januari is ze het laagst (26,0%).

De gemiddelde bruto kamerbezettingsgraad in de stedelijke hotels in de Westhoek (8 hotels in Ieper en Poperinge) bedraagt 62,3% (in 2006), terwijl ze in de niet-stedelijke hotels (6 hotels verspreid over de hele Westhoek) 33,3% bedraagt.

Aandachtspunten voor de hotelsector zijn:

- Vlottere en betere medewerking vereist vanwege de hotels in het ter beschikking stellen van cijfermateriaal ten behoeve van het beleid.
- Permanente aandacht voor kwaliteit en integrale kwaliteitszorg.
- Permanente aandacht voor kindvriendelijkheid.

¹⁵ De vermelde bezettingsgraden zijn steeds bruto kamerbezettingsgraden, dit wil zeggen berekend op het totaal aantal dagen in een jaar en niet op het aantal dagen dat het hotel geopend was (dit geeft een nettobezettingsgraad).

Tabel 5:

Bruto kamerbezettingsgraad van de hotels in de Westhoek, 2005 en 2006

Maand	Brutokamerbezettingsgraad	
	2005	2006
Januari	27,2	26,0
Februari	34,9	40,0
Maart	45,1	45,3
April	56,6	59,7
Mei	68,9	71,3
Juni	68,8	71,6
Juli	65,2	70,5
Augustus	70,8	71,5
September	75,1	73,5
Oktober	66,9	64,0
November	48,4	54,2
December	31,3	42,5
Jaargemiddelde	55,0	57,6
Aantal cases	6	14

Bron: Hotelbarometer, Steunpunt buitenlands beleid, toerisme en recreatie

Gastenkamers

De Westhoek telde op 1 juli 2006 77 aanbieders van kamers met ontbijt met een totaal van 245 kamers en 564 bedden. Ten opzichte van 1998 is het aantal aanbieders van gastenkamers **met 133%** toegenomen (van 33 naar 77), het aantal kamers met **192%** (van 84 naar 245). Vooral in 2006 was de toename van het aantal aanbieders van gastenkamers opmerkelijk, een trend waarvan nu al duidelijk is dat die zich in 2007 heeft voortgezet (er zijn voor 2007 echter nog geen officiële cijfers beschikbaar).

Tabel 4 toont aan dat de helft van de inrichtingen voor gastenkamers zich in de open ruimte bevindt. Ongeveer een kwart bevindt zich in de stedelijke kernen en nog eens een kwart in de dorpskernen. Ook hier vertoont de grote meerderheid een uitgesproken plattelandskarakter. Het aandeel van kamers in de open ruimte is in vergelijking met 1998 ongeveer gelijk gebleven op 54%. Het aandeel van kamers in de stedelijke kernen is licht toegenomen van 21% naar 25% ten nadele van het aandeel van kamers in dorpskernen dat van 25% naar 22% is afgenomen.

De kwaliteit van de gastenkamers is divers, maar varieert overwegend van goed tot zeer goed. De meeste nieuwe aanbieders besteden veel aandacht en zorg aan de kwaliteit van hun kamers en de service die ze verlenen. Bij een aantal aanbieders is de kwaliteit echter nog duidelijk voor verbetering vatbaar. Een objectieve maatstaf is niet beschikbaar omdat gastenkamers (tot 3 kamers) niet vergunningsplichtig zijn bij Toerisme Vlaanderen en dus ook geen classificatie toegekend krijgen. De vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen¹⁶ kent echter klavers toe (van 1 tot 4 naargelang de kwaliteit) aan de uitbatingen van haar leden.

Op Vlaams niveau wordt momenteel gewerkt aan wat het "Koepeldecreet voor toeristisch logies" wordt genoemd. Dit koepeldecreet en bijhorende uitvoeringsbesluiten beoogt een volledige herziening, actualisering en vereenvoudiging van alle bestaande sectorale wetgeving omtrent logies. Een van de belangrijkste principes is alvast dat elk bed vergund zal dienen te worden. Dit betekent dat elke logiesaanbieder, ook zij die momenteel niet

¹⁶ Dit is de opvolger op Vlaams niveau van de Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme. Deze vzw telde in 2006 een 250-tal leden in heel Vlaanderen waarvan een 50-tal in de Westhoek.

vergunningsplichtig zijn, een zekere vorm van kwaliteitscontrole zal moeten ondergaan alvorens over een vergunning te kunnen beschikken. Op termijn zullen de niet-kwaliteitsvolle aanbieders wellicht uit de markt verdwijnen. Algemeen kunnen we stellen dat integrale kwaliteitszorg ook voor de gastenkamers een noodzakelijk aandachtspunt is.

Wat de bezettingsgraad van gastenkamers betreft kunnen we een beroep doen op het systeem van vraagregistratie plattelandstourisme, dat door Westtoer in opdracht van de vzw Plattelandstourisme in Vlaanderen werd uitgewerkt en waarbij aanbieders van kleinschalig plattelandstourisme (landelijk gelegen hotels tot 15 kamers, gastenkamers en huurvakantiewoningen met max. 7 units) hun bezettingsgraden op maandbasis kunnen doorgeven. Aan dit systeem werken maandelijks een 30-tal aanbieders uit de Westhoek mee, waaronder een tiental aanbieders van gastenkamers. Randbemerking hierbij is wel dat de gegevens enkel de landelijk gelegen gastenkamers betreffen (in de open ruimte of in de dorpskernen). De stedelijke gastenkamers (ongeveer een kwart van het aanbod aan gastenkamers in de Westhoek) worden via dit systeem niet geregistreerd.

Tabel 6 toont de bruto kamerbezettingsgraad van de (landelijk gelegen) gastenkamers in de Westhoek in 2005 en 2006.

De gemiddelde bezettingsgraad in landelijk gelegen gastenkamers in de Westhoek bedroeg in 2006 38% (gebaseerd op 10 aanbieders). Dit cijfer blijkt de voorbije twee jaar vrij stabiel. Ter vergelijking: de gemiddelde bezettingsgraad van alle Vlaamse gastenkamers in het systeem bedroeg in 2006 eveneens 38% (op basis van 49 aanbieders).

Topmaanden voor de Westhoek zijn augustus (72%), juli (65%), juni (48%) en mei (42%). Het laagseizoen loopt van december tot en met maart. Zoals te verwachten blijkt er een duidelijk verschil tussen de bezetting in de week en die tijdens het weekend. In het hoogseizoen bedraagt de gemiddelde bezetting tijdens het weekend 80% tegenover 64% in de week. In het middenseizoen is dit 61% in het weekend tegenover 38% in de week. In het laagseizoen varieert dit van 35% in het weekend tot 11% in de week. De vakantieperiodes (kerst-, krokus-, paas- en herfstvakantie) geven wel telkens pieken.

Tabel 6:

Bruto kamerbezettingsgraad (in %) van de (landelijk gelegen) gastenkamers in de Westhoek, 2005 en 2006

Maand	Brutokamerbezettingsgraad	
	2005	2006
Januari	13,5	10,0
Februari	17,5	13,1
Maart	25,6	16,8
April	34,3	38,6
Mei	47,0	41,7
Juni	43,3	48,3
Juli	52,9	65,2
Augustus	66,4	72,3
September	45,9	37,5
Oktober	25,3	27,8
November	20,3	33,3
December	13,0	13,3
Jaargemiddelde	36,8	38,5

Bron: Systeem voor vraagregistratie plattelandstourisme, vzw Plattelandstourisme in Vlaanderen en Westtoer

Huurvakantiewoningen

De Westhoek telt op 1 juli 2006 130 aanbieders die samen 223 huurvakantiewoningen aanbieden met een totaal van 1 654 bedden (tabel 4). In vergelijking met 1998 is het aantal aanbieders van huurvakantiewoningen met **165 %** toegenomen (van 49 naar 130), het aantal woningen met **110 %** (van 106 naar 223). Het is opmerkelijk dat zich vooral het laatste jaar (in 2006) een grote stijging van het aantal huurvakantiewoningen heeft voorgedaan, een trend waarvan nu reeds duidelijk is dat die zich in 2007 heeft voortgezet (maar waarvoor nog geen officiële cijfers beschikbaar zijn).

Tabel 4 leert dat vier vijfde van het aantal inrichtingen zich in de open ruimte bevindt, 13% in de dorpskernen en slechts 7% in de stedelijke kernen. Deze verhoudingen komen in grote lijnen overeen met die in 1998, al waren er toen in de stedelijke kernen nog helemaal geen aanbieders van huurvakantiewoningen.

Verdere analyse van de gegevens toont dat (in 2006) 53% van alle inrichtingen (69 aanbieders van huurvakantiewoningen op een totaal van 130) niet gekoppeld is aan een woonfunctie (d.w.z. dat de uitbater van de huurvakantiewoning niet op dezelfde locatie woonachtig is). Van deze zogenaamd 'solitaire vakantiewoningen' (zonder domicilie) bevinden er zich 49 in de open ruimte (in agrarisch of parkgebied). Dit vertegenwoordigt ongeveer 38% van alle aanbieders van huurvakantiewoningen in de Westhoek.

De uitbaters van solitaire vakantiewoningen wonen meestal in de nabije omgeving (het is niet zo dat die opgekocht zijn door grote immobiliënkantoren aan de Kust en verhuurd worden). Er is bovendien een duidelijk verschil in aantal aangeboden vakantiewoningen afhankelijk van het feit of de uitbater op dezelfde locatie woont of niet. Indien dit het geval is worden er gemiddeld 2,2 vakantiewoningen per uitbating of inrichting geteld, indien dit niet het geval is bedraagt dit slechts 1,2 woningen per uitbating. Wat betreft de solitaire vakantiewoningen in de open ruimte (agrarisch of parkgebied) doet zich een stedenbouwkundig probleem voor (zie verder).

De kwaliteit van de huurvakantiewoningen is over het algemeen goed tot zeer goed en in sommige gevallen ook duidelijk origineel (bv. overnachtingsmogelijkheden op een boot bij vzw De Boot in Merkem). De huurvakantiewoningen zijn echter vooralsnog niet vergunningsplichtig. Met het toekomstige Koepeldecreet zou elke vakantiewoning wel aan een vorm van kwaliteitscontrole onderhevig zijn, wat de kwaliteit normaal gezien nog zal doen toenemen.

Tabel 7 toont de bruto bezettingsgraad van de (landelijk gelegen¹⁷) huurvakantiewoningen in de Westhoek in 2005 en 2006. Ook hier doen we een beroep op het hierboven reeds genoemde systeem van vraagregistratie plattelandslogies. Maandelijks werken aan dit systeem een 20-tal aanbieders uit de Westhoek mee.

De gemiddelde bezettingsgraad in de huurvakantiewoningen in de Westhoek bedroeg in 2006 28% (gebaseerd op 20 aanbieders), een daling van 5% ten opzichte van 2005. Dit zou een voorzichtige aanwijzing kunnen zijn in de richting van een verzadiging van de markt van huurvakantiewoningen. Anderzijds blijkt uit gegevens van hetzelfde systeem voor vraagregistratie dat het aantal personen per huurvakantiewoning is toegenomen van 5,8 personen in 2005 naar 7,2 personen in 2006. Er waren in 2006 op jaarbasis dus minder huurvakantiewoningen bezet maar ze waren wél met gemiddeld een groter aantal

¹⁷ Ook hier opnieuw de randbemerking dat het enkel de gegevens betreft van de *landelijk gelegen* huurvakantiewoningen. Het aandeel van huurvakantiewoningen in stedelijke kernen bedraagt echter slechts 7%.

personen bezet. Ter vergelijking: de gemiddelde bezettingsgraad van alle Vlaamse huurvakantiewoningen in het systeem bedroeg in 2006 35% (op basis van 75 aanbieders).

Topmaanden voor de Westhoek waren in 2006 juli (59%) en augustus (58%). Daarna volgen de maanden april tot juni en september met bezettingsgraden tussen 30% en 35%. Januari en februari kennen de laagste bezettingsgraden (tussen 5% en 10%). Zoals ook hier te verwachten viel, blijkt er opnieuw een duidelijk verschil tussen de bezetting in de week en die tijdens het weekend. In het hoogseizoen bedraagt de gemiddelde bezetting tijdens het weekend 67% tegenover 55% in de week. In het middenseizoen is dit 59% in het weekend tegenover 20% in de week. In het laagseizoen varieert dit van 26% in het weekend tot 5% in de week. Ook hier geven de schoolvakantieperiodes telkens pieken¹⁸.

Tabel 7:

Bruto bezettingsgraad¹⁹ (in %) van de (landelijk gelegen) huurvakantiewoningen in de Westhoek, 2005 en 2006

Maand	Brutobezettingsgraad	
	2005	2006
Januari	15,5	5,3
Februari	19,8	9,2
Maart	26,8	13,0
April	34,4	34,6
Mei	36,8	30,6
Juni	30,8	32,4
Juli	58,5	58,5
Augustus	70,2	58,1
September	34,7	30,0
Oktober	24,8	24,2
November	16,0	16,5
December	12,6	16,8
Jaargemiddelde	32,7	27,6

Bron: Systeem voor vraagregistratie plattelandslgies, vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen en Westtoer

Alvorens over te gaan tot de bespreking van de campings in de Westhoek staan we in volgend onderdeel eerst nog even stil bij een detailanalyse van de ligging van hotels, gastenkamers, huurvakantiewoningen en mengvormen samen.

Detailanalyse naar ligging van hotels, gastenkamers, huurvakantiewoningen en mengvormen in de Westhoek

Tabel 8 geeft voor alle tot nu toe besproken logiesvormen samen een detailoverzicht van de specifieke kernen waar het logies in kwestie gelegen is. Op die manier wordt een overzicht verkregen van de dorpskernen in de Westhoek die op vlak van toerisme belangrijk zijn. Dergelijke informatie kan bijvoorbeeld worden aangewend met het oog op prioriteitenstelling inzake geplande dorpskernvernieuwing.

¹⁸ De lage bezettingsgraden buiten het seizoen, niet alleen in huurvakantiewoningen maar ook in gastenkamers (zie hoger), zijn vooral te wijten aan een zeer lage bezetting tijdens de midweek. Dit hangt uiteraard ook samen met het probleem van de sluitingsdagen van de reca en met het feit dat er tijdens de week doorgaans relatief weinig te beleven valt.

¹⁹ Analooq aan de bruto kamerbezettingsgraad bij hotels of gastenkamers, betreft het hier een bruto huurvakantiewoningbezettingsgraad, op het niveau van de unit dus.

Tabel 8 toont dat bijna 62% van het aantal inrichtingen zich in de open ruimte bevindt, de meerderheid daarvan in het zuiden van de regio. Ruim 20% van de inrichtingen bevindt zich in de stadskernen en ruim 18% in de dorpskernen.

Tabel 8:

Aantal inrichtingen en logieseenheden van hotels, gastenkamers, huurvakantiewoningen en mengvormen in de Westhoek naar ligging, 1 juli 2006

Ligging	Aantal inrichtingen	%	Aantal logieseenheden	%
IN DE STADSKERNEN	52	20,2	555	42,9
Ieper	17	6,6	344	26,6
Diksmuide	13	5,1	83	6,4
Poperinge	11	4,3	74	5,7
Veurne	11	4,3	54	4,2
IN DE DORPSKERNEN	47	18,3	254	19,6
Noorden van de Westhoek	28	10,9	162	12,5
Lo (Lo-Reninge)	2	0,8	39	3,0
Stuivekenskerke (Diksmuide)	2	0,8	24	1,9
Izenberge (Alveringem)	1	0,4	20	1,5
Beauvoorde (Veurne)	3	1,2	17	1,3
Alveringem	2	0,8	17	1,3
Koekelare	3	1,2	10	0,8
Reninge ((Lo-Reninge)	1	0,4	6	0,5
Beveren (Alveringem)	2	0,8	4	0,3
Pollinkhove (Lo-Reninge)	2	0,8	4	0,3
Vladslo (Diksmuide)	1	0,4	4	0,3
Zoutenaai (Veurne)	1	0,4	4	0,3
Kaaskerke (Diksmuide)	1	0,4	3	0,2
Oostnieuwkerke (Staden)	1	0,4	3	0,2
Wulveringem (Veurne)	2	0,8	2	0,2
Esen (Diksmuide)	1	0,4	2	0,2
Lampernisse (Diksmuide)	1	0,4	1	0,1
Bulskamp (Veurne)	1	0,4	1	0,1
Steenkerke (Veurne)	1	0,4	1	0,1
Zuiden van de Westhoek	19	7,4	92	7,1
Langemark	1	0,4	49	3,8
Watou (Poperinge)	6	2,3	12	0,9
Passendale (Zonnebeke)	1	0,4	8	0,6
Boezinge (Ieper)	2	0,8	5	0,4
De Klijte (Heuvelland)	2	0,8	4	0,3
Haringe (Poperinge)	1	0,4	4	0,3
Vlamertinge (Ieper)	1	0,4	3	0,2
Dikkebus (Ieper)	1	0,4	3	0,2
Dranouter (Heuvelland)	1	0,4	1	0,1
Nieuwkerke (Heuvelland)	1	0,4	1	0,1
Reningelst (Poperinge)	1	0,4	1	0,1
Mesen	1	0,4	1	0,1
IN DE OPEN RUIMTE	158	61,5	484	37,4
Zuiden van de Westhoek	99	38,5	318	24,6
Noorden van de Westhoek	59	23,0	166	12,8
TOTAAL	257	100,0	1 293	100,0

Bron: Westtoer.

Wanneer specifiek gekeken wordt naar de dorpskernen en naar het aantal aanwezige logieseenheden (kamers en/of huurvakantiewoningen) blijken de belangrijkste kernen die van Langemark te zijn (weliswaar met slechts 1 hotel met 49 kamers), gevolgd door Lo (39 logieseenheden), Stuivekenskerke (24 eenheden), Izenberge (20 eenheden), Beauvoorde en Alveringem (elk 17 eenheden), Watou (12 eenheden) en Koekelare (10 eenheden). Uitgedrukt in aantal inrichtingen blijkt de dorpskern van Watou over de meeste logiesverstrekkers te beschikken (6 inrichtingen).

In de rand hiervan is het belangrijk om te vermelden dat de Vlaamse regering in juni 2007 heeft beslist om de capaciteit voor verblijfsaccommodatie bij zonevreemd wonen in agrarisch gebied en parkgebied te verhogen tot 8 verblijfseenheden (kamers of vakantiewoningen met een maximum van 32 personen) (besluit van de Vlaamse Regering van 29 juni 2007; publicatie in BS op 23 juli 2007). Dit geldt dus niet meer enkel voor actieve boerderijen, maar ook voor niet of niet langer actieve boerderijen op voorwaarde dat er een domicilie is gevestigd. Wat de zonevreemde solitaire vakantiewoningen betreft, gelegen in agrarisch gebied of parkgebied, blijven zich dus problemen stellen. In de Westhoek gaat het over 49 inrichtingen op een totaal van 130 (zie hoger).

Kampeerterreinen/kampeerverblijfparken

De Westhoek telde op 1 juli 2006 5 terreinen, waarvan 3 in Heuvelland, 1 in Diksmuide en 1 in Ieper (tabel 9). In vergelijking met 1998 is er 1 terrein verdwenen (camping De Blekken Pot in Diksmuide).

Tabel 9:

Capaciteit van de kampeerterreinen/kampeerverblijfparken in de Westhoek, 1 juli 2006

Naam	Gemeente	Toeristische standplaatsen		Vaste standplaatsen		Totaal	
		Eenheden	Bedden	Eenheden	Bedden	Eenheden	Bedden
IJzerhoeve	Diksmuide	55	120	112	448	167	568
Ypra	Heuvelland	92	328	264	1 062	356	1 390
Douve	Heuvelland	26	84	91	376	117	460
De Nachtegaal	Heuvelland	12	28	16	64	28	92
Jeugdstadion	Ieper	75	200	0	0	75	200
Totaal		260	760	483	1 950	743	2 710

Bron: Steunpunt buitenlands beleid, toerisme en recreatie en Westtoer

Met slechts 5 kampeerterreinen en een capaciteit van 2 710 bedden is het kampeeraanbod in de Westhoek beperkt en bovendien vrij sterk geconcentreerd in het zuidoosten van de regio. Vooral rond Poperinge dient zich geen enkel aanbod aan.

Niettegenstaande de toename van het aantal toeristische standplaatsen (trekkersplaatsen) met 12% ten opzichte van 1998 (van 232 naar 260 standplaatsen), blijft het aanbod beperkt. Meer dan 65% van het aantal standplaatsen op kampeerterreinen zijn immers residentiële standplaatsen die als tweede verblijf worden aangewend. Het aantal vaste standplaatsen is trouwens ook met 17% toegenomen (van 412 naar 448 standplaatsen).

De kwaliteit van de terreinen varieert van matig tot goed. Drie terreinen hebben een erkenning van Toerisme Vlaanderen, twee niet (Douve en Jeugdstation). Douve wordt bedreigd in zijn werking door beperkende maatregelen vanuit ruimtelijke ordening. Jeugdstadion zal op korte termijn volledig vergund zijn.

Een officieel vergund kampeerautoterrein met aangepaste voorzieningen (elektriciteit, water, lozingspunt voor afvalwater) is er in de Westhoek niet. De meeste gemeenten in de Westhoek voorzien wel beperkte parkeermogelijkheid voor kampeerauto's. Camping Jeugdstadion in Ieper zal in de nabije toekomst aangepaste standplaatsen voor kampeerauto's voorzien.

Jeugd- en groepsverblijven

De Westhoek kent een zeer groot aanbod op vlak van jeugd- en groepsverblijven: 33 aanbieders in 2006 met in totaal 2 146 bedden. Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen bivak- en kampplaatsen met basiscomfort (kookgelegenheid zonder verdere dienstverlening) en andere jeugd- en groepsverblijven met meer comfort en met dienstverlening (bv. voorzien in maaltijden).

Tabel 10:

Aantal inrichtingen en capaciteit in jeugd- en groepsverblijven in de Westhoek, 1 juli 2006

	Bivak en kampplaatsen		Andere jeugd- en groepsverblijven		Totaal		% van de inrichtingen	% van de capaciteit
	Inrichtingen	Capaciteit	Inrichtingen	Capaciteit	Inrichtingen	Capaciteit		
Zuiden ⁽¹⁾	13	790	12	859	25	1 649	75,8	76,8
Heuvelland	8	484	7	478	15	962	45,5	44,8
Ieper	2	96	4	281	6	377	18,2	17,6
Poperinge	1	80			1	80	3,0	3,7
Vleteren	1	80	1	100	2	180	6,1	8,4
Zonnebeke	1	50			1	50	3,0	2,3
Noorden	6	361	2	136	8	497	24,2	23,2
Alveringem	1	75			1	75	3,0	3,5
Veurne	1	60			1	60	3,0	2,8
Diksmuide	1	56	2	136	3	192	9,1	8,9
Koekelare	1	120			1	120	3,0	5,6
Staden	2	50			2	50	6,1	2,3
TOTAAL	19	1 151	14	995	33	2 146	100,0	100,0

Bron: Steunpunt buitenlands beleid, toerisme en recreatie en Westtoer

⁽¹⁾ Messines Peace Village was op 1 juli 2006 nog niet actief en is dus niet in deze cijfers opgenomen.

Bijna 58% van de inrichtingen (19 op 33) voorziet in bivak- en kampgelegenheid (dit vertegenwoordigt ongeveer 54% van de beddenscapaciteit in jeugd- en groepsverblijven).

Ten opzichte van 1998 betekent dit een afname van de beddenscapaciteit in bivak- en kampplaatsen met ongeveer 10%. De beddenscapaciteit in de meer kwalitatieve categorie 'andere jeugd- en groepsverblijven' is echter met bijna 90% gestegen (van 527 bedden in 1998 tot 995 bedden in 2006). Dit is een positieve evolutie die wijst op een duidelijk toegenomen kwaliteit in het aanbod. Echter, een voldoende groot aanbod aan bivak- en kampplaatsen met voldoende basiscomfort voor bv. jeugdbewegingen is eveneens gewenst. Een verdere afbouw van dit aanbod dient dan ook te worden vermeden.

Tabel 10 toont nog steeds een zeer sterke concentratie van jeugd- en groepsverblijven in Heuvelland (voornamelijk in Westouter), maar het aandeel van deze gemeente binnen het totaalaanbod aan jeugd- en groepverblijven is wel van ruim 65% in 1998 gedaald naar 45% in 2006. Dit is vooral het gevolg van een afname van het aantal bivak- en

kampplaatsen in Heuvelland (van 17 naar 8), maar ook van een opmerkelijke toename van het aantal aanbieders van kwalitatief jeugd- en groepslogies op andere plaatsen (bv. in Ieper van 1 naar 4), hoewel in Heuvelland ook hier een toename te noteren viel (van 2 naar 7).

Door de nieuwe ruimtelijke planning wetgeving worden nieuwe mogelijkheden geboden voor het ontwikkelen van jeugdlogies in het landelijk gebied. In dit verband is het belangrijk te vermelden dat het besluit van de Vlaamse Regering van 29 juni 2007 over de functiewijziging bij zonevreemd wonen, de min of meer aan landbouw verwante activiteiten heeft verruimd tot jeugdlogies, beantwoordend aan de voorwaarden voor erkenning binnen het Decreet van 3 maart 2004 over Toerisme voor Allen, en specifiek het jeugdlogies.

Mits goede begeleiding van de groepen en een degelijke reglementering zoals die bv. in Westouter is uitgewerkt, hoeft concentratie van jeugd- en groepslogies in één gebied geen probleem te zijn.

Tweede verblijven

Tabel 11 toont de verdeling van het aantal tweede verblijven in de Westhoek naar gemeente, opgesplitst in individuele tweede woningen en vaste standplaatsen op kampeerterreinen/kampeerverblijfparken.

In totaliteit zijn er 1 292 tweede verblijven (inclusief vaste standplaatsen) in de Westhoek, goed voor 5 672 bedden. Hiervan zijn er 809 individuele tweede woningen met een totaal van 3 722 bedden en daarnaast bevinden er zich op de diverse kampeerterreinen 483 vaste standplaatsen die goed zijn voor 1 950 bedden.

Bijna 60% van het aantal bedden in tweede verblijven bevindt zich in het zuiden van de regio. Dit komt voornamelijk door het grote aantal vaste standplaatsen op kampeerterreinen, die vooral in het zuiden gelegen zijn. Het aantal individuele tweede woningen is immers vrij gelijk verdeeld over het noorden en het zuiden van de regio.

Er valt een concentratie aan tweede verblijven vast te stellen in Heuvelland, waar zich ruim 42% van de beddencapaciteit in tweede verblijven situeert. Ook in de Westhoekgemeenten die zich in het directe hinterland van de Kust situeren (Veurne, Alveringem, Diksmuide) bevinden zich aanzienlijke concentraties tweede verblijven. Hier speelt duidelijk het effect van de nabijheid van de Kust een rol. In het zuiden van de regio zien we vooral een concentratie in Zonnebeke en Ieper.

Het totaal aantal bedden in tweede verblijven is in vergelijking met 1998 met 47% gestegen. De stijging van de capaciteit in de individuele tweede woningen bedraagt 61,7%, terwijl die op de vaste standplaatsen +25% bedraagt.

Het aantal individuele tweede woningen is ten opzichte van 1998 het sterkst gestegen in Heuvelland (+308%), gevolgd door Poperinge (+136%), Diksmuide (+128%) en Veurne (+60%).

Tabel 11:

Verdeling van het aantal tweede verblijven (individuele tweede woningen en residentiële standplaatsen) in de Westhoek, 2006

Gemeente	Aantal individuele tweede woningen		Aantal residentiële standplaatsen		Totaal tweede verblijfstoerisme		
	Aantal eenheden	Aantal bedden	Aantal eenheden	Aantal bedden	Aantal eenheden	Aantal bedden	% van aantal bedden
Veurne	131	603			131	603	10,6
Alveringem	68	313			68	313	5,5
Lo-Reninge	40	184			40	184	3,2
Diksmuide	112	515	112	448	224	963	17,0
Koekelare	16	74			16	74	1,3
Kortemark	(a)	(a)			(a)	(a)	(a)
Houthulst	26	120			26	120	2,1
Staden	9	41			9	41	0,7
SUBTOTAAL NOORDEN	402	1 850	112	448	514	2 298	40,5
Poperinge	45	207			45	207	3,6
Vleteren	12	55			12	55	1,0
Ieper	70	322			70	322	5,7
Langemark-Poelkapelle	10	46			10	46	0,8
Zonnebeke	74	340			74	340	6,0
Heuvelland	196	902	371	1 502	567	2 404	42,4
Mesen	(a)	(a)			(a)	(a)	(a)
SUBTOTAAL ZUIDEN	407	1 872	371	1 502	778	3 374	59,5
TOTAAL	809	3 722	483	1 950	1292	5 672	100,0

Bron: Westtoer, gemeentelijke belastingkohieren op tweede woningen en Steunpunt buitenlands beleid, toerisme en recreatie en Westtoer

^(a) Deze gemeenten bezitten geen kohier van de belastingen op tweede woningen

1.1.2.2 Toeristische infokantoren

De Westhoek beschikt over een vrij volledig netwerk van door Toerisme Vlaanderen erkende toeristische infokantoren (Vlaanderen, regionale en lokale kantoren). Elke gemeente heeft zijn onthaalpunt, al valt de toeristische balie in sommige kleinere gemeenten wel soms samen met de publieksbalie van een andere gemeentelijke dienst.

Uit onderzoek dat in 2005 door Toerisme Vlaanderen in samenwerking met Westtoer werd uitgevoerd bij verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen in de Vlaamse regio's, blijkt dat 40% van de verblijfstoeristen in de Westhoek tijdens het verblijf in de regio contact heeft opgenomen met een lokale dienst voor toerisme (het gemiddelde voor Vlaanderen bedraagt 35%).

Algemeen kan worden gesteld dat het onthaal in de Westhoek vrij weinig gestructureerd is. Van een gecoördineerde aanpak op regioniveau (bv. met een module in eenzelfde Westhoekstijl) is weinig sprake.

In de onthaalstructuur van de regio speelt het Streekbezoekerscentrum voor de Westhoek in Ieper een belangrijke rol. Bij de opening ervan was het één van de modernste infokantoren van Vlaanderen. Het interpretatieve gedeelte is echter aan vernieuwing toe

(cd-roms, maquette). Aanpassing van het bezoekerscentrum is gepland binnen de op stapel staande uitbreiding en vernieuwing van het In Flanders Fields Museum tegen 2012.

Heel wat gemeenten hebben plannen om hun toeristische onthaalinfrastructuur de komende jaren te vernieuwen, aan te passen of te herlokaliseren. Naast Ieper is dit het geval voor Diksmuide, Heuvelland, Veurne, Langemark, Houthulst, Alveringem en Mesen.

In Wervik kan de aanduiding van de dienst voor toerisme worden verbeterd zodat het voor een toerist sneller duidelijk is dat de toeristische infobalie zich in het Tabaksmuseum bevindt.

Knelpunt met betrekking tot de meeste kleinere toeristische infokantoren blijven de openingsuren die te sterk op een ambtelijk schema zijn geënt. Dit is inherent aan de erkenningsvoorwaarden van Toerisme Vlaanderen waar voor een lokaal kantoor vereist is dat het 120 dagen of 840 uren per jaar open is met als aanbevolen openinguren 5 dagen per week van 9u tot 12u en van 14u tot 17u.

Om dit probleem te verhelpen heeft Toerisme Vlaanderen een vereenvoudigde structuur van onthaalpunten uitgewerkt met enkel A en B-kantoren. In het eerste geval moet het kantoor het hele jaar 7 dagen op 7 geopend zijn, in het tweede geval van 1 april tot 30 september eveneens 7 dagen op 7²⁰. In de voorstellen van Toerisme Vlaanderen worden aan deze nieuwe structuur ook minimale personeelsvoorwaarden gekoppeld²¹. De nieuwe structuur is momenteel nog niet van toepassing.

Over het algemeen is de voorbije jaren een toenemende tendens naar meer professionalisme merkbaar in de meeste diensten voor toerisme, al gaat dit in veel gevallen ook gepaard met meer werk en minder tijd voor bijvoorbeeld overlegvergaderingen of studiebezoeken met de regiowerking. Toch kan worden gesteld dat het professionalisme van de diensten nog steeds verbeterd kan worden, een opdracht waar ook Westtoer een rol heeft in te spelen.

Een nieuwe ontwikkeling die zeker verruimd dient te worden is die van de dorpsonthaalpunten zoals die in Heuvelland worden gerealiseerd. Het gaat om niet bemande infopunten (bord, rustplaats, bank, parking) in dorpskernen waar verder geen toeristisch onthaal aanwezig is. Sommige gemeenten (bv. Poperinge, Lo) experimenteren ook met elektronische infozuilen om de beperkte openingsuren of (bv. in het geval van Lo) de moeilijke bereikbaarheid van het kantoor voor personen met een handicap te compenseren.

1.1.3 Externe en interne toegankelijkheid

De externe toegankelijkheid met de wagen is vrij goed. Ook met de trein is de Westhoek te bereiken, al is dit in het noorden (lijn Gent-Adinkerke) vlotter dan in het zuiden (lijn Kortrijk-Poperinge). Met name de verbinding Brugge-Ieper met de lange overstaptijd in Kortrijk blijft problematisch. De treinverbinding vanuit Rijsel naar Ieper is daarentegen wél aanzienlijk verbeterd in vergelijking met 1998.

²⁰ De openingsperiodes voor de B-kantoren zijn minimale openingsperiodes. Gezien het specifieke belang van het oorlogsgegeven voor de Westhoek met activiteiten en herdenkingen tot half november, is het aangewezen dat een aantal B-kantoren in de Westhoek minimaal van 1 april tot en met 15 november geopend zijn.

²¹ A-kantoor: 1 directeur (A-niveau), 1 flankerend beleids- en infrastructuurontwikkelingsdeskundige (B-niveau), 1 marketing- en promotiedeskundige (B-niveau), 3 baliemedewerkers. B-kantoor: 1 directeur (A-niveau), 2 baliemedewerkers.

De aanvankelijk voorziene doortrekking van de A19 tussen Ieper en Veurne (door het historische frontlandschap van Wereldoorlog I en door de beschermde komgronden van Lampernisse en de broeken van Merkem) gaat niet door. Er werd een compromis²² bereikt om via de ring van Ieper en een nieuw nog aan te leggen stuk expressweg tot voor Woesten aan te sluiten op de bestaande N8 die heraangelegd en voor doorgaand verkeer geoptimaliseerd zal worden. Onder meer in Vleteren is er tegen deze heraanleg fel protest gerezen omdat men bij een mogelijke ondertunneling van de doorgang van de N8 door Oostvleteren een leegloop van het dorp vreest en schade voor de lokale middenstand. Ook voor de toeristisch-recreatieve productontwikkeling zal de heraanleg van de N8 problemen opleveren. De heraanleg van de N8 zal de verkeersdoorstroming echter bevorderen en zal ook de bereikbaarheid van de attractiepunten langs de N8 alsook van Bellewaerde Park verbeteren.

Wat de interne ontsluiting via het openbaar vervoer betreft, is het zo dat alle belangrijke plaatsen en ook de meeste toeristische attracties met trein of bus bereikbaar zijn. Toch blijft het zo dat het uitgebreide netwerk van De Lijn hoofdzakelijk is afgestemd op utilitair vervoer (woon-werk- en woon-schoolverkeer). Er is ook een systeem van belbussen, maar dit is voor een toerist niet echt gebruiksvriendelijk²³. Toch doet De Lijn ook belangrijke inspanningen om hun aanbod binnen de toeristisch-recreatieve sector bekend te maken, in de Westhoek o.m. via mailings naar alle logiesverstrekkers in de regio en via advertenties in o.m. de regiopocket. Op lange termijn (2014-2022) wil De Lijn binnen het kader van het Neptunus-toekomstplan streven naar het verlengen van de kusttramlijn vanaf Koksijde naar Veurne. Voor de ontsluiting van de Westhoek via het openbaar vervoer zou dit zonder twijfel een goede zaak zijn.

1.2 Actueel toeristisch-recreatieve vraag

1.2.1 Verblijfstoerisme

Bij de analyse van de verblijftoeristische vraag van de Westhoek maken we een onderscheid tussen enerzijds de verblijven in commerciële logiesvormen en anderzijds het tweedeverblijfstoerisme.

Verblijven in commerciële logiesvormen zijn verblijven van korte periodes die plaatsvinden in hotels of gelijkgestelde inrichtingen, op toeristische standplaatsen van kampeerterreinen, in kamers met ontbijt, in individuele huurvakantiewoningen of in logies voor specifieke doelgroepen²⁴ én waarvoor een commerciële prijs wordt betaald.

De vakanties in tweede verblijven of op vaste standplaatsen op kampeerterreinen worden tot het tweedeverblijfstoerisme gerekend.

²² Zie beslissing van de Vlaamse regering van 23 maart 2007 inzake de aanleg en verbetering van de wegverbinding tussen Ieper en Veurne.

²³ Het belbussysteem is overal in Vlaanderen in voege, wat maakt dat het voor mensen die enigszins met het openbaar vervoer vertrouwd zijn, toch mogelijkheden biedt voor Vlaamse vakantiegangers in de regio.

²⁴ Onder logies voor doelgroepen vallen enerzijds de bivakplaatsen (jeugd), anderzijds de overige jeugd- en groepsverblijven. De laatste categorie richt zich voornamelijk maar niet hoofdzakelijk op de jeugd, biedt meer comfort en voorziet in de meeste gevallen in specifieke dienstverlening (bv. maaltijden).

a) Analyse van de actuele verblijfstoeristische vraag op basis van de NIS-gegevens

Voor informatie over de verblijfstoeristische vraag doen we een beroep op gegevens van de FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen (de nieuwe naam voor het vroegere Nationaal Instituut voor de Statistiek of NIS)²⁵. Deze federale overheidsdienst brengt voor een aantal logiesvormen op maandelijkse basis het aantal aankomsten, de overnachtingen en de verblijfsduur in kaart, opgesplitst naar land van herkomst en gemeente van verblijf. De meest recente gegevens zijn die van 2006.

Voor een correcte interpretatie van de NIS-gegevens is het belangrijk te wijzen op een aantal beperkingen ervan:

- Niet alle logiesvormen worden in kaart gebracht. De voor de Westhoek belangrijke logiesvormen kamers met ontbijt en individuele huurvakantiewoningen vallen buiten de inventarisatie. Ook het tweedeverblijfstoerisme wordt niet in kaart gebracht.
- Het aantal toeristische aankomsten en overnachtingen wordt op een systematische manier onderschat. Dit is te wijten aan het niet steeds accuraat invullen van de cijfergegevens door de (voornamelijk kleinschalige) logiesverstrekkende bedrijven zelf. Dit is met name het geval bij de hotels en kampeerterreinen maar in mindere mate bij de logiesvormen voor doelgroepen. Gezien de Westhoek gekenmerkt wordt door het vrij kleinschalig karakter van haar logiesbedrijven, dient met deze onderschatting terdege rekening te worden gehouden.

Tabel 12 geeft het aantal NIS-aankomsten, overnachtingen en gemiddelde verblijfsduur weer in de Westhoek voor 2006. Ter vergelijking staan ook de cijfers van de aangrenzende groene regio's vermeld, evenals het totaal voor de Vlaamse regio's.

Tabel 12:

Aantal aankomsten, overnachtingen en gemiddelde verblijfsduur in commerciële logiesvormen van Westhoek, Brugse Ommeland, Leiestreek en Vlaamse Regio's, 2006.

Regio	Aantal aankomsten	Aantal overnachtingen	Gemiddelde verblijfsduur (in nachten)	Marktaandeel t.o.v. Vlaamse regio's (in % v/d overnachtingen)
Westhoek	190 248	443 358	2,3	5,3
Brugse Ommeland ^(a)	57 810	147 745	2,6	1,8
Leiestreek ^(b)	165 707	354 636	2,1	4,2
Vlaamse regio's	2 951 319	8 391 916	2,8	-

^(a) Exclusief Brugge.

^(b) Exclusief Gent.

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

Voor 2006 noteerde het NIS voor de Westhoek ongeveer 190 000 aankomsten en 443 000 overnachtingen, goed voor een marktaandeel ten opzichte van de Vlaamse regio's van 5,3%. De gemiddelde verblijfsduur is met 2,3 nachten vrij kort in vergelijking met die van de Vlaamse regio's (2,8).

Tabel 13 geeft het aantal officiële NIS-overnachtingen weer in de Westhoek per logiesvorm voor 2006. We zien dat de overnachtingen overwegend in het hotelwezen (56%) en bij de jeugd- en groepsverblijven (39%) werden genoteerd.

²⁵ Voor het gemak worden in de verdere tekst nog steeds de termen "NIS" en "NIS-cijfers" aangewend bij verwijzingen naar en gebruik van gegevens van deze federale overheidsdienst.

Tabel 13:

Het aantal NIS-overnachtingen in de Westhoek per logiesvorm, 2006

Logiesvorm	Aantal overnachtingen	Aandeel in %
Hotels	247 728	55,9
Campings	23 297	5,3
Jeugd- en andere groepsverblijven	172 333	38,8
Totaal	443 358	100,0

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

De officiële NIS-statistieken geven echter een onvolledig beeld van het totaal aantal overnachtingen in de Westhoek (niet alle logiestypes zijn erin vervat en sommige logiestypes worden ook systematisch onderschat). Daarom wordt in de volgende paragrafen een inschatting gemaakt van het reëel aantal overnachtingen in de Westhoek. Aansluitend daarbij zal tabel 27 een overzicht geven van dit reëel aantal overnachtingen.

b) Raming van de reële verblijfstoeristische vraag in commerciële logiesvormen

Op basis van andere bronnen en van diverse hypothesen trachten we in wat volgt een raming te maken van het werkelijk aantal overnachtingen in de Westhoek. Achtereenvolgens komen aan bod: de hotels, de kamers met ontbijt, de huurvakantiewoningen en de kampeerterreinen/kampeerverblijfparken (toeristische standplaatsen). De raming geldt steeds voor 2006.

Hotels

In het strategisch beleidsplan van 1998 werd geconcludeerd dat de NIS-gegevens met 25% moesten worden verhoogd om de realiteit te benaderen. Deze hypothese wordt hieronder getoetst aan de nieuwe realiteit.

Het NIS telde in 2006 247 728 overnachtingen in de Westhoek. Uitgaand van gemiddeld 1,8 personen per kamer werden aldus officieel 137 627 kamernachten gerealiseerd. Tegenover het maximaal aantal te verhuren kamernachten op jaarbasis (931 kamers x 365 nachten = 339 815), levert dit een officiële bruto kamerbezettingsgraad op van 40,5%.

De reële bruto kamerbezettingsgraad van stedelijke hotels in de Westhoek ligt op ongeveer 62%, die van de landelijke gelegen kamers op ongeveer 38%²⁶. Toegepast op de capaciteit in resp. stedelijke en landelijke hotels, betekent dit dat het reëel aantal overnachtingen inderdaad ca. 25% hoger ligt ten opzichte van de officiële NIS-cijfers. De correctie die in 1998 werd voorgesteld, kan dus worden behouden.

Het reëel aantal overnachtingen in hotels in de Westhoek kan aldus voor 2006 op ongeveer 310 000 eenheden worden geraamd.

Tabel 14 geeft voor 2006 de inschatting van het reëel aantal overnachtingen en aankomsten in hotels in de Westhoek, per land van herkomst.

De Belgen vormen het belangrijkste cliënteel van de Westhoekhotels (40%), gevolgd door de Britse (38%) en de Nederlandse markt (bijna 10%). Opvallend ook is het aandeel van de niet-buurlanden (bijna 7%), voornamelijk Wereldoorlog I-toeristen uit landen als de Verenigde Staten, Canada, Australië en Nieuw-Zeeland.

²⁶ Bron: Hotelbarometer Steunpunt Toerisme en Recreatie (voor de bezettingsgraad van de stedelijke hotels) en Systeem voor vraagregistratie plattelandslgies (voor de bezettingsgraad in landelijk gelegen kamers).

Tabel 14:

Raming van het reëel aantal nachten, aankomsten en de gemiddelde verblijfsduur van de hotels in de Westhoek, naar land van herkomst, 2006, gecorrigeerde NIS-cijfers

Land van herkomst	Overnachtingen		Aankomsten		Gemiddelde verblijfsduur
	Aantal	%	Aantal	%	
België	124 733	40,3	65 286	41,2	1,9
Ver. Koninkrijk	118 050	38,1	57 399	36,2	2,1
Nederland	30 890	10,0	17 983	11,4	1,7
Duitsland	6 811	2,2	3 351	2,1	2,0
Frankrijk	9 171	3,0	5 711	3,6	1,6
Andere	20 005	6,5	8 655	5,5	2,3
Totaal	309 660	100,0	158 385	100,0	2,0

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen en Westtoer

De gemiddelde verblijfsduur in hotels is met 2,0 nachten vrij laag.

De verdeling van het aantal overnachtingen naar doel van de reis wijst op het overwegend recreatieve karakter van de hotelovernachtingen in de Westhoek (bron: NIS-cijfers 2006):

- ontspanning: 85,2%
- seminars/congressen: 6,5%
- zaken: 8,3%

Tabel 15 geeft een detailoverzicht van de evolutie in overnachtingen, aankomsten en gemiddelde verblijfsduur in hotels zoals die door het NIS worden geregistreerd (periode 1998-2006).

Het aantal overnachtingen in hotels is over de periode 1998-2006 met 111% toegenomen, dit is een gemiddelde jaarlijkse groei met 9,8%. Het aantal aankomsten is over dezelfde periode nog sterker toegenomen, nl. met 127%. De gemiddelde verblijfsduur is licht gedaald van 2,1 nachten in 1998 naar 2 nachten in 2006.

Tabel 15:

Aantal overnachtingen, aankomsten en gemiddelde verblijfsduur in hotels in de Westhoek, 1998-2006

Jaar	Over-nachtingen	Index	Aankomsten	Index	Verblijfs-duur	Index
1998	146 729	100	69 633	100	2,1	100
1999	151 758	103	76 445	110	2,0	94
2000	157 965	108	82 111	118	1,9	91
2001	178 533	122	90 323	130	2,0	94
2002	234 850	160	119 780	172	2,0	93
2003	256 081	175	129 303	186	2,0	94
2004	273 054	186	144 280	207	1,9	90
2005	279 663	191	144 753	208	1,9	92
2006	309 660	211	158 385	227	2,0	93

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen (gecorrigeerde cijfers)

Tabel 16 toont de evolutie van het aantal overnachtingen in hotels naar land van herkomst. De sterkste groei in overnachtingen deed zich voor bij de Britten (+165%), gevolgd door de Belgen (+124%) en de Nederlanders (+71%).

Tabel 16:

Evolutie van het aantal overnachtingen in hotels in de Westhoek, naar land van herkomst, 1998-2006

Jaar	België	Groot-Brittannië	Nederland	Frankrijk	Duitsland	Totaal
1998	100	100	100	100	100	100
1999	109	105	100	89	103	103
2000	116	108	93	109	117	108
2001	130	139	96	112	101	122
2002	170	178	165	146	99	160
2003	186	183	207	132	103	175
2004	191	234	182	133	88	186
2005	211	231	148	121	76	191
2006	224	265	171	159	76	211

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

Het aandeel (in overnachtingen) van de Britten (niet in de tabel) is van 24,5% in 1998 gestegen naar meer dan 38% in 2006. Het aandeel van de Belgen nam ondanks de absolute stijging af van 44,2% in 1998 naar ongeveer 40% in 2006. De gemiddelde verblijfsduur van de Belgen nam met gemiddeld 0,1 nachten af, terwijl die van de Britten met gemiddeld 0,2 nachten is toegenomen.

Gastenkamers

Het NIS beschikt niet over gegevens met betrekking tot de kamers met ontbijt in de Westhoek.

Voor de inschatting van de vraaggegevens voor 2006 wordt gebruik gemaakt van volgende parameters:

- Aantal kamers in 2006: 175
 - o 41 in stedelijk gebied²⁷
 - o 134 in landelijk gebied of in dorpskernen
- Kamerbezettingsgraad in 2006: 38%²⁸
- Gemiddeld aantal personen per kamer:
 - o 2,0 personen in landelijk gebied of in dorpskernen
 - o 1,8 personen in stedelijk gebied (analoog als bij hotels)

²⁷ Onder stedelijk wordt verstaan: gelegen in het stedelijk gebied van Ieper, Poperinge, Diksmuide of Veurne.

²⁸ Bron: Vraagregistratie voor de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen, 2006.

- Verdeling naar land van herkomst:²⁹
 - o Belgen 85%
 - o Britten 9%
 - o Nederlanders 4%
 - o Fransen 0,5%
 - o Duitsers 0,5%
 - o Andere 1%
 - Totaal 100%

Toepassing van deze parameters leidt tot een schatting in absolute aantallen voor de gastenkamers (tabel 17):

Tabel 17:

Raming van het aantal nachten, aankomsten en de gemiddelde verblijfsduur van de gastenkamers in de Westhoek, naar land van herkomst, 2006

Land van herkomst	Nachten		Aankomsten		Gemiddelde verblijfsduur
	Aantal	%	Aantal	%	
België	40 297	85,0	16 651	85,0	2,4
Ver. Koninkrijk	4 267	9,0	1 763	9,0	2,4
Nederland	1 896	4,0	784	4,0	2,4
Duitsland	237	0,5	98	0,5	2,4
Frankrijk	237	0,5	98	0,5	2,4
Andere	474	1,0	196	1,0	2,4
Totaal	47 408	100,0	19 590	100,0	2,4

Bron: Westtoer en Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie (aanbod).

In vergelijking met 1998 is het aantal overnachtingen in gastenkamers met 242% toegenomen (van 13 870 naar 47 408 overnachtingen). De gemiddelde verblijfsduur is over deze periode gemiddeld met 0,4 nachten toegenomen. Gedetailleerde evolutiecijfers zijn voor de gastenkamers niet beschikbaar.

Individuele huurvakantiewoningen

Ook voor de huurvakantiewoningen beschikt het NIS niet over gegevens. Voor de raming van de vraaggegevens van de Westhoek voor 2006 wordt van volgende parameters uitgegaan:

- Aantal huurvakantiewoningen in 2006: 177
- Bezettingsgraad in 2006: 28%³⁰
- Gemiddeld aantal personen per huurvakantiewoning (in 2006): 7,2³¹

²⁹ De hier gehanteerde percentages zijn een hypothese. Uit de resultaten voor 2006 van de vraagregistratie plattelandstoeerisme bij leden-aanbieders van de vzw Plattelandstoeerisme in Vlaanderen blijkt dat 96% van de aankomsten door Belgen wordt gerealiseerd, 2,3% door Nederlanders en slechts een 0,5% door de Britten. Drie nuanceringen hierbij brengen ons ertoe om voor de inschatting van de overnachtingen bij gastenkamers de percentages aan te passen zoals hierboven is gebeurd: 1) de vzw Plattelandstoeerisme in Vlaanderen richt zich hoofdzakelijk op een Nederlandstalig publiek (brochure in NL); 2) het gaat enkel over kamers op het platteland, niet in de stadjes (waar een ander patroon van herkomst verwacht kan worden, bv. meer Britten); 3) niet alle plattelandstoeerismes worden vertegenwoordigd, enkel de leden van de vzw.

³⁰ Bron: Vraagregistratie voor de vzw Plattelandstoeerisme in Vlaanderen, 2006. Het betreft hier een 'huurvakantiewoningbezettingsgraad', een brutobezettingsgraad op het niveau van de volledige unit dus.

³¹ Bron: Vraagregistratie voor de vzw Plattelandstoeerisme in Vlaanderen, 2006.

- Verdeling naar land van herkomst:³²
 - o Belgen 92%
 - o Britten 0,5%
 - o Nederlanders 6%
 - o Fransen 0,5%
 - o Duitsers 0,5%
 - o Andere 0,5%
 - Totaal 100%

Toepassing van deze parameters leidt tot een schatting in absolute aantallen voor de huurvakantiewoningen (tabel 18):

Tabel 18:

Raming van het aantal nachten, aankomsten en de gemiddelde verblijfsduur van de huurvakantiewoningen in de Westhoek, naar land van herkomst, 2006

Land van herkomst	Nachten		Aankomsten		Gemiddelde verblijfsduur
	Aantal	%	Aantal	%	
België	119 824	92,0	34 833	92,0	3,4
Ver. Koninkrijk	651	0,5	189	0,5	3,4
Nederland	7 815	6,0	2 272	6,0	3,4
Duitsland	651	0,5	189	0,5	3,4
Frankrijk	651	0,5	189	0,5	3,4
Andere	651	0,5	189	0,5	3,4
Totaal	130 244	100,0	37 862	100,0	3,4

Bron: Westtoer en Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie (aanbod).

Ten opzichte van 1998 is het aantal overnachtingen in huurvakantiewoningen met 78% toegenomen (van 73 036 naar 130 244 overnachtingen). De gemiddelde verblijfsduur is vrijwel stabiel gebleven. Gedetailleerde evolutiecijfers zijn voor de individuele huurvakantiewoningen niet beschikbaar.

Kampeerterreinen

Het NIS brengt enkel het aantal overnachtingen op toeristische standplaatsen in kaart. Ook hier mag een onderschatting worden verondersteld, hoewel er vooralsnog geen vergelijkende indicatoren voorhanden zijn³³. We nemen aan dat het aantal overnachtingen, net als voor de hotels, met 25% mag worden verhoogd om de realiteit te benaderen. Daarmee hanteren we dezelfde hypothese als in 1998. Het resultaat staat in tabel 19.

³² De hier gehanteerde percentages zijn een hypothese en liggen in dezelfde lijn als de percentages die in 1998 gebruikt werden voor de inschatting van het aantal overnachtingen in huurvakantiewoningen. De percentages worden bevestigd door de resultaten van de vraagregistratie plattelandslogies waar in 2006 91,8% van de aankomsten door Belgen werd gerealiseerd, 6,1% door Nederlanders en percentages van ongeveer 0,5% bij de andere nationaliteiten.

³³ Het Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie is vorig jaar gestart met het pilootproject 'campingbarometer', waar analoog aan de hotelbarometer bezettingsgraden kunnen worden doorgegeven. Voor Het aantal participerende campings op het niveau Vlaanderen is momenteel echter nog te klein om hieruit sluitende conclusies te kunnen trekken en vergelijkingen op te maken met de cijfers van het NIS. In de toekomst zou dit echter wel mogelijk moeten zijn.

Tabel 19:

Raming van het reëel aantal overnachtingen, aankomsten en de gemiddelde verblijfsduur op de kampeerterreinen/kampeerverblijfparken (toeristische standplaatsen) in de Westhoek, naar land van herkomst, 2006, gecorrigeerde NIS-cijfers

Land van herkomst	Nachten		Aankomsten		Gemiddelde verblijfsduur
	Aantal	%	Aantal	%	
België	10 051	34,5	3 515	33,4	2,9
Ver. Koninkrijk	8 249	28,3	3 301	31,4	2,5
Nederland	8 858	30,4	2 856	27,1	3,1
Duitsland	288	1,0	113	1,1	2,6
Frankrijk	700	2,4	319	3,0	2,2
Andere	976	3,4	426	4,0	2,3
Totaal	29 121	100,0	10 530	100,0	2,8

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen en Westtoer

Het reële aantal overnachtingen op de toeristische standplaatsen van de kampeerterreinen en kampeerverblijfparken in de Westhoek situeert zich rond de 29 000 eenheden in 2006. De gemiddelde verblijfsduur op kampeerterreinen in de Westhoek bedraagt ongeveer 2,8 nachten. De Belgen (35%) en de Nederlanders (30%) maken circa twee derde van het aantal overnachtingen uit. De Britten zijn goed voor ca. 30%.

Tabel 20 geeft een detailoverzicht van de evolutie in overnachtingen, aankomsten en gemiddelde verblijfsduur op toeristische standplaatsen op kampeerterreinen en kampeerverblijfparken zoals die door het NIS worden geregistreerd (periode 1998-2006).

Het aantal overnachtingen op campings is over de periode 1998-2006 met 87% toegenomen, dit is een gemiddelde jaarlijkse groei met 8,1%. Het aantal aankomsten is over dezelfde periode nog sterker toegenomen, nl. met 104%. De gemiddelde verblijfsduur is dan ook licht gedaald van 3 nachten in 1998 naar 2,8 nachten in 2006. Opmerkelijk is wel dat de stijging zich plots in 2006 heeft voorgedaan. De vrij goede zomer van 2006 (vooral juli) zal hierin zeker een rol hebben gespeeld, maar navraag bij het NIS leerde ook dat er in 2006 wijzigingen zijn doorgevoerd in het NIS-logiesaanbod waarvan het de vraag in kaart brengt. Dit kan de plotse toename mede verklaren.

Tabel 20:

Aantal overnachtingen, aankomsten en gemiddelde verblijfsduur op kampeerterreinen/kampeerverblijfparken (toeristische standplaatsen) in de Westhoek, 1998-2006

Jaar	Over-nachtingen	Index	Aankomsten	Index	Verblijfs-duur	Index
1998	15 568	100	5 170	100	3,0	100
1999	13 161	85	4 980	96	2,6	88
2000	18 805	121	5 255	102	3,6	119
2001	10 325	66	3 501	68	2,9	98
2002	12 823	82	4 244	82	3,0	100
2003	16 520	106	5 155	100	3,2	106
2004	21 638	139	6 738	130	3,2	107
2005	12 506	80	3 740	72	3,3	111
2006	29 121	187	10 530	204	2,8	92

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen (gecorrigeerde cijfers)

Tabel 21 toont de evolutie van het aantal overnachtingen op campings naar land van herkomst. De sterkste groei in overnachtingen deed zich voor bij de Britten (+401%) en de Nederlanders (+120%). Enige voorzichtigheid bij de interpretatie van deze gegevens is gewenst (zie hierboven).

Tabel 21:

Evolutie van het aantal overnachtingen op kampeerterreinen/kampeerverblijfparken (toeristische standplaatsen) in de Westhoek, naar land van herkomst, 1998-2006

Jaar	Belgen	Britten	Nederlanders	Fransen	Duitsers	Totaal
1998	100	100	100	100	100	100
1999	86	81	90	67	96	85
2000	167	70	89	55	219	121
2001	71	32	81	49	52	66
2002	90	47	96	63	52	82
2003	102	35	164	70	103	106
2004	122	53	218	78	369	139
2005	78	54	121	33	46	80
2006	134	501	220	41	205	187

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

Jeugd- en groepsverblijven (logies voor doelgroepen)

Gezien het sociale karakter van het jeugdlogies en de vrij grote verbondenheid met de overheid, wordt - net als in 1998 - aangenomen dat de NIS-cijfers de realiteit benaderen. Tabel 22 geeft een overzicht van de vraagkarakteristieken van het jeugdlogies in de Westhoek.

In totaal is het jeugdlogies in de Westhoek goed voor ongeveer 170 000 overnachtingen en 55 000 aankomsten. De Belgen vertegenwoordigen bijna 90% van de overnachtingen. Daarnaast valt ook het belang van de Britten (bijna 8%) te noteren. De gemiddelde verblijfsduur bedraagt 3,1 nachten.

Tabel 22:

Aantal overnachtingen, aankomsten en de gemiddelde verblijfsduur van de jeugd- en groepsverblijven (logies voor doelgroepen) in de Westhoek, naar land van herkomst, 2006, NIS-cijfers

Land van herkomst	Nachten		Aankomsten		Gemiddelde verblijfsduur
	Aantal	%	Aantal	%	
België	151 509	87,9	47 255	85,7	3,2
Ver. Koninkrijk	13 333	7,7	5 496	10,0	2,4
Nederland	1 518	0,9	634	1,2	2,4
Duitsland	547	0,3	214	0,4	2,6
Frankrijk	4 489	2,6	1 289	2,3	3,5
Andere	937	0,5	228	0,4	4,1
Totaal	172 333	100,0	55 116	100,0	3,1

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

Tabel 23 geeft een detailoverzicht van de evolutie in overnachtingen, aankomsten en gemiddelde verblijfsduur van de jeugd- en groepsverblijven zoals die door het NIS worden geregistreerd (periode 1998-2006).

Tabel 23:

Aantal overnachtingen, aankomsten en gemiddelde verblijfsduur in logies voor doelgroepen (jeugd- en groepsverblijven) in de Westhoek, 1998-2006

Jaar	Overnachtingen	Index	Aankomsten	Index	Verblijfsduur	Index
1998	125 611	100	38 786	100	3,2	100
1999	125 788	100	39 407	102	3,2	99
2000	135 727	108	43 661	113	3,1	96
2001	149 302	119	48 623	125	3,1	95
2002	154 394	123	49 905	129	3,1	96
2003	160 855	128	52 379	135	3,1	95
2004	147 202	117	48 971	126	3,0	93
2005	155 594	124	49 134	127	3,2	98
2006	172 333	137	55 116	142	3,1	97

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

Het aantal overnachtingen in logies voor doelgroepen is over de periode 1998-2006 met 37% toegenomen, dit is een gemiddelde jaarlijkse groei met 4%. Het aantal aankomsten is over dezelfde periode met 42% toegenomen, wat de gemiddelde verblijfsduur van 3,2 nachten in 1998 op 3,1 nachten in 2006 brengt.

Tabel 24 toont de evolutie van het aantal overnachtingen in logies voor doelgroepen naar land van herkomst. Opmerkelijk is de groei van het aantal overnachtingen van Belgen met 51% en de daling die bij de Britten te noteren valt (-37%)³⁴.

Het aandeel van de Belgen (niet in de tabel) is met bijna 8% toegenomen, terwijl dat van de Britten met ongeveer 8% is gezakt.

Tabel 24:

Evolutie van het aantal overnachtingen in logies voor doelgroepen (jeugd- en groepsverblijven) in de Westhoek, naar land van herkomst, 1998-2006

Jaar	Belgen	Britten	Nederlanders	Fransen	Duitsers	Totaal
1998	100	100	100	100	100	100
1999	101	98	144	43	75	100
2000	110	106	131	37	49	108
2001	121	120	109	33	61	119
2002	128	107	90	22	163	123
2003	130	127	211	33	10	128
2004	123	101	165	22	125	117
2005	138	65	231	67	47	124
2006	151	63	225	199	86	137

Bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

³⁴ De opmerkelijke daling bij de Britten vanaf 2005 heeft in belangrijke mate te maken met het sluiten van de Kosmos op de Rodeberg, bivakmogelijkheden die sterk gefrekwenteerd werden door Britse jeugdgroepen. Bij de Britten is trouwens ook een verschuiving merkbaar van de goedkopere (jeugd- en groepsverblijven) naar de duurdere logiesvormen (bv. hotels).

Globale toeristische vraag in commerciële logiesvormen

De samenvatting van de vijf voorgaande deelrubrieken moet toelaten om een globaal beeld te schetsen van de reële vraag in het commercieel verblijfstoerisme van de Westhoek.

Tabel 25 geeft het globale belang van de diverse logiesvormen. Het totaal aantal commercieel-toeristische overnachtingen voor de Westhoek wordt voor 2006 op ca. 690 000 geraamd. 45% van de overnachtingen situeert zich bij de hotels, een kwart bij de jeugd- en groepsverblijven.

Tabel 25:

Raming van het reële aantal overnachtingen en aankomsten in commerciële logiesvormen in de Westhoek, naar logiesvorm, 2006

Logiesvorm	Nachten		Aankomsten		Gemiddelde verblijfsduur
	Aantal	%	Aantal	%	
Hotels	309 660	45,0	158 385	56,3	2,0
Gastenkamers	47 408	6,9	19 590	7,0	2,4
Huurvakantie-woningen	130 244	18,9	37 862	13,5	3,4
Campings	29 121	4,2	10 530	3,7	2,8
Jeugd- en groepsverblijven	172 333	25,0	55 116	19,6	3,1
Totaal	688 766	100,0	281 482	100,0	2,4

Bron: Westtoer en FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

Ten opzichte van 1998 is het aantal overnachtingen in commerciële logiesvormen verdubbeld van 340 165 naar 688 766 overnachtingen. Het aandeel van de hotels is in deze periode met meer dan 9% afgenomen. Het aandeel van de gastenkamers is met bijna 3% gestegen, net als dat van de huurvakantiewoningen. Ook het aandeel van de campings is licht gestegen (+1%), terwijl het aandeel van de jeugd- en groepsverblijven met meer dan 10% is afgenomen.

Tabel 26 schetst het belang van de diverse markten voor het commercieel toerisme in de Westhoek.

Tabel 26:

Raming van de reële toeristische vraag in commerciële logiesvormen in de Westhoek, naar land van herkomst, 2006

Land van herkomst	Nachten		Aankomsten		Gemiddelde verblijfsduur
	Aantal	%	Aantal	%	
België	446 413	64,8	167 540	59,5	2,7
Ver. Koninkrijk	143 898	20,9	67 959	24,1	2,1
Nederland	50 976	7,4	24 528	8,7	2,1
Duitsland	7 883	1,1	3 776	1,3	2,1
Frankrijk	17 202	2,5	8 174	2,9	2,1
Andere	22 392	3,3	9 505	3,4	2,4
Totaal	688 766	100,0	281 482	100,0	2,4

Bron: Westtoer en FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

Bijna 65% van de commerciële overnachtingen komt voor rekening van de Belgen. De Britten zijn goed voor 21% van het totaal aantal overnachtingen, de Nederlanders volgen als derde met meer dan 7%. Het marktaandeel van de Fransen en Duitsers ligt onder de

3%. De gemiddelde verblijfsduur voor alle logiesvormen bedraagt 2,4 nachten. Die van de Belgen is met 2,7 nachten beduidend hoger dan die van de andere nationaliteiten.

Ten opzichte van 1998 is het aandeel van de Belgen met bijna 4% afgenomen, terwijl dat van de Britten met meer dan 5% is toegenomen. Ook het aandeel van de Nederlanders is toegenomen met meer dan 1%.

c) Motief van verblijfstoeristen voor een verblijf in de Westhoek

Het 'onderzoek Vlaamse regio's' (2005) dat werd uitgevoerd bij verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen in o.m. de Westhoek, geeft inzicht in het motief voor een verblijf in de Westhoek. De meest genoemde redenen om te kiezen voor de Westhoek als verblijfsregio zijn:

- landschap en omgeving (54% tgo. 46% als gemiddeld voor Vlaanderen)
- mogelijkheid voor een rustige vakantie (27% tgo. 22%)
- mogelijkheid tot fietsen (27% tgo. 31%)
- bereikbaarheid (24% tgo. 25%)
- aanbod aan monumenten/musea/bezienswaardigheden (22% tgo. 11%)
- evenementen (21% tgo. 15%)
- onbekend met streek (14% tgo. 12%)
- comfort, netheid verblijf (12% tgo. 15%)
- kind- en gezinsvriendelijk (5% tgo. 6%)

Ongeveer dezelfde resultaten werden bekomen uit het onderzoek bij fietsers op het fietsnetwerk van de Westhoek (2006). Hier werd gevraagd naar de redenen van hun specifieke keuze om op het netwerk van de Westhoek te komen fietsen. Verblijfstoeristen in de Westhoek gaven volgende redenen op:

- aantrekkelijk landschap (27%)
- rust (18%)
- netwerk van dorpen en stadjes (13%)
- streekgeschiedenis (12%)
- dichtbij de vakantieplaats (12%)
- veel bezienswaardigheden (11%)

Uit beide onderzoeken kan worden afgeleid dat de klassieke troeven van de Westhoek voor verblijfstoeristen het landschap en de rust zijn, terwijl het grote aanbod aan bezienswaardigheden en de fietsmogelijkheden nog sterker uitgespeeld kunnen worden.

d) Raming van de toeristische vraag van het tweede verblijfstoerisme

De tweede verblijven vallen uiteen in twee categorieën: individuele tweede verblijven en residentiële standplaatsen op kampeerterreinen/kampeerverblijfparken. Zoals hoger aangegeven telt de Westhoek 809 individuele tweede verblijven (3 722 bedden) en 483 vaste standplaatsen (1 950 bedden).

Voor de inschatting van de vraaggegevens worden volgende parameters gehanteerd (analoog als in 1998):

Omschrijving	Individuele tweede verblijven	Vaste standplaatsen op kampeerterreinen
Aantal	809	483
Aantal bezette nachten op jaarbasis	60	40
Gemiddeld aantal personen per verblijf/standplaats	3,5	3

Bron: Westtoer

Dit leidt tot volgende raming van het aantal overnachtingen op jaarbasis:

- Individuele tweede verblijven:	169 890
- Vaste standplaatsen op kampeerterreinen/kampeerverblijfparken:	57 960
- Totaal:	227 850

Er wordt uitgegaan van de hypothese dat alle overnachtingen voor rekening komen van Belgen.

Ten opzichte van 1998 is het aantal overnachtingen in tweede verblijven met 41% toegenomen.

e) Raming van het totaal aantal overnachtingen voor de Westhoek

Na raming van de overnachtingen voor de diverse deelsectoren van de toeristische vraag, komen we nu tot een globaal overzicht (cfr. tabel 27):

Het totaal aantal overnachtingen in de Westhoek mag voor 2006 op 917 000 worden geraamd. Het commercieel verblijfstoerisme (incl. de jeugd- en groepsverblijven) genereert drie vierde van alle overnachtingen, het tweede verblijfstoerisme is goed voor één vierde. De hotelsector blijkt met ruim een derde van alle overnachtingen de belangrijkste logiesvorm van de Westhoek.

Ten opzichte van 1998 is het totaal aantal overnachtingen in de Westhoek (incl. tweede verblijfstoerisme) toegenomen met bijna 83% (van 501 926 naar 916 616). Het aandeel van het tweede verblijfstoerisme is afgenomen van 32% in 1998 naar 25% in 2006 ondanks een stijging in absolute aantallen.

Tabel 27:

Raming van het totaal aantal overnachtingen in de Westhoek per logiesvorm, 2006

Logiesvorm	Aantal nachten	%
Commercieel verblijfstoerisme	688 766	75,2
Hotels	309 660	33,8
Gastenkamers	47 408	5,2
Huurvakantiewoningen	130 244	14,2
Toeristische standplaatsen op kampeerterreinen/kampeerverblijfparken	29 121	3,2
Jeugd- en groepsverblijven	172 333	18,8
Tweede verblijven	227 850	24,8
Individuele tweede woningen	169 890	18,5
Residentiële standplaatsen op kampeerterreinen/kampeerverblijfparken	57 960	6,3
Algemeen totaal	916 616	100,0

Bron: Westtoer en FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

In tabel 28 wordt het totaal aantal overnachtingen in de Westhoek uitgesplitst naar land van herkomst.

De sterke oriëntatie van de tweede verblijven op de Belgen resulteert in het feit dat bijna drie kwart van de totale overnachtingen in de Westhoek op rekening van de Belgen komt. De Britten volgen op de tweede plaats met bijna 16%, gevolgd door de Nederlanders met bijna 6%.

Ten opzichte van 1998 is het aandeel van de Belgen met ruim 5% afgenomen, terwijl dat van de Britten met een zelfde percentage is gestegen. Het aandeel van de Nederlanders is met ruim een procent toegenomen.

Tabel 28:

Raming van het totaal aantal overnachtingen in de Westhoek, naar land van herkomst, 2006

Land van herkomst	Aantal nachten	%
België	674 263	73,5
Groot-Brittannië	144 550	15,8
Nederland	50 976	5,6
Frankrijk	8 534	0,9
Duitsland	15 249	1,7
Andere	23 044	2,5
Totaal	916 616	100,0

Bron: Westtoer en FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen

1.2.2 Dagtoerisme

De inschatting van het dagtoerisme is een precare zaak. De gegevens waarover we beschikken zijn schaars en er is een reëel gevaar voor dubbeltellingen. De gegevens dienen dan ook als indicatief te worden beschouwd.

De inschatting van het dagtoerisme naar de Westhoek zoals die hier wordt gemaakt, is gebaseerd op volgende componenten:

- Dagtoerisme van Wereldoorlog I-toeristen
- Dagtoerisme op het fietsnetwerk van de Westhoek
- Dagtoerisme van verblijfstoeristen aan de Kust
- Dagtoerisme aan niet-oorlogsgerelateerde attracties (incl. Bellewaerde Park)
- Dagtoerisme aan evenementen

Dagtoerisme van Wereldoorlog I-toeristen

Via het onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek dat in 2006 door Westtoer in samenwerking met de Provincie en een aantal Westhoekgemeenten werd uitgevoerd, werd een inschatting gemaakt van het aantal dagtoeristen dat de regio bezoekt, specifiek in het kader van Wereldoorlog I. Als dagtoerist worden beschouwd: alle mensen die vanuit hun eigen woonplaats naar de Westhoek komen voor één of meerdere bezoeken, maar ook alle toeristen die buiten de Westhoek logeren (bv. in Brugge) maar er wel op bezoek komen.

Het aantal Wereldoorlog I-dagtoeristen wordt voor 2006 op 198 832 geraamd. Dit is 60,8% van het totaal aantal Wereldoorlog I-toeristen dat op basis van het onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek op 326 900 toeristen per jaar wordt ingeschat.

Tabel 29 geeft een overzicht naar type dagtoerist en naar land van herkomst. Bijna de helft van de dagtoeristen komt op individuele basis, 21% komt in het kader van een georganiseerde trip voor een volwassenengroep en 30% komt in groep met de school.

Bijna 60% van de dagtoeristen is Belg, 30% is Brit en ruim 4% komt uit Nederland. Bijna 7% komt uit andere landen (vnl. verblijfstoeristen die buiten de regio logeren).

Bij de individuele bezoekers vormen de Belgen de grootste groep (bijna 70%), gevolgd door de Britten (16%). Bij de volwassenengroepen zijn de Britten het best vertegenwoordigd (52%) en komen de Belgen op de tweede plaats (40%), bij de schoolgroepen is de verhouding omgekeerd (56% Belgen en 36% Britten).

Tabel 29:

Aantal dagtoeristen dat de Westhoek bezoekt in het kader van Oorlog en Vrede, naar type dagtoerist en land van herkomst, 2006

Land van herkomst	Individuele bezoekers		Volwassenengroepen		Schoolgroepen		Totaal	
	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
België	67 214	69,5	17 035	40,4	33 462	55,8	117 711	59,2
Groot-Brittannië	15 444	16,0	22 059	52,3	21 721	36,2	59 224	29,8
Nederland	8 584	8,9	-	-	-	-	8 584	4,3
Andere	5 472	5,7	3 049	7,2	4 794	8,0	13 315	6,7
Totaal	96 714	100,0	42 143	100,0	59 977	100,0	198 834	100,0
%	48,6		21,2		30,2		100,0	

Bron: Onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek, Westtoer 2006

In bovenstaande cijfers zitten de bezoeken aan attractiepunten in verband met Wereldoorlog I verrekend. Het gaat hierbij zowel om de begraafplaatsen als om de musea en andere bezoekersattracties.

Tabel 30 geeft een overzicht van de bezoekersaantallen aan de belangrijkste bezoekers-attracties en musea in verband met Wereldoorlog I waarvan op een systematische manier cijfergegevens worden bijhouden.

Tabel 30:

Bezoekersaantallen van WO I-attracties en musea in de Westhoek, 1998-2006

Attractie	1998	2002	2003	2004	2005	2006
In Flanders Fields Museum	168 729	222 100	205 301	218 865	192 986	216 174
Dodengang	53 351	58 215	59 639	74 466	76 035	71 625
IJzertoren	46 999	75 004	80 023	78 323	79 757	78 587
Talbot House	18 919	24 257	22 906	23 264	23 704	23 603
Memorial Museum Passchendaele 1917 ⁽¹⁾	8 201	2 852	-	27 275	38 823	44 004
Bayernwald	-	-	-	23 020	26 027	31 058
Totaal	296 199	382 428	367 869	445 213	437 332	465 051

Bron: Westtoer

⁽¹⁾ Voor 2004 was dit het Streekmuseum van Zonnebeke. Het museum was in 2003 gesloten voor verbouwingswerken.

De bezoekerscijfers van de attracties en musea met betrekking tot Wereldoorlog I vertonen een duidelijk stijgende trend (+57% ten opzichte van 1998). Het In Flanders Fields Museum in Ieper trekt sinds de opstart van het museum meestal meer dan 200 000 bezoekers per jaar, maar ook de andere musea realiseren hoge bezoekersaantallen. De vernieuwing van het Streekmuseum in Zonnebeke resulteerde in een duidelijk stijging van het aantal bezoekers. Bij het Talbot House daarentegen, dat ook vernieuwd en uitgebreid werd, merken we geen stijging op. De Dodengang kreeg in 2004 een nieuw bezoekerscentrum, wat de grote groei vanaf dat jaar verklaart. De forse toename van het aantal bezoekers aan de IJzertoren vanaf 2002 is te verklaren door de vernieuwingen in het museum die in 2001 waren afgewerkt.

Zoals hierboven reeds aangehaald kunnen deze bezoekerscijfers echter niet volledig aan het dagtoerisme worden toegeschreven, vermits ook heel wat verblijfstoeristen in de regio deze attracties bezoeken.

Dagtoerisme op het fietsnetwerk van de Westhoek

In 2006 voerde Westtoer een grootschalig meet- en onderzoeksproject uit op het fietsnetwerk van de Westhoek. Uit de resultaten van fietstellingen met slangdetectoren werd aan de hand van een innovatieve methodologie het totaal aantal recreatieve fietsers op het Fietsnetwerk bepaald. Aan de tellingen was ook een bezoekersbevraging gekoppeld die toeliet om het profiel, de tevredenheid, de bestedingen etc van de fietsers in kaart te brengen. Op die manier kon ook het aantal dagtoeristen op het fietsnetwerk worden ingeschat. Deze meting gebeurde voor het eerst in 2006.

Tabel 31 geeft een overzicht van het aantal dagtoeristen op het fietsnetwerk van de Westhoek die bewust de knooppunten van het netwerk volgen³⁵. Bewoners van de regio evenals verblijfstoeristen in de Westhoek worden hier buiten beschouwing gelaten.

³⁵ In totaal werden in 2006 op het fietsnetwerk van de Westhoek 1 060 000 fietstrips geregistreerd. Van deze 1 060 000 fietstrips maakten ruim 600 000 fietsers (56,7% van het totaal) gewoon een tochtje zonder zich veel van het fietsnetwerk of de knooppunten aan te trekken. Omwille van het korte occasionele

Tabel 31:

Aantal dagtoeristen op het fietsnetwerk van de Westhoek naar type, 2006

Type dagtoerist	Aantal	%
Dagtoeristen vanuit de eigen woonplaats buiten de Westhoek	95 630	42,3
Dagtoeristen vanuit de vakantieplaats aan de Kust	110 560	49,0
Dagtoeristen vanuit de vakantieplaats buiten de Westhoek (excl. Kust)	19 662	8,7
Totaal	225 852	100,0

Bron: Onderzoek Fietsnetwerk Westhoek, Westtoer, 2006.

In 2006 werden op het fietsnetwerk van de Westhoek ruim 225 000 dagtoeristen geteld. Daarvan was bijna de helft afkomstig van hun vakantieplaats aan de Kust. Ruim 42% kwam uit de eigen woonplaats buiten de Westhoek (vooral de verstedelijkte West-Vlaamse Leiestreek en het Brugse Ommeland) wat erop wijst dat het netwerk een belangrijke bovenlokale functie heeft. Bijna 9% zijn dagtoeristen die een trip op het netwerk maakten vanuit hun vakantieplaats buiten de Westhoek (excl. Kust).

Bovenop die 225 000 dagtoeristen werden ook nog eens 84 030 dagtoeristen geregistreerd die zich 'toevallig' op het netwerk bevonden omdat ze een lusvormige fietsroute aan het volgen waren waarvan een deel van het traject op het fietsnetwerk lag.

Het totaal aantal dagtoeristen op het fietsnetwerk van de Westhoek bedraagt dus bijna 310 000 fietsers.

Dagtoerisme van verblijfstoeristen aan de Kust (rondritten en stads- en dorpsbezoeken)

In 2005 deed Westtoer in samenwerking met Toerisme Vlaanderen een onderzoek bij verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust. Daarin werd onder meer gepeild naar het aantal uitstappen naar het hinterland van de Kust, meer specifiek naar de rondritten en de stads- en dorpsbezoeken. Dit kan als aanvullend beschouwd worden bij de in het vorige onderdeel besproken fietstrips van dagtoeristen vanuit hun vakantieplaats aan de Kust.

Op basis van dit onderzoek kan het aantal rondritten in de Westhoek op 177 682 worden geraamd en het aantal stads- en dorpsbezoeken op 527 316. Het aantal daguitstappen naar de Westhoek van verblijfstoeristen aan de Kust komt in totaal dus op 704 998.

In vergelijking met 1999, toen 640 398 rondritten en stads- en dorpsbezoeken in de Westhoek werden geregistreerd op basis van een gelijkaardig onderzoek, betekent dit een stijging van 10,1% (en dit ondanks een dalend aantal overnachtingen en aankomsten van verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust).

Dagtoerisme aan niet-oorlogsgelateerde attracties

Gezien we het aantal dagtoeristen bij bezoekersattracties en musea in verband met Wereldoorlog I hebben kunnen inschatten via het in 2006 uitgevoerde onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek (zie hoger), dienen we hier enkel nog de niet-oorlogsgelateerde attracties te bekijken.

karakter van dergelijke trips, wordt deze groep niet als dagtoeristen beschouwd. Van de 1 060 000 fietsers volgde 32,8% (348 000 fietsers) bewust de knooppunten van het netwerk. Van dit aantal zijn 64,9% (225 852 fietsers) dagtoeristen (zie tabel 31), 20% bewoners van de Westhoek en 15,1% verblijfstoeristen in de Westhoek (beide laatste groepen worden hier buiten beschouwing gelaten). De resterende 10,5% van de 1 060 000 fietstrips (111 500 fietsers) zijn fietsers die een *lusvormige fietsroute* volgen waarvan het traject een stuk van het fietsnetwerk volgt. Daarvan is 83,3% (84 030 fietsers) dagtoerist.

Bellewaerde Park neemt binnen het geheel van niet-oorlogsgelateerde attracties en musea in de Westhoek een bijzondere plaats in omwille van haar grote autonome aantrekkingskracht. Het aantal bezoekers aan het park overtreft het totaal aantal bezoekers aan alle andere attracties in de Westhoek (oorlogsgelateerd en niet-oorlogsgelateerd samen). Voor 2006 werden ongeveer 750 000 bezoekers genoteerd. Ten opzichte van de periode 1994-1998 toen jaarlijks gemiddeld ongeveer 664 000 bezoekers werden geteld, betekent dit een stijging van ongeveer 13%.

Tabel 32 geeft een overzicht van de bezoekersaantallen aan de belangrijkste andere niet-oorlogsgelateerde bezoekersattracties en musea waarvan op een systematische manier cijfergegevens worden bijhouden³⁶.

Het totaal aantal bezoekers aan niet oorlogsgelateerde attracties en musea bedroeg in 2006 161 500. Ten opzichte van 1998 is dit een stijging met 15,5%. Tussen 2002 (toen Westoria nog actief was) en 2005 is er wel een systematische terugval in de bezoekersaantallen merkbaar (-14,5%). In 2006 noteren we opnieuw een kleine heropleving (+2,2%).

Als inschatting van het aantal dagtoeristen aan niet-oorlogsgelateerde musea is het cijfer van 161 500 bezoekers slechts een indicatie. Immers, ook verblijfstoeristen bezoeken deze attracties en bovendien bestaat er kans op dubbeltellingen omdat dezelfde personen meerdere musea kunnen bezoeken. Daarom wordt hier de hypothese gehanteerd dat het aantal dagtoeristen in werkelijkheid een derde lager ligt. Dit brengt ons op een totaal van 107 667 dagtoeristen aan niet-oorlogsgelateerde musea³⁷.

Dagtoerisme aan evenementen

Het inschatten van de component dagtoerisme binnen het totaal aantal bezoekers aan evenementen (op zich al vaak gebaseerd op inschattingen), is bijzonder moeilijk. De meeste evenementen trekken naast dagtoeristen immers ook in belangrijke mate eigen bevolking aan, evenals een (wellicht beperkter) aantal verblijfstoeristen. Deze verhoudingen zijn echter voor geen enkel evenement gekend.

Daarom wordt hier alleen het totale bezoekersaantal van de twee grootste jaarlijks weerkerende Westhoekevenementen met autonome uitstraling weerhouden, zijnde het Folkfestival in Dranouter (ca. 78 000 bezoekers in 2006) en de Rally van Ieper (ca. 50 000 bezoekers). Op die manier worden heel wat bezoekers eigenlijk ten onrechte als dagtoerist meegerekend, maar daartegenover staat dat alle andere evenementen, die ook dagtoeristen aantrekken, hier niet meegerekend (kunnen) worden.

Het dagtoerisme aan evenementen in de Westhoek wordt aldus voor 2006 op 128 000 personen geschat.

³⁶ Dit beeld moet eigenlijk aangevuld worden met de bezoekers aan de vele kleinere attracties die mee de beleving en 'couleur locale' van de regio uitmaken, maar waarover nauwelijks accurate cijfergegevens beschikbaar zijn.

³⁷ In de rand hiervan kan ook vermeld worden dat het netwerk van bezoek- of onthaalboerderijen in de Westhoek in 2006 ongeveer 23 500 bezoekers telde (in 2005 waren dit er 14 800, in 2004 6 250). Binnen dit bestek worden de onthaalboerderijen echter niet als 'attractiepunten' in strikte zin beschouwd. Bovendien bestaat ook hier de kans op dubbeltellingen omdat ook verblijfstoeristen deze boerderijen bezoeken.

Globale raming van het dagtoerisme naar de Westhoek

Tabel 33 geeft een overzicht van alle hierboven aangehaalde componenten die samen het dagtoerisme naar de Westhoek uitmaken.

Het totaal aantal dagtoeristen in de Westhoek wordt voor 2006 op ongeveer 2,2 miljoen ingeschat. Bellewaerde Park neemt daarvan ruim een derde voor zijn rekening. Ook de rondritten en stads- en dorpsbezoeken van verblijfstoeristen aan de Kust zijn goed voor bijna een derde van het aantal dagtoeristen. Het fietsnetwerk is goed voor ongeveer 14% van het aantal dagtoeristen en alles wat met Wereldoorlog I te maken heeft voor ongeveer 9%. De overige niet-oorlogsgelateerde attracties zijn goed voor 5% en de evenementen voor de resterende 6%.

We mogen aannemen dat deze cijfers van dagtoerisme aan de lage kant zijn ingeschat. Sommige types dagtoerisme zijn immers heel moeilijk te meten. We denken daarbij aan het shoppingtoerisme vanuit Noord-Frankrijk (o.m. op de Zwarte Berg en in Ieper en Poperinge). Ook zijn er heel wat Noord-Fransen die in de Westhoek komen flaneren (in de stadjes) of wandelen (in de groendomeinen).

Tabel 32:

Bezoekersaantallen van niet-oorlogsgelateerde attracties en musea in de Westhoek, 1998-2006

Attractie	1998	2002	2003	2004	2005	2006
Stichting Georges Grard Alveringem	5 260	5 900	5 750	6 450	6 700	7 500
Mout- en Brouwershuis De Snoek Alveringem	5 952	4 950	3 500	4 170	5 145	4 678
Openluchtmuseum Bachten De Kupe Alveringem	13 003	8 590	8 924	9 667	10 152	12 466
Dolle Brouwers Diksmuide ⁽¹⁾	12 000	12 000	12 000	12 000	10 000	10 000
Westoria Diksmuide ⁽²⁾	-	48 480	18 835	-	-	-
Kabelbaan Cordoba Heuvelland ⁽¹⁾	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
Folk Experience Dranouter Heuvelland	-	-	8 373	11 725	9 684	10 211
Iseraboot Houthulst	-	9 814	13 821	16 167	15 420	14 375
Astrolab Iris Ieper	10 231	3 471	4 191	3 047	5 152	4 979
Stedelijk Museum Ieper ⁽³⁾	4 000	4 000	4 571	4 843	3 266	4 720
Onderwijsmuseum Ieper ⁽⁴⁾	6 173	9 000	9 795	9 313	n.b.	n.b.
Fransmansmuseum Koekelare	7 969	4 857	4 006	3 536	3 116	2 462
Nationaal Hopmuseum Poperinge	13 195	8 726	8 624	8 936	1 039	3 122
Bakkerijmuseum Veurne	23 750	22 607	18 015	19 630	19 027	18 020
Stadhuis/Landhuis Veurne ⁽⁵⁾	13 352	8 904	-	-	5 296	6 264
Kasteel van Beauvoorde (Veurne)	-	-	3 208	6 540	9 064	9 222
Claustrum Vleteren	-	8 369	8 162	10 965	8 951	10 259
Oude Kaasmakerij Passendale (Zonnebeke)	-	-	21 763	22 201	20 965	18 222
Totaal	139 885	184 668	178 538	174 190	157 977	161 500

Bron: Westtoer

⁽¹⁾ Ramingen

⁽²⁾ Westoria ging in de loop van 2003 in vereffening

⁽³⁾ Raming voor 1998 en 2002 (tussen 1998 en 2002 geen gegevens beschikbaar)

⁽⁴⁾ Raming voor 2002 (tussen 1999 en 2002 geen gegevens beschikbaar)

⁽⁵⁾ In 2003 en 2004 gesloten voor renovatie

Tabel 33:

Overzicht van het aantal dagtoeristen naar de Westhoek, 2006

Type dagtoerisme	Aantal dagtoeristen	%
Dagtoeristen Bellewaerde Park	750 000	34,1
Rondritten en stads- en dorpsbezoeken vanaf de Kust	704 998	32,1
Dagtoeristen op het fietsnetwerk van de Westhoek ⁽¹⁾	309 882	14,1
Dagtoeristen naar aanleiding van thema Wereldoorlog I	198 834	9,0
Dagtoeristen aan evenementen ⁽²⁾	128 000	5,8
Dagtoeristen overige niet-oorlogsgelateerde attracties ⁽³⁾	107 667	4,9
Totaal	2 199 381	100,0

Bron: Westtoer

⁽¹⁾ Zowel dagtoeristen die de knooppunten volgen als zij die een lusvormige route volgen

⁽²⁾ Hier worden enkel de twee grootste evenementen meegerekend, met name het Folkfestival Dranouter en de Rally van Ieper.

⁽³⁾ Met als hypothese dat slechts twee derde van de bezoekersaantallen aan niet-oorlogsgelateerde attracties en musea dagtoeristen zijn.

1.3 Economische betekenis van toerisme en recreatie in de Westhoek

De economische betekenis van de sector toerisme en recreatie in de Westhoek komt enerzijds tot uiting via de raming van haar totale omzet, anderzijds via een inschatting van de werkgelegenheid.

1.3.1 Omzet van toerisme en recreatie in de Westhoek

De raming van de omzet gebeurt door een combinatie van de vraaggegevens (aantal overnachtingen, aantal trips) met informatie over de bestedingen per overnachting of trip (gebaseerd op onderzoek of op inschattingen via bevoorrechte getuigen).

Tabel 34 geeft de raming van de totale omzet in toerisme en recreatie in de Westhoek, opgesplitst naar verblijfstoerisme en dagtoerisme en hun respectievelijke componenten.

De totale omzet van toerisme en recreatie in de Westhoek wordt voor 2006 op 103,7 miljoen euro geraamd, waarvan 65,5 miljoen uit het verblijfstoerisme (63%) en 38,2 miljoen uit het dagtoerisme (37%).

De omzet uit het verblijfstoerisme is meer dan verdriedubbeld ten opzichte van 1998 (20,3 miljoen euro).

De gehanteerde methode om de omzet uit het dagtoerisme te bepalen wijkt af van die die in 1998 werd gehanteerd. Toen werd o.m. ook omgevingsrecreatie in de cijfers opgenomen. Dit is nu niet meer het geval omdat er te weinig betrouwbaar cijfermateriaal over beschikbaar is. Niettegenstaande deze beperktere definiëring van de categorie dagtoerisme (met ook minder kans op dubbeltellingen) is de totale omzet uit toerisme en recreatie nog steeds met 28,9% toegenomen in vergelijking met de raming die in 1998 werd gemaakt³⁸.

³⁸ De omzet werd toen ingeschat op 2 771 328 000 BEF. Omgerekend naar euro en geïndexeerd naar 2006 is dit 80 515 728 euro. De categorie 'dagtoerisme' was toen wel ruimer samengesteld dan nu het geval is (incl. omgevingsrecreatie).

Tabel 34:

Raming van de totale bestedingen inzake verblijfs- en dagtoerisme in de Westhoek, 2006

	Aantal woningen / stand- plaatsen	Vaste kost per woning / standpl. (in €)	Aantal nachten / dagtrips	Gemiddelde besteding per nacht / trip (in €)	Totale omzet (in €)
VERBLIJFSTOERISME					65 485 841
Commercieel verblijfstoerisme					56 092 496
Hotels			309 660	120,84 ⁽¹⁾	37 419 314
Kamers met ontbijt			47 408	106,94 ⁽¹⁾	5 069 812
Huurvakantiewoningen			130 244	48,14 ⁽¹⁾	6 269 946
Kampeertreinen (toeristische standplaatsen)			29 121	34,05 ⁽¹⁾	991 570
Bivak- en kampplaatsen ⁽²⁾			68 933	20,00 ⁽³⁾	1 378 664
Andere jeugd- en groepsverblijven ⁽²⁾			103 400	48,00 ⁽⁴⁾	4 963 190
Tweede verblijven					9 393 345
Individuele woningen					
• vaste kosten	809	2 180 ⁽⁵⁾			1 763 620
• variabele kosten			169 890	33,54 ⁽⁶⁾	5 698 111
Vaste standplaatsen op campings					
• vaste kosten	483	800 ⁽⁵⁾			386 400
• variabele kosten			57 960	26,66 ⁽⁷⁾	1 545 214
DAGTOERISME					38 205 685
Dagtoerisme n.a.v. thema WO I			198 834		5 100 000 ⁽⁸⁾
Dagtoerisme fietsnetwerk Westhoek			309 883		2 045 013 ⁽⁹⁾
Rondritten en stads- en dorpsbezoeken vanaf de Kust			704 998	10,00 ⁽¹⁰⁾	7 049 980
Dagtoerisme Bellewaerde Park			750 000		17 730 500 ⁽¹¹⁾
Dagtoerisme overige niet- oorlogsgelateerde attracties			107 667	16,72 ⁽¹²⁾	1 800 192
Dagtoerisme aan evenementen			128 000	35,00 ⁽¹³⁾	4 480 000
ALGEMEEN TOTAAL					103 691 526

⁽¹⁾ Onderzoek Oorlog en Vrede (zie annex A)⁽²⁾ 172 333 overnachtingen in logiesvormen voor doelgroepen (NIS, 2006). Westtoer veronderstelt dat 40% van de overnachtingen in bivak- en kampplaatsen wordt gerealiseerd en 60% in de andere, meer kwalitatieve jeugd- en groepsverblijven.⁽³⁾ Gemiddelde besteding in bivak- en kampplaatsen op basis van bevoorrechte getuigen.⁽⁴⁾ Gemiddelde van de op basis van bevoorrechte getuigen verkregen gemiddelde besteding van Britse scholen (58 euro pppn) en Belgische scholen (38 euro pppn).⁽⁵⁾ Bedragen voor 'vaste kosten' die in het beleidsplan van 1998 werden gebruikt, geïndexeerd naar 2006 (en afgerond).⁽⁶⁾ Gemiddelde besteding pppn in huurvakantiewoningen (48,14 euro, zie noot 1) min de uitgaven voor logies.⁽⁷⁾ Gemiddelde besteding pppn op campings (34,05 euro, zie noot 1) min de uitgaven voor logies.⁽⁸⁾ Onderzoek Oorlog en Vrede, Westtoer, 2006⁽⁹⁾ Onderzoek Fietsnetwerk Westhoek, Westtoer, 2006⁽¹⁰⁾ Hypothese Westtoer (geen onderzoek beschikbaar)⁽¹¹⁾ Bellewaerde Park realiseerde in 2006 een omzet van 15 miljoen euro. Op basis van de studie 'Betekenis van attracties in Vlaanderen, 2005' (Steunpunt Toerisme en Recreatie) kunnen de bestedingen buiten de attractie geraamd worden op 15,4% van het totale bestedingen n.a.v. een bezoek aan een attractie, wat de totale bestedingen n.a.v. een bezoek aan Bellewaerde Park op 17 730 500 euro brengt.⁽¹²⁾ Steunpunt Toerisme en Recreatie, Betekenis van attracties in Vlaanderen, 2005. Bestedingen van de categorie "Musea" (bestedingen in de attractie + de categorieën 'eten en drinken buiten de attractie' en 'andere bestedingen buiten de attractie').⁽¹³⁾ De gemiddelde bestedingen per persoon per dag op het Folkfestival Dranouter worden door de organisatie op 30 à 40 euro ingeschat. Hier wordt een gemiddelde van 35 euro per persoon per dag verondersteld.

Tabel 35 toont de verdeling van de omzet uit het verblijfstoerisme over de verschillende logiescategorieën. Meer dan 57% van de omzet uit het verblijfstoerisme wordt gerealiseerd in de hotelsector. Daarna komen in volgorde de tweede verblijven (14%), de jeugd- en groepsverblijven en de huurvakantiewoningen (elk bijna 10%), de gastenkamers (8%) en de campings (1,5%).

Tabel 35:

Aandeel van de diverse categorieën in de totaal geraamde omzet van het verblijfstoerisme in de Westhoek, 2006

Logiescategorie	Omzet in euro	%
Hotels	37 419 314	57,1
Tweede verblijven	9 393 345	14,3
Jeugd- en groepsverblijven	6 341 854	9,7
Huurvakantiewoningen	6 269 946	9,6
Gastenkamers	5 069 812	7,7
Camping	991 570	1,5
Totaal	65 485 841	100,0

Bron: Westtoer

Tabel 36 toont de verdeling van de omzet uit het dagtoerisme over de verschillende samenstellende componenten. Het merendeel van de omzet uit dagtoerisme wordt door Bellewaerde Park gerealiseerd (46%). De rondritten en stads- en dorpsbezoeken door verblijfstoeristen aan de Kust zijn goed voor ruim 18,5% van de omzet uit dagtoerisme. Het thema Wereldoorlog I vertegenwoordigt ongeveer 13% en de evenementen ongeveer 12%. Het dagtoerisme n.a.v. tochten op het fietsnetwerk en n.a.v. bezoeken aan andere niet-oorlogsgelateerde attracties vertegenwoordigen elk ongeveer 5% van de omzet.

Tabel 36:

Aandeel van de diverse componenten van het dagtoerisme in de totaal geraamde omzet van het dagtoerisme in de Westhoek, 2006

Categorie van dagtoeristen	Omzet in euro	%
Dagtoerisme Bellewaerde Park	17 730 500	46,4
Rondritten en stads- en dorpsbezoeken vanaf de Kust	7 049 980	18,5
Dagtoerisme n.a.v. WO I	5 100 000	13,3
Dagtoerisme aan evenementen	4 480 000	11,7
Dagtoerisme fietsnetwerk Westhoek	2 045 013	5,4
Dagtoerisme overige niet-oorlogsgelateerde attracties	1 800 192	4,7
Totaal	38 205 685	100,0

Bron: Westtoer

1.3.2 Werkgelegenheid

Correcte ramingen van de werkgelegenheid in toerisme en recreatie zijn bijzonder moeilijk omdat de sector bij de RSZ over verschillende categorieën en rubrieken verspreid zit, die vaak ook niet-toeristische activiteiten behelzen. Uit gedetailleerde analyses van de beschikbare data blijkt bovendien dat de gegevens vaak onbetrouwbaar zijn.

Hieronder geven we een overzicht van de evolutie van de werkgelegenheid in toerisme en recreatie in de Westhoek voor de periode van 1993 tot 2002. In het jaar 1992 is men overgestapt van de NACE activiteiten nomenclatuur naar de NACE-BEL activiteiten nomenclatuur. Tijdens de eerste jaargang van deze nieuwe nomenclatuur werden er nog enkele wijzigingen doorgevoerd: bijvoorbeeld werden bibliotheken uit de activiteit musea en monumentenzorg (92.520) gehaald. Hierdoor is de werkgelegenheid voor het jaar 1992 niet betrouwbaar. Door de vernieuwde RSZ-aangifte wordt het jaar 2003 beschouwd als een scharnierjaar voor de RSZ-statistieken. Omdat de RSZ-statistieken voor 2004 momenteel nog niet beschikbaar zijn, moeten we ons dus beperken tot die van 2002. Hierbij dient nog te worden opgemerkt dat de verwerking en weergave van de RSZ-cijfers niet consistent gebeuren doorheen de jaren. Wijzigingen in de nomenclatuur, de wetgeving en de registratie van de werkgelegenheid maken de vergelijking van de cijfers doorheen de jaren moeilijk.

Tabel 37 illustreert dat globaal beschouwd de werkgelegenheid in toerisme en recreatie in de Westhoek stijgt van 1 865 jobs in 1993 naar 2 195 jobs in 2002 (voltijds en deeltijds). De werkgelegenheid in deze sector is in die periode dus gestegen met 330 jobs in de Westhoek, een stijging van 18%³⁹.

Deze stijging ligt in de lijn van de toename in werkgelegenheid in toerisme en recreatie in West-Vlaanderen, waarbij we een procentuele stijging van 19% vaststellen. Bij een meer gedetailleerde analyse merken we dat deze toename in jobs niet voor alle categorieën even sterk is. In de Westhoek ligt de procentuele toename in werkgelegenheid het hoogst in de categorie logies, gevolgd door de categorie rond restaurants en cafés en de categorie met overige recreatie. Overige recreatie omvat ondermeer de kleinhandel in souvenirs en ambachtelijke producten en de exploitatie van culturele centra, sportcentra en recreatieparken. In de Westhoek is, absoluut gezien, het aantal jobs het sterkst gestegen in de categorie rond restaurants en cafés, met een toename van 158 jobs.

Tabel 37:

Evolutie van de werkgelegenheid in toerisme en recreatie in de Westhoek en West-Vlaanderen voor de periode 1993-2002

Toerisme en recreatie	Westhoek			West-Vlaanderen		
	1993	2002	Index	1993	2002	Index
Logies	237	295	124	4 179	4 527	108
Reca	963	1 121	116	9 500	12 070	127
Vervoer	95	104	109	431	587	136
DvT / VVV	0	26		87	222	255
Toer. activiteiten	64	59	92	2 011	1 726	86
Immo (enkel kust)	-	-		281	436	155
Overige recreatie	506	590	117	4 231	5 101	121
Totaal	1 865	2 195	118	20 720	24 669	119

Bron: RSZ statistiek

³⁹ In vergelijking met 1999 (eerste strategisch beleidsplan) werd de definitie van wat onder toerisme en recreatie valt, scherper en accurater gesteld. Dit verklaart de afwijkende cijfers ten opzichte van het beleidsplan van 1999.

1.4 Organisatie

1.4.1 Regiowerking

De aanpak op regioniveau van toerisme en recreatie in de Westhoek bestaat op vandaag 10 jaar. In 1997, bij de oprichting van de toenmalige provinciale Dienst Toerisme en Recreatie (DTR) West-Vlaanderen (in 2001 opgegaan in Westtoer), trad de eerste regio-coördinator toerisme en recreatie voor de Westhoek in dienst, onder wiens impuls besloten werd om als eerste prioriteit een gemeenschappelijke promotiestrategie voor de Westhoek uit te werken.

Deze strategie kende in 1998 zijn uitvoering met de ontwikkeling van een 'corporate identity', het Westhoeklogo, de vakantieguides, een logiesbrochure, een advertentiecampaignede, beursdeelname en media-acties. De kostprijs van de volledige campagne bedroeg toen, omgerekend in euro, 228.806 euro. Dit werd voor 40,4% gedragen door de Westhoek-gemeenten (+ de 3 Westkustgemeenten), 43,3% door de provincie en 16,3% door de privé-sector. De campagne werd als succesvol beoordeeld en werd de daaropvolgende jaren herhaald.

Bij de oprichting van Westtoer in 2001 kreeg de regiowerking van de Westhoek haar huidige vorm. De gebiedsomschrijving van de regio werd definitief vastgelegd⁴⁰ en de financiering van de regiopools werd structureel geregeld via de beheersovereenkomst met de provincie (voor elke euro die de gemeenten in de regiopool inbrengen legt de provincie een euro bij). Met de gemeenten werden afzonderlijke samenwerkingsovereenkomsten afgesloten. Er werd ook een regio-assistent aangeworven binnen het 5B Phasing Out project Promotie- en Coördinatiecentrum van het toerisme in de Westhoek. Binnen de nieuwe beheersovereenkomst die in juni 2007 tussen Westtoer en de provincie is afgesloten, werd de functie van regio-assistent definitief structureel verankerd binnen Westtoer.

1.4.2 Oprichting van de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen

Omwillen van het belang van het kleinschalig plattelandstoeerisme dat zeker voor de Westhoek bepalend is voor de uitstraling van deze regio, heeft Westtoer in het nabije verleden grote inspanningen gedaan om één performante marketingorganisatie op te richten voor plattelandstoerisme in Vlaanderen. Uiteindelijk werden de provinciale toeristische organisaties bereid gevonden om te participeren in de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen (PIV) en werd een overeenkomst afgesloten met de Boerenbond omtrent het opheffen van de Federatie Hoeve- en Plattelandstoerisme in Vlaanderen.

Onder het impuls van de PIV dat niet enkel succes kende als marketingorganisatie, maar ook als ondersteuning voor starters, werden vele nieuwe uitbatingen - ook in de Westhoek - opgestart. Het is de bedoeling van Westtoer en ook van de 4 andere provinciale federaties om op termijn te streven naar één organisatie voor kleinschalig logies in Vlaanderen waarbij ook de gastenkamers in de steden zouden worden opgenomen. Over het hoe en wanneer zijn nog geen concrete afspraken gemaakt.

⁴⁰ Staden trad toe. Wervik behoort voortaan de facto tot de Leiestreek maar betaalt ook een bijdrage in de regiopool van de Westhoek, net zoals ook de Westkustgemeenten en Middelkerke dit doen.

1.5 Gevoerd beleid rond productontwikkeling

Westtoer en de regiowerking Westhoek hebben zich in de voorbije jaren met succes toegelegd om met Europese, Vlaamse, provinciale en gemeentelijke middelen o.m. volgende producten te ontwikkelen:

- aanvullen van de fietsroutes en wandelroutes in de Westhoek
- ontwikkelen van wandelnetwerken (Heuvelland en Ieperboog)
- uitbouwen van het fietsnetwerk Westhoek
- ontwikkeling van een bewegwijzerde stadswandeling in Diksmuide (Stadslink)
- ondersteunen van kleinschalig logies (Integrale Kwaliteitszorg)
- ontwikkelen van nieuwe en vernieuwen van bestaande attracties (o.m. Oude Kaasmakerij, Hopmuseum, Folk Experience, passagierschip Weststar, Iseraboot, concerthall in Talbot House e.a.)
- ontsluiten van bepaalde attracties voor personen met een handicap
- voorzien in onthaalinfrastructuur bij Tyne Cot Cemetery en de Duitse begraafplaats in Langemark.

We kunnen dus concluderen dat er sinds het eerste strategisch beleidsplan van de Westhoek een heel sterke ontwikkeling van het toeristisch product heeft plaats gevonden en dit met onder meer belangrijke middelen van Europa en van Toerisme Vlaanderen.

Naar de toekomst toe is niet meer zozeer een uitbreiding gewenst in kwantiteit maar moet het eerder gaan om een verdieping van het bestaande toeristisch product met een nog grotere aandacht voor kwaliteit en voor de behoeften van de consument.

1.6 Gevoerd beleid rond marketing binnen regiowerking Westhoek

Tabel 38 geeft een overzicht van het promotiebudget waarover de regiowerking de voorbije jaren kon beschikken. Wat onmiddellijk opvalt is de bijdrage van 5b Phasing Out, toegekend aan het Promotie- en Coördinatiecentrum van het toerisme in de Westhoek (in de praktijk de regiowerking toerisme Westhoek). Deze subsidie - specifiek bedoeld voor het voeren van promotie op de Nederlandse en Britse markt - steeg van 109 000 euro in 2003 tot 118 000 in 2006 (eindjaar van het project).

De structurele bijdrage van gemeenten en provincie in de promotiepool bleven tot 2006 op ongeveer hetzelfde niveau van ca. 200 000 euro (indexaanpassingen niet te na gesproken). Voor 2007 zien we echter een stijging tot 270 000 euro. De reden hiervoor is te vinden in het feit dat de gemeenten unaniem hebben besloten om het financieel engagement dat ze de voorbije jaren deden in het kader van 5b Phasing Out, in 2007 verder te zetten (ook al stond daar niet langer een bijdrage van Europa tegenover, wel echter van de provincie volgens het principe van een euro voor een euro).

Verder valt op dat de bijdragen van de privé-sector in de promotiepool na 1998 flink zijn teruggevallen doordat Bellewaerde Park zijn inbreng in de advertentiecampaigned van dat jaar, niet verder heeft gecontinueerd. Vanaf 2002 is de inbreng van de privé-sector de facto beperkt tot advertenties die door de logiesverstrekkers worden genomen in de logiesbrochure. Opmerkelijk is dat deze inbreng in 2006 sterk is afgenomen en ook in 2007 zeer voorzichtig is begroot.

Tabel 38:

Evolutie van het promotiebudget van de regiowerking Westhoek, 1998-2007

BRON INKOMSTEN	1998	2002	2003	2004	2005	2006	2007 ⁽¹⁾
Structurele bijdragen in promotiepool	191 622	187 508	190 075	193 378	197 777	203 493	270 000
<i>Gemeenten</i>	92 464	93 754	95 038	96 689	98 888	101 747	135 000
<i>Provincie</i>	99 157	93 754	95 038	96 689	98 888	101 747	135 000
5b Phasing Out (Eur/Gem/Prov/TVL)	-	-	109 000	112 000	115 000	118 000	-
Bijdragen privé-sector	37 184	18 893	15 480	20 675	20 975	12 620	10 000
<i>Logiesverstrekkers</i>	10 659	18 893	15 480	20 675	20 975	12 620	10 000
<i>Bellewaerde Park</i>	26 525	-	-	-	-	-	-
Andere	-	1 483	11 004	13 870	11 129	1 682	10 000
Totaal	228 806	207 883	325 559	339 923	344 881	335 795	290 000

Bron: Westtoer.

⁽¹⁾ Begroting

Samen met de categorie 'andere inkomsten'⁴¹ brengt dit ons op een totaal regiobudget voor communicatie van 208 000 euro in 2002, omwille van Phasing Out toenemend tot ca. 340 000 in 2005/2006 en daarna in 2007 terugvallend op een niveau van ca. 290 000 euro.

Het promotiebudget zal in de volgende jaren wellicht op hetzelfde niveau blijven, op voorwaarde dat de gemeenten hun engagement verderzetten om ook in de toekomst hun vroegere Phasing Out bijdrage te betalen. Dit engagement is uiteraard belangrijk om het marketingbudget voldoende performant te houden. Het is ook aangewezen dat de privé-sector een grotere bijdrage zal leveren.

Hieronder volgt een overzicht van de 'reguliere' uitgaven van het budget voor marketing (daarna wordt ingegaan op de 'extra' inspanningen die met de Phasing Out middelen zijn gebeurd op de Nederlandse en Britse markten). Telkens volgt ook een korte kwalitatieve appreciatie.

- Drukwerk
 - o Westhoekjes (in 2006 100 000 ex. in NL, 15 000 in FR, 7 500 in DU en 7 500 in EN)
 - o Logiesbrochure (in 2006 50 000 ex.)
 - o Pocket Den Grooten Oorlog (15 000 ex. NL en 15 000 in EN)
 - o Andere publicaties (bv. evenementenkalender).

Drukwerk is de grootste kostenpost en neemt gemiddeld over de jaren heen 100 000 euro van het budget (schommelingen afhankelijk van de oplage van brochures, herdruk etc). De aanmaak van de logiesbrochure kost ongeveer 28 000 euro (waarvan ca. 10 000 euro gerecupereerd wordt via advertentie-inkomsten van logiesaanbieders).

De huidige oplages en taalversies blijven hun relevantie behouden maar de distributie ter plaatse kan nog verder geoptimaliseerd worden (pocket nog ruimer

⁴¹ Bv. uit de verkoop van de militaire kaarten 14-18, de verkoop van de voordeelpas of uit een tijdelijke toelage van de Provincie voor Westhoekjes (wat bv. in 2004 en 2005 het geval was).

ter plaatse in de regio verspreiden). Ook de pocket zelf kan nog sterker worden gemaakt, vooral op vlak van praktische gebruiksvriendelijkheid.

Het nut van een papieren versie van de logiesbrochure dient in de toekomst ernstig in vraag te worden gesteld, gezien de beperktere budgettaire middelen binnen de promopool (na het wegvallen van de Phasing Out middelen) en gezien de ontwikkelingen in de markt (steeds meer internetreserveringen voor logies).

De pocket Den Grooten Oorlog wordt algemeen als zeer kwalitatief ervaren,⁴² al kan de praktische bruikbaarheid ervan ook nog verder verbeterd worden (zie hierboven).

- Bewerken van de Vlaamse markt

- o Participatie in de binnenlandcampagne van Toerisme Vlaanderen (kostprijs: 25 000 euro) waarbij de regio in de Vlaanderen Vakantielandbrochure wordt opgenomen (consumenten kunnen regiopocket opvragen; regiowerking voorziet de pocket; Toerisme Vlaanderen doet de handling), maar waarin ook e-marketingacties en advertenties in print-media zijn inbegrepen.
- o Plaatsen van eigen advertenties in print-media.
- o Reportage in TV-programma's Vlaanderen Vakantieland en Télétourisme.
- o Joint-Promotions (brochurefinderacties centraal via Westtoer)
- o Ad hoc bewerking (bv. Fietsactie Westhoek, item rond fietsen op regionale TV, bijdrage TV-programma 'De Perfecte Moord' etc)

Het ingezet budget voor het bewerken van de Vlaamse markt varieert sterk (van 43 000 euro in 2002 tot 109 000 in 2006). Deze inspanningen op de voor de Westhoek belangrijkste markt zijn belangrijk en dienen aangehouden en zo mogelijk gediversifieerd te worden, zeker met het oog op het wegvallen van de Toerisme Vlaanderen brochure in 2009 (die vanaf dan enkel nog online zal worden voorzien). Er zal in de toekomst dan ook meer ingezet moeten worden op free publicity, e-marketing en joint promotions etc.

- Internet

- o In 2002 was er een vrij hoge ontwikkelingskost voor de nieuwe website, de jaren daarna waren vooral onderhouds- en aanpassingskosten aan de orde.
- o In 2004-2005 werd de website van de Westhoek aangepast aan het format van dat van de kust, hetgeen een boost gegeven heeft aan het aantal bezoekers (zie tabel 39).
- o De website www.toerismewesthoek.be bestaat enkel in het Nederlands. Alleen de logiesmodule is naar het Engels vertaald.

Het ingezet budget voor internet varieert tussen de 8 000 en 10 000 euro per jaar. De vertaling van de volledige website naar het Engels is een hoge prioriteit.

Tabel 39 geeft een overzicht van het aantal bezoekers van de regiowebsite. In 2006 werd voor het eerst de kaap van 200 000 bezoekers overschreden. De cijfers betreffen het aantal bezoekers; het aantal hits per pagina is uiteraard nog veel hoger.

⁴² Onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek, Westtoer; 2006.

Tabel 39:

Aantal bezoekers aan de website www.toerismewesthoek.be

Jaar	Aantal bezoekers
2002	63 402
2003	85 048
2004	105 870
2005	165 989
2006	200 467

Bron: Westtoer

In de nabije toekomst wordt door Westtoer de Win-databank opgericht waarin de gegevens van o.m. evenementen en logies zullen worden opgenomen. Deze databank zal niet alleen de regiowebsites voeden, ook de gemeenten zullen er hun eigen toeristische website een stuk makkelijker mee up-to-date kunnen houden.

- Pers en trade

- o Het budget voor pers- en tradebewerking schommelt tussen de 7 000 en 9 000 euro per jaar.
- o Jaarlijks wordt één persweekend georganiseerd waarop zowel de Vlaamse als Nederlandse toeristische pers welkom is. Daarenboven wordt voor alle actoren jaarlijks een startavond georganiseerd waarop ook de lokale pers wordt uitgenodigd.
- o Heel het jaar door zijn er ad hoc persontvangsten van voornamelijk Britse journalisten.
- o De tradewerking beperkt zich tot ad hoc samenwerking met Ieper en Zonnebeke voor het bewerken van de Britse markt (WO I-toerisme). Een voorbeeld daarvan is het delen in de kosten voor beursdeelname aan WTM in Londen.

- Beurzen

- o Het budget voor beurzen schommelt tussen de 10 000 en 12 000 euro per jaar.
- o De regiowerking is aanwezig op de grote vakantiebeurzen in Brussel, Antwerpen en Utrecht, de beurs van Vakantiegevoelens in Gent, de Reismarkt in Brugge, de 50+ beurs in Utrecht en de lokale gastronomiefoor in Beauvoorde.
- o Er wordt gebruik gemaakt van één balie op de algemene Westtoerstand.

De aanwezigheid op publieksbeurzen wordt door de lokale overheden als zeer belangrijk en relevant beschouwd. Aan nichebeurzen kan wellicht meer aandacht worden besteed. Uit het onderzoek Vlaamse Regio's dat in 2005 bij verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen werd uitgevoerd, blijkt echter dat slechts 2,6% van de verblijfstoeristen in de Westhoek aangeeft via een beurs aan zijn of haar informatie over de regio te zijn geraakt.

- Dia- en fotomateriaal

Het budget voor dia- en fotomateriaal is de voorbije jaren vrij beperkt en schommelt rond de 5 000 euro. Hier zijn belangrijke inspanningen aan de orde om de bestaande beeldenbank met kwalitatief en stijlvol beeldmateriaal aan te vullen.

- Interne marketing

- o Jaarlijks wordt een startdag georganiseerd waarop de private actoren, de diensten voor de toerisme en de sector worden uitgenodigd.
- o Tweemaandelijks komt de Adviesgroep voor Toerisme en Recreatie bijeen, die is samengesteld uit de verschillende diensten voor toerisme.

- o Ook het politieke niveau wordt op geregelde tijdstippen bijeengebracht in het Regionaal Overlegplatform dat tweemaal per jaar samenkomst (samenstelling: burgemeester + schepen voor toerisme).
- o Er worden tenslotte ook studiebezoeken of -dagen georganiseerd voor de diensten voor toerisme (opleiding).

Met de extra middelen die via Phasing Out aan de regiopool zijn toegevoegd, werden volgende acties op de Nederlandse en Britse markt ondernomen:

- Op de Nederlandse markt

- o Participatie in de Nederlandcampagne van Toerisme Vlaanderen via het bureau Kunstmaan (kostprijs: 20 000 euro). Het betreft hier vooral e-marketing, acties in Nederlandse media en heel gerichte acties zoals bv. het aantrekken van bekende Nederlandse auteurs om iets over de Westhoek te schrijven.
- o Plaatsen van extra eigen advertenties in Nederlandse print-media.
- o Extra aandacht voor Nederlandse pers, beurzen.
- o Voorzien van extra brochures van regiopocket, logiesbrochure en pocket Den Grooten Oorlog voor de Nederlandse markt.

De campagnes op Nederland verdienen verderzetting naar de toekomst toe. Daartoe zouden op ad hoc basis extra middelen kunnen worden samengebracht van gemeenten die willen samenwerken om gezamenlijk een bepaalde actie op de Nederlandse markt te financieren.

- Op de Britse markt

- o Eigen acties in print-media op aangeven van Toerisme Vlaanderen of het Vlaanderenkantoor in Londen en in samenwerking met vnl. Ieper die daartoe extra middelen heeft ingebracht om met een groter budget meer slagkracht te bekomen. Een voorbeeld van dergelijke actie is de campagne in The Independent in 2003.
- o Aanmaak van de pocket The Great War in Flanders voor de Britse markt.
- o Flanders Travel Forum in 2004.
- o Extra aandacht voor persbewerking Groot-Brittannië.
- o Voorzien van extra brochures van regiopocket en logiesbrochure voor de Britse markt.

Ook hier verdienen de acties op Groot-Brittannië verderzetting naar de toekomst toe. Opnieuw kunnen daartoe - met de gemeenten die dit willen - op ad hoc basis extra middelen worden samengebracht om gezamenlijk een bepaalde actie op de Britse markt te financieren. Dit gebeurde reeds met Ieper, maar dit systeem verdient uitbreiding naar de andere gemeenten die baat hebben bij een optimale promotie van het thema Wereldoorlog I op de Britse markt.

2 EXTERNE ANALYSE

In de externe analyse wordt nagegaan in welke mate de omgeving van de Westhoek bijgedragen heeft tot de ontwikkelingen van het toerisme in de Westhoek en welke opportuniteiten en bedreigingen we mogen verwachten op de middellange termijn.

2.1 Externe middelen

2.1.1 Europese programma's

Tot 2007

Op Europees niveau hebben twee belangrijke programma's de afgelopen beleidsperiode sinds 1998 gedomineerd. Enerzijds was er het 5b Phasing Out programma, anderzijds was er Interreg IIIa Frankrijk-Wallonië-Vlaanderen. Beide programma's liepen af in 2006-2007. Voor beide programma's werd met diverse beleidsniveau's projectcofinanciering aangegaan (bv. Toerisme Vlaanderen, provincie, gemeenten).

5b Phasing Out

Binnen 5b Phasing Out werden in de Westhoek in totaal 23 projecten met betrekking tot toerisme en recreatie uitgevoerd, goed voor een gezamenlijke Europese EFRO-steun van 2 030 164 euro of 30,4% van de totale Europese steun die binnen dit programma naar Westhoekprojecten is gegaan. De gezamenlijke werkelijke kostprijs van de projecten bedroeg ca. 10,3 miljoen euro. Dit betekent dat ongeveer één vijfde van de kostprijs met Europese steun gefinancierd is geworden.

5b Phasing Out bevatte 2 specifieke maatregelen omtrent toerisme. Binnen de maatregel "verbetering van de toeristische infrastructuur" werden o.m. volgende projecten gerealiseerd:

- Fietsnetwerk van de Westhoek;
- Ieperboog (thema-fietsroute op het fietsnetwerk);
- ontsluiting van de IJzertoren voor andersvaliden;
- vernieuwing van het Streekmuseum van Zonnebeke tot Memorial Museum Passchendaele 1917;
- voorzien van onthaalinfrastructuur en parking op Tyne Cot Cemetery in Passendale;
- voorzien van onthaalinfrastructuur en parking op de Duitse begraafplaats in Langemark;
- restauratie van de Concert Hall in Talbot House en heraanleg van de tuin in Poperinge;
- uitbouw van Folk Experience te Dranouter;
- ontwikkeling van een bewegwijzerde stadswandeling in Diksmuide (Stadslink);
- inrichting Oude Kaasmakerij te Passendale;
- restauratie van het Hopmuseum in Poperinge;
- in de vaart brengen van het passagiersschip Weststar;
- ombouw van de Iseraboot tot ecoboot.

Binnen diezelfde maatregel werd ook een project rond integrale kwaliteitszorg bij logiesaanbieders uitgevoerd en werd steun verleend aan het projectsecretariaat Oorlog en Vrede in de Westhoek en aan het samenwerkingsverband Westhoek Streekmuseum.

Binnen de maatregel “Verbetering van de communicatie- en promotieactiviteiten en de managementinformatiesystemen” werd het *centrum voor de promotie en de coördinatie van het toerisme in de Westhoek* opgericht. Naast het voeren van promotie voor de Westhoek op de Nederlandse en Britse markt, kreeg dit centrum ook als taak om de realisatie van toeristische hefboomprojecten in het kader van 5b Phasing Out te begeleiden.

Interreg IIIa Frankrijk-Wallonië-Vlaanderen

Binnen Interreg IIIa dat tot doel had de grensoverschrijdende samenwerking tussen de Europese lidstaten te bevorderen, is in totaal 1 158 563 euro EFRO-steun gegaan naar een achttal projecten met betrekking tot toerisme. De gezamenlijke werkelijke kostprijs van deze projecten bedroeg 3,9 miljoen euro, wat betekent dat ongeveer 30% met Europese steun gefinancierd werd.

Binnen de maatregel ‘Toeristisch en cultureel potentieel van de grensstreek valoriseren’ liepen o.m. volgende projecten:

- Rando
 - o Doelstelling: het aantal bezoekers/recreanten van Le Nord en West-Vlaanderen aan beide zijden van de grens vergroten en de interesse van de toeristen voor het natuurlijk en cultureel patrimonium verhogen.
 - o Projectpartners: Westtoer en Département du Nord.
 - o Binnen dit project werd bv. het Wandelnetwerk Heuvelland gerealiseerd.
- Vlaanderen
 - o Doelstelling: creëren van een stevig en duurzaam netwerk dat is gebaseerd op het historisch begrip “Vlaanderen”; creëren of aanpassen van bezoekerscentra of van structuren voor toeristisch onthaal.
 - o Partners in de Westhoek waren Westtoer, het In Flanders Fields Museum en Kortrijk.
- Aan de grens: tabak, douane, fraude, tradities
 - o Doelstelling: herwaardering en actualisering van een grensverschijnsel (fraude, tabak, douane...) op drie locaties, binnen een netwerk.
 - o Partners in de Westhoek waren o.m. gemeente Wervik en Wally's Farm in Poperinge.
- Netwerk van Versterkte Steden
 - o Doelstelling: verder uitbouwen van het “Netwerk van Versterkte steden” dat binnen het kader van Interreg II werd opgebouwd.
 - o Partners in de Westhoek waren o.m. Ieper, Lo-Reninge en Veurne.
- Het gemeenschappelijk geheugen van de 20ste eeuw
 - o Doelstelling: bevorderen van de pedagogische uitwisselingen en van het toerisme rond het ‘grensoverschrijdend geheugen’ tussen Frankrijk en Vlaanderen.
 - o Partner in de Westhoek was het In Flanders Fields Museum (met La Coupole).
- Grensoverschrijdende Toeristische Samenwerking in de Westhoek
 - o Doelstellingen: verbeteren van het onthaal; investeren in een duurzaam evenemententoeerisme (ook uitwisseling); organiseren van een grensoverschrijdende samenwerking rond streekproducten.
 - o Partner in de Westhoek was Diksmuide (met Esquelbecq).

Vanaf 2008

Voor de periode 2007-2013 dienen zich opnieuw mogelijkheden aan voor het verkrijgen van Europese middelen via Doelstelling 3 (Interreg IV) en het Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling (ELFPO).

Binnen Doelstelling 3 worden drie luiken onderscheiden:

- Grensoverschrijdend
- Transnationaal
- Interregionaal

Binnen het grensoverschrijdend luik is voor de Westhoek vooral het Grensoverschrijdend programma Frankrijk-Wallonië-Vlaanderen van belang. Voor West-Vlaanderen behoren de arrondissementen Veurne, Ieper en Kortrijk tot het kerngebied en de arrondissementen Brugge, Oostende, Diksmuide, Roeselare en Tielt tot de aangrenzende gebieden. Voor de sector toerisme en recreatie is met name Prioriteit 2 binnen dit programma van belang, meer bepaald het ontwikkelen van de grensoverschrijdende identiteit via cultuur en toerisme. Binnen deze prioriteit werden twee operationele doelstellingen geformuleerd, zijnde het ontwikkelen en professionaliseren van een geïntegreerd toeristisch aanbod en het verder valoriseren en ontwikkelen van het grensoverschrijdend patrimonium. Het EFRO-budget dat binnen dit programma voor Vlaanderen ter beschikking staat bedraagt 23,5 miljoen euro.

Er is eveneens een Grensoverschrijdend programma Vlaanderen-Nederland. Het kerngebied voor dit programma behoort evenwel niet tot de Westhoek. Enkel het arrondissement Diksmuide behoort tot het aangrenzend gebied.

Volledigheidshalve kunnen we ook vermelden dat er een Grensoverschrijdend programma rond maritieme samenwerking wordt opgezet, waarbij o.m. de volledige provincie West-Vlaanderen tot het programmeergebied behoort.

Binnen het transnationaal luik wordt een onderscheid gemaakt tussen het transnationaal programma Noordzee (waarbij de volledige provincie West-Vlaanderen tot het projectgebied behoort) en het transnationaal programma Noordwest-Europa (waarbij heel België tot het programmeergebied behoort).

Tenslotte is er ook opnieuw een interregionaal luik waarvan het werkgebied de volledige Europese Unie van 27 landen beslaat. Binnen dit programma passen netwerkprojecten en projecten gericht op ervaringsuitwisseling op vlak van innovatie en kenniseconomie en milieu en risicopreventie.

Wat plattelandsontwikkeling betreft dienen er zich voor de sector toerisme en recreatie vooral mogelijkheden aan binnen as 3 (leefkwaliteit op het platteland en diversificatie van plattelandseconomie) en as 4 (LEADER) van het programma.

2.1.2 Middelen van Toerisme Vlaanderen

Via Toerisme Vlaanderen konden de voorbije jaren heel wat toeristische initiatieven in de Westhoek, vooral van privé-actoren, maar ook van lokale overheden, op financiële steun rekenen via o.m. :

- subsidies voor toeristische projecten⁴³ (om budgettaire redenen ligt het hoofdaccent op de financiële ondersteuning van projecten inzake toeristische infrastructuur, maar in principe komen ook promotie van het toeristisch aanbod van een gemeente of regio, onderzoek en studie, en vorming en opleiding in de toeristische sector aan bod mits deze gekoppeld zijn aan een infrastructuurproject). Annex B geeft een overzicht van de projecten in de Westhoek die sinds 2000 op TRP- en FFEU-subsidies hebben kunnen rekenen;
- premies voor het toegankelijk maken van toeristische infrastructuur (dit is vooral gericht op de logiesverstrekkende sector);
- premies voor de uitbaters van kampeerterreinen (bv. moderniserings- en brandveiligheidswerken). Er zijn ook premies mogelijk voor de aanleg van kampeerautoterreinen;
- subsidies voor jeugdverblijven en volwassenencentra met een 'Toerisme voor Allen' erkenning (o.m. het Messines Peace Village te Mesen werd met dergelijke subsidies opgericht).

Toerisme Vlaanderen is de voorbije jaren ook een belangrijke partner geweest bij de cofinanciering van projecten met Europese steun.

Ook in de toekomst bieden zich mogelijkheden aan om financiering van Toerisme Vlaanderen te verkrijgen voor projecten in de Westhoek.

2.1.3 Middelen van de provincie

Net als Toerisme Vlaanderen is ook de provincie een belangrijke partner bij cofinanciering van Europese projecten. Daarnaast speelt de provincie een zeer belangrijke rol in de uitbouw van een kwalitatief toeristisch-recreatief product.

Concreet voor de Westhoek werden en worden o.m. investeringen gedaan in de uitbouw van de provinciedomeinen Palingbeek en Kemmelberg en werd recent ook het initiatief genomen voor de uitbouw van een nieuw provinciedomein in Diksmuide. Ook de recreatieve inrichting van de oude spoorwegbeddingen in de regio (Frontzate, Vrijbosroute) wordt door de Provincie mogelijk gemaakt. Ook de belangrijke inspanningen van de provincie voor het bewaren en ontsluiten van het oorlogserfgoed in de Westhoek via het projectsecretariaat Oorlog en Vrede in de Westhoek, dienen hier te worden vermeld.

2.1.4 Middelen van de gemeenten

Ook de gemeenten zijn belangrijke partners bij cofinanciering van Europese projecten met het oog op de realisatie van een hoogwaardig kwalitatief product.

⁴³ Dit zijn de zogenaamde TRP-subsidies, waarvan het Besluit van de Vlaamse regering van 2 april 2004 betreffende de toeristisch-recreatieve projecten en strategische plannen in het Belgisch Staatsblad van 14 mei 2004 werd gepubliceerd. Dit Besluit vervangt het vroegere KB van 1967 op de toeristische uitrusting. Ook de FFEU-subsidies van Toerisme Vlaanderen worden gerekend onder de subsidies voor toeristische projecten. Zie annex B voor een overzicht van de TRP- en FFEU-subsidies in de Westhoek sinds 2000.

2.2 Beleid van andere sectoren belangrijk voor het toeristisch product

2.2.1 Actoren van Vlaams niveau

2.2.1.1 Agentschap voor Natuur en Bos

Dit Vlaamse Agentschap staat in voor het beheren en ontwikkelen van natuurgebieden en voor het uitvoeren bebossingsprojecten.

In het kader van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen is vastgelegd dat op Vlaams niveau in de periode 1994 tot 2007 een ecologisch verantwoorde bosuitbreiding van 10 000 hectare moest worden gerealiseerd. Voor West-Vlaanderen werd een effectieve bosuitbreiding van 2 500 ha voorzien. Daarbij werd aangegeven dat het om ecologisch verantwoorde bosuitbreiding moest gaan, ofwel aansluitend bij bestaande bossen, ofwel met het oog op natuurontwikkeling en -verbinding of in de nabijheid van stedelijke gebieden (bv. stadsbossen in bosarme streken).

In het licht van deze algemene doelstelling werden sinds 1999 in de Westhoek o.m. volgende bosuitbreidingsprojecten gerealiseerd (niet exclusieve lijst):

- Sixtusbossen te Poperinge en Vleteren
- Hellegatbos en Doevevallei te Heuvelland
- Galgebossen te Ieper en Poperinge
- Polygoonbos te Zonnebeke

Naar de toekomst toe staan nog volgende uitbreidingsprojecten op stapel:

- Vrijbos te Houthulst
- Helleketelbos en het speelbos de Bommelaar te Poperinge
- Kampagnebos te Wijtschate - Heuvelland

Naast bosuitbreiding heeft het Agentschap Natuur en Bos ook een belangrijke taak inzake het beheren en ontwikkelen van natuurgebieden. Voor de Westhoek gaat het daarbij o.m. om het unieke natuurgebied De Blankaart, waar het bezoekerscentrum De Otter werd gerealiseerd.

2.2.1.2 Vlaamse Landmaatschappij

De voorbije jaren zijn in het noordelijk deel van de Westhoek in het kader van het landinrichtingsproject De Westhoek en van diverse ruilverkavelingsprojecten belangrijke investeringen gebeurd inzake inrichting van het landelijk gebied in het algemeen en aanleg van toeristisch-recreatieve infrastructuur in het bijzonder, dit met een belangrijke input aan Vlaamse middelen (landinrichting en ruilverkaveling).

Bij het landinrichtingsproject De Westhoek zijn 7 gemeenten betrokken (Alveringem, Diksmuide, Lo-Reninge, Veurne, De Panne, Koksijde en Nieuwpoort) in een projectgebied van in totaal meer dan 30 000 ha. Voorbeelden van inrichtingsplannen binnen dit landinrichtingsproject zijn Vallei De IJzer, De Moeren, Polderwaterlopen deel 2, Nieuwkapelle en de oude spoorwegbedding Nieuwpoort-Diksmuide.

Voorbeelden van ruilverkavelingsprojecten zijn Fortem en Stuivekenskerke (beiden afgewerkt), en Woesten en Reninge (beiden nog in uitvoering).

Tenslotte voerde de VLM ook een aantal natuurinrichtingsprojecten uit, met name De Blankaart en Kanaal Ieper-IJzer.

Naar de toekomst toe wil de VLM haar middelen meer oriënteren naar het Brugse Ommeland en zullen wellicht minder middelen vrijkomen voor projecten in de Westhoek.

2.2.1.3 Vlaams beleid rond cultuur

Via het decreet op cultuur en de subsidiëring van de cultuurfunctionarissen zorgt het Vlaams beleid ervoor dat in de gemeenten professionele krachten aan het werk zijn rond cultuur. Daartegenover staat dat het Vlaamse beleid geen enkele ondersteuning biedt voor het personeel van gemeentelijke diensten voor toerisme. Daardoor komen de toeristische diensten vaak in een ondergeschikte relatie te staan tegenover de cultuurdienst.

Sinds mei 2004 is het Erfgoeddecreet in voege. Met dit decreet wil de Vlaamse Gemeenschap een cultureel-erfgoedbeleid uitbouwen dat vanuit een geïntegreerde aanpak een kwaliteitsvolle en duurzame zorg voor en de ontsluiting van het cultureel erfgoed stimuleert. Hiervoor voorziet het Erfgoeddecreet o.m. in de erkenning en subsidiëring van musea, de subsidiëring van overkoepelende samenwerkingsverbanden waaraan minstens drie erkende musea deelnemen, het sluiten van erfgoedconvenants en de subsidiëring ervan, de subsidiëring van cultureel-erfgoedpublicaties, de subsidiëring van projecten cultureel erfgoed, cultuurhistorische tentoonstellingen e.d.m.

Momenteel (2007) wordt een nieuw Erfgoeddecreet voorbereid. In het nieuwe Erfgoeddecreet worden het Archiefdecreet, het Decreet op de Volkscultuur en het Erfgoeddecreet geïntegreerd. In een nieuw en verruimd Erfgoeddecreet worden de beleidsinstrumenten en procedures beter op elkaar afgestemd. Tegelijk wordt er werk gemaakt van een transparant, complementair cultureel-erfgoedbeleid met de steden, de gemeenten en de provincies.

Belangrijk in dit verband is het instrument van de erfgoedconvenant die via het Erfgoeddecreet wordt geregeld. Dit is een samenwerkingsovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap enerzijds en een gemeente of samenwerkingsverband van omliggende gemeenten anderzijds. In een erfgoedconvenant wordt aandacht besteed aan een brede waaier van cultureel erfgoed. Zowel roerend als immaterieel erfgoed komen aan bod, maar ook de link met het onroerend erfgoed wordt gelegd.

2.2.1.4 Vlaams beleid rond infrastructuur

De prioritaire wegprojecten die op stapel staan in de Westhoek zijn:

- het doortrekken van de A19 tot op de N8 voorbij Woesten
- het aanpassen van de N8 tussen Woesten en Veurne met het oog op een betere verkeersdoorstroming.

Voor dit infrastructuurproject kan worden verwezen naar de beslissing van de Vlaamse regering van 23 maart 2007 inzake de aanleg en verbetering van de wegverbinding tussen Ieper en Veurne.

Daarnaast heeft Vlaanderen een belangrijke rol wat betreft het beleid van de waterwegen. Belangrijk om in dit verband te vermelden zijn de plannen voor de uitbaggering van het kanaal Ieper-IJzer.

2.2.1.5 Vlaams beleid rond ruimtelijke planning

Binnen het Vlaams Beleid rond ruimtelijke planning is het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen een belangrijk gegeven. In dit plan wordt geopteerd om Vlaanderen stedelijk en open te ontwikkelen wat betekent dat er minder toegelaten wordt in de open ruimte. Tot nog toe had dit zijn consequenties voor het logies en de reca in de open ruimte, waar zware beperkingen werden opgelegd, en tevens voor hoogdynamische toeristische infrastructuur in de open ruimte.

Vrij recent werden nieuwe mogelijkheden geboden voor plattelandslogies door het Vlaams besluit van 29 juni waarbij het toegelaten wordt om complementair aan zonevreemd wonen 8 verblijfgelegenheden te ontwikkelen met een maximum van 32 personen. Het kan zowel gaan over gastenkamers met een ruimte voor maaltijden als over vakantiewoningen. Ook worden binnen dit besluit mogelijkheden geboden voor het ontwikkelen van jeugdlogies in zonevreemde woningen.

Beperkingen blijven echter nog bestaan wat betreft:

- de solitaire vakantiewoningen die nu nog niet door de Vlaamse wetgever worden geregeld
- het ontwikkelen van reca in het agrarisch gebied: enkel monumenten en gebouwen die op de inventaris staan van het bouwkundig erfgoed kunnen een functiewijziging krijgen tot restaurant of café. Nochtans weten we uit onderzoek hoe belangrijk het is om voldoende reca te voorzien langs de grote assen van de fietsnetwerken

Verder zijn ook alle gewestelijke processen van ruimtelijke planning van belang zoals de afbakening van het agrarisch-, landbouw- en bosgebied en de herbevestigde landbouwgebieden.

2.2.2 Provinciaal beleid

Ook de provincie heeft een aantal beleidsdomeinen die een sterke impact hebben op het toeristisch product van de Westhoek.

Het gaat hier voornamelijk om:

- **Het ruimtelijk beleid**

Op provinciaal niveau geldt het provinciaal structuurplan waarin een beleidsvisie wordt aangegeven voor de diverse deelregio's, alsook een beleidskader voor kleinschalige toeristische plattelandsactiviteiten.

Een herziening van het provinciaal structuurplan is noodzakelijk wat betreft diverse aspecten van recreatie en toerisme in lijn met de recente visies in de diverse strategische beleidsplannen (bv. Brugse Ommeland, Leiestreek, Westhoek). Verder zijn ook de afbakeningen van de kleinstedelijke gebieden van Ieper, Diksmuide, Veurne en Poperinge van groot belang voor diverse voor toerisme belangrijke sites als Pilkem Ridge, het provinciaal domein aan de omleidingsweg bij Diksmuide, het avonturenparcours en de camping ten zuiden van Poperinge, e.a.

- **Het beleid rond natuur**

Net als op andere beleidsdomeinen wordt ook op vlak van natuur binnen de provincie West-Vlaanderen gebiedsgericht gewerkt. Daarbij is samenwerking met lokale steden of gemeenten cruciaal.

De regionale landschappen spelen in het gebiedsgerichte natuurbeleid een cruciale rol. Zo werden onder impuls van het Regionaal Landschap West-Vlaamse Heuvels reeds heel wat landschapsbedrijfsplannen gerealiseerd. In het noorden van de Westhoek wordt door het Regionaal Landschap IJzer en Polder o.m. gewerkt aan het herstel van het drevenlandschap in de omgeving van het Houthulstbos.

Ook het openbaar groen in dorp en stad krijgt vanuit de provincie de nodige aandacht. De provincie speelt hierop in door de gemeenten projectmatig te begeleiden en ook te subsidiëren.

De provincie bezit en beheert ook reeds lang een belangrijk aantal multifunctionele groengebieden, de zogenaamde provinciedomeinen. Bij bestaande domeinen wordt daarbij in de mate van het mogelijke bosuitbreiding nagestreefd. In de Westhoek werden sinds 1994 belangrijke bosuitbreidingen gerealiseerd in de domeinen Palingbeek (+30 ha), Kemmelberg (+24 ha) en Gasthuisbossen (+3 ha). In Diksmuide zal in de nabije toekomst een nieuw provinciedomein worden ontwikkeld (veeleer een parklandschap, geen bosdomein). Bij de provinciedomeinen ligt de nadruk voornamelijk op zachte recreatie en natuur. Recent werden ook initiatieven genomen om in de domeinen mogelijkheden te voorzien voor jeugdkampen.

Tenslotte beheert de provincie ook meerdere groene assen (voornamelijk oude spoorwegbeddingen) als droge natuurverbindingssassen met een recreatieve functie.

▪ **Het beleid rond landbouwverbreding**

De provincie voert een erg actief en stimulerend beleid ten aanzien van landbouwverbreding. Sinds 2003 is er een landbouwteam uitgebouwd, waar men terecht kan voor informatie, advies en begeleiding. De focus ligt vooral op landbouwverbreding in de ruimste zin van het woord (hoeveproducten, bezoekboerderijen, hoevetoerisme, zorgboerderijen, agrarisch natuurbeheer, open tuinen...) en milieuzorg op het bedrijf (milieuscan, milieuzorgplan, afvalwaterzuivering...).

▪ **Cultuurbeleid**

Ook op vlak van cultuur wordt door de provincie een actief beleid gevoerd. Een belangrijke verwezenlijking voor de Westhoek is het opzetten van een provinciale werking rond Oorlog en Vrede in Westhoek. Momenteel wordt ook gewerkt aan een vernieuwend concept waarbij het aanbod aan cultuurhistorische erfgoedelementen via historische verhaallijnen aan elkaar wordt gekoppeld (erfgoednetwerk).

▪ **Het jeugdbeleid**

Een provinciaal jeugdruimteplan werd ontwikkeld met volgende aandachtspunten:

- o eenvoudige (en occasionele) jeugdverblijfaccommodatie wordt gestimuleerd evenals de kampeermogelijkheden voor jeugdgroepen;
- o het voorzien van nieuwe provinciale (recreatie)domeinen met bovenlokale aantrekkingskracht wat speelruimte betreft (in overleg met de diensten MiNaWa en de Gebiedsgerichte werking);
- o het ontwikkelen van een kindvriendelijk aanbod (op o.a. fiets- en wandelwegen). Dit is niet enkel 'toegankelijk' maken, maar in de eerste plaats de toeristisch-recreatieve beleving van het kind centraal plaatsen in het aanbod (attracties, speelmogelijkheden, avonturentochten, ...).

2.2.3 Gemeentelijk beleid

Niettegenstaande de vaak beperkte budgetten waarmee gewerkt moet worden, spelen ook de gemeenten, zoals hierboven reeds aangehaald, een belangrijke rol inzake cofinanciering bij allerhande toeristisch-recreatieve projecten. De gemeenten hebben derhalve een belangrijke rol te spelen in het tot stand komen van het toeristisch product.

Hoewel de meeste gemeenten het belang van toerisme en recreatie voor hun gemeente wel inzien, ontbreekt het in veel gevallen nog aan een duidelijke strategische visievorming hieromtrent en de vertaling ervan in specifieke beleidsdocumenten. Dit is met name het geval bij de meeste kleinere gemeenten.

2.3 Opportuniteiten en bedreigingen vanuit Vlaams beleid voor toerisme

2.3.1 Invoering van een koepeldecreet op logies

Bij de opmaak van dit Strategisch Beleidsplan Westhoek moeten we rekening houden met het Vlaams beleid dat in de loop van 2007 zal worden ontwikkeld rond kwaliteitscontrole voor het toeristisch logies. Voorlopig gaat het - in september 2007 - nog steeds over een

voorontwerp van decreet dat nog verder in de loop van het jaar in de Vlaamse regering moet komen en door het Vlaams parlement moet goedgekeurd worden.

Het decreet heeft als bedoeling een overkoepelende regeling te geven voor alle toeristische logies, daar waar voor het ogenblik slechts een regelgeving bestaat voor logiesverstreckende bedrijven van het type hotel, voor kampeerterreinen en voor sociaal toerisme ('Toerisme voor allen'). De regeling wil daarmee een minimum kwaliteit garanderen aan de consument én ook een efficiënter handhavingsmechanisme in werking doen treden.

Het voorontwerp van decreet stelt voor:

- Om elk logies in te delen in vijf categorieën, naast de logiesvormen van Toerisme voor Allen nl.:
 - vakantielogies
 - hotel
 - openluchtrecreatief terrein
 - gastenkamer
 - vakantiewoning.
- Om aan al deze logiesvormen algemene uitbatingsvoorwaarden op te leggen die te maken hebben met:
 - specifieke veiligheidsnormen
 - onderhoud en hygiëne
 - het gedrag van de uitbater
 - ruimtelijke ordening.

Specifieke openings- en uitbatingsvoorwaarden zullen per (sub)categorie worden uitgewerkt in uitvoeringsbesluiten van de Vlaamse regering in de loop van 2008.

- Dat een systeem van aanmelding wordt opgelegd aan:
 - vakantiewoningen
 - gastenkamers, hotels, openluchtrecreatieve terreinen en vakantielogies die aangeboden worden op de toeristische markt en die ten hoogste 2 kamers/percelen en zich richten op maximum 8 personen. Deze exploitanten kunnen echter ook vrijwillig een vergunning aanvragen met classificatie zodat ze in de promotie van Toerisme Vlaanderen kunnen worden meegenomen.
- Dat een systeem van vergunning wordt opgelegd aan:
 - Gastenkamers, hotels, openluchtrecreatieve terreinen en vakantielogies met meer dan 2 kamers/percelen die aangeboden worden op de toeristische markt.
- Dat Toerisme Vlaanderen enkel promotie zal voeren voor toeristisch logies dat over een vergunning beschikt én een classificatie heeft.
- Dat Toerisme Vlaanderen administratieve sancties kan treffen bij het niet toepassen van het decreet of de uitvoeringsbesluiten zoals het opleggen van een administratieve boete van 205 tot 25 000 euro.

Het is de bedoeling dat uiteindelijk binnen 3 jaar elk toeristisch logies (aangeboden op de toeristische markt) zal beschikken over een vergunning of een aanmelding.

2.3.2 Nieuw marketingbeleid bij Toerisme Vlaanderen

In de loop van 2006 werden door Toerisme Vlaanderen twee nieuwe marketingplannen uitgewerkt: één voor binnenland en één voor buitenland.

Beide marketingplannen gaan uit van een motivationele benadering waarbij de vakantie of het korte verblijf in Vlaanderen gezien wordt als een kortere periode van ontspanning en vakantie. Dergelijk verblijf wordt gezien als een 'kleine ontsnappingspoging' om even de zinnen op iets anders te zetten in een vertrouwde omgeving maar toch (geestelijk) ergens anders zijn dichtbij huis.

Er wordt vanuit gegaan dat de consument niet op zoek is naar bestemmingen maar wel naar motivationele doeleinden, zoals:

- het zich volledig ontspannen en zorg dragen voor zichzelf en anderen ('care')
 - tot rust komen
 - zichzelf verwennen
 - quality time hebben met zichzelf
- het willen connecteren met anderen ('share')
 - quality time willen met partner
 - leuke momenten beleven met gezin en familieleden
 - (oude) vrienden terugzien en toffe tijd beleven
- het ontdekken, kennis en vaardigheden verruimen ('dare')
 - nieuwe dingen ontdekken dichtbij huis
 - interesse in nieuwe kunstuitingen, meditatie, e.a.

Toerisme Vlaanderen wil producten op de markt zetten die aan deze drie motivationele behoeften beantwoorden en die in productlijnen zullen worden aangeboden als: het platteland, het fietsen, het wandelen, het goede leven. Private spelers brengen reeds dergelijke producten op de markt (bv. Weekenddesk met Bongo).

Met deze benadering wil Toerisme Vlaanderen vanaf 2009 afstappen van de Vlaanderen Vakantieland-brochure. Toerisme Vlaanderen wil dan een platform aanbieden met instapmogelijkheden waarop individuele uitbaters en regio's kunnen inspelen binnen bepaalde productlijnen waarbij ook de kwaliteit gegarandeerd wordt. In samenwerking met Toerisme Vlaanderen is ook de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen verschillende pistes aan het onderzoeken om een ander traject aan te bieden, maar ook andere mogelijkheden zullen worden aangeboord.

Daarmee wil Toerisme Vlaanderen resoluut afstappen van de bestemmingsgerichte promotie ten voordele van de klemtoon op diversiteit om aan bepaalde behoeften te beantwoorden. Zij wil tevens minder zelf rechtstreeks de consument bereiken en opteert meer voor samenwerkingsverbanden met partners.

Deze aanpak vergt van de regio's, waaronder de Westhoek, een heel andere benadering voor de marketing. De regiopromotie zal door Toerisme Vlaanderen voortaan op een andere manier ingevuld worden, zodat de acties met de regionale promotiepool daaraan steeds complementair zullen moeten zijn. Ook voor de individuele uitbaters verandert dit grondig het plaatje. Er zal van hen verwacht worden om creatievere aanbiedingen uit te werken die dan mee ondersteund door de regionale promotiepool binnen de instapformules van Toerisme Vlaanderen aan bod zullen komen. Daarnaast zullen ze ook meer zelf op een pro-actieve en creatieve manier de markt moeten bewerken (zonder middelen uit de

promotiepool). Het Vlaanderen Vakantielandverhaal was vooral voor de groene regio's en meer specifiek voor de kleinschalige logiesaanbieders van grote betekenis en had ook een bereik in Nederland.

Het zal niet alleen voor de regiowerking van de Westhoek maar ook voor de individuele logiesuitbaters in de Westhoek in de toekomst een uitdaging zijn om mee te stappen in deze nieuwe marketingbenadering en terzelfdertijd ook de Westhoek te promoten als 'top of mind'-regio voor specifieke productlijnen. Ook voor de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen zal de nieuwe aanpak van Toerisme Vlaanderen een uitdaging vormen.

2.4 Macrotrends in toeristisch-recreatieve vraag

Naar de toekomst toe dient de Westhoek zowel op vlak van productontwikkeling als op vlak van marketing rekening te houden met een aantal macrotrends in de toeristisch-recreatieve vraag.

De trends kunnen worden opgedeeld in:

- sociaal-culturele trends;
- demografische trends;
- trends in reserveringsgedrag en informatiewerving.

De trends worden telkens kort opgelijst, zonder er verder in detail op in te gaan.

2.4.1 Sociaal-culturele trends

- Meer en steeds kortere vakanties door toegenomen stress en gefragmenteerde vrije tijd
- Platteland wordt belangrijke toeristisch-recreatieve omgeving
- Nadruk op beleven, zich verrijken
- Toenemende aandacht voor authenticiteit
- Geen bestemmingstrouw, meer afwisselend vakantiegedrag
- Eis van goede prijs/kwaliteitsverhouding
- Regio's met gevarieerd totaalaanbod krijgen voorkeur
- Individualisme (op maat vakanties)
- Opkomst nieuwe reisgezelschappen (grote familie- en vriendengroepen; connecting)
- Nieuwe toerist is hoger opgeleid en door ervaring meer veeleisend (vergelijkt aanbod)
- 'Wellness' nadrukkelijk aan het opkomen (ook gezondheid, zich bewegen...)
- Toenemende aandacht voor duurzame ontwikkeling
- Meer en meer vraag naar flexibiliteit

2.4.2 Demografische trends⁴⁴

- Opkomst van kapitaalkrachtige medioren (50-60) die meer gespreid en veel vakantie nemen
 - o 18% van de bevolking (2005)
 - o Generatie die op het punt staat op pensioen te gaan of net op pensioen is
 - o Is driemaal kapitaalkrachtiger dan tijdens de jaren '80
 - o Ook SKI-generatie genoemd ('spending kids' inheritance')
 - o Generatie die graag naar de jongeren kijkt en zich ermee identificeert
 - o Deze groep moet meer individueel benaderd worden dan vroeger
 - o Adagium: 'money rich, time rich'

⁴⁴ Bron: Presentatie voor Westtoer door Herman Konings (2006).

- Toename vakantieparticipatie en -frequentie van senioren / bejaarden (65+)
 - o 17% van de bevolking (2005)
 - o Bij 65+ veelal traditionele senioren die de oorlog hebben meegemaakt en minder geneigd zijn veel geld te spenderen
 - o In veel gevallen meer hulpbehoevend
 - o Adagium: 'money poor, time rich'
- Belang van kapitaalkrachtige '40 somethings', evenwel zonder veel vrije tijd
 - o 15% van de bevolking (2005)
 - o Deze generatie werkt nog vrij veel, heeft derhalve weinig tijd, maar heeft wel geld te besteden
 - o Adagium: 'money rich, time poor'
- 'GAP' Generatie (25-39 jaar)
 - o 20% van de bevolking (2005), kinderen van de babyboom-generatie.
 - o Deze generatie wordt gekenmerkt door veel singles
 - o Vraag naar kindvriendelijke kortbij-vakanties
 - o Heeft relatief weinig geld ter beschikking en nauwelijks vrije tijd
 - o Adagium: 'money poor, time poor'
 - o Tegelijkertijd is er binnen deze generatie ook het toenemend fenomeen van de 'nestklevers' of 'kippers' ('Kids in parents pockets eroding (their) retirement savings'): 23% van de 25-30 jarigen woont na de studies nog of terug bij de ouders (kapitaalkrachtige jongeren).

2.4.3 Trends in reserveringsgedrag en informatiewerving

- Internet als groeiend info- en boekingskanaal
- Consumenten dreigen te verdrinken in overaanbod
- Te verwachten grote impact van ontwikkelingen in mobiele telefonie, GPS, mp3...
- Belang van merknamen: herkenbaarheid
- Vrienden, familie, kennissen als eerste bron van info
- Succes van thematische arrangementen (bv. Bongo: "originale cadeaubonnen met unieke belevenissen")

2.4.4 Globale trends: conclusies voor de Westhoek

- Westhoek moet inspelen op wijzigende toeristische behoeften
 - o Eigenheid en kwaliteit van het platteland uitspelen (landschap, erfgoed, gastronomie, rust, stilte, donkerte...)
 - o Belevingsgericht invullen van toeristisch product
 - o Bewaken van authenticiteit en kwaliteit
- Westhoek moet zowel op vlak van productontwikkeling als op vlak van de vermarkting van haar product aandacht hebben voor nieuwe doelgroepen
 - o Kapitaalkrachtige medioren (comfort en luxe) en senioren
 - o Grotere familie- en vriendengroepen (peer groups)
 - o Gezinnen met kinderen voor kortbij-vakanties
- Westhoek moet rekening houden met nieuwe trends in informatieverwerking / reservering
 - o Gebruiksvriendelijke website
 - o Eenvoudige en duidelijke boodschappen
 - o Belang van vrienden, familie en kennissen: aandacht voor integrale kwaliteitszorg

2.5 Trends in de markten

2.5.1 Trends in de Belgische vakantiemarkt

De trends die hieronder voor de Belgische vakantiemarkt genoteerd worden, zijn gebaseerd op het onderzoek van het WES, Reisgedrag van de Belgen (2004).

Daguitstappen van Belgen

Er is een licht dalende trend merkbaar van het aantal daguitstappen van Belgen. Er worden ook minder vaak over het jaar dagtrips gemaakt. Het ruime aanbod aan concurrerende dichtbij-bestemmingen is hier wellicht niet vreemd aan (bv. meerdere low cost carriers hebben het aanbod aan nieuwe, vlot bereikbare bestemmingen enorm doen toenemen).

Korte vakanties van Belgen

Tot 2000 was de markt van de korte vakanties (1 tot 3 nachten) van de Belgen een groeimarkt (5,1 miljoen korte vakanties in 2000). In 2002 viel er een terugval op te merken die te wijten was aan de economische recessie. Ondertussen heeft de markt zich opnieuw hersteld (op 4,9 miljoen korte vakanties in 2004) en alles wijst erop dat deze markt zich stabiliseert op dit niveau.

De korte vakanties vertegenwoordigen één derde van het totaal aantal vakanties van de Belgen, wat wijst op het grote belang van de korte vakanties.

De bruto vakantieparticipatie⁴⁵ van de Vlamingen voor korte vakanties is met 67,2% zeer hoog. Ter vergelijking: die van de Walen bedraagt 19,3%, die van de Brusselaars 17,5%.

De bestemming van de korte vakanties is in 55% van de gevallen het binnenland (2,7 miljoen korte vakanties), met de Ardennen, de Kust en de Limburgse Kempen als top drie. Binnen de markt van de korte vakanties in België bekleedde de Westhoek in 2004 de vijfde plaats met een marktaandeel van 3,5%, terwijl dit in 1998 nog maar 1,5% was.

Lange vakanties van Belgen

De markt van de lange vakanties (4 nachten en meer) van de Belgen stagneert eveneens (op 9,9 miljoen lange vakanties in 2004). In 2006 wordt een beperkte stijging verwacht.

De bruto vakantieparticipatie van de Vlamingen voor lange vakanties is met 113,2% zeer hoog in vergelijking met die van Wallonië (65,5%) of die van Brussel (88,1%).

De bestemming van de lange vakanties is in 22,6% van de gevallen het binnenland (2,2 miljoen lange vakanties), met de Kust, de Ardennen en de Limburgse Kempen als top drie. Binnen de markt van de lange vakanties in België bekleedde de Westhoek in 2004 opnieuw de vijfde plaats met een marktaandeel van 1,4% (in 1998 was dit 0,9%). Uiteraard speelt hier vooral de concurrentie van de buitenlandse bestemmingen.

Boeking via internet

Een interessant fenomeen sinds enkele jaren reeds zijn de boekingen via internet.

Voor korte vakanties naar het buitenland waren in 2004 21,9% van de boekingen internetboekingen. Voor korte vakanties naar het binnenland lag het percentage

⁴⁵ De bruto participatie = het aantal vakanties per honderd personen van de populatie.

internetboekingen in 2004 op 15,5% (voornamelijk logies). Voor de Vlaamse regio's was dit 19,8%, voor de kunststeden en Brussel 26,5%.

Bij de lange vakanties naar het buitenland vertegenwoordigden de internetboekingen in 2004 17,5% van het totaal aantal boekingen, voor de lange vakanties naar het binnenland was dit slechts 7,2% (voor de Vlaamse regio's 10,7%, voor de kunststeden en Brussel 26,1%).

2.5.2 Trends in de Nederlandse vakantiemarkt

Voor de trends in de Nederlandse vakantiemarkt wordt een beroep gedaan op het Continu Vakantieonderzoek 2005.

De netto vakantieparticipatie⁴⁶ van de Nederlanders blijft de voorbije jaren vrij constant en bedraagt voor 2005 81%. Dit betekent dat 8 op de 10 Nederlanders minstens één keer per jaar op vakantie gaat. Dit is een zeer hoog participatieniveau in vergelijking met de andere markten.

Lange vakanties van Nederlanders

Het aantal lange vakanties van Nederlanders blijft de voorbije jaren vrij constant (22,2 miljoen in 2005). Ruim 62% van de lange vakanties van Nederlanders gaat naar het buitenland. België blijft het als bestemming voor lange vakanties van Nederlanders goed doen. In 2005 ging 7% van de buitenlandse lange vakanties naar België (980 000 lange vakanties).

Korte vakanties van Nederlanders

Het aantal korte vakanties van Nederlanders is licht gedaald van 12,5 miljoen in 2004 naar 12,2 miljoen in 2005. Daarvan gingen 3,3 miljoen korte vakanties naar het buitenland, een daling met 0,3 miljoen ten opzichte van 2004.

België blijft de populairste bestemming van Nederlanders voor een korte bestemming. In 2005 ging 32% van de buitenlandse korte vakanties van Nederlanders naar België, 30% ging naar Duitsland en 18% naar Frankrijk. In volume is het aantal korte vakanties van Nederlanders naar België gedaald van 1 185 000 naar 1 060 000 korte vakanties.

2.5.3 Trends in de Britse vakantiemarkt

Een belangrijke factor die sterk het vakantiegedrag van de Britten naar het buitenland bepaald is de koers van het Britse pond. Ondanks enkele schommelingen blijft het pond sterk ten opzichte van de euro. De eurozone blijft voor de Britten derhalve een interessante vakantiebestemming.

Voor trends in de Britse vakantiemarkt doen we een beroep op de International Passenger Survey (IPS). In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de term 'bezoeken'. Hieronder worden zowel dagtrips verstaan, als ook lange en korte vakanties).

Het aantal Britse bezoeken aan het buitenland bedroeg in 2004 64,2 miljoen bezoeken en er is sprake van een stijgende trend.

⁴⁶ De netto vakantieparticipatie = het percentage personen in een populatie dat minstens één vakantie per jaar neemt.

België vertegenwoordigde 2,8% van de buitenlandse bestemmingen van de Britten. Ten opzichte van 2003 is een daling merkbaar van 2 miljoen bezoeken naar 1,8 miljoen bezoeken. Deze daling doet zich evenwel niet voor in de Westhoek, waar bij het Britse publiek nog steeds een toenemende interesse op te merken valt voor het gegeven Wereldoorlog I.

DEEL 2

DIAGNOSE

1 SWOT-ANALYSE VOOR DE WESTHOEK

De belangrijkste elementen uit de situatie-analyse kunnen kort worden samengevat en gestructureerd in:

- interne sterkten en zwakten van toerisme en recreatie in de Westhoek;
- externe opportuniteiten en bedreigingen (beperkingen) voor de toeristische en recreatieve ontwikkeling van de regio.

Deze elementen worden gebundeld in volgend schema

INTERNE ANALYSE	
STERKTEN	ZWAKTEN
Toeristische aantrekkings-elementen	
Algemeen Grote variatie van toeristisch/recreatieve aantrekkings-elementen op een relatief beperkte oppervlakte	Algemeen Te weinig structuur en overzicht in aanbod
Ligging Nabij andere aantrekkelijke toeristische bestemmingen als de Kust, Brugge, Noord-Frankrijk	
Landschap - Sterke variatie in landschappen: heuvelachtig zuiden tegenover vlakke noorden - Relatief weinig versnippering - Veel gave, open ruimte (ook stiltegebied) - Interessant cultuurhistorische elementen	Landschap onder druk vanuit werken, wonen, ontspannen, verplaatsen
Natuur en bos - Belangrijke natuurgebieden en natuurwaarden, vrij goed toegankelijk voor het publiek - IJzer als structurerende as doorheen heel de regio - Veel bossen en wandeldomeinen die werden uitgebreid in recent verleden vooral in het zuiden	- Versnipperde groengebieden - Ontbreken van een globaal concept rond onthaal, zonering van groengebieden die verschillende eigendomsstructuur hebben - Geen integrale benadering voor recreatieve ontsluiting
Erfgoed / stadjes - Aanwezigheid van kleine cultuurhistorische stadjes en dorpen op korte afstand van mekaar - Potentieel voor nieuwe erfgoedwandelingen - Rijke verscheidenheid aan (kleine) erfgoed-elementen in het landschap	Vooralsnog weinig structuur in het aanbod op vlak van erfgoed
Attractiepunten - Aanbod verruimd met nieuwe kwalitatieve attractiepunten (o.m. Folk Experience, Kaasmuseum) - Kwalitatieve vernieuwingen in bestaande attractiepunten (o.m. Hopmuseum, Talbot House) - Verruiming van de werking Westhoek Streekmuseum	- Lacune in Veurne - Exploitatieproblemen in sommige attracties - Geen structurele werking voor Westhoek Streekmuseum (te weinig museumwerking tegenover sterke nadruk op communicatie)
Wandelproduct - Sterk wandelproduct (vnl in het zuiden) met 2 recent ontwikkelde wandelnetwerken, lusvormige routes, RL-routes - Grote tevredenheid omtrent wandelproduct in het zuiden van de regio	- Gevaar voor overaanbod aan routes waardoor consument door de bomen het bos niet meer ziet - Gebrek aan rustpunten langs de routes - Té grote recreatieve druk op attractieve punten (bv. Kemmelberg)
Fietsproduct Sterk fietsproduct met fietsnetwerk, themaroutes, lusvormige routes	- Nog een aantal belangrijke missing links - Geen fietsinrijpunten - Weinig fietsvriendelijke uitbatingen - Gebrek aan rustpunten langs de routes - Nog te weinig belevingswaarde - Vaak onveilige doorgang door diverse centra en langs enkele assen (bv. IJzerdijk)

STERKTEN	ZWAKTEN
Toeristische aantrekkingsselementen	
Andere recreatieve mogelijkheden Veelheid aan andere recreatieve mogelijkheden (mountainbike, kano/kajak, paardrijden, huifkartochten, ezeltochten, ...) en Bellewaerde Park	- Conflicten tussen recreatieve gebruikers - Hinder van quads in Heuvelland - Geen openluchtwembad - Waterrecreatie in Ieper weinig ontwikkeld - Recreatieve mogelijkheden voor kinderen zwak ontwikkeld
WO I-erfgoed - Uniek Wereldoorlog I erfgoed met waardevolle sites, musea, evenementen - Nog sterk potentieel inzake verder toeristisch ontsluiten van het frontlandschap	- Frontlandschap onvoldoende beschermd, bedreiging vanuit andere sectoren (industrie, mobiliteit) - WO I-sites onvoldoende in samenhang uitgebouwd - Gevaar voor versnipperde slagorde o.w.v. te sterke concurrentie tussen actoren op vlak van WO I
Evenementen Interessant aanbod van kwalitatieve evenementen met naambekendheid (Folkfestival Dranouter, poëziefestival Watou...)	Sommige evenementen zijn lokaal zo succesvol dat ze niet toeristisch ontsloten kunnen worden
Couleur locale - Hoge mate van authenticiteit, couleur locale (o.m. typische cafés, stoeten, taal, muziek...) - Oog voor eigentijdse accenten - Gevoel van dépaysement (nabijheid "Schreve") - Ruim, kwalitatief aanbod aan streekproducten, streekgastronomie, hoeveproducten	- Openingsuren cafés niet afgestemd op toeristen - Te weinig reca langs fietstrajecten - Probleem van distributie, promotie van streekproducten
Toeristische dienstverlening	
Gevarieerd aanbod van logies - Kleinschalig karakter - Ruim aanbod van hoeve- en plattelandstoerisme (in landelijk gebied en dorpskernen) - Ruim kameraanbod in stadjes - Ruim maar geconcentreerd aanbod jeugdlogies	- Onvoldoende 'yieldmanagement' (afstemmen van prijs op moment waarop product verkocht wordt) - Te weinig toeristische kampeerplaatsen - Geen plaatsen voor kampeerauto's - Gevaar voor overaanbod van plattelandslgies in bepaalde gebieden
Onthaal - Streekbezoekerscentrum in Ieper als belangrijkste instappunt voor de regio - Toeristisch onthaal in elke gemeente - Introductie van onbemande dorpsonthaalpunten	- Gebrek aan duidelijke instappunten voor de regio - Onvoldoende middelen op gemeenteniveau om onthaal professioneel te kunnen verzorgen - Regiokennis ontbreekt vaak bij bepaalde onthaalbedienden
Bereikbaarheid	
- Vrij goede externe bereikbaarheid met de wagen - 7 stations in de kleine steden	- Minder vlotte bereikbaarheid met openbaar vervoer van het landelijk gebied - Tijdrovende treinverbinding Brugge-Ieper
Financiering	
Veelheid aan projecten gerealiseerd met financiële steun van diverse niveaus (Europees, Vlaams, provinciaal, lokaal)	Attractiepunten: te weinig accent op exploitatie
Promotiepool met middelen gemeenten, provincie en privé-sector voor promotie van WH in binnen- en buitenland	Beperkte promotiepool
Organisatie	
Goed functioneren van de regiowerking Westhoek	Te weinig mankracht vereist herstructurering van taken
Ondersteuning regiowerking door centrale diensten van Westtoer (marketing, productontwikkeling, studiedienst)	
Aantal sterke actoren / trekkers in de regio (bv. IFFM, regionale landschappen, ...)	
Veel interesse voor toerisme en recreatie vanuit de gemeenten	Lokale evenementen worden vaak verward met toerisme
Vrij goed samenhangingsgevoel tussen de verschillende actoren	Gevaar voor verminderde samenhang tussen actoren o.w.v. toenemende concurrentie

EXTERNE ANALYSE	
OPPORTUNITEITEN	BEDREIGINGEN
Andere beleidssectoren	
Nieuwe Europese Interreg-programma's met mogelijkheden voor grensoverschrijdende samenwerking rond diverse onderdelen van het toeristisch-recreatieve product en het onthaal (Interreg IV)	Geen Europese middelen meer voor promotie-middelen binnen de Westhoekwerking
Verdere bosuitbreidingen gepland vanuit Vlaams Agentschap voor Natuur en Bos	
Activiteiten van VLM voor inschakelen rond missing links op fietsnetwerk	Middelen van VLM voor de Westhoek vrij beperkt voor de nabije toekomst
Sterker Vlaams cultuurbeleid gericht op beschermen van erfgoed met erfgoedconvenanten	
Provinciaal beleid voor: - uitbreiding van provinciedomeinen - voor verbreding van de landbouw - voor kwalitatieve architectuur in landelijk gebied - voor streekproducten - voor jeugd: jeugdruimteplan	
Grote internationale herdenking van WO I in 2014-2018	Gevaar voor versnippering en kwaliteitsverlies op vlak van evenementen n.a.v. herdenking 14-18
RESOC-werking met erkenning van toerisme als belangrijke hefboom voor de regio	
Betere verbindingen binnen Westhoek en met andere regio's langs heraangelegde N8	Heraanleg N8 kan problemen geven voor oversteken op recreatieve routenetwerken
Ruimtelijke planning	
Besluit van Vlaamse regering voor toelaten van 8 verblijfseenheden en jeugdlogies in zonevreemde woningen in agrarisch en parkgebied (juni 2007)	Gevaar voor overaanbod logies in bepaalde gebieden
Ook voor actieve hoeven: tot 8 verblijfseenheden mogelijk binnen decreet ruimtelijke ordening	Probleem voor vergunning van functiewijziging naar toeristische verhuur van solitaire woningen in agrarisch gebied en parkgebied
Mogelijkheden voor ontwikkelen horeca in beschermde monumenten en gebouwen die voorkomen op inventaris van bouwkundig erfgoed	Beperkingen in uitbouw van reca langs grote recreatieve assen
	Geen mogelijkheden voor kleinschalig kamperen bij dorpen
Toeristisch beleid	
Nieuw decreet op toeristisch logies met uitvoeringsbesluiten zal ten vroegste vanaf 2009 in werking treden en grotere kwaliteit verzekeren binnen logies	Gevaar voor regelgeving die niet voldoende subjectieve elementen van kwaliteit in rekening neemt
Vernieuwing van het Vlaams toeristisch marketingbeleid naar meer consumentengerichte aanbiedingen	Nieuw marketingbeleid van Toerisme Vlaanderen gericht op motivationele productlijnen en weg van de regiobenadering
Opportunities bij Toerisme Vlaanderen voor financieren van toeristische investeringen	

OPPORTUNITeiten	BEDREIGINGEN
Marktontwikkelingen	
Stijgende behoefte aan omgevingsrecreatie in openlucht en nabij de woonomgeving zeker vanuit stedelijke gebieden als de West-Vlaamse Leiestreek, de kust en de Rijselse agglomeratie	Stijgend concurrentieel aanbod van gave landschappen in Noorden van Frankrijk
Interessante markt voor korte, dichtbijvakanties in België en Nederland vooral bij groeiend segment van medioren en senioren maar ook bij vriendengroepen en familiegroepen	Sterke concurrentie van andere groene Vlaamse regio's met stijgende promotiemiddelen op een stagnerende Belgische en Nederlandse markt voor korte vakanties
Groeiende vraag naar kindvriendelijke kortbijvakanties	Meer kritische, veeleisende consumenten die meer kwaliteit verwachten
Meer interesse voor beleavingsgerichte vakanties gericht op specifieke thema's als fietsen, wandelen, wellness, e.a. maar dan toch in een regio met een totaalaanbod van toeristisch-recreatieve activiteiten	Andere regio's als Limburg zijn reeds sterker gericht op deze aanpak
Groeiende interesse op de Belgische en Nederlandse markt in het WO I-gebeuren	Ontwikkelingen in andere WO I-gerelateerde regio's als de Somme in Frankrijk
Toenemende vraag naar onthaasting in plattelandsomgevingen	Andere regio's proberen zich ook op platteland te profileren
Meer belangstelling voor authenticiteit en kwaliteit	
Toenemend belang van internet voor communicatie rond toerisme	Steeds meer kwalitatieve websites concurreren voor de aandacht van de consument
Stijgende interesse van MICE voor korte seminars dichtbij	Sterke concurrentie voor MICE vanuit kunststeden en Kust
Belang van merknamen: de Westhoek heeft reeds een bekendheid en moet dit als troef uitspelen	
Belangrijkste bron van info: vrienden, familie en kennissen: dit instrument moet beter gebruikt worden in de marketing	

2 PROBLEEMFORMULERING

In de probleemformulering proberen we, op basis van de situatieanalyse, de belangrijkste knelpunten aan te geven voor de toekomstige toeristische en recreatieve ontwikkeling van de Westhoek waarvoor verdere acties moeten worden voorgesteld in de strategie.

Volgende thema's vormen het fundament waarop de strategie verder moet bouwen.

Probleem 1

De verstoring van het landschap vormt een bedreiging voor de kwaliteitsbeleving van de toerist in de Westhoek

Uit meerdere recente onderzoeken⁴⁷ blijkt dat het landschap van de Westhoek een uitermate belangrijk gegeven is voor het motiveren van de toerist om de Westhoek te kiezen als bestemming. De toerist apprecieert in de Westhoek vooral de rust en de openheid van het landschap, maar ook de variatie van typische dorpen en stadjes met hun erfgoed. Het landschap in al zijn aspecten wordt vooralsnog als zeer kwalitatief ervaren. Met deze hoge kwaliteit van het landschap onderscheidt de Westhoek zich duidelijk van andere, meer aangetaste regio's.

De problematiek van de bedreiging van de landschappelijke kwaliteit werd reeds duidelijk geformuleerd in het eerste strategische beleidsplan. Ondanks de inspanningen die werden geleverd door het Regionaal Landschap West-Vlaamse Heuvels en in mindere mate door het recent opgerichte Regionaal Landschap IJzer en Polder, blijft de kwaliteit van het landschap afnemen. Er is sprake van een verdere 'opvulling' en versnippering van het landschap in de Westhoek die wordt veroorzaakt door nieuwe woonverkavelingen, industrieterreinen, het bouwen van grootschalige landbouwloodsen, de toename van de glastuinbouw, onaangepaste architectuur bij omvormen van boerderijen en nieuwe wegeninfrastructuur.

Bij alle betrokken sectoren (landbouw, industrie, woningbouw, e.a.) zal het bewustzijn moeten groeien dat een afname van de kwaliteit van het landschap, op termijn ook zijn implicaties zal hebben op de kwaliteitsbeleving van de Westhoek door de toerist en uiteindelijk ook op omzet gegenereerd uit toerisme. Ook de toeristische sector moet zich hiervoor engageren en zich opstellen als behoeder van het landschap.

Probleem 2

Het Wereldoorlog I -gebeuren is voor de regio onderscheidend en uniek, maar de oorlogssites worden bedreigd door ontwikkelingen in nabije omgeving en de samenhang tot één groter geheel ontbreekt

Sommige oorlogssites worden bedreigd door ontwikkelingen van andere sectoren (landbouw, industrie) in hun onmiddellijke omgeving⁴⁸. Deze ontwikkelingen betonen onvoldoende respect voor de lange termijn emotionele waarde en voor het belang van deze sites binnen het WO I-toerisme.

Uit recent onderzoek⁴⁹ blijkt dat het aanbod op vlak van Wereldoorlog I nog steeds vrij versnipperd overkomt bij de WO I- toerist. De aanwezigheid van het oorlogsverleden in het landschap wordt nog onvoldoende als een samenhangend geheel naar de consument toe

⁴⁷ Onderzoek Vlaamse Regio's, Toerisme Vlaanderen, 2005 en Onderzoek Fietsnetwerk Westhoek, Westtoer, 2006.

⁴⁸ Bijv. Pilkem Ridge in Ieper ligt naast het bedrijventerrein Ieperleekanaal.

⁴⁹ Onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek, Westtoer, 2006.

vertaald. Hetzelfde onderzoek wijst ook uit dat bij de bezoekers duidelijk een behoefte leeft aan meer verwijzingen naar andere sites met betrekking tot Wereldoorlog I, aan meer duiding op de sites en in het landschap, aan een betere bewegwijzering naar de sites en aan meer diepgaand informatiemateriaal over het thema.

Daarnaast leven lokaal ook tegengestelde opvattingen over de uitwerking van het WO I-gebeuren als toeristische attractie. Dit is echter niet per definitie problematisch daar een verschillende uitwerking van hetzelfde thema ook verrijkend kan zijn.

Probleem 3

Het fietsnetwerk van de Westhoek is een nieuw geïntroduceerd product dat nog te weinig in de diepte is uitgewerkt.

Het fietsknooppuntennetwerk van de Westhoek is een recent gerealiseerd toeristisch-recreatief product dat op zeer korte tijd enorm succesvol is gebleken. Het is een heel belangrijk onderdeel van het toeristisch-recreatieve product van de Westhoek. Gezien het nieuwe karakter van dit product is vooralsnog de meeste aandacht gegaan naar de basisinfrastructuur (keuze en bewegwijzering van rustige en veilige fietstrajecten, aanleg van bijkomende stukken vrijliggend fietspad e.a.).

Uit recent onderzoek⁵⁰ blijkt echter de nood aan bijkomende voorzieningen op en langs het fietsnetwerk. Concreet gaat het daarbij om picknicktafels, zitbanken, oriëntatiepunten, informatieborden over de omgeving, reca langs het netwerk⁵¹ e.a. Het onderzoek toont tevens aan dat de kwaliteit van het wegdek van het vrijliggend fietspad op de Frontzate tussen Diksmuide en Nieuwpoort niet voldoet voor de recreatieve fietsers omwille van het stof. Verder werd vooralsnog weinig aandacht geschonken aan fietsinrijpunten als goed uitgeruste startplaatsen voor het fietsnetwerk.

Probleem 4

De recreatieve druk blijft vrij intensief in het zuiden van de Westhoek.

Voorals in de West-Vlaamse heuvels en met name het kerngebied van Zwarte berg, Rode berg en Kemmelberg is er sprake van sterke recreatieve overdruk. Dit werd reeds vastgesteld in het eerste Strategisch Beleidsplan.

Ondanks het feit dat recent goede initiatieven genomen zijn om de recreatieve spreiding te bewerkstelligen (wandelnets Heuvelland, wandelnets Leperboog), blijft dit kerngebied van bergen dé locatie bij uitstek voor unieke vergezichten op het omliggende landschap, wat altijd een vorm van concentratie van recreanten met zich mee zal brengen. De druk wordt nog versterkt door de veelheid van recreatievormen die in dit heuvelend gebied worden aangetrokken als mountainbiken, paardrijden en quadrijden die vaak tot conflicten leiden tussen diverse types van recreanten. Ook kan er daar in de zomer een grote concentratie van jeugdkampen plaats vinden.

Andere opportuniteiten die een spreiding van de recreatieve druk kunnen teweegbrengen zijn nog onvoldoende gevaloriseerd.

⁵⁰ Onderzoek Fietsnetwerk Westhoek, Westtoer, 2006.

⁵¹ Vanuit de ruimtelijke ordening worden echter beperkingen opgelegd inzake recavoorzieningen in het buitengebied.

Probleem 5

Het logiesaanbod is onvoldoende gericht op kwaliteit en is weinig gedifferentieerd.

De Westhoek wil zich duidelijk profileren als een kwaliteitsvolle bestemming. Uiteraard dient deze belofte naar de consument toe ook op het terrein van het logiesaanbod ten volle te worden waargemaakt.

Het logiesaanbod is de voorbije jaren sterk uitgebreid, vooral wat betreft kleinere hotels, gastenkamers en huurvakantiewoningen, zoals ook bewust werd nagestreefd binnen het vorige strategisch beleidsplan. Veel van de nieuwe ontwikkelingen bieden een hoge kwaliteit. Naar de toekomst toe is niet zozeer de kwantiteit belangrijk maar het streven naar kwaliteitsverhoging bij de bestaande uitbatingen.

Er blijft een duidelijke lacune bestaan wat toeristisch kamperen betreft (trekkersplaatsen voor tenten, toercaravans, kampeerauto's). Het kampeerterrein in Poperinge, dat in het vorige strategische beleidsplan werd aanbevolen werd vooralsnog niet gerealiseerd. Bovendien wordt één kampeerterrein in zijn bestaan bedreigd door de ruimtelijke planning.

Binnen de sector van de jeugd- en groepsverblijven zien we een tendens naar steeds toenemend comfort. Deze tendens is uiteraard toe te juichen, maar van de andere kant dient het aantal bivak- en kampplaatsen met basiscomfort voor o.m. jeugdbewegingen, dat nu afneemt, te worden gevrijwaard. Deze traditionele jeugdkampen die jongeren kennis laten maken met de streek nemen daardoor af.

Probleem 6

Het onthaal is weinig gestructureerd op bovenlokaal niveau en straalt te weinig het Westhoekimago uit.

Op het streekbezoekerscentrum voor Ieper en de Westhoek na, worden de in de regio aanwezige onthaalpunten, door de toerist uiterlijk nog onvoldoende als toegangspoorten tot de volledige regio gepercipieerd en dit ondanks inspanningen van het onthaalpersoneel in een aantal diensten voor toerisme om de regio in haar geheel aan te prijzen. De meeste huidige onthaalpunten zijn echter momenteel nog te sterk gericht op de eigen gemeente. De regio-invalshoek is er vaak slechts beperkt (en zeker niet op een uniforme wijze) aanwezig. Een selectief aantal onthaalpunten verdient selectie als onthaalpunt voor de hele regio. Op die manier zou de toegankelijkheid van de regio kunnen worden verhoogd. Ook musea en grotere attractiepunten worden momenteel onvoldoende in de onthaalinfrastructuur tot de regio ingeschakeld.

Probleem 7

De professionele werking van lokale diensten voor toerisme is beperkt door gebrek aan financiële middelen

Veel gemeenten in de Westhoek hebben maar beperkte middelen om voldoende gekwalificeerd personeel in te zetten in hun lokale diensten voor toerisme. Daardoor zijn deze diensten té veel gericht op onthaal van toeristen en promotie en te weinig op het volledig beleidsveld rond toerisme in al zijn aspecten (zoals productontwikkeling, monitoringsysteem, e.a.) . Terwijl gemeenten op allerlei andere beleidssectoren (bv. cultuur en sport) voor personeel ruime subsidies krijgen van het Vlaamse niveau, is dit niet het geval voor de sector toerisme.

Probleem 8

De oorspronkelijke positionering wordt niet consequent aangehouden binnen het aanbod van communicatiedragers over de regio.

De beeldvorming in de communicatie over de regio (brochures, website, acties...) is weinig coherent en wordt niet consequent in een zelfde herkenbare stijl aangehouden. De regiowerking beschikt over te weinig eigentijds beeldmateriaal om in alle communicatie een duidelijk herkenbare visuele stijl te hanteren die bij de consument onmiddellijk appelleert aan de Westhoek en niet aan andere toeristisch-recreatieve regio's.

Probleem 9

Het budget van de regionale promotiepool moet efficiënter worden ingezet in functie van een afname van de middelen en nieuwe ontwikkelingen.

Voor 2007 is het budget van de regionale promotiepool gedaald door het wegvallen van de Europese middelen. Het is daarom belangrijk om de promotiemiddelen die tot nog toe werden aangewend, kritisch te bekijken op hun efficiëntie.

Het afstappen van het concept macroproducten (o.m. Vlaamse regio's) ten voordele van verschillende productlijnen (fietsen, wandelen, ...) biedt enerzijds opportuniteiten voor de Westhoek die voor een aantal van die productlijnen, vooral voor plattelandstoerisme en fietstoerisme, over sterke troeven beschikt, anderzijds is het onduidelijk op welke manier de promotie voor de regio in haar geheel verder zal kunnen gevoerd worden. Het is nu nog onduidelijk wat er zal gebeuren na het wegvallen van de Vlaanderen Vakantieland brochure in 2009. Binnen de communicatiestrategie moet hierop ingespeeld worden.

STAP 3

WAT WILLEN WE BEREIKEN IN DE VOLGENDE ZES JAAR ?

Om de missie, zoals geformuleerd in stap 1, te concretiseren moet ze vertaald worden in strategische doelstellingen en streefdoelen.

De strategische doelstellingen dienen een uitdrukking te zijn van de ambitie van de Westhoek voor de middellange termijn. De hierna volgende doelstellingen gaan in sommige gevallen verder dan de toeristisch-recreatieve sector alleen. Inzet van middelen uit andere sectoren zal dan ook nodig zijn om alle doelstellingen te realiseren. De sector toerisme kan in die gevallen aanbevelingen formuleren naar andere sectoren toe.

Het omzetten van strategische doelstellingen in globale meetbare streefdoelen is belangrijk om op geregelde tijdstippen te kunnen evalueren of het gevoerde beleid effectief de doelstellingen realiseert (tussentijds of op het einde van de planperiode). Binnen het opzetten van een performant informatiesysteem is het gewenst om op zijn minst deze indicatoren op te volgen.

De strategische doelstellingen kunnen worden opgedeeld in doelstellingen die te maken hebben met beleid gericht op interne factoren en doelstellingen die eerder gericht zijn op een extern perspectief of een benadering van de markten.

STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN

Intern perspectief

Deze doelstellingen hebben te maken met het beleid rond het product, de organisatie-structuur en het ontwikkelen van kennis. Het is evident dat de productontwikkeling in lijn moet liggen met de hiervoor gekozen positionering die er een is van kwaliteit en authenticiteit.

Strategische Doelstelling 1

Zorgzaam omgaan met het landschap door alle sectoren in de regio

Het landschap van de Westhoek is niet enkel het basiskapitaal van het toerisme maar trekt ook mensen naar de regio die er op een kwalitatieve manier willen wonen en zich ontspannen. Door de kwaliteit van het landschap (zowel de open ruimte als de bebouwde ruimte) te verzorgen kunnen we naast de landbouw en de industrie een belangrijke dynamiek in de regio houden. Het is dan ook aangewezen dat de activiteiten van landbouw en industrie op een kwalitatieve manier worden ingeplant in de regio en dat landschapszorg een hoge prioriteit moet krijgen binnen het beleid van de Westhoek.

Strategische Doelstelling 2

Verdiepen van de beleving van het Wereldoorlog I-toerisme

Het WO I-toerisme komt in de hele Westhoek voor. Gezien het grote toeristische, cultuurhistorische en economische belang (cfr. recent onderzoek) van het thema Wereldoorlog I voor de Westhoek, is het voor de toekomst belangrijk om de beleving ervan nog verder te verdiepen en te verbreden naar een groter doelpubliek toe. Het bewaren en op een kwalitatieve manier - als één geheel - ontsluiten van dit oorlogslandschap vormen

belangrijke uitdagingen voor de hele regio, zeker in het licht van de nakende herdenking van 14-18.

Strategische Doelstelling 3

Verder uitbouwen van het fietsnetwerk Westhoek tot een volwaardig toeristisch fietsproduct

Het fietsnetwerk van de Westhoek is eveneens, zoals het WO I-gebeuren, een belangrijk globaal toeristisch-recreatief product voor de Westhoek en het heeft ook een niet te verwaarlozen economische impact (zoals recent aangetoond in onderzoek). Het netwerk heeft tevens een spreidingseffect waardoor de ganse regio mee kan delen in de toeristisch-recreatieve ontwikkeling. Daarom is het belangrijk om dit product verder uit te bouwen tot een volwaardig fietsproduct.

Strategische Doelstelling 4

Kwalitatief verdiepen van de rest van de toeristisch-recreatieve beleving van de Westhoek en realiseren van spreiding van bezoekers

De voorbije 10 à 15 jaar zijn er bijzonder veel inspanningen gebeurd om het toeristisch-recreatief product van de Westhoek uit te bouwen en te vermarkten. Dit heeft duidelijk zijn vruchten afgeworpen. Nu zijn we op het punt gekomen dat verdere uitbreiding van het aanbod - enkele uitzonderingen niet te na gesproken - niet actief gestimuleerd dient te worden. Wel aan de orde zijn de verdieping van het bestaande toeristisch-recreatief product, enerzijds op vlak van kwaliteit, en anderzijds ook op vlak van beleving.

In sommige delen van de Westhoek staat de beleving onder druk van het succes van het toerisme. We moeten aannemen dat verdere recreatieve druk in het heuvelend zuiden van de Westhoek zal blijven bestaan. Het is belangrijk dat we deze druk niet negeren maar deze op een beheerste manier opvangen bv. door infrastructuur te ontwikkelen aan de rand van het gebied en niet in het concentratiegebied of door een gepaste aanpak voor handhaving van politiereglementen (bv. voor quads).

Anderzijds moeten we verder zoeken naar mogelijkheden voor het ontwikkelen van nieuwe recreatieve producten in die delen van de Westhoek die nog ontwikkelingsmogelijkheden bieden om zodoende toch een zekere mate van spreiding van recreanten te realiseren en ook daar een hoogwaardige kwalitatieve beleving aan te bieden.

Deze verdieping van en spreiding binnen het toeristisch recreatief product heeft betrekking op o.m. de attracties, de wandelnetwerken en andere aspecten die ondersteunend zijn voor de toeristische beleving van de regio.

Strategische Doelstelling 5

Uitbouwen van een meer gedifferentieerd, kwalitatief en rendabel logiesaanbod

Niettemin staande de aanzienlijke toename in het logiesaanbod de voorbije jaren, is er momenteel nog steeds een lacune met betrekking tot toeristisch kamperen. Het is dan ook de doelstelling om die lacune binnen deze planningsperiode weg te werken.

Voor de andere logiesvormen streven we naar een verder stimuleren van de kwaliteit, de gastvrijheid, de professionaliteit en de rentabiliteit van het huidige aanbod. Dit betekent dat een deel van het bestaande aanbod wellicht met een nieuwe wetgeving op logies zal verdwijnen en vervangen worden door meer kwalitatieve logiesuitbatingen. De rentabiliteit van de logies kan worden opgetrokken door een verhoging van het aantal

verblijfseenheden per uitbating (tot 8 kamers of huurvakantiewoningen) en door het aanbieden van meerwaarde naast het logies.

Strategische Doelstelling 6

Uitbouwen van een gestructureerd en professioneel onthaal met regiokarakter

Via een beperkt aantal regionale onthaalpunten die als instappunt tot de hele Westhoek fungeren kan het diverse toeristisch-recreatieve aanbod van de regio op een gestructureerde manier worden ontsloten. De regionale onthaalpunten dienen over een herkenbare 'look & feel' van de regio te beschikken. Voor de kleinere onthaalpunten is samenwerking met andere gemeenten aangewezen.

Strategische Doelstelling 7

Bestendigen en bevorderen van een dynamische toeristische werking in de Westhoek

De regiowerking voor toerisme in de Westhoek werd door Westtoer op gang gebracht en werd eveneens ondersteund naar personeel toe door het Europese programma 5b en 5b Phasing Out. De coördinerende kracht van deze regiowerking wordt door alle partijen in de regio erkend zeker wat betreft de acties die worden gefinancierd met de regionale promotiepool waar ook de gemeenten in bijdragen. Het is belangrijk dat naar de toekomst toe gegarandeerd blijft dat twee personeelsleden voltijds ingeschakeld worden, namelijk een regiomanager en een regioassistent⁵² die zowel een rol te spelen hebben op de marketing als op de fysische en commerciële productontwikkeling binnen de regio. Hierbij moeten ze ondersteund worden door de centrale diensten van Westtoer.

Naast de regiowerking is de werking van de lokale diensten voor toerisme een aandachtspunt. Er moet gestreefd worden naar het bevorderen van de professionalisering van deze diensten.

Strategische Doelstelling 8

Ontwikkelen van een monitoringsysteem

Het is belangrijk om op te volgen of de doelstellingen die in dit plan worden naar voren geschoven effectief gerealiseerd worden. Daarvoor moeten jaarlijks cijfers worden bijgehouden over de basisindicatoren in de regio. Het is verder gewenst om halftijds, in 2011, een evaluatie te maken van de vorderingen.

Extern perspectief

Deze doelstellingen hebben vooral te maken met de benadering van de markt.

Strategische Doelstelling 9

Versterken van het imago van de Westhoek als kwaliteitsbestemming

De Westhoek dient zich als een regio van topkwaliteit te profileren tussen de overige Vlaamse groene regio's. De regio moet dit zowel waar maken in het toeristische beleving op het terrein (zie eerder) als in de marketing en beeldvorming die de consument tot een weekend of een korte vakantie moet aanzetten. Met zo'n imago wordt ook de dagtoerist mee aangetrokken. Deze beeldvorming moet een vertaling zijn van de positionering en moet coherent worden aangehouden in de communicatie.

⁵² Sinds juni 2007 is dit verworven binnen de nieuwe beheersovereenkomst tussen de provincie en Westtoer.

Het Westhoekgevoel moet ook door alle actoren in de regio worden uitgedragen en waargemaakt. Zo kan het logo van de Westhoek, als het op een consequente manier door alle actoren wordt aangewend, daartoe bijdragen. De regiowerking kan er, via interne marketing, voor zorgen dat de diverse actoren elkaar ontmoeten en dat ze gemotiveerd zijn om het Westhoekgevoel en de waarden waarop dit gevoel gestoeld is, effectief uit te dragen.

Strategische Doelstelling 10

Streven naar de meest efficiënte marketingstrategie

De beperkte middelen van de regionale promotiepool en de beperkte personele input moeten geoptimaliseerd worden door in te spelen op nieuwe ontwikkelingen en door het maken van strategische keuzes.

STAP 4

WELKE MARKTSTRATEGIE ZULLEN WE HANTEREN ?

De marktstrategie is een scharnierpunt in een strategisch beleidsplanningsproces: de belangrijkste strategische richtingen worden gekozen wat betreft prioritaire product-marktcombinaties en positionering van de toeristische bestemming. Deze marktstrategie zal verder de actiegerichte strategieën per beleidsveld bepalen.

De marktstrategie omvat twee belangrijke onderdelen:

- de selectie van de prioritaire productmarktcombinaties;
- de positionering van de bestemming Westhoek tegenover de concurrenten.

DEEL 1

GEWENSTE PRODUCTMARKTCOMBINATIES

Het opmaken van een marktstrategie vereist een onderbouwde keuze van geografische markten enerzijds en corresponderende toeristische producten anderzijds.

- Het geografische marktgebied van de Westhoek als toeristisch-recreatieve regio kunnen we als volgt situeren: de Westhoek zelf (bewoners), de Kust (verblijfstoeristen), Vlaanderen, Nederland, Groot-Brittannië en Noord-Frankrijk.
- Binnen het toeristisch-recreatief aanbod van de Westhoek kunnen we volgende producttypes onderscheiden:
 - *Omgevingsrecreatie*
Personen uit de omgeving die komen wandelen, fietsen, recreëren, aan een culturele activiteit deelnemen...
 - *Individueel dagtoerisme*
Toeristen die op individuele basis voor hun ontspanning (landschap, natuur, cultuur, shopping) een dagje naar de Westhoek komen (ofwel vanuit de woonplaats, ofwel vanuit de vakantieplaats).
 - *Dagtoerisme in groep*
Toeristen die op georganiseerde basis voor hun ontspanning een dagje naar de Westhoek komen en er een vooraf vastgelegd programma volgen.
 - *Individuele korte recreatieve verblijven (weekends)*
Toeristen die voor hun ontspanning minstens 1 nacht in de Westhoek verblijven tijdens weekends of verlengde weekends.
 - *Individuele korte recreatieve verblijven (midweekvakanties)*
Toeristen (vnl. medioren en senioren) die voor hun ontspanning minstens 3 nachten in de Westhoek verblijven tijdens de week.
 - *Individuele vakanties van één week*
Toeristen (vnl. gezinnen met kinderen) die voor hun ontspanning een hele week in de Westhoek verblijven (vnl. tijdens de zomervakantie of andere schoolvakanties)

- *Korte vakanties in groep*
Groepen (meestal jongeren) die in georganiseerd verband minstens één nacht verblijven in de Westhoek (schoolgroepen, kampen, bosklassen).
- *Seminaries en vergaderingen*
MICE-activiteiten (Meetings, Incentives, Congresses, Exhibitions) of commercieel zakentoeisme, zowel residentieel (met overnachting) als niet-residentieel (zonder overnachting).

Deze diverse producttypes relateren we tot de hierboven aangehaalde geografische markten, met als resultaat meerdere productmarktcombinaties (PMC's) waaraan telkens een prioriteit wordt gegeven op basis van de visie, de situatieanalyse en de strategische doelstellingen die we kunnen samenvatten in de volgende criteria:

- het actuele volume van de toeristische markt en de evolutie in de laatste jaren;
- het groeipotentieel van de toeristische markt voor een product als de Westhoek;
- de gemiddelde bestedingen die de toeristische markt creëert in de regio.

De Franse (met uitzondering van de Noord-Franse) en Duitse markt werden niet weerhouden omdat deze markten geografisch te uitgestrekt zijn om met de relatief beperkte middelen die in de promotiepool beschikbaar zijn, enig merkbaar effect te ressorteren. Het huidige aandeel van deze markten is momenteel ook zeer beperkt (in beide gevallen minder dan 3%, cfr. tabel 20)⁵³.

We bespreken dan ook alleen de productmarktcombinaties die **met de regionale promotiepool** en **door de regiowerking** bewerkt zullen worden. We rangschikken ze volgens 3 prioriteiten:

- 1 = Hoogste prioriteit (PMC's die in de diepte worden bewerkt);
- 2 = Gemiddelde prioriteit (PMC's die selectief worden bewerkt);
- 3 = Lage prioriteit (PMC's die bewerkt worden indien zich opportuniteiten voordoen en indien voldoende budget beschikbaar is).

Tabel 40 geeft een overzicht van de productmarktcombinaties volgens prioriteit.

PMC's met prioriteit 1

- *Individuele korte recreatieve verblijven - weekends - Vlaanderen*

Het huidige marktaandeel van de Belgen (vnl. Vlamingen) in commerciële logiesvormen (excl. jeugd- en groepsverblijven) in de Westhoek bedraagt ca. 57% (295 000 overnachtingen), het groeipotentieel is stijgend en de gemiddelde bestedingen van Vlamingen zijn hoog.

Het promoten van het korte verblijfstoerisme in de Westhoek tijdens weekends (met het accent op het voor- en najaar en de schoudermaanden en vnl. in hotels, gastenkamers en huurvakantiewoningen) geniet de hoogste prioriteit. We mikken op een breed publiek van o.m. rustige genietters, culturele verrijkers en familiereizigers. Het kan daarbij gaan om medioren en actieve senioren met interesse voor cultuurhistorie (bv. oorlogsgegeven), natuur (rust, ruimte, platteland), authenticiteit, actieve recreatie en

⁵³ Uitzondering hierop vormt het attractiepark Bellewaerde waarvan 45% van het bezoekerstotaal uit Fransen bestaat. Bellewaerde heeft echter een autonome aantrekkingskracht en voert eigen marketingacties naar de Franse markt. Het is niet aan de regiowerking om met middelen uit de regiopool eveneens dergelijke acties op te zetten.

Tabel 40:

Prioritaire productmarktcombinaties voor de Westhoek die met de promotiepool en door de regiowerking bewerkt zullen worden

	INWONERS WESTHOEK	KUST	VLAANDEREN	NEDERLAND	GROOT BRITTANNIE (*)	NOORD FRANKRIJK
OMGEVINGSRECREATIE	Gemeenten Provincie					
INDIVIDUEEL DAGTOERISME		2	3	3	3	3
DAGTOERISME IN GROEP			2		2	
INDIVIDUELE KORTE RECREATIEVE VERBLIJVEN (weekends)			1	1	3 / 2	
INDIVIDUELE KORTE RECREATIEVE VERBLIJVEN (midweekvakanties)			1	1	3 / 2	
INDIVIDUELE VAKANTIES VAN 1 WEEK			2	2		
KORTE VAKANTIES IN GROEP			3		2 / 1	
SEMINARIES EN VERGADERINGEN	Met Westtoer		Met Westtoer			

1 = Hoogste prioriteit die in de diepte wordt bewerkt

2 = Gemiddelde prioriteit die selectief wordt bewerkt

3 = Lage prioriteit die bewerkt wordt indien zich opportuniteiten voordoen en indien voldoende budget beschikbaar is

(*) In de aanloop naar de herdenkingen van 14-18 kan de prioriteit van een producttype toenemen, bv. van 3 naar 2 (wordt aangeduid met 3/2)

gastronomie, maar ook om jonge tweeverdieners, gezinnen met kinderen en kleinere groepen van familie of vrienden die een weekend samen willen doorbrengen (in 'grote' vakantiewoningen of groepslogies).

- *Individuele korte recreatieve verblijven - weekends - Nederland*

Het huidige marktaandeel van de Nederlanders in commerciële logiesvormen (excl. jeugd- en groepsverblijven) in de Westhoek bedraagt bijna 10% (50 000 overnachtingen). Sinds enkele jaren is de markt stagnerend en de gemiddelde bestedingen van Nederlanders liggen gemiddeld iets lager dan die van de Vlamingen.

Niettegenstaande de stagnerende markt, merken we bij de Nederlanders toch een toenemende interesse voor het oorlogsgegeven in de Westhoek. Daarom willen we ook voor de Nederlandse markt prioritair mikken op de korte verblijven tijdens weekends (opnieuw met het accent op het voor- en najaar en de schoudermaanden) en gericht op het brede publiek (met analoge samenstelling en interesses als de Vlamingen).

- *Individuele korte recreatieve verblijven - midweekvakanties - Vlaanderen en Nederland*

De bezetting in de midweeks in de Westhoek ligt doorgaans een stuk lager dan die in de weekends. Daarom willen we specifiek voor Vlaanderen en Nederland ook de midweeks prioritair gaan promoten, ook al zijn de doelgroepen die daarvoor in aanmerking komen (medioren, actieve senioren) kleiner in aantal⁵⁴.

PMC's met prioriteit 2

- *Individueel dagtoerisme (naar de Westhoek) van verblijfstoeristen aan de Kust*

Het aantal daguitstappen naar de Westhoek van verblijfstoeristen aan de Kust bedroeg in 2005 ongeveer 700 000, een stijging met ca. 10% t.o.v. 1999. De bestedingen van deze groep zijn eerder laag.

Zowel de verblijfstoeristen in commerciële logiesvormen aan de Kust als de tweede verblijvers behoren tot deze doelgroep. We mikken opnieuw op een breed publiek van rustige genietters, familiereizigers of culturele verrijkers. De samenstelling naar nationaliteit is gevarieerd: Vlamingen, Walen, Duitsers, Fransen. De meest populaire activiteiten zijn fietsen (noordelijk deel van het fietsnetwerk), het bezoeken van attractiepunten en musea (ook oorlogserfgoed), toeren in het hinterland en het bezoeken van stadjes en dorpen, het bezoeken van evenementen, in mindere mate ook waterrecreatie (varen op de IJzer). Selectieve bewerking van deze markt is aangewezen (bv. via de toeristische diensten van de Kust, de immokantoren, de grote verblijfparken en horecaplaatsen, attracties e.a.). Daarvoor zou een uniforme Westhoekmodule (in Westhoekhuisstijl) aangewend kunnen worden, die de bezoeker onmiddellijk een beeld geeft van de volledige regio (zie actiegerichte strategie voor productontwikkeling, punt 6).

- *Dagtoerisme in groep - Vlaanderen*

Het dagtoerisme in groep is de voorbije jaren gedaald en hun gemiddelde bestedingen zijn eerder laag. Toch is deze markt, die zich eerder richt op de veilige reizigers, belangrijk voor de Westhoek (de regio telt heel wat bezoekersattracties voor wie

⁵⁴ Met 'kleiner in aantal' bedoelen we dat er doorgaans minder mensen op vakantie kunnen tijdens de midweek (vnl. niet-actieven, met name medioren en senioren) dan tijdens het weekend (zowel de niet-actieven als de actieven). De leeftijdsgroep van medioren en senioren zal naar de toekomst toe echter blijven toenemen. Het aandeel 50-plussers in België zal de komende jaren toenemen van 33,8% in 2000 tot 37,6% in 2010, 41,2% in 2020 en 44,6% in 2050 (bron: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek).

groepsbezoeken een cruciale bron van inkomsten vormen). Ze kan relatief gemakkelijk bewerkt worden (o.m. via verenigingen, scholen...). De ruime mix van mogelijkheden in de Westhoek (oorlogsgerelateerd en andere) biedt hier duidelijk potentieel. Daarom wordt voorgesteld deze markt op een selectieve manier te bewerken.

- *Dagtoerisme in groep - Groot-Brittannië*

Het dagtoerisme in groep uit Groot-Brittannië vertoont een vrij constante interesse voor het thema Wereldoorlog I. Het bestaat zowel uit volwassenengroepen (bv. socio-culturele verenigingen) als uit schoolgroepen en vertegenwoordigt een volume van ongeveer 45 000 bezoeken. Er wordt voorgesteld deze markt selectief te bewerken, met name via de intermediairen in Groot-Brittannië die dergelijke daguitstappen uitwerken en op de markt brengen.

- *Individuele vakanties van één week - Vlaanderen - Nederland*

Doelpubliek hier zijn vooral de gezinnen met kinderen. De verblijfsvorm is voornamelijk die van de huurvakantiewoning, soms ook groepslogies of camping. De beoogde periodes zijn de schoolvakanties, niet enkel de zomervakantie maar ook de andere. Deze markt dient selectief te worden bewerkt via specifieke media-acties. Aandacht voor kindvriendelijke voorzieningen is aangewezen.

- *Korte vakanties in groep - Groot-Brittannië*

De markt van de korte vakanties in groep uit Groot-Brittannië is vooral gericht op jeugd- en schoolverblijven (bezoeken in het kader van Wereldoorlog I) en op volwassenengroepen. Men verblijft in de meer kwalitatieve groepsverblijven maar ook in hotels, met als resultaat dat de bestedingen vrij hoog zijn. De Britse schoolgroepen vertegenwoordigen een volume van ongeveer 48 000 overnachtingen, de Britse volwassenengroepen een volume van ca. 30 000 overnachtingen).

Er wordt voorgesteld om deze markt eerst selectief te gaan bewerken, met name via de intermediairen in Groot-Brittannië die dergelijke bezoekprogramma's op de markt zetten. In een tweede fase (in de aanloop naar de herdenkingen van 14-18) verdient deze markt prioritaire aandacht.

PMC's met prioriteit 3

- *Individueel dagtoerisme - Vlaanderen - Nederland*

De markt van het dagtoerisme naar de Westhoek is goed voor in totaal ongeveer 2,2 miljoen trips. Op basis van het onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek kan het individueel dagtoerisme op ongeveer 40% van dit totaal ingeschat worden (ca. 880 000 dagtoeristen)⁵⁵. Er tekent zich de voorbije jaren een duidelijk positieve trend af wat betreft de attracties en sites m.b.t. Wereldoorlog I, met duidelijk toegenomen interesse vanuit Nederland, maar ook vanuit Vlaanderen. Ook het dagtoerisme op het fietsnetwerk (belangrijk o.m. voor Nederland) en de rondritten en stads- en dorpsbezoeken in de Westhoek van verblijfstoeristen aan de Kust, evolueren positief. Alleen voor de niet-oorlogsgerelateerde attracties is er de voorbije jaren (met uitzondering van Bellewaerde Park) een negatieve evolutie (met een kleine heropleving in 2006). Toch zijn de verwachtingen ook voor dit segment positief, gezien de recente

⁵⁵ De verhouding tussen dagtoeristen op individuele basis en dagtoeristen in groep bedroeg in het onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek 38,3% tegenover 61,7% (Bron: Westtoer, onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek, 2006).

(en nog op stapel staande) vernieuwingen in een aantal belangrijke musea (Hopmuseum, Bakkerijmuseum).

Hoewel de groepsmarkt in het dagtoerisme sterk vertegenwoordigd is, zijn ook de individuele dagtoeristen voor een regio als de Westhoek niet onbelangrijk (individuele bezoekers besteden meer dan bezoekers in groep). Toch zet de regiopool prioritair in op het verblijfstoerisme, gezien het relatief beperkte marketingbudget en de minder hoge bestedingen van dagtoeristen in vergelijking met die van verblijfstoeristen. Wat het individueel dagtoerisme uit Vlaanderen en Nederland betreft wordt dan ook voorgesteld om deze markten maar te bewerken als er zich opportuniteiten voordoen en als er voldoende budget beschikbaar is. We zien daar echter vooral een taak weggelegd voor de individuele attractiepunten zelf, die door onderlinge samenwerking (bv. via het samenwerkingsverband Westhoek Streekmuseum) deze markt kunnen bewerken.

- *Individueel dagtoerisme - Groot-Brittannië*

Het individueel dagtoerisme van Britten (vanuit Groot-Brittannië, maar ook vanuit de vakantieverblijfplaats van Britten buiten de Westhoek) richt zich vooral op de oorlogsgerelateerde bezienswaardigheden en attracties. De markttendenzen binnen dit segment zijn, zoals hierboven vermeld, positief.

Ook voor deze markt wordt - om dezelfde redenen als aangehaald bij het individueel dagtoerisme uit Vlaanderen en Nederland - voorgesteld om die slechts te bewerken indien zich specifiek opportuniteiten voordoen.

- *Individueel dagtoerisme - Noord-Frankrijk*

Over het individueel dagtoerisme van Noord-Fransen zijn geen recente gegevens beschikbaar⁵⁶. De ervaring leert echter dat het enerzijds gaat om een publiek dat sterk op allerlei folkloristische evenementen, stoeten en rommelmarkten is gericht, alsook op shopping (bv. op de Zwarte Berg). Anderzijds is er ook een beperkt publiek (met duidelijk groeipotentieel) geïnteresseerd in de zachte vormen van recreatie in de Westhoek. Deze vorm van dagtoerisme dient niet actief met middelen uit de promotiepool van de regio te worden gestimuleerd. Ad hoc kunnen echter wel acties naar de Noord-Franse markt toe worden ondernomen op voorwaarde dat er budget voor is (bv. speciale evenementenkalender voor verspreiding via de Noord-Franse culturele centra, bibliotheken etc; ook zijn er mogelijkheden voor samenwerking met Noord-Frankrijk via Interreg IV op vlak van het promoten van evenementen).

- *Individuele korte recreatieve verblijven - weekends en midweeks - Groot-Brittannië*

De markt van de individuele korte recreatieve verblijven uit Groot-Brittannië vertegenwoordigt binnen het commercieel verblijfstoerisme (excl. jeugd- en groepsverblijven) een marktaandeel van ongeveer 25% (ca. 130 000 overnachtingen). Deze markt is nog steeds licht stijgend, de bestedingen zijn vrij hoog.

De schaalgrootte van de Britse markt en de beperkte marketingbudgetten van de regiowerking maken dat het zeer moeilijk is om voor dit marktsegment duidelijke effecten te ressorteren. Er wordt dan ook voorgesteld om enkel op deze markt in te zetten wanneer er zich opportuniteiten voordoen en indien er budget voor is. In de aanloop naar de herdenkingen in de periode 2014-2018 verdient dit segment echter meer aandacht en kan er getracht worden deze markt selectief te bewerken (via

⁵⁶ In 1998 werd het aantal shopping- en omgevingsrecreatieve trips van Noord-Fransen naar de Westhoek op ca. 515 000 geraamd.

gerichte acties, bewerken van intermediaren...) voor korte vakanties met het accent op de weekends in het voor- en najaar en de schoudermaanden). Doelpubliek is dan het brede publiek, met het accent op de culturele verrijker (geïnteresseerd in het oorlogsverleden).

Ook hier kunnen acties worden gevoerd naar intermediaren die zich specifiek op de FIT's toelagen.

- *Korte vakanties in groep - Vlaanderen*

De markt van de korte vakanties in groep uit Vlaanderen is vooral gericht op de jeugd- en groepsverblijven (bivaks, jeugdkampen, bosklassen etc). Het aandeel van dit segment binnen het geheel van commercieel verblijfstoerisme bedraagt 22% (ruim 150 000 overnachtingen). Deze markt stagneerde de voorbije jaren, maar kende in 2006 opnieuw een toename. De bestedingen zijn afhankelijk van de logiesvorm (in bivak eerder laag, in de kwalitatieve groepsverblijven vrij hoog).

Deze markt wordt vanuit de actoren die erin aanwezig zijn voldoende bewerkt en behoeft geen bijkomende bewerking met middelen vanuit de regiopool. Indien zich echter opportuniteiten voordoen en er is extra budget beschikbaar, dan kan daar toch worden op ingespeeld.

- *Seminaries en vergaderingen*

Het aantal overnachtingen naar aanleiding van seminars of vergaderingen in de Westhoek is de voorbije jaren vrij stabiel. Doelpubliek is in hoofdzaak de Vlaamse markt. De bestedingen zijn - met name bij residentiële seminars en vergaderingen - hoog tot zeer hoog.

Voor deze markt wordt voorgesteld om te blijven inzetten op de algemene Westtoerwerking met betrekking tot MICE Groene regio's. Op die manier wordt de MICE-markt meegenomen in een groter pakket waarin ook de overige groene regio's aan bod komen. Specifieke marketingacties met middelen uit de regiopool zijn niet gewenst.

DEEL 2

POSITIONERING

Een positionering is:

- een managementbeslissing;
- van hoe men wil gezien worden door de consument;
- in het licht van de concurrentie;
- rond dimensies die relevant zijn voor de consument vanuit zijn behoeftes aangaande het product (in casu korte-vakantiebehoeftes).

Het gaat dus eerder over wat het product doet voor de consument dan over technische karakteristieken van het product als dusdanig.

Vanuit dit uitgangspunt komen we tot volgende conclusies:

- De positionering moet de potentiële consument emotioneel aanspreken. Het is dus niet louter een opsomming van de objectief differentiërende elementen;
- De positionering moet iets weergeven van de mentaliteit van de streek;
- De boodschap moet origineel zijn: 'verrassend, verbazing, verleiding', e.a. worden al te vaak gebruikt en zijn cliché;
- De positionering kan eenvoudig zijn maar moet sterk ondersteund worden door beelden die de boodschap inhoudelijk verder verdiepen en meer inhoud geven;
- Het consequent hanteren van een positionering houdt in dat je vooraf duidelijke keuzes maakt (je kan immers niet alles voor iedereen zijn).

Bij het kritisch herbekijken van de positionering van de Westhoek werd vertrokken van de positionering zoals die in het beleidsplan van 1998 werd opgemaakt. Toen werden voor de Westhoek twee verschillende positioneringen ontwikkeld: één voor de Vlaamse/Nederlandse markt en één voor de Britse markt.

Voor de Vlaamse/Nederlandse markt werd in 1998 vooral de unieke sfeer en ambiance van de Westhoek als het belangrijkste positioneringselement uitgespeeld. Binnen deze unieke sfeer kon de opgejaagde mens tot rust komen. Deze sfeer werd enerzijds bepaald door een natuurlijk ruimtegevoel, anderzijds door een hele reeks kleinere "couleur locale"-elementen, waarvan het geheel meer is dan de som der delen:

- Depaysement (de "schreve", de nabijheid van Frans-Vlaanderen en de Noordzee, aanwezigheid van de Commonwealth via het gegeven "Eerste Wereldoorlog");
- Authentieke kleine attractiepunten zoals de typische kleine cafeetjes en kleine winkeltjes, kleine attractiepunten rond diverse thema's, streekmusea;
- Auditieve aspecten zoals de sappige taal, liedjes van Willem Vermandere, de volksmuziek met als belangrijkste exponent het Folkfestival van Dranouter, de muziek verbonden aan het gegeven "Eerste Wereldoorlog" (de "Last Post"-sonnerie aan de Meensepoort in Ieper, de Vredesconcerten, Ierse en Angelsaksische liedjes);
- Kwaliteitsvolle initiatieven rond kunst, cultuur en folklore zoals de Poëziezomers van Watou, de Stichting George Grard, de initiatieven in Beauvoorde, de vele galerijtjes en kunsthuisen die we verspreid over de Westhoek terugvinden en tenslotte de talrijke stoeten die de Westhoek rijk is;

- Een breed palet van streek- en hoeveproducten met een nationale bekendheid zoals diverse streekbieren waaronder het Hommelbier en het trappistenbier uit West-Vleteren, kaas uit Lo en Passendale, Veurnse babelutten en kletskoppen, paté uit Beauvoorde ... en een rijke gastronomie.

Voor de Britse markt werd in 1998 het gegeven “Eerste Wereldoorlog” centraal gesteld. Het gaat hier dus om een zogenaamde nichemarkt met een specifieke interesse voor “battlefields”.

Het is duidelijk dat de positionering die in het strategisch beleidsplan van 1998 werd opgebouwd heel scherp en volgens de regels van de kunst was afgelijnd.

Voor het herbekijken van de positionering zoals die in 1998 was opgemaakt, werd vertrokken van een operationele brainstormsessie waarin getracht is de grote krijtlijnen van de positionering van de Westhoek opnieuw vast te leggen⁵⁷.

Daarbij werd vooral aandacht besteed aan de emotionele invulling van de positionering. Via het bepalen van de *emotionele voordelen* voor de toerist komen we tot de *essentie van het merk* Westhoek. Er werd ook dieper ingegaan op het *merkkarakter* van de regio en op de belangrijkste *functionele voordelen* voor de toerist. De aandacht lag dus veel minder sterk op de productkarakteristieken van de regio. Deze zaten reeds sterk vervat in de positionering zoals die in 1998 was opgemaakt en tot op vandaag blijven deze typische productkarakteristieken nog allemaal gelden.

Twee bijkomende strategische workshops werden georganiseerd binnen Westtoer om binnen dit positioneringsverhaal tot een scherpe aflijning te komen. De bekomen positionering werd daarna ook getoetst met de individuele diensten voor toerisme en de schepenen voor toerisme.

Hieronder gaan we dieper in op de verschillende elementen die bij het herbekijken van de positionering aan bod zijn gekomen.

Emotionele voordelen voor de toerist

De Westhoek geeft je een beetje het gevoel in een 'andere wereld' terecht te komen dan je gewend bent. Dit is het gevoel van 'depaysement', van 'buitenland in eigen land'. De Westhoek is 'anders', je komt er tot de essentie van het leven, je kunt er afrekenen met de stress van de hedendaagse maatschappij en je komt er opnieuw tot rust. Je vindt er opnieuw inspiratie en levenslust. Je kan er je batterijen opnieuw opladen.

Essentie van het merk Westhoek

We probeerden het gevoel van 'depaysement' uit de beschrijving van hierboven te verwoorden en dus tezeldertijd de essentie van het merk Westhoek te vatten. Dit mondde finaal uit in het concept *eigentijdse traditie*. Eigentijdse traditie staat voor:

- Op een eigentijdse manier;
- Beleven van uit het verleden;
 - o Tradities;
 - o Gebeurtenissen;
 - o Levenswijzen;
 - o Bouwkundig erfgoed;

⁵⁷ Bij het herbekijken van de positionering werd Westtoer bijgestaan door een marketingconsultant voor toerisme (Mojito Marketing Services).

- o Natuur en landschap;
- o Ambacht;
- o Rituelen;
- o Gebruiken;
- o Muziek;
- o ...

Dit vergt enige toelichting. De essentie van de Westhoek is het beleven van allerlei zaken die met het verleden te maken hebben. Het adjectief “new” is hierbij een essentiële toevoeging. Het accent op het verleden kan al snel verglijden naar een oubollig “paard en kar”-gehalte. Dit is niet de bedoeling. Het gaat om een eigentijdse beleving, een eigentijdse toegankelijkheid van tradities, gebruiken, rituelen, levenswijzen, natuur, gebeurtenissen (Oorlog), ... uit het verleden. Dit wil niet zeggen dat louter traditionele zaken hierin geen plaats vinden. Sommige gebruiken kunnen dermate traditioneel zijn, dat ze hierdoor de facto opnieuw eigentijds worden. Getuige hiervan is de retro-tendens. Maar het overwicht in de beeldvorming rond de Westhoek heeft te maken met eigentijdse beleving van het verleden.

Hedendaagse infrastructuur, hedendaags comfort, hedendaagse informatietechnologie rond een “verledenbeleving”. Het behouden van de kernwaarden uit het verleden, maar met een hedendaagse toegankelijkheid en in een hedendaags belevingskleedje.

Wat het absoluut *niet is*, is een streven naar een eigentijdse belevingswereld die de identiteit verloochent, de roots negeert.

Wat is het dan wel ?

- Denk aan 'Passendale'-kaas of aan de lukken van Jules Destrooper: traditionele recepten in perfecte combinatie met de modernste technieken;
- Denk aan 'Aga': de traditionele voordelen van een kookfornuis, maar wel binnen de moderne comforteisen van vandaag;
- Denk aan 'boombal': oude traditionele instrumenten en muziekgenres (folk) die op een hedendaagse manier een hedendaags publiek aanspreken;
- Denk aan 'Ierland' als concept.

Karakter van het merk Westhoek

We gingen ook dieper in op het merkkarakter van de Westhoek, waarbij we volgende adjectieven als meest onderscheidend voor de Westhoek hebben weerhouden:

- Authentiek – Echt;
- Ongecompliceerd oprecht;
- Eigenzinnig – onconventioneel - creatief;
- Inspirerend;
- Gemoedelijkheid: “zet je bie”, je mag erbij horen;
- Kwaliteitsvol als strategisch aandachtspunt.

Functionele voordelen van de Westhoek voor de toerist

Tijdens het verfijningsproces van de oorspronkelijke positionering van de Westhoek werd duidelijk dat het belevingskarakter van de Westhoek als onderscheidende factor van essentieel belang is. Het belevingskarakter duidt enerzijds op het omvangrijke en zeer gedifferentieerde toeristisch-recreatieve aanbod dat in de regio aanwezig is, en anderzijds op de mogelijkheid dit aanbod op eigen ritme te beleven. Het is duidelijk dat de Westhoek eerder appelleert naar een actieve (weliswaar op eigen ritme) beleving eerder dan een passieve 'retraite'. Om het actieve karakter van de beleving nog meer in de verf te zetten opteren we voor de term '*belevenisregio*'.

De voornaamste functionele voordelen zijn:

- Natuur- en landschapsbeleving via wandel-, fiets-, ruiter- en autoroutes;
- Confrontatie met de herinnering aan 14-18;
- Attracties;
- Stadsbeleving;
- Natuurbeleving in een verscheidenheid aan groengebieden;
- Evenementen.

Voornaamste productkarakteristieken

Wanneer we de voornaamste productkarakteristieken herbekijken in functie van de hierboven geschetste verfijning van de oorspronkelijke positionering, dan merken we dat we ze in drie grote categorieën kunnen onderbrengen:

- rust en natuurlijk ruimtegevoel
- 'buitenland' in eigen land
- authenticiteit met daarin :
 - o enerzijds het aspect 'respect voor tradities' (het traditionele te vinden in gerechten taal, volksmuziek, etc)
 - o en anderzijds het aspect 'echtheid - beklijvendheid' (thema Wereldoorlog I, kunst, e.a)

Belofte of promesse naar de consument toe

Een regio op een bepaalde manier positioneren naar de consument toe, wil ook zeggen dat je een belofte doet, een promesse, over wat hij/zij er mag verwachten.

Voor de Westhoek is de **promesse** dat men er even in een 'andere' wereld terechtkomt waar men opnieuw tot rust kan komen, waar men weer even stil staat bij de essentie van het leven en opnieuw inspiratie en levenslust kan opdoen.

Discriminerend hierbij zijn:

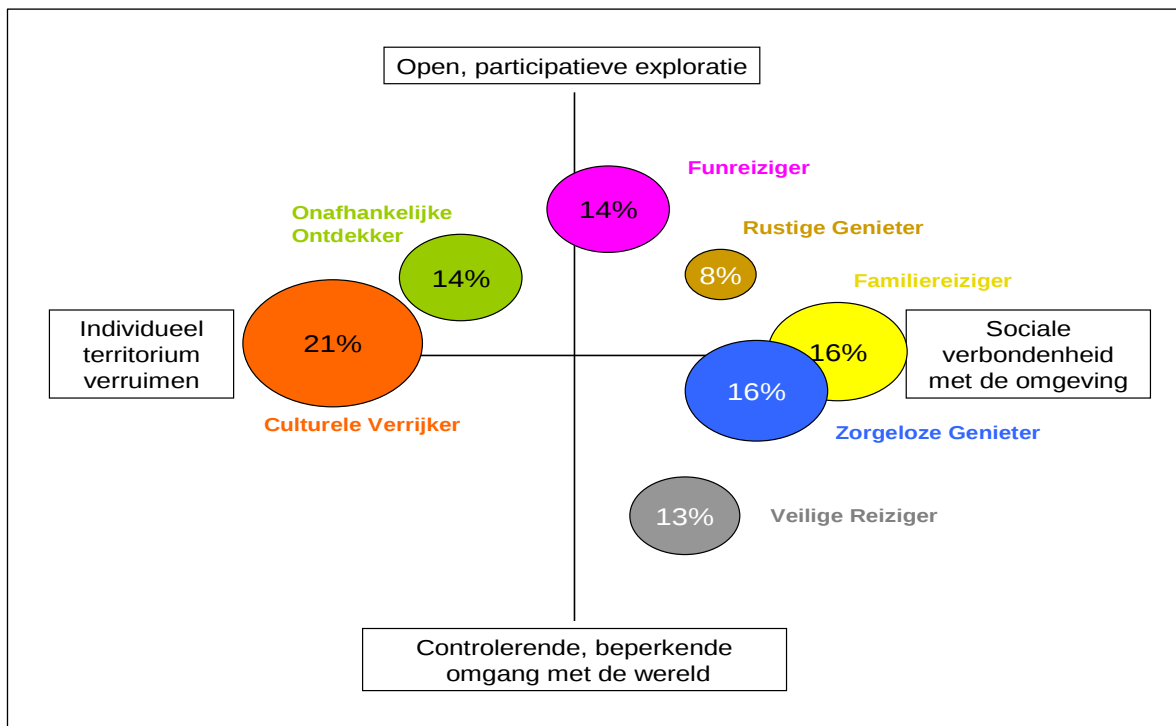
- Rust;
- Eigentijdse traditie;
- Belevenisregio;
- Het karakter zoals beschreven;
- En de typische productkenmerken.

Deze positionering wordt voor de Vlaamse en Nederlandse markt aangehouden. Voor de Britse markt blijft het accent sterk liggen op het gegeven Wereldoorlog I.

Motivationele kernsegmenten waarop de Westhoek zich moet richten

Censydiam-Synovate deed in 2005 een onderzoek naar de motivationele behoeften van de toerist. Er werden 7 types van toeristen onderscheiden die op een kruis met 2 assen werden geplaatst (een as 'open-participatief-exploratief' versus 'controleerend-beperkend' en een as 'individueel versus sociaal' (zie figuur 3).

Figuur 3:
Motivationele segmenten bij Vlaamse toeristen (Censydiam-Synovate)



De kernsegmenten waarop de Westhoek zich moet richten zijn:

- Rustige genieter
- Culturele verrijker
- Familiereiziger
- Veilige reiziger (enkel voor georganiseerde groepsreizen)

Beeldmateriaal van de Westhoek

De hierboven geschetste positionering dient op een consequente en stijlvolle manier haar vertaling te vinden in alle communicatiedragers, advertenties en acties van de regiowerking Westhoek.

Daartoe dient nieuw beeldmateriaal over de regio te worden aangemaakt dat de sfeer uit de hierboven geschetste positionering zo goed en zo consequent mogelijk weergeeft. Bedoeling is dat de consument bij het zien van het nieuwe beeldmateriaal spontaan de link legt met de Westhoek. Om fotografen hierover correct te kunnen aansturen, dient een 'mood board' te worden opgemaakt. Dit is een collage van beeldmateriaal, woorden of foto's uit bv. kranten of tijdschriften. Deze collage representeert de waarden of de sfeer die een merk (in dit geval een regio) volgens de perceptie van de maker uitstraalt.

STAP 5

HOE BEREIKEN WE DE GESTELDE DOELSTELLINGEN ?

DEEL 1

ACTIEGERICHTE STRATEGIE VOOR PRODUCTONTWIKKELING

Binnen dit deel stellen we voor hoe de diverse strategische doelstellingen die te maken hebben met productontwikkeling kunnen worden geconcretiseerd.

1 ZORGZAAM OMGAAN MET LANDSCHAP EN MILIEU (SD 1)

1.1 Verdere ondersteuning van de gecoördineerde aanpak van de Regionale Landschappen in de regio

In het zuiden van de regio heeft het Regionaal Landschap West-Vlaamse Heuvels dat in 1992 werd opgericht al heel wat inspanningen geleverd voor het opwaarderen van landschap en natuur, meestal op een kleinschalige manier en vooral in de open ruimte. Ook in het noorden gebeuren momenteel belangrijke inspanningen door het in 2005 opgerichte Regionaal Landschap IJzer en Polder.

Beide Regionale Landschappen werken in aandachtsgebieden waarbij er zowel contacten gelegd worden met private eigenaars (landbouwers, nieuwe eigenaars van oude hoeves e.a.), als met lokale overheden.

De werking van de Regionale Landschappen spitst zich vooral toe op kwalitatieve, duurzame en ecologische landschapsopbouw en landschapsherstel. Het streven naar het behoud en de toename van de biodiversiteit, de zorg voor het erfgoed en een grotere belevingskwaliteit van het landschap staan daarin centraal. De betrokkenheid van de bevolking is daarin heel belangrijk. Een hele waaier van projecten en initiatieven worden aangestuurd en begeleid. Voorbeelden zijn: ecologisch beekbeheer, aanleg van poelen, herstel van drevenpatronen in het landschap, opmaak van landschapsbedrijfsplannen bij landbouwers (bv. adviezen naar streekeigen beplanting), advies rond agrarische architectuur (vormgeving, materialenkeuze...), begeleiding van lokale besturen bij bv. laanbeplanting langs wegen e.a. De aandacht gaat daarbij vooral uit naar natuurwaarden en slechts in beperkte mate naar bouwkundig erfgoed.

Acties

- *Verdere beleidsmatige ondersteuning van de Regionale Landschappen vanuit provincie en Vlaams Gewest.*

De aandacht die door de Regionale Landschappen aan het behoud en verbeteren van de landschappelijke kwaliteit wordt besteed, is voor de sector toerisme en recreatie van groot belang, niet alleen indirect (bv. door de zorg voor de visuele kwaliteit van het landschap), maar ook direct (bv. door in samenspraak met lokale beheerders - private

personen of gemeentebesturen - allerlei paden voor recreanten toegankelijk te maken, of door het uitgeven van de wandelreeks "Verhalen voor onderweg").

De werking van beide Regionale Landschappen verdient dan ook verdere beleidsmatige ondersteuning vanuit de provincie en het Vlaams Gewest.

- *Gestructureerd overleg tussen de Regionale Landschappen en Westtoer omtrent keuzes voor recreatieve productontwikkeling.*

Op de raakvlakken met recreatieve productontwikkeling zijn duidelijke afspraken nodig omtrent de taakverdeling tussen de Regionale Landschappen en Westtoer, afspraken waarvoor reeds een aanzet werd gegeven in de jaarplanning van de Regionale Landschappen en waar complementariteit met Westtoer van belang is. Frequent overleg tussen beiden organisaties met aandacht voor de kerntaken van elk van beide is dan ook noodzakelijk.

- *Selecteren van een aantal recreatieve aandachtsgebieden in de Westhoek voor een integrale aanpak met diverse beheerders.*

Binnen de afbakening van het Vlaamse Ecologisch Netwerk (VEN) worden delen van de IJzervallei, de West-Vlaamse Heuvels, de Ieperboog en de Westkust opgenomen waar specifieke acties kunnen worden ontwikkeld in samenwerking met de lokale partners.

Binnen dit kader is het belangrijk om in de Westhoek een aantal recreatieve aandachtsgebieden te selecteren waarbij diverse actoren en beheerders (Natuurpunt, provincie, VLM, Vlaams Gewest, Westtoer e.a.) worden samen gezet om voor die gebieden een integrale visie te formuleren, relevante gegevens te inventariseren en prioritaire acties voor te stellen (bv. rond kwaliteitszorg voor het landschap of de mobiliteits- en ontsluitingsproblematiek). De Regionale Landschappen kunnen hierin een belangrijke rol spelen.

Een voorlopige selectie kan bestaan uit:

- de IJzer- en Handzamevallei (met stiltegebied rond Lampernisse)
- de West-Vlaamse Heuvels
- het Hoppeland van Poperinge en de zuidelijke IJzervlakte
- de Ieperboog
- het Houthulstbos
- de Moeren.

Prioritaire aandacht dient daarbij te gaan naar de gebieden waar de recreatieve druk momenteel het grootst is (bv. West-Vlaamse Heuvels).

1.2 Verdere acties in de Westhoek rond natuur-, bos- en landschapsontwikkeling door andere instanties

Binnen de afbakening van landbouw, natuur en bos en de daaruit voortvloeiende gewestelijke uitvoeringsplannen moet de recreatieve toegankelijkheid aandacht krijgen. Projectmatig is het Agentschap Natuur en Bos dan weer een belangrijke instantie binnen het regulier beleid van het Vlaams Gewest dat instaat voor het duurzaam beheren en het versterken van natuur, bos, parken en openbaar groen in Vlaanderen. Binnen hun projecten moet de recreatieve toegankelijkheid voldoende aandacht krijgen. Ook de Vlaamse Landmaatschappij (VLM) is, als inrichter van het platteland met instrumenten als natuurinrichting, ruilverkaveling en landinrichting een belangrijke partner

wat betreft natuur- en landschapsontwikkeling. Verder spelen ook de provincie en de gemeenten een belangrijke rol inzake verdere natuur-, bos- en landschapsontwikkeling.

De provincie en de gemeenten zijn elk op hun domein actief op vlak van natuur-, bos- en landschapsontwikkeling. Het kan daarbij gaan om de uitbreiding van groendomeinen, maar ook om initiatieven als bv. landschapsbedrijfsplannen of adviezen inzake goede agrarische architectuur.

De gebiedswerking landbouw van de provincie, Proclam vzw en het provinciaal onderzoeks- en voorlichtingscentrum voor land- en tuinbouw (POVLT) hebben op dit vlak al heel wat inspanningen geleverd. De eerste initiatieven rond goede agrarische architectuur werden opgezet vanuit de gebiedswerking landbouw. Dit werd geïntegreerd in de adviezen vanuit het POVLT rond bedrijfsintegratie (o.a. agrarische architectuur en erfbeplanting). Proclam organiseerde heel wat sensibilisatieactiviteiten rond landschapsbedrijfsplannen voor landbouwers en ze tekenden zelf ook verschillende landschapsbedrijfsplannen.

Ook de lokale overheden spelen op vlak van natuur-, bos- en landschapsontwikkeling een belangrijke rol. De gemeentelijke groen- en milieudiensten hebben een belangrijke taak inzake aanleg en onderhoud van parken en domeinen, formuleren van beleidsvisies enz.

Tenslotte spelen ook natuurverenigingen als Natuurpunt vzw een rol op vlak van natuur-, bos- en landschapsontwikkeling.

Bijzondere aandacht in dit kader verdient de hopteelt die sterk onder staat. Momenteel resten er in de Westhoek nog ongeveer 200 ha hop. Vanuit de overheid zijn hier wellicht inspanningen noodzakelijk om deze, voor Vlaanderen, unieke teelt in de regio te behouden.

Acties

- *Verder aankoopbeleid van Vlaamse overheid (Agentschap Natuur en Bos) voor ontwikkelen van aantrekkelijke natuur- en bosgebieden*

Volgende zones zijn prioritair voor dit aankoopbeleid:

- de binnenduinenrand in de omgeving van Adinkerke met de abdijhoeve
- de zone Stuivekenskerke-Lampernisse-IJzervallei en Handzamevallei
- de bosgebieden van Koekelare, Houthulstbos en de West-Vlaamse Heuvels

- *Verdere projecten van VLM voor landschapsontwikkeling*

De VLM heeft in het recente verleden grote inspanningen geleverd in de Westhoek. In de toekomst verschuift het accent meer naar de veldzone in het Brugse Ommeland.

Volgende projecten zijn van belang voor de Westhoek waarbij afspraken moeten gemaakt worden naar recreatieve ontsluiting met Westtoer:

- Herinrichting riviergehucht Fintele (inrichtingsplan)
- Dorpskernherinrichting Avekapelle (inrichtingsplan)
- Afwerking van de lopende inrichtingsplannen Vallei De IJzer, De Moeren, Polderwaterlopen deel 2, Nieuwkapelle en oude spoorwegbedding Nieuwpoort-Diksmuide
- Ruilverkaveling Sint-Rijkers
- Afwerking van de lopende ruilverkavelingsprojecten Reninge en Woesten
- Natuurinrichtingsproject De Blankaart
- Grondenbank i.f.v. Afdeling Water voor de inrichting van de Poperingevaart

- *Projecten van provincie en gemeenten*
 - Uitbreiding van provinciedomeinen met aandacht voor bezoekersonthaal
 - Uitbreiding of aanleg van gemeentelijke groendomeinen
 - Verderzetten van provinciale sensibiliseringsacties omtrent bedrijfsintegratie en landschapsbedrijfsplannen
- *Onderzoek naar mogelijke overheidsinspanningen voor het maximaal behouden van de hopteelt en het hoperfgoed in de Westhoek*

De mogelijke overheidsinspanningen betreffen de verschillende overheidsniveaus en kunnen meerdere vormen aannemen (aankoop van gronden, subsidiëring, enz).

1.3 Meer aandacht voor het bouwkundig erfgoed en voor de kwaliteit van de bebouwde ruimte

Naast natuur- en landschapsontwikkeling, dient ook de nodige aandacht uit te gaan naar de bebouwde omgeving en het erfgoed. De bebouwde ruimte in de dorpen en stadjes en het erfgoed in het buitengebied zijn immers belangrijke beeldbepalende elementen. De Westhoek heeft een enorme rijkdom aan historisch erfgoed dat op termijn verloren dreigt te gaan. Daarnaast zijn er in de regio recent ook belangrijke toevoegingen gebeurd op vlak van hedendaagse architectuur (bv. onthaalpaviljoen op Tyne Cot Cemetery).

Acties

- *Stimuleren van de Westhoekgemeenten om een visie te ontwikkelen over het bouwkundig erfgoed in hun ruimtelijke plannen*

De gemeenten die nog een structuurplan aan het opmaken zijn kunnen daarin een visie ontwikkelen rond het behoud van het bouwkundig erfgoed en er een instrumentarium voor ontwikkelen. De gemeenten met een goedgekeurd structuurplan kunnen eveneens nog verder een instrumentarium uitwerken (bv. lijst van waardevolle gebouwen met voorschriften). Niet alleen het omgaan met beschermd erfgoed vormt een uitdaging. Dit is met name ook het geval voor niet-beschermd onroerend erfgoed.

- *IJveren voor een volledige Inventaris Bouwkundig Erfgoed in de hele Westhoek*

De opmaak van de inventaris van het bouwkundig erfgoed gebeurt door het Vlaams Instituut voor het Onroerend Erfgoed (VIOE). Het VIOE is verantwoordelijk voor het beheer van de inventarisgegevens in de databank. Anderzijds zorgt het Instituut voor de aanvulling van de gegevens in het kader van herinventarisatie of aanvullende thematische inventarisatie. Voor West-Vlaanderen is de geografische inventarisatie een taak van de entiteit Onroerend Erfgoed van het Agentschap R-O Vlaanderen en wordt ze uitgevoerd door het inventaristeam van de provinciale R-O cel.

Deze inventaris wordt onder meer gebruikt voor bouwverordeningen. Opname in de lijst biedt meer mogelijkheden voor het pand qua mogelijke invulling. Voor de Westhoek is de inventarisatie nog niet volledig afgewerkt (Koekelare en Kortemark ontbreken nog).

- *Maximaal inzetten op het instrument van het erfgoedconvenant*

Een erfgoedconvenant heeft als doel het lokale bestuursniveau te stimuleren tot de uitbouw van een duurzaam en integraal cultureel-erfgoedbeleid. Het is een samenwerkingsovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap enerzijds en een gemeente of samenwerkingsverband van gemeenten anderzijds. In zo'n convenant, dat voor 6 jaar wordt afgesloten, wordt aandacht besteed aan een brede waaier van cultureel erfgoed (roerend en immaterieel). De Vlaamse Gemeenschap voorziet een werkingssubsidie voor de uitvoering ervan.

Analoog aan de noord-zuid structuur van de Regionale Landschappen in de Westhoek kan zowel voor het noorden als voor het zuiden van de regio een erfgoedconvenant worden opgezet. In het zuiden werden daartoe al concrete stappen gezet. Het waardevol erfgoed kan toeristisch gevaloriseerd worden in erfgoedwandelingen (zie verder). De provincie kan hier een begeleidende rol spelen.

- *Een selectie maken van merkwaardige dorpen voor prioritaire acties*

Het gaat niet enkel om bescherming en behoud van erfgoed (gebouwen, oorlogserfgoed, klein erfgoed) en om de zorg voor kwaliteitsvolle streekeigen architectuur (bv. bij renovatie van hoeves), maar tevens om de kwaliteitsvolle inrichting van het openbaar domein van merkwaardige dorpen. Er kan binnen dit kader een selectie worden gemaakt van zulke dorpen (met uitwerking van een keurmerk hiervoor) waar prioritaire acties kunnen worden ondersteund ter bevordering van erfgoed en landschap.

- *Gestructureerd overleg tussen Dienst Cultuur van provincie en Westtoer*

De dienst cultuur van de provincie werkt momenteel aan een 'format' waarbij het in de regio aanwezige erfgoed op Westhoekniveau via historische verhaallijnen aan elkaar verbonden wordt. Bedoeling is om via een aantal ankerpunten (instappunten) de geschiedenis van de streek op een toegankelijke manier te vertellen en op het terrein te duiden, steeds met verwijzingen naar relevant erfgoed in de onmiddellijke omgeving of sites in de ruimere regio. Het gaat met andere woorden om een 'format' voor geschiedkundige duiding, niet alleen voor de lokale bevolking maar ook voor toeristen. Als ankerpunten kunnen stadjes of dorpen fungeren van waaruit een verhaal verteld kan worden, maar ook musea (bv. Archeologisch Sitemuseum in Werken). Net als bij de Regionale Landschappen zijn ook hier afspraken nodig tussen de dienst cultuur en Westtoer. Beide diensten kunnen elkaar aanvullen. Voor zover gekoppeld aan de toeristisch-recreatieve netwerken en routestructuren die door Westtoer werden ontwikkeld, kan het erfgoednetwerk een verrijking zijn voor de toerist.

1.4 Aandacht voor landschap en milieu vanuit diverse sectoren

Ondanks afspraken wat betreft de kwalitatieve inpassing van industrieterreinen, infrastructuur of landbouwgebouwen, lijninfrastructuur en woonverkevelingen, zijn er steeds verdere ontwikkelingen die het landschap verstoren. Ook laat de handhaving van de huidige wetgeving voor landschappelijke inkleding van activiteiten veel te wensen over (bv. het industrieterrein Ieper Noord rijkt zonder noemenswaardig groenscherm tot aan de Carrefour des Roses waar een belangrijk WO I-monument staat).

De ruimtelijke planning speelt een grote rol bij een integrale aanpak van het landschap. Dit is zeker zo op het gemeentelijke niveau. Zo kan de kwaliteit van de open ruimte sterk aangetast worden door een té grote spreiding van verkavelingen, ambachtelijke zones enz. Door het bundelen van bepaalde ontwikkelingen, is er een grotere garantie voor de bewaring van het open landschap.

Acties

- *Strengere handhaving van de huidige wetgeving voor de landschappelijke inkleding van activiteiten*

Er moet strenger opgetreden worden door gemeenten en provincie tegen overtredingen van de bestaande wetgeving voor landschappelijke inkleding van ontwikkelingen.

Bij de uitbreiding of aanleg van industrieterreinen is een minimale groenbuffer van 50 à 100 m breed aangewezen ten opzichte van militaire begraafplaatsen uit Wereldoorlog I en cultuurhistorische relictten.

- *Stimuleren van de gemeenten om in hun ruimtelijke plannen eerder de bundeling te bevorderen dan spreiding*

Hogere beleidsniveaus moeten de gemeenten stimuleren om een dergelijke visie toe te passen (bv. het afwerken van een cluster van bedrijfsgebouwen in de open ruimte tot een kwalitatief industrieterrein).

- *Ondersteunende maatregelen voor het ontwikkelen van kwaliteitsvolle bedrijfsgebouwen door de provincie*

De provincie geeft binnenkort een nieuwe brochure uit over 'Kwaliteitsvolle bedrijfsgebouwen als bakens in het landschap'. Zo'n publicatie is zeer vrijblijvend. Subsidies of wedstrijden hebben een groter effect. Dit is zeker belangrijk voor agrarische gebouwen, zoals loodsen.

- *Kwalitatieve inpassing van industrieterreinen*

De WVI, die voor de meeste gemeenten in de Westhoek de industrieterreinen ontwikkelt, moet meer aandacht hebben voor de creatieve inpassing van die terreinen in het open landschap.

- *Vertegenwoordiging van Westtoer in diverse overlegplatformen.*

Het is van groot belang dat Westtoer vertegenwoordigd is bij het uitstippelen van het ruimtelijke of integrale beleid rond het platteland, bv. in de werkgroep Platteland van de provincie, in de opmaak van het provinciaal landbouwbeleidsplan, in de PROCORO en in andere overlegplatformen. Zo wordt er met de sector toerisme en recreatie rekening gehouden als een volwaardige economische sector in de regio.

- *Gestructureerd overleg tussen de dienst MiNaWa van de provincie en Westtoer*

De werking van de provinciale dienst Milieu-, Natuur- en Waterbeleid (MiNaWa) vertoont op een aantal vlakken aanknopingspunten met de activiteiten van Westtoer. Om de synergie tussen beide diensten te maximaliseren (bv. op vlak van provinciedomeinen, groene assen, milieuzorg, landschapseducatie), is gestructureerd overleg tussen beide noodzakelijk.

- *Aandacht voor kwalitatieve verbetering van groen in stad of dorp.*

Voorbeelden zijn:

- Veurne (vernieuwing stadspark + uitbouw van nieuw vestingpark);
- Beauvoorde (vernieuwing kasteelpark);
- Zonnebeke (vernieuwing gemeentelijk park);
- Diksmuide (plannen voor vestingparken Diksmuide Noord en Zuidoost Diksmuide).

1.5 Aandacht voor landschap en milieu vanuit de toeristische sector

Ook de toeristische sector zelf moet zich engageren om zich milieubewust en met respect voor het landschap en de erfgoedwaarden te ontwikkelen.

Initiatieven uit het verleden, zoals het project Integrale Kwaliteitszorg (met aandacht voor milieuzorg) bij uitbatingen van plattelandstoerisme en kleinschalige toeristische attracties, waren daar reeds een eerste aanzet toe. Dit aandachtspunt moet verder worden aangehouden bij het begeleiden van de diverse ondernemers en attracties. Ook milieuzorg rond evenementen (bv. Folkfestival) blijft een aandachtspunt.

Acties

- *Begeleiding van individuele toeristische actoren tot milieubewust gedrag en tot het ontwikkelen van infrastructuur met respect voor het landschap en het bouwkundig erfgoed.*

Nieuwe projecten kunnen milieubewust gedrag en respect voor het landschap en het bouwkundig erfgoed helpen stimuleren. Zo zal de nieuwe logiescoördinator die binnenkort bij Westtoer wordt aangeworven, individuele ondernemers begeleiden. Hij kan hen advies geven over milieu, streekeigen groen, aangepaste architectuur. Indien nodig kan hij hen doorverwijzen naar andere instanties.

- *Aandacht van Westtoer voor milieu en landschap bij de inrichting van routegebonden infrastructuur.*

Westtoer is een belangrijke actor in de open ruimte ten gevolge van de inrichting van de routestructuren. Westtoer gebruikt het best zoveel mogelijk milieuvriendelijke materialen. Om visuele vervuiling tegen te gaan, wordt de bebording best zoveel mogelijk gebundeld.

- *Communicatie met de toerist over milieubewust gedrag en respect voor de hele omgeving*

Westtoer en lokale toeristische diensten kunnen nog meer aandacht vragen voor milieubewust gedrag in hun communicatie met de toerist (bv. op fietsnetwerkkarten, in toeristisch drukwerk, bij het geven van informatie). Naast aandacht voor milieubewust gedrag is ook respect voor de hele omgeving aan de orde (landbouw, bewoners, etc).

- *Westtoer engageert zich om vanaf 2009 een 'visitor payback'-systeem in te voeren*

Westtoer wil via een 'visitor payback'-systeem middelen genereren voor het ondersteunen van landschapsontwikkeling. Er kan bijvoorbeeld gedacht worden aan een fonds dat gevoed zou kunnen worden door een bijdrage vanuit de kaartenverkoop van recreatieve routes van Westtoer. Voor de besteding van de middelen kan samenwerking gezocht worden met instanties, zoals het Agentschap voor Natuur en Bos, de Regionale Landschappen, natuurverenigingen of andere instanties als bv. de vzw Boerenlandchap. De middelen kunnen o.m. dienen voor een optimale landschappelijke inkleding van recreatieve infrastructuur, ontsluiting en herstel van trage wegen en visueel afschermen van storende elementen in het landschap, met name in kwetsbare gebieden (bv. bezoekersgeleiding via knuppelpaden).

2 VERDIEPEN VAN DE GLOBALE BELEVING VAN HET OORLOGSGEBEUREN (SD 2)

De Westhoek onderscheidt zich van alle andere Vlaamse regio's door de sterke aanwezigheid van het hele gebeuren rondom Wereldoorlog I. Er is bovendien steeds meer interesse in dat thema vanuit een breder publiek. Zeker in het licht van de nakende 100ste verjaardag in 2014-2018 is het van belang om dit in een afzonderlijk punt te behandelen.

Om de diverse geplande initiatieven naar aanleiding van 2014 -2018 te coördineren, heeft de Vlaamse Minister voor Toerisme aan Westtoer de opdracht gegeven om in samenwerking met Toerisme Vlaanderen een coherent plan op te maken ter voorbereiding van deze herdenking. Dit gaat zowel over het aanpakken van diverse oorlogsites als over het coördineren van de evenementen die dan zullen plaatsvinden.

Het actieplan zal betrekking hebben op de volgende thema's:

- fysische productontwikkeling (onthaalinfrastructuur, attractiepunten, valorisatie en omkaderende infrastructuur in het landschap,...);
- logiesfaciliteiten;
- evenementen (in de meest brede betekenis);
- marketing in het bijzonder op de buitenlandse markt;
- aanbevelingen voor andere sectoren die het toerismebeleid flankeren en idealiter ook faciliteren (erfgoed, media, cultuur, jeugd, ...);
- ontwikkeling van een netwerkstructuur voor de opvolging van het project;
- aanzet tot inspelen op meer generieke, corporate aanpak van de overheid richting 2014-2018 (internationale positionering Vlaanderen).

In afwachting van de concrete uitwerking van dit actieplan kunnen nu reeds volgende acties naar voor worden geschoven.

Acties

- *Versterken van de grote museale attracties in verband met Wereldoorlog I*

Voor alle grote museale attracties m.b.t. Wereldoorlog I is het noodzakelijk zich op periodieke basis te vernieuwen, om op die manier te kunnen beantwoorden aan de wijzigende verwachtingen van het publiek. Dit is niet alleen het geval voor het In Flanders Fields Museum in Ieper, dat als combinatie van museum en streekbezoekerscentrum het belangrijkste instappunt blijft voor het Wereldoorlog I-gebeuren in de regio, maar ook voor het Memorial Museum Passchendaele 1917 in Zonnebeke, de IJzertoren in Diksmuide en het Talbot House in Poperinge.

In Flanders Fields Museum (IFFM)

Om de dynamiek te behouden en ook nog meer kwalitatief te gaan werken is het noodzakelijk om dit museum tegen 2012 grondig te vernieuwen en uit te breiden. Van cruciaal belang daarbij is de doorverwijzingsfunctie van het IFFM naar de andere musea en sites in verband met Wereldoorlog I. Zij kunnen op hun beurt zorgen voor uitdieping van het thema of voor een andere invalshoek. Even belangrijk is echter dat ook de andere sites doorverwijzen naar het IFFM en naar elkaar. Op die manier krijgen we een coherent netwerk van attractiepunten en sites (wat een verrijking van het aanwezige product zou betekenen⁵⁸).

Memorial Museum Passchendaele 1917

Ook het Memorial Museum Passchendaele 1917⁵⁹ moet een totaalconcept uitwerken voor het samenbrengen en ontsluiten van oorlogserfgoed in de onmiddellijke omgeving van het museum. Daarbij wordt o.m. gedacht aan het museaal ontsluiten van een nog bewaarde Duitse loods, aan het samenbrengen van klein onroerend erfgoed in een museumtuin en de verdere op educatief verantwoorde verankering van het living history-concept. Daarnaast is ook het toegankelijk maken van verschillende oorlogsrelicten tussen Passendale en Polygoon aangewezen.

IJzertoren

Ook voor wat betreft de IJzertoren zijn vernieuwingen gewenst. Naast inhoudelijke vernieuwing, wordt daarbij o.m. ook gedacht aan het scheiden van de bezoekersstromen in de toren. Het museum zal daarenboven een aanvraag indienen voor regionale erkenning.

Talbot House

Het Talbot House viert in 2015 zijn 100ste verjaardag. Dit museum moet gelinkt worden met de begraafplaats Lyssenthoek Cemetery. Het leven achter het front, de medische verzorging, de logistiek en het transport kunnen uitgebreider onder de aandacht worden gebracht.

- *Algemene bescherming en bewaring van het frontlandschap (met sites, begraafplaatsen en monumenten)*

Na 100 jaar is het landschap de nog enige overblijvende getuige van de Eerste Wereldoorlog. Het is daarom van uitermate groot belang, zowel cultuurhistorisch als toeristisch, om het historische frontlandschap van de Westhoek en het erin aanwezige oorlogserfgoed zoveel mogelijk te beschermen en te bewaren. De provinciale werking 'Oorlog en Vrede in de Westhoek' heeft de voorbije jaren een uitgebreide inventaris opgesteld van het aanwezige oorlogserfgoed in de regio. Niet alleen het Vlaamse niveau en de provincie, maar ook de gemeenten hebben een grote verantwoordelijkheid voor de juridische bescherming en de bewaring ervan (bv. door het opnemen van die elementen in een erfgoedconvenant en door voorschriften uit te werken voor de toegelaten bebouwing rondom de historische oorlogsites). Ze moeten ook zorgen voor een juiste inzet van financiële middelen en voor de sensibilisering van streekbewoners.

⁵⁸ Uit het onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek (2006) bleek immers dat de aanwezige sites door de bezoekers niet als een samenhangend geheel werden gepercipieerd.

⁵⁹ Het Memorial Museum Passchendaele 1917 zal een aanvraag indienen voor een erkenning als regionaal museum.

- *Optimaliseren van het bezoekersonthaal bij een beperkt aantal begraafplaatsen*

Zoals op Tyne Cot Cemetery en op de Duitse begraafplaats in Langemark, zijn er andere begraafplaatsen die een kwalitatieve inrichting en een beter onthaal verdienen. Zo zou een beperkt onthaalcentrum het specifieke karakter van Lyssenthoek Cemetery kunnen duiden (met het accent op medische verzorging, verschillende nationaliteiten die er begraven liggen). We denken ook aan de Duitse begraafplaats in Vladslo, en aan de Belgische in Houthulst waarbij de Belgische aanwezigheid aan het front in haar geheel ook meer aandacht moet krijgen (bv. molen in Klerken).

- *Beperkte toeristische ontsluiting van het frontlandschap en van een aantal sites in dit landschap als één samenhangend geheel*

We moeten het historische frontlandschap met haar sites op een beperkte, evenwichtige, kwalitatieve en respectvolle manier toeristisch ontsluiten en valoriseren. Uiteraard moet dit gebeuren met respect voor de 'sacred grounds'; op een zachte, kwaliteitsvolle en eigentijdse manier (cfr. onthaalinfrastructuur op Tyne Cot Cemetery).

In samenspraak met de provinciale werking 'Oorlog en Vrede in de Westhoek' kan Westtoer deze taak van toeristische ontsluiting op zich nemen. Daarom is het meer dan gewenst dat de provinciale werking 'Oorlog en Vrede in de Westhoek' structureel verankerd wordt in de werking van de provincie. Daarbij zijn er goede afspraken met Westtoer nodig.

Volgende elementen zijn belangrijk:

- De aanwezige sites in het landschap moeten maximaal *naar elkaar doorverwijzen* zodat de toerist het gebied als een eenheid ervaart. Zoals reeds gezegd, percipieert de toerist het frontgebied als een versnipperd geheel van losstaande monumenten, sites en begraafplaatsen. In het gebied van de Somme (Wereldoorlog I) en in Normandië (Wereldoorlog II) daarentegen slaagt men er wél in om het front als een samenhangend geheel te duiden.
- Er moet *meer duiding komen over de sites zelf en meer ondersteunende infrastructuur* zoals rustbanken en sanitair.
- De economische return van het gegeven Wereldoorlog I moet de volledige regio ten goede komen en mag niet geconcentreerd blijven binnen een beperkt gebied.

Volgende sites m.b.t. WO I kunnen mogelijks een inrichting krijgen:

- het sluizencomplex de Ganzepoot in Nieuwpoort;
- de Frontzate;
- het Kanaal Ieper-IJzer (de 3 grachten);
- de Ieperboog met o.m. aandacht voor Pilkem Ridge, Bellewaerde Ridge, Hill 60, Hill 62 en de commandobunker in Zandvoorde;
- Heuvelland (site Kemmelberg en Bayernwald).

Wat Bayernwald betreft, dient alvast gestreefd te worden naar verdere consolidatie van de site, alsook naar een betere publiekstoegankelijkheid voor individuele bezoekers.

Ook andere sites zouden een beperkte inrichting kunnen krijgen. Daarbij wordt o.m. gedacht aan de site Lange Max in Koekelare. Dit moet afgetoetst worden met het hiervoor vermelde plan ter voorbereiding van de herdenking in 2014-2018 en met de provinciale werking 'Oorlog en Vrede'.

3 **UITBOUWEN VAN HET FIETSNETWERK WESTHOEK TOT EEN VOLWAARDIG FIETSPRODUCT (SD 3)**

Het fietsnetwerk van de Westhoek is van groot belang voor de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de Westhoek. Het trekt omgevingsrecreanten aan (bewoners van de Westhoek), dagtoeristen van de Kust en van een woonplaats elders dan de Westhoek, en verblijfstoeristen. Ze hebben een aanzienlijke economische impact (zie onderzoek fietsnetwerk Westhoek, 2006).

Nu de basisinfrastructuur van het fietsnetwerk grotendeels is afgewerkt, dient aandacht te gaan naar het oplossen van een aantal 'missing links' en naar wat we hier de recreatieve 'aankleding' van het netwerk noemen. Volgende acties zijn daarbij van belang.

Acties

▪ *Aanpakken van een aantal 'missing links'*

Wat de basisinfrastructuur betreft dient voor een aantal 'missing links' nog een oplossing te worden gezocht. Voor de Westhoek kunnen volgende 'missing links' aangegeven worden die prioritaire aandacht verdienen:

- Tunnel onder de A18 ter hoogte van de Franse grens met aansluiting op de Moeren;
- Fiets- en wandelbrug over kanaal Veurne-Duinkerke (de geplande fietsverbinding tussen Adinkerke en Frankrijk verantwoordt de aanleg van deze brug);
- Aanleg vrijliggende grensoverschrijdende fietsverbinding Adinkerke – Duinkerke met voorkeur voor de spoorwegbedding⁶⁰ (aansluiting Kustfietsroute met Frankrijk);
- Onderzoek naar de mogelijkheid van de realisatie van onbemande fietsveren over de IJzer (bv. ter hoogte van het natuurreservaat De Blankaart of ter hoogte van de Dodengang);
- Fietsverbinding natuurreservaat De Blankaart - Diksmuide (rechteroever van de IJzer), met aandacht voor recreatieve verbindingen bij de aanleg van de ring;
- Vrijliggend fietspad tussen knooppunt 62 en 69 (tussen Stavele en Roesbrugge);
- Fiets- en wandelbrug over de IJzer ter hoogte van Beveren a/d IJzer;
- Aanleg van de fietsverbinding tussen Tyne Cot Cemetery en de Oude Kaasmakerij;
- Verbinding Kortemark-Torhout (Vrijbosroute) om zo aansluiting te geven op de Groene 62 naar Oostende;
- Aanleg vrijliggende fietsverbinding Zonnebeke-Roeselare langs oude spoorwegbedding;
- Ontwikkelen van doorgaande fietsverbinding Ieper - Komen - Deulemont - Lille/Roubaix.

⁶⁰ Aan Franse zijde wordt tot de grens een fietspad aangelegd langs de spoorweg.

- *Opnemen van recreatieve verbindingen in de mobiliteitsplannen van de gemeenten*

Naast de functionele fietsverbindingen moeten de gemeentelijke mobiliteitsplannen ook aandacht besteden aan recreatieve verbindingen. Het is dan ook aangewezen dat de sector toerisme en recreatie geconsulteerd wordt bij de opmaak die plannen.

- *Bevorderen van de verkeersveiligheid langs het netwerk*

Uit onderzoek blijkt een grote tevredenheid bij fietsers op het fietsnetwerk over de veiligheid van de oversteekplaatsen. Toch zijn er nog een aantal knelpunten, onder meer op kruisingen met grote verkeersassen. In het algemeen moeten gemeentebesturen ook meer aandacht hebben voor de veiligheid op landelijke wegen. Zo zou er kunnen onderzocht worden of men drukke jaagpaden niet tijdelijk voor doorgaand autoverkeer kan afsluiten.

- *Bij de heraanleg van de N8 ijveren voor voldoende veilige overgangen zodat het fietsnetwerk niet volledig doorgeknipt wordt*

De aanleg van de geplande N8-bypass tussen Ieper en Woesten mag niet leiden tot het doorknippen van het fietsnetwerk. Met name de segmenten tussen de knooppunten 25-81 en 52-81 moeten voldoende veilig blijven.

Ook verderop richting Veurne moeten er voldoende veilige fietsovergangen zijn.

- *Kwalitatieve inrichting van de omgeving van het fietsnetwerk en van de structurerende groene assen met prioriteit voor de Frontzate*

Het wegdek van de Frontzate moet een verharding krijgen met waterdoorlatend asfalt op basis van recuperatiemateriaal. Daarnaast staan ook de Vrijbosroute - de verbinding tussen Vijfwegen, Langemark en Boezinge - op de prioriteitenlijst (te smal, nieuw wegdek nodig).

Het is aangewezen om de recreatieve aankleding van de provinciale fietszaten op een uniforme manier aan te pakken. Samen met de jaagpaden zijn ze de hoofdassen of groene assen van het fietsnetwerk. Westtoer heeft, in samenwerking met de provincie, een studie uitgeschreven om dit op provinciaal niveau op een kwalitatieve en uniforme manier in te vullen.

Ook de recreatieve groeninrichting langs het fietsnetwerk is een belangrijk aandachtspunt voor bv. gemeenten of Regionale Landschappen. Prioriteit dient daarbij uit te gaan naar de druk befietste doorgaande provinciale fietsassen en naar trajecten in de (hierboven genoemde) recreatieve aandachtsgebieden.

- *Voorzien van inrijpunten voor het fietsnetwerk Westhoek*

Het gaat hier om goed uitgeruste en goed gelokaliseerde fietsinrijpunten (met parking, sanitair, picknickplaats, bemand informatiepunt, horeca in de nabijheid, mogelijkheid tot aankopen van fietskaarten, mogelijkheid tot fietsverhuur en -herstel e.a.). Westtoer moet een selectie maken van de meest geschikte inrijpunten op het fietsnetwerk van de Westhoek. In de streefdoelen (stap 6) werd gesteld dat minimum 5 inrijpunten ontwikkeld moeten zijn op het einde van 2012.

- *Voorzien in andere ondersteunende voorzieningen langs het fietsnetwerk*

Uit het onderzoek in 2006 bij de fietsers op het fietsnetwerk van de Westhoek konden we vaststellen dat iets meer dan de helft van deze fietsers medioren (50-65 jaar) zijn. Zij zijn vragende partij voor:

- rustpunten
- zitbanken
- picknickmogelijkheden
- oriëntatiepunten
- duiding via infoborden.

- *Pleiten voor de mogelijkheid tot ontwikkelen van reca-voorzieningen langs het netwerk*

Vooralsnog worden er vanuit de ruimtelijke ordening beperkingen opgelegd voor het ontwikkelen van nieuwe reca-uitbatingen in de open ruimte. Nochtans blijkt uit onderzoek dat 70% van de recreatieve fietsers halt houdt in een café of restaurant langs het netwerk. Het is dus gewenst om meer reca-voorzieningen mogelijk te maken langs het fietsnetwerk en zeker langs de grote assen. Het is evident dat ze enkel kunnen ontwikkeld worden in de bestaande bebouwing en met de nodige aandacht voor verkeersveiligheid (bv. op vlak van parking). Vanuit Westtoer zal dit standpunt verdedigd worden bij de herziening van het Provinciaal Structuurplan voor West-Vlaanderen.

Aansluitend hierbij moeten er ook oplossingen worden gezocht voor het probleem van de onregelmatige openingstijden van heel wat cafés en restaurants (zie hiervoor ook bij de acties onder 'couleur locale' bij het punt 'Kwalitatief verdiepen van de rest van de toeristisch-recreatieve beleving van de Westhoek en realiseren van spreiding van bezoekers').

- *Stimuleren van fietsvriendelijke reca-voorzieningen en logies*

De fietsvriendelijkheid van de reca-voorzieningen en het logies kan worden verhoogd door het stimuleren van het fietslabel van Toerisme Vlaanderen. Belangrijk aandachtspunt hierbij zijn de beperkte openingsuren van de reca-voorzieningen in de Westhoek (zie hiervoor ook onder actiepunten 'Couleur locale')

- *Verder uitwerken van belevingsgerichte fietsroutes op het fietsnetwerk*

Uit het onderzoek bij de recreatieve fietsers op het fietsnetwerk werd een duidelijke interesse vastgesteld voor thematische fietsroutes gericht op couleur locale, beleving, authenticiteit en verdieping. Anderzijds merken we dat de verkoopcijfers van dergelijke routes lager zijn dan verwacht. Het vrij nieuwe product van thematische fietsroutes zal in dit licht geëvalueerd moeten worden. De benadering via één centraal thema is wellicht niet de meest geschikte manier om aan bezoekers de nodige verdieping aan te bieden. Meer aangewezen is wellicht een benadering die het landschap in zijn totaliteit tracht te duiden.

In de rand hiervan is het van belang te vermelden dat Westtoer zal moeten inspelen op nieuwe technologische ontwikkelingen zoals bv. gps-gestuurde fietstochten. Wellicht kunnen ze geïntegreerd worden in de commerciële productontwikkeling.

- *Uitwerken van commerciële fietsarrangementen*

Het uitwerken van commerciële fietsverblijven gaat nog een stap verder. Fietsen en logeren worden gecombineerd; de bagage wordt eventueel nagebracht. Tot nu toe ondersteunt Toerisme Vlaanderen logiesuitbaters bij het uitwerken van fietsarrangementen. Maar het is onzeker of die steun zal blijven, wanneer Vlaanderen Vakantieland wegvalt. De ervaring leert dat er zeker een markt bestaat voor fietsarrangementen. De privé-sector vervult hier al een rol. De regiowerking zou kunnen helpen door zelf bovenlokale arrangementen uit te werken of door logiesuitbaters te begeleiden.

4 KWALITATIEF VERDIEPEN VAN DE REST VAN DE TOERISTISCH-RECREATIEVE BELEVING VAN DE WESTHOEK EN REALISEREN VAN SPREIDING VAN BEZOEKERS (SD 4)

We hebben het in dit onderdeel over:

- niet-oorlogsgerelateerde attracties
- recreatieve groengebieden
- de IJzer- en Handzamevallei
- het wandelproduct
- andere recreatieve activiteiten
- evenementen
- couleur locale.

4.1 Verdiepen van de beleving in niet-oorlogsgerelateerde toeristische attracties

De voorbije jaren zijn heel wat inspanningen geleverd voor het ontwikkelen van nieuwe, belevingsvolle attracties in de Westhoek. Momenteel is dan ook eerder verdieping, kwaliteitsbewaking en waar nodig kwaliteitsverbetering van de bestaande attracties aan de orde, eerder dan het nog bijkomend ontwikkelen van nieuwe grootschalige attractiepunten.

In Veurne (en in Nieuwpoort) werd nog geen hefboomproject, zoals voorgesteld in het vroegere strategisch beleidsplan, gerealiseerd.

Kwalitatieve kleinschalige attractiepunten kunnen het aanbod - voor zover complementair aan de huidige thema's, passend binnen de positionering van de regio en selectief in aantal - wel nog verder verbreden en aanvullen.

Alle attracties moeten zich in de toekomst tijdig aan nieuwe tendensen aanpassen. Ze moeten zich dynamisch opstellen en nieuwe doelgroepen proberen aan te spreken.

Acties

▪ *Uitbouwen van een nieuwe attractie in Veurne*

Voor het Stadhuis/Landhuis in Veurne wordt een nieuwe invulling gezocht. Er wordt geopteerd om hier iets te ontwikkelen omtrent de geschiedenis van de stad, met als centraal gegeven de Spaanse Tijd. Deze attractie moet 20 000 bezoekers per jaar kunnen aantrekken.

▪ *Onderzoek naar de toeristische invulling van de hoeve Destrooper in Lo*

Deze hoeve biedt een interessante opportuniteit voor het ontwikkelen van een bezoekersattractie rond het thema streekproducten. Qua toeristische invulling moeten volgende functies op hun haalbaarheid worden onderzocht:

- onthaal in functie van het bedrijfsbezoek
- degustatieruimte voor streekproducten.

▪ *Ondersteunen en waar nodig vernieuwen van bestaande attracties.*

Het gaat hierbij om attracties die enerzijds heel succesvol zijn en hun activiteiten willen uitbreiden en andere die reeds een hele tijd geleden werden ontwikkeld.

Voorbeelden zijn:

- o het bakkerijmuseum in Veurne (dat haar beleavingsgericht aanbod wil uitbreiden met bv. bakcursussen);
- o het Openluchtmuseum Bachten de Kupe in Alveringem;
- o het Mout- en Brouwhuis De Snoek in Alveringem (waar er een oplossing moet komen voor de problematische uitbatingsstructuur (bv. zoeken naar een synergie tussen museum en gemeentelijk onthaal);
- o de brouwerij Christiaenssite (Koekelare): hier zou men meer duiding kunnen geven over de figuur van Käthe Kollwitz; op de vrij druk bezochte Duitse militaire begraafplaats in Vladslo staat een beeldengroep van deze kunstenares;
- o herbekijken van de inrichting van het Fransmansmuseum.

Daarnaast moet er gekeken worden hoe de tentoonstelling 'Van akker tot bakker', die sinds twee jaar in de Oude Bloemmolens in Diksmuide wordt georganiseerd, binnen dit geheel kan worden geïntegreerd.

▪ *Activeren en zo mogelijk structureel verankeren van het samenwerkingsverband "Westhoek Streekmuseum".*

In 2004 werd een samenwerkingsverband opgericht tussen een aantal, voornamelijk ambachtelijke musea (Westhoek Streekmuseum). Dat initiatief moet verdergezet en, zo mogelijk, structureel verankerd worden in de werking van de provincie. Het samenwerkingsverband zou moeten kunnen uitgroeien tot een netwerk van zoveel mogelijk (niet-oorlogsgelateerde) musea in de Westhoek. Nu ligt het accent vooral op het aspect ambachten; het moet uitgebreid worden naar andere thema's (Kelten, Romeinen, archeologie etc). Op die manier zou de vlag "Westhoek Streekmuseum" meer de lading dekken. Tenslotte kan het samenwerkingsverband, door uitwisseling van ervaringen, de attracties ertoe aanzetten om een meer beleavingsgericht aanbod te ontwikkelen en gezamenlijk promotie te maken voor specifieke doelgroepen zoals de dagtoeristen met autocar of de individuele dagtoerist van de Kust.

Daarnaast moet de projectmatige grensoverschrijdende samenwerking met Noord-Frankrijk ten volle benut worden.

- *Afstemming met Westtoer over de verhaallijnen die kunnen worden uitgewerkt op basis van het erfgoednetwerk van de provincie*

De elementen die binnen het erfgoednetwerk van de provincie worden beschermd, dienen hun toeristische vertaling te krijgen in verhaallijnen langs de routestructuren. De provincie moet afspraken maken met Westtoer om afstemming te verkrijgen rond de verhaallijnen.

- *Systematisch bijhouden van de bezoekersaantallen*

Binnen het samenwerkingsverband kan een systeem opgezet worden om de bezoekersaantallen op een consequente en nauwkeurige manier bij te houden en door te geven aan Westtoer. Dat moet ook gebeuren voor de kleinere attractiepunten.

4.2 Verdere kwalitatieve uitbouw van recreatieve groengebieden

De term groengebieden definiëren we hier ruim als de verzamelnaam voor openbaar toegankelijke bossen, stadsrandbossen, natuurgebieden, provinciedomeinen en recreatiegebieden.

Acties:

- *Verdere uitbreiding van provinciedomeinen en andere groengebieden met het oog op recreatie*

Het is aangewezen dat de Provincie de provinciedomeinen de Palingbeek, de Gasthuisbossen en de Kemmelberg uitbreidt met het oog op een betere spreiding van de recreatieve druk.

Ook het Vlaamse niveau heeft plannen voor natuur- en bosuitbreiding. Hierboven werden reeds acties beschreven van het Agentschap Natuur en Bos en de VLM. Vele daarvan hebben te maken met het verder uitbouwen van groengebieden. Het is belangrijk dat daar voldoende recreatieve ontsluiting wordt gegarandeerd en dat er bij bosuitbreidingen speelbossen worden aangelegd.

- *Ontwikkelen van een globale visie m.b.t. recreatief onthaal in groendomeinen*

Er moet een visie worden ontwikkeld omtrent het recreatief medegebruik van de afgebakende recreatieve aandachtsgebieden (zie hoger), waar mogelijks uitbreidingen zullen plaats vinden.

Met name in het zuiden van de regio zijn er een aantal groengebieden die een verschillende eigendomsstructuur hebben (bv. Vlaams Gewest, provincie, gemeente, Natuurpunt). Elk van die beheerders pakt de recreatieve toegankelijkheid en het bezoekersonthaal op zijn manier aan (eigen bewegwijzering, eigen bebording, eigen stijl van ondersteunende recreatieve infrastructuur etc). Een aanpak om dit aanbod te optimaliseren, te versterken en er meer eenheid in te bewerkstelligen is aangewezen. Daartoe moeten de verschillende beheerders samengebracht worden en moet er een globale visie komen omtrent onthaal in en ontsluiting van deze groengebieden (bv. uniformiteit in bebording en bewegwijzering, aandacht voor toegankelijkheid voor personen met beperkte mobiliteit), niet langer op het niveau van een individueel groengebied, maar op een grotere, meer overkoepelende schaal (bv. op het niveau van recreatieve aandachtsgebieden, zie hoger).

Ook de nieuwe provinciale aanpak inzake erfgoed (zie hoger) dient hierin ingepast te worden. De verschillende beheerders moeten ook overtuigd worden van het belang van het verzamelen van relevante gegevens over het bezoek aan hun domeinen. Hiervoor moet een platform worden opgericht rond natuur en recreatie waarin de Regionale landschappen een rol spelen, maar ook de adviesgroep voor openluchtrecreatie binnen Westtoer.

- *Diversifiëren van recreatieve activiteiten in de provinciedomeinen*

De recente initiatieven om in de provinciedomeinen mogelijkheden te voorzien voor jeugd- en jongerenkampen (bivakplaatsen) zijn duidelijk een eerste stap in de goede richting. Men kan ook denken aan andere mogelijkheden zoals het uitstippelen van ruiterspaden, fietspaden, avonturenparcours, blotevoetenpaden, mountainbikeroutes e.a. Niettemin dient er ook steeds voldoende ruimte te blijven voor natuurontwikkeling.

- *Streven naar nieuwe belevingsproducten bij de inrichting van groendomeinen*

Algemeen moet er aandacht zijn voor het uitbreiden van groen in en om de stad (bv. vernieuwing van stadsparken), met name door het voorzien van multifunctioneel stadsrandgroen (daarmee bedoelen we een groene omgeving waar verschillende functies en recreatievormen aan bod kunnen komen). Concreet moeten er nieuwe producten ontwikkeld worden zoals belevingspaden of avontuurlijke speelsites voor kinderen, of avonturenparcours voor jongeren of volwassenen.

- *Opzetten van een meet-en onderzoeksproject voor het provinciedomein de Palingbeek*

Westtoer is van plan om in 2009 een meet- en onderzoeksproject op te zetten m.b.t. de bezoekers aan het provinciedomein Palingbeek. De bedoeling is om de evolutie na te gaan van het aantal bezoekers, maar tevens om inzicht te krijgen in het profiel, het gedrag en de tevredenheid van die bezoekers met het domein en het bezoekerscentrum. Op basis van deze informatie kan gewerkt worden aan een verdere kwalitatieve uitbouw van het domein.

- *Uitbouw van nieuwe recreatiedomeinen*

Er doen zich mogelijkheden voor in Diksmuide en in Nieuwkapelle.

De geplande realisatie van een nieuw provinciedomein aan de IJzer in Diksmuide is een positief gegeven voor toerisme en recreatie in dit gebied van de Westhoek. Dergelijk nieuw domein moet een belangrijk bovenlokale, omgevingsrecreatieve functie krijgen. Het domein zal in hoofdzaak als een parklandschap worden ontwikkeld.

In tegenstelling tot andere provinciedomeinen die hoge bezoekersaantallen realiseren, is het de bedoeling om dit domein laagdynamisch te ontwikkelen.

We zien volgende mogelijkheden op vlak van toeristisch-recreatieve invulling:

- een goed uitgerust inrijpunt voor het fietsnetwerk Westhoek (zie verder)
- een brugverbinding over de IJzer
- een aantrekkelijke en veilige recreatieve verbinding tussen Diksmuide en Woumen
- een start- en aankomstplaats bij de provinciale groene as Frontzate,
- een knooppunt voor zachte waterrecreatie op de IJzer (kanosteiger, ligweiden aan het water)
- trekkershutten of kampeermogelijkheden voor trekkers
- de aanleg van een terrein voor kampeerauto's

- een ruiterverbinding tussen De Rhille, Diksmuide en het provinciedomein⁶¹, met op de lange termijn een verbinding met de Frontzate in functie van de heraanleg ervan tot een multifunctionele recreatieve as voor fietsers, wandelaars en ruiters.

Ook de zwemplas van Nieuwkapelle, waar nu recreatie op een ongeordende manier gedoogd worden, biedt mogelijkheden voor recreatieve inrichting. Daarbij zou o.a. het parkeerprobleem moeten opgelost worden en kan er een recreatief wandelpad tussen dorp en plas worden aangelegd.

Daarnaast zou er ook een oplossing gezocht moeten worden voor de momenteel rommelige toegang tot Dikkebusvijver.

4.3 De IJzer- en Handzamevallei meer als unieke troef uitspelen

De IJzer fungeert als een unieke structurerende as doorheen heel de Westhoek.

De IJzerbroeken (annex Handzamevallei) met De Blankaart (en omgeving) hebben een uniek toeristisch-recreatief potentieel inzake natte natuur, stilte- en donkertegebied in Vlaanderen. Uitdaging is deze troef beter uit te spelen als imagoversterkend, zonder dit kwetsbare gebied plat te lopen.

Acties

- *Aandacht voor de bijzondere natuurwaarden bij de toeristisch-recreatieve ontsluiting via routestructuren*

De verdere toeristisch-recreatieve ontsluiting dient op een zachte manier te gebeuren, met respect voor de natuurwaarden en de rust van het gebied (met ook aandacht voor minder gekende invalshoeken, bv de uniciteit van het gebied als stilte- of donkertegebied). Fietsen en wandelen genieten er de voorkeur. Op de meest kwetsbare stukken van de IJzer (tussen Fintele en Roesbrugge) wordt afgezien van gemotoriseerde pleziervaart.

4.4 Kwalitatieve uitbreiding van het wandelproduct

Recreatief wandelen zit in de lift en Westtoer heeft daar de voorbije jaren in de Westhoek goed op ingespeeld met de realisatie van twee wandelnetwerken en meerdere landschapswandelroutes. De verdere kwalitatieve uitbouw van het wandelproduct is aangewezen.

Acties

- *Ontwikkelen van landschapswandelroutes*

Westtoer streeft naar het ontwikkelen van topwandelingen in een omgeving van hoge landschappelijke kwaliteit.

⁶¹ Het verdient aanbeveling om in het kader van de uitbouw van het nieuwe provinciedomein in Diksmuide mogelijkheden te voorzien voor wandelruiterij, temeer daar er in de omgeving van de Rhille in het kader van het natuurinrichtingsproject Blankaart geen nieuwe mogelijkheden zullen kunnen worden geboden voor de ontwikkeling van de wandelruiterij.

Naar de toekomst toe dienen zich mogelijkheden aan voor nieuwe landschaps-wandelroutes in o.m. :

- Koekelare/Vladslo
- Beauvoorde/Vinkem/Sint-Rijkers
- Abele, Stavele/Beveren/Roesbrugge (op voorwaarde van realisatie nieuwe brug over de IJzer)
- Poperinge (Helleketelbos)
- Kortemark/Houthulst.

De reeks "Verhalen voor Onderweg" die door beide Regionale Landschappen werd ontwikkeld is een waardevolle aanvulling op het bestaande wandelaanbod. Deze wandelingen zijn niet bewegwijzerd. Er is wel een boekje dat het best vooraf wordt gelezen. Hier biedt zich een kans om met iPod of PDA gps-gestuurde wandelingen te organiseren.

Voor Zonnebeke kunnen de mogelijkheden worden onderzocht voor de ontwikkeling van een dubbel wandelcircuit met start en aankomst in het kasteeldomein. Voor de eerste lus, via de oude spoorweg, Tyne Cot Cemetery en de verbinding naar de Oude Kaasmakerij in Passendale, werken de gemeente Zonnebeke en Westtoer al samen. Er zijn ook mogelijkheden voor een tweede wandellus richting Polygoonbos. Wellicht kunnen deze circuits opgenomen worden in de thematische reeks 'Verhalen voor onderweg'.

▪ *Ontwikkelen van erfgoedwandelroutes*

Westtoer ontwikkelt ook erfgoedwandelroutes. De Westhoek beschikt over voldoende mogelijkheden om een kwalitatief aanbod aan erfgoedwandelingen uit te werken. Het kan daarbij gaan om nieuwe wandelingen (bv. in Veurne, Wervik, Koekelare of Mesen) of om bestaande wandelingen die tot een provinciale erfgoedwandeling kunnen worden omgevormd (bv. in Diksmuide, Lo, Ieper of Nieuwpoort).

▪ *Organiseren van beleavingsgerichte wandeltochten*

Er moet aandacht zijn voor de uitbouw van een professionele gidsenwerking (opleiding) die meer dan vroeger gericht is op het vertellen van boeiende verhalen, in plaats van het louter overbrengen van feitelijke kennis. Dergelijke verhalenvertellers voldoen aan de toenemende behoefte aan een beleavingsgerichte invulling van het wandelproduct. Zij moeten een erkende gidsenopleiding volgen. In die opleiding is er sinds kort meer ruimte voor interactie, groepsdynamica en didactische vaardigheden.

In de rand hiervan kan vermeld worden dat de Stedelijke Academie voor Muziek en Woord van Poperinge volgend jaar start met een speciale opleiding, specifiek gericht op het beleavingsgerichte (verhalenvertellers).

In dezelfde lijn moeten de nieuwe technologieën (bv. iPod-wandelingen) van nabij worden opgevolgd. Ook de ontwikkeling van specifieke belevingstochten voor kinderen (bv. blotevoetenpaden) richt zich op die meer beleavingsgerichte invulling.

▪ *Selectief ontwikkelen van wandelnetwerken*

Wat de verdere ontwikkeling van het wandelproduct betreft dienen zich nog mogelijkheden aan voor de creatie van een wandelnetwerk in:

- de IJzervallei (tussen Fintele en Roesbrugge), waarbij de geplande brug over de IJzer ter hoogte van het Eversambos van cruciaal belang is (NV Waterwegen en Zeekanaal)
- het Hoppeland rond Poperinge.

Ook de omgeving van het Houthulstbos leent zich voor een klein wandelnetwerk.

Al deze gebieden zijn van hoge landschappelijke kwaliteit en komen overeen met de hierboven aangehaalde recreatieve aandachtsgebieden.

Waar de verschillende wandelnetwerken met elkaar in verbinding staan (bv. Wandelnetwerk Heuvelland en Ieperboog) dienen de verbindingstrajecten duidelijk op de respectievelijke kaarten te worden aangebracht.

- *Aanleg van nieuwe wandelpaden en missing links in het kader van de ruilverkaveling Sint-Rijkers*

In het kader van de ruilverkaveling Sint-Rijkers zijn er plannen om bij Beauvoorde en Alveringem nieuwe wandelpaden en enkele ontbrekende schakels aan te leggen om het bestaande aanbod te verbeteren (autovrije delen, nieuwe mogelijkheden voor lusvorming in gevarieerde landschappen en langs belangrijke cultuurhistorische getuigen).

- *Inschakelen van trage wegen in het wandelproduct*

Westtoer beoogt het continu inschakelen van trage wegen in haar wandelproduct. Het ontwikkelen en ontsluiten van het padennetwerk van trage wegen is in eerste instantie een taak van de gemeenten, daarbij begeleid door de provincie en de Regionale Landschappen met een grote betrokkenheid van Westtoer.

- *Aandacht voor reca-voorzieningen langs wandelnetwerken*

In het Heuvelland dient vooral aandacht te worden besteed aan de openingsdagen van de lokale reca-uitbatingen vooral tijdens het toeristisch seizoen en in de schoolvakanties. Net als wat we hieromtrent bij de fietsnetwerken hebben voorgesteld, lijkt ons hier een taak weggelegd voor de gemeentelijke diensten van toerisme om de consumenten zo volledig mogelijk hierover te informeren.

- *Beheersen van de conflicten tussen diverse soorten van recreanten*

Het zuiden van de regio, met name het wandelnetwerk Heuvelland, wordt geconfronteerd met een hoge recreatieve druk op een relatief beperkt gebied. Vooral de omgeving van de Kemmelberg heeft te maken met overdruk. Oplossingen om de druk te kanaliseren en beter te spreiden zijn noodzakelijk, bv. door het maximaal scheiden van verschillende recreatievormen en paden voor dubbel gebruik te vermijden (op een aantal plaatsen wordt het netwerk van wandelpaden als te dicht ervaren, bv. in de omgeving van de Rodeberg).

Ook de reeds genoemde uitbreiding van het provinciedomein Kemmelberg kan een betere recreatieve spreiding in de hand werken, al moeten we durven inzien dat dit gebied te maken zal blijven hebben met een hoge recreatiedruk omwille van de unieke vergezichten die men vrijwel nergens anders in de regio terugvindt.

Tenslotte kan ook een beperkte uitbreiding van het wandelnetwerk een spreiding van de recreatieve druk bewerkstelligen (bv. in de richting van Reningelst of Nieuwkerke).

Bijzondere aandacht wordt gevraagd voor het probleem van 'quads' die op sommige plaatsen grote schade aanbrengen aan de paden van het wandelnetwerk en veel lawaai veroorzaken in het landelijk gebied. Hetzelfde geldt voor de grootschalige georganiseerde mountainbike-toertochten. Hiervoor dienen oplossingen te worden gezocht, bv. door het invoeren van politiereglementen (met handhavingsbeleid), door het fysisch verhinderen van de toegang tot bepaalde paden voor (gemotoriseerd) verkeer en door permanent overleg met de organisatoren van evenementen (bv. quadtochten). Wellicht kan dit probleem pas worden opgelost als er ook locaties worden aangeboden waar quads (en andere vormen van gemotoriseerd recreatief verkeer) dan wel mogen. Dit vraagt een grondig onderzoek en overleg met de lokale bewoners (waarvan sommigen zelf ook toeren met quads) en met de organisatoren van sportevenementen.

4.5 Aandacht voor andere recreatieve activiteiten

Naast fietsen en wandelen is het gewenst dat de Westhoek een breed pallet aanbiedt van recreatieve activiteiten.

Achtereenvolgens komen aan bod: waterrecreatie, autoroutes, wandelruiterij, mountainbike en avonturenparcours.

Waterrecreatie

Hierbij kan een onderscheid gemaakt worden tussen kano en kajak, toervaart, passagiersvaart en openluchtwemmen.

Acties

- *Verdere uitbouw van de passagiers- en pleziervaart*

Wat de toer- en passagiersvaart betreft is de uitbaggering van het kanaal Ieper-IJzer zeer belangrijk met het oog op een betere ontsluiting via het water van Ieper.

In Ieper is de binnenhaven met waterfront aan een opwaardering toe (evenals de verbinding tussen de haven en de markt). Dit is uiteraard ook van belang voor de toer- en passagiersvaart.

Een belangrijk aandachtspunt is de problematiek van de sinds kort door NV Waterwegen en Zeekanaal toegelaten gemotoriseerde pleziervaart op de IJzer tussen Fintele en Roesbrugge (weliswaar in de tijd én in de lengte - max. 10 m - beperkt). Deze beslissing is er vorig jaar zonder veel vooroverleg gekomen. Westtoer neemt de stelling in dat dit niet gewenst is omdat de IJzer hier relatief smal is met kwetsbare oevers en dat de gemotoriseerde pleziervaart hier mogelijks lawaaihinder kan creëren in dit stiltegebied. Bovendien kunnen grotere boten ter hoogte van Roesbrugge moeilijk draaien en zou door de vaartoelating ook de kostprijs van de geplande bruggen fors toenemen vermits deze dan ook beweegbaar moeten zijn. Ook bij de opmaak en uitvoering van het inrichtingsplan Vallei De IJzer is uitgegaan van een gebruik van dit deel van de IJzer door (enkel) kano's en kajaks.

- *Zoeken naar opportuniteiten voor openluchtwemmen*

Er is een grote vraag naar mogelijkheden voor openluchtwemmen na de sluiting van de openluchtwembaden op de Rodeberg en in Ieper. Nu blijft momenteel enkel nog de put van Nieuwkapelle over waar openluchtwemmen gedoogd wordt maar niet officieel geregeld is (zie eerder). Hierboven werd reeds gepleit voor een recreatieve

inrichting van die omgeving. Uiteraard dient in deze rekening gehouden te worden met de nodige veiligheidsvoorschriften.

- *Ontwikkelen van bijkomende voorzieningen voor kano en kajak*

Wat kano en kajak betreft dienen zich mogelijkheden aan voor bijkomende aanlegsteigers

- in Stavele (IJzer)
- in Stuivekenskerke (IJzer)
- in Steenstrate (kanaal Ieper-IJzer)
- aan het toekomstig provinciedomein in Diksmuide

In de rand hiervan kan worden vermeld dat het aangewezen is om de aanlegsteiger in Roesbrugge tot een volwaardig punt voor kano en kajak uit te bouwen.

Het probleem van het varen op onbevaarbare waterlopen is nog niet wettelijk geregeld en dient op de diverse beleidsniveaus te worden aangekaart. Eens hierover een oplossing is bereikt, kunnen ook op de Handzamevaart (onbevaarbare waterloop) aanlegsteigers voor kano en kajak worden voorzien (bv. in Handzame of in Werken) en kunnen de mogelijkheden voor een kano- of kajakcircuit in de regio (met inschakeling van zowel bevaarbare als onbevaarbare waterwegen) worden bekeken.

Autoroutes

- *Zoeken naar een nieuw concept voor autoroutes*

Het concept van de autoroutes dient naar de toekomst toe herbekeken te worden. Hierbij kan gedacht worden aan de inschakeling van nieuwe technologieën als bv. gps. Het thema Wereldoorlog I biedt voor dergelijke routes in elk geval nog opportuniteiten.

Wandelruiterij

De vraag naar geschikte routes en paden voor ruiterecreatie neemt ook in de Westhoek toe.

Actie

- *Selectief ontwikkelen van bijkomende ruiter- en menroutes in functie van bestaande maneges*

Voor de ontwikkeling van nieuwe ruiterroutes dienen zich mogelijkheden aan in:

- Koekelare
- Diksmuide (verbinding tussen De Rhille, Diksmuide en het geplande provinciedomein).

Nieuwe ruiterroutes dienen steeds ontwikkeld te worden in functie van bestaande maneges. Ook moet onderzocht worden in hoeverre er in de provinciedomeinen mogelijkheden zijn (bv. Palingbeek, Gasthuisbossen, Kemmelberg) om een provinciale ruiterroute te ontwikkelen.

In het kader van de ruilverkaveling Sint-Rijkers (VLM) zijn er plannen om een (eerste deel van) een ruiterverbinding aan te leggen tussen Beauvoorde (verbinding De Moeren - Kust) en Elzendamme.

Mountainbike

Wat mountainbike betreft doen er zich op een aantal plaatsen in de Westhoek problemen voor van conflicten met andere recreatievormen (door gebruik van dezelfde padenstructuur). Dit is met name het geval in Heuvelland waar de mountainbiketrajecten op sommige trajecten samenvallen met stukken van het wandelnetwerk.

- *Ontdubbelen van trajecten voor mountainbike*

Waar mogelijk moet gezocht worden om de trajecten voor mountainbike te ontdubbelen met de wandel- en ruiterspaden, voornamelijk in de kernzone van de West-Vlaamse bergen. Onderzoek van mogelijkheden is gewenst.

- *Regelgeving uitwerken voor grootschalige mountainbike-evenementen*

De grootschalige mountainbike-evenementen (toertochten) brengen soms aanzienlijke schade aan de trajecten met zich mee. Met het oog hierop zou een soort regelgeving voor evenementen kunnen worden uitgewerkt samen met een kwetsbaarheidskaart met locaties waar het best niet gefietst wordt. Bovendien moet op frequente basis overleg worden gepleegd met de organisatoren van dergelijke evenementen en met de provinciale sportdienst om tot duidelijke afspraken te komen.

- *Onderzoek naar de mogelijkheden voor verdere uitbreiding van mountainbikeroutes*

De mogelijkheden voor verdere uitbreiding van de mountainbikemogelijkheden via grensoverschrijdende samenwerking moeten onderzocht worden via de bestendinging en verbetering van het grensoverschrijdende netwerk in het kader van Rando.

Avonturenparcours

Er is een groeiende vraag naar avontuurgerichte groepsactiviteiten (buitensportactiviteiten) voor families, bedrijven, jeugdgroepen en scholen. Voorbeelden in de Westhoek zijn Outside Travel (Poperinge) en het Buitenbeentje (Diksmuide).

Actie

- *Pleiten voor ruimte voor avonturenparcours*

De Heuvellandzone is zeer kwetsbaar voor dergelijke activiteiten. Anderzijds is dit de meest aantrekkelijke zone hiervoor. Het is aangewezen om hiervoor ruimte te voorzien gelegen aan de rand van het Heuvelland. Het zuiden van de ringweg van Poperinge is hier het meest geschikt voor gezien de nabijheid van het Heuvelland.

Ook in de omgeving van Diksmuide is er nood aan bijkomende ruimte voor buitensportactiviteiten.

Tenslotte dient ook onderzocht te worden in hoeverre er in de provinciedomeinen ruimte voorzien kan worden voor de aanleg van een avonturenparcours.

4.6 Evenementen

Op het vlak van evenementen verdient het de voorkeur om het bestaande aanbod aan evenementen verder toeristisch te valoriseren eerder dan totaal nieuwe evenementen te organiseren. De link tussen de algemene regioprofilering en de organisatie van evenementen is van essentieel belang.

Een onderscheid kan gemaakt worden naar:

- *Imago-evenementen die gerelateerd zijn aan het oorlogsverleden*

In de Westhoek worden door diverse actoren als IFFM, Memorial Passendale, Talbot House en andere tal van evenementen georganiseerd die te maken hebben met het oorlogsverleden. Het gaat over een gans gamma aan activiteiten als tentoonstellingen, lezingen, concerten e.a. Deze evenementen zijn erg belangrijk voor het imago van de Westhoek als een regio met een belangrijk oorlogsverleden.

Binnen het specifieke kader van de WO I-herdenkingen voor 2014-2018 wordt door vele gemeenten en actoren reeds gedacht aan een diversiteit van evenementen die bijkomende toeristen zullen aantrekken. Het is belangrijk dat deze complementair zijn, goed gespreid over de ganse regio en ook goed gespreid in de tijd.

- *Imago ondersteunende evenementen niet gerelateerd aan het oorlogsverleden*

Deze evenementen kunnen als wervend gebruikt worden voor het toerisme in de regio. Het is belangrijk dat deze evenementen hun eigen promotie voeren samen met de regio. De bezoekers aan deze evenementen moeten bewust gemaakt worden aan de vele mogelijkheden van de Westhoek als verblijfstoeristische regio, wat kan aanzetten tot een herhaalbezoek.

Voor dergelijke evenementen denken we aan:

- Het Folkfestival in Dranouter
- De Poëziezomer in Watou

- *Belevingsondersteunende evenementen*

Er zijn in de Westhoek nog talloze andere evenementen die concreet een invulling geven aan de positionering van de Westhoek als een authentieke regio met een eigentijds beleven van tradities. Het is belangrijk dat deze evenementen voldoende gevaloriseerd worden naar toeristen toe zodat zij een verrijking kunnen brengen in de beleving van de toerist in de Westhoek.

Acties

- *Coördinatie van evenementen in het kader van de herdenking WO I- 2014-2018*

Om de planning van de evenementen binnen dit kader in goede lijnen te laten verlopen zal het noodzakelijk zijn om overleg te plegen met de verschillende gemeenten in de regio om een coherent en kwalitatief programma te kunnen opstellen dat gespreid is over de ganse regio en over de ganse herdenkingsperiode. De studie omtrent de voorbereiding van het herdenkingsgebeuren die door het Kabinet van de Minister van Toerisme en Toerisme Vlaanderen aan Westtoer werd toegewezen, zal hier concreter invulling moeten aan geven. Het moet eveneens de bedoeling zijn om een betere

spreiding te realiseren over de ganse regio wat betreft de economische return van het WO I-toerisme.

- *Samenwerking zoeken met organisatoren van andere imago ondersteunende evenementen*

De regiowerking en –promotie moet samenwerking zoeken met de respectievelijke organisatoren van deze grotere evenementen om met de regiopromotie mee te liften in de promotie van deze evenementen. Er moet ook gebruik gemaakt worden van deze evenementen om de regio bekend te maken bij de bezoekers ervan.

- *Meer toeristisch inzetten van bestaande belevingsgerichte evenementen zoals theaterwandelingen, nocturnes*

Momenteel worden reeds in een aantal gemeenten vernieuwende evenementen aangeboden. Mooie voorbeelden zijn Pops 1917 in Poperinge (geanimeerde theaterwandelingen), de nocturnes in Ieper, 'De Verschijningen' (vertellingen in het bos) en 'Verrassend Vrijbos' (bostheaterfestival in Houthulst) en 'Stenen spreken' (tweejaarlijks evocatief stadsevent Diksmuide) en de museumnacht in Zonnebeke.

Momenteel zijn dit evenementen die zich in hoofdzaak richten op de lokale en bovenlokale bevolking (in het geval van de theaterwandelingen of nocturnes is het bovendien zo dat de tickets enorm snel de deur uit gaan). Het verdient onderzoek hoe dergelijke boeiende evenementen - niet tegenstaande hun kleinschalig karakter - ook naar een toeristisch publiek aangebracht kunnen worden.

- *Sensibiliseren van organisatoren in functie van de inhoudelijke vernieuwing en eigentijdse profilering van de huidige folkloristische evenementen*

De vernieuwde positionering van de Westhoek in de zin van eigentijdse beleving van oude tradities, verhalen, etc kan - mits sensibilisering van de organisatoren - ook ingang vinden in het bestaande aanbod aan folkloristische evenementen.

- *Hanteren van een duidelijke regioprofilering bij regio-overschrijdende evenementen*

Kleine gemeenten dienen omwille van beperkte budgetten vaak mee te liften op regio-overschrijdende evenementen zoals open monumentendag, open tuinendag, provinciale molendag etc. Een duidelijke regioprofilering bij dergelijke evenementen is aangewezen.

4.7 Couleur locale

Hoeveproducten, streekproducten en streekgastronomie zijn een belangrijk onderdeel van de couleur locale van de Westhoek. Maar ook de typische cafeetjes met hun volkspelen maken de sfeer uit van de Westhoek.

Acties

- *Meer aandacht voor het inschakelen in routestructuren van het ruime aanbod aan couleur locale-elementen in de regio*

Bij de opmaak van thematische routes op het fietsnetwerk moet ernaar gestreefd worden om niet alleen aandacht te hebben voor landschaps- of erfgoedelementen maar ook voor verwijzingen naar de aanwezige couleur locale, vooral de sterk

belevingsgerichte elementen met hoge authenticiteitswaarde (volksspelen, muziek, taal, ambachten...).

- *Meer aandacht voor het bekendmaken van het provinciale netwerk van bezoekboerderijen*

Er moet naar gestreefd worden om het netwerk van bezoekboerderijen op te nemen in de verschillende promotiekanalen van de regio (bv. naar groepen of families). Ook de bekendmaking van het netwerk bij de diensten voor toerisme in de regio is aangewezen, niet alleen met het oog op informatieverstrekking naar de bezoeker, maar ook met het oog op het opzetten van arrangementen.

- *Meer aandacht voor bedrijfsbezoeken*

Naast streekproducten dient ook aandacht uit te gaan naar bedrijfsbezoeken in de brede zin van het woord. Concreet gaat het daarbij om het in de kijker zetten van goede producten uit de Westhoek, bv. in samenwerking met RESOC.

- *Hoeve- en streekproducten blijven opnemen in de regiocommunicatie.*

Verdere opname van hoeve- en streekproducten in het communicatiemateriaal over de regio (brochure, website) is aangewezen.

- *Evalueren en optimaliseren van de organisatorische onderbouw op provinciaal vlak van de werking omtrent streekproducten*

In eerste instantie dient de huidige werking omtrent streekproducten kritisch te worden geëvalueerd en geoptimaliseerd met het oog op het realiseren van een betere beschikbaarheid van hoeve- en streekproducten. Daarbij kan gedacht worden aan het inschakelen van verdeelpunten op de belangrijkste onthaalpunten of diensten van toerisme in de regio. Op die punten kan een selectie van producten met langere houdbaarheidsdatum te koop worden aangeboden.

- *Inschakelen van de hoeve- en streekproducten in de streekgastronomie*

Ondanks het feit dat reeds veel gebeurt rond streekgastronomie (standevleesch, hennepot, mazarinetaart, hopscheuten, streekbieren, merenguetaart, IJzerbollen e.a.) kunnen de streekproducten nog sterker ingeschakeld worden in de lokale streekgastronomie. De vzw Tafelen in Vlaanderen zal de restauranthouders in de regio hieromtrent trachten te sensibiliseren om lokale streekproducten op te nemen in een zogenaamde 'menu terroir' (met de nodige communicatie hierrond naar de consument toe).

- *Aandacht voor problematiek van openingstijden van reca-voorzieningen*

Heel wat cafés en restaurants langs de recreatieve routestructuren (fiets- of wandelroutes) zijn op onregelmatige tijdstippen (dagen of uren) gesloten, zelfs op momenten dat relatief veel toeristen of recreanten in de regio aanwezig zijn. Hiervoor dienen oplossingen te worden gezocht, bv. via correcte informatieverstrekking via diensten voor toerisme bij de verkoop van routekaarten.

5 UITBOUWEN VAN EEN MEER GEDIFFERENTIEERD, KWALITATIEF EN RENDABEL LOGIESAANBOD (SD 5)

Het logiesaanbod is een essentieel ondersteunend onderdeel van het verblijfstoerisme in de Westhoek. Het logiesaanbod in de Westhoek is sinds 1998 fors toegenomen. Daarom wordt voor de volgende planningsperiode het accent verlegd van een toename in kwantiteit naar een toename in kwaliteit.

Volgende acties omtrent logies zijn aangewezen.

- *Verhogen van de kwaliteit van het huidige aanbod*

Niettegenstaande de kwaliteit van het logies in de Westhoek over het algemeen goed tot zeer goed is, blijft permanente aandacht voor kwaliteitsverhoging aangewezen. De komst van het Koepeldecreet (en de erbijhorende uitvoeringsbesluiten) zal op termijn wellicht een positief effect hebben op de kwaliteit van de logiesuitbatingen vermits alle uitbatingen voortaan aan een vorm van kwaliteitscontrole (met mogelijke labeling) onderhevig zullen zijn.

Het Klantenonderzoek Plattelandstoerisme 2004 dat Westtoer voor de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen heeft uitgevoerd, geeft duidelijk aan waar voor het logiesaanbod de prioriteiten gelegd moeten worden op het vlak van kwaliteitszorg:

- Volgende zaken kunnen prioritair worden verbeterd: slaapcomfort, sanitair, kookuitrusting en interieur. Deze aspecten blijken een grote impact te hebben op de algemene tevredenheid van de klanten over het logies. Dergelijke aspecten zijn effectief voor verbetering vatbaar en investeringen hierin zullen veel effect hebben op de tevredenheid van de cliënteel.
- De belangrijkste troeven van het plattelandstoeslogies zijn de service van de gastvrouw of -heer en het ontbijt. Deze aspecten hebben een sterke impact op de algemene tevredenheid over het logies. De uitbaters dienen zich ervan bewust te zijn dat dit hun sterke punten zijn, waar niet op beknipt mag worden.
- Wie als logiesuitbater een stabiele basis van trouwe klanten wil opbouwen, dient te streven naar zeer grote klantentevredenheid. Om klantentrouw te genereren is het niet voldoende de klanten gewoon tevreden te stellen: je moet ze net dat ietsje meer bieden dat ze niet hadden verwacht, zodat ze 'in de wolken' zijn. In marketingjargon wordt in dit verband wel eens over 'delighting the customer' gesproken. Uit hetzelfde klantenonderzoek blijkt dat, wanneer gevraagd wordt de positieve elementen van de regio spontaan aan te halen, de Westhoek samen met Vlaams-Brabant het laagst scoort op vlak van gastvrijheid en vriendelijkheid van de mensen (19,5% tegenover bv. 21,6% voor Limburg). Op dit vlak kan er dus nog heel wat verbeteren.

Daarnaast dient ook de nodige aandacht te worden besteed aan de toegankelijkheid van de infrastructuur van het logiesaanbod voor personen met een beperkte mobiliteit.

- *Verhogen van de rentabiliteit van het huidige aanbod*

Met name bij de kleinschalige plattelandshotels, de gastenkamers en de huurvakantiewoningen kan de rentabiliteit van het huidige aanbod nog worden verhoogd. Dit kan onder meer door een verhoging van het aantal verblijfseenheden per uitbating. Met de recente beslissing van de Vlaamse regering om de capaciteit voor verblijfsaccommodatie bij zonevreemd wonen in agrarisch gebied en parkgebied te verhogen tot 8 verblijfseenheden (kamers of vakantiewoningen) met een maximum van 32 personen, zijn de randvoorwaarden hiervoor reeds grotendeels gerealiseerd. Ook op actieve landbouwboerderijen wordt eenzelfde capaciteit toegelaten.

'Midweek pricing' is een ander mogelijk middel om de rentabiliteit van een onderneming op te drijven. Prijsgunstige midweek aanbiedingen zullen met name een groep van prijsgevoelige oudere klanten aantrekken die veel interesse hebben voor dergelijke midweek formules. Gezien de lagere bezettingsgraden tijdens de week is dit voor de aanbieders een interessante formule.

Met de sterke verhoging in het aanbod van huurvakantiewoningen en gastenkamers in 2006 voor ogen, wenst Westtoer de ontwikkelingen in het logiesaanbod van nabij te monitoren en na te denken over een instrumentarium om overconcentratie te vermijden.

- *Stimuleren van een meer nichegericht plattelandstoesisme via sublabels*

Eerder genoemd 'Klantenonderzoek Plattelandstoesisme' toont aan dat de cliënteel van het plattelandstoesisme in Vlaanderen geen homogene groep is, wat de verwachtingen ten aanzien van het logies betreft. In het onderzoek worden vier klantensegmenten onderscheiden waarop door logiesaanbieders gewerkt kan worden:

- een 'prijs/kwaliteit'-segment (39%),
- een 'kindgericht'-segment (27%),
- een 'charme'-segment (20%) en
- een rust'-segment (14%).

De aanwezigheid van deze segmenten heeft belangrijke implicaties. Logiesuitbaters dienen zich te bezinnen op welk segment ze zich willen richten. Dit is van fundamenteel belang voor startende uitbaters, maar ook voor uitbaters die bepaalde investeringen overwegen. Men kan immers niet voor iedereen goed doen. De vereisten van sommige segmenten zijn nu eenmaal moeilijk combineerbaar. Wie investeert om te voldoen aan de verfijnde smaak van het 'charme'-segment, kan wellicht nog moeilijk de scherpe prijs bieden die het 'prijs-kwaliteit'-segment verwacht. Het komt er dus op aan om zich specifieke niches te gaan richten. Een van deze niches is bijvoorbeeld wellness.

De sublabels die de VZW Plattelandstoesisme ontwikkelt kunnen hier een oplossing bieden. De logiescoördinator van Westtoer kan ook op dit vlak ondersteuning geven naar individuele uitbaters.

Ook door het aanbieden van originele verblijfsvormen (bv. logies op een boot) kan men bepaalde niches van klantensegmenten aanboren.

- *Wegwerken van de lacune inzake toeristisch kamperen*

Momenteel doet er zich nog steeds een lacune voor met betrekking tot toeristisch kamperen. Om deze lacune weg te werken wordt - net als in het beleidsplan van 1998 - voorgesteld om ten zuiden van Poperinge (en aanvullend op het kampeeraanbod in Heuvelland, Diksmuide en Ieper) een kampeerterrein te realiseren van 8 à 10 ha met

ongeveer 350 standplaatsen. Bij deze camping dient het accent te liggen op trekkersplaatsen, maar omwille van de rendabiliteit moeten ook een minimum aantal vaste standplaatsen toegelaten worden⁶².

Naast dit groter kampeerterrein moeten ook andere vormen van kleinschalig kamperen worden aangemoedigd.

Concreet gaat het om:

- Terreinen voor kampeerautogebruikers (waarvoor bij Toerisme Vlaanderen zowel door privé personen als door lokale overheden subsidies kunnen worden aangevraagd). Meerdere gemeenten in de Westhoek betonen interesse om voor deze vorm van toeristisch kamperen mogelijkheden te creëren of de bestaande mogelijkheden te verbeteren⁶³);

- Hoevekamperen

Hoevekamperen zal binnen de uitvoeringsbesluiten van het nieuwe Koepeldecreet voor de logiesverstrekkende sector geregeld worden. Actieve landbouwbedrijven kunnen op die manier een beperkt bijkomend inkomen verkrijgen. Westtoer is voorstander om enkel tenten toe te laten en pleit voor een groene inkleding zodat de visuele impact op het landschap zo beperkt mogelijk blijft. Indien de uitvoeringsbesluiten ook caravans toelaten dan zal een strenge handhaving er moeten op toezien dat deze verwijderd worden na het zomerseizoen. Zoniet kan deze vorm van kamperen resulteren in een sterke verstoring van het landschap, wat zeker niet de bedoeling kan zijn.

- Kleinschalige gemeentelijke campings

Als nieuw toeristisch aantrekkingspunt kan een kleinschalige gemeentelijke camping met enkel toeristische trekkersplaatsen en gelegen in de omgeving van of op wandelafstand van de dorpskern (systeem van "camping municipal" in Frankrijk) een economische meerwaarde betekenen voor een gemeente en voor de regio. Dergelijke camping dient uiteraard wel aan de toekomstige minimumeisen te voldoen zoals die door Toerisme Vlaanderen zullen worden opgelegd.

Westtoer wil de haalbaarheid van dergelijke vorm van kleinschalig kamperen grondig onderzoeken en er bij het Vlaamse niveau op aandringen om dit te voorzien in de uitvoeringsbesluiten van het nieuwe decreet op toeristisch logies en als mogelijkheid binnen ruimtelijke plannen.

- *Zoeken naar een kwalitatieve invulling van site van de Kosmos*

De site van de Kosmos is een strategische site binnen Heuvelland. Westtoer dient een rol te spelen in het zoeken naar een oplossing qua mogelijke projectgerichte invulling voor deze site (bv. door het samenbrengen van mogelijke partners).

⁶² Richtinggevend kan volgende verdeling worden vooropgesteld: 40% trekkersplaatsen, 40% residentiële of vaste plaatsen en 20% vaste constructies (bv. stacaravans) bedoeld voor toeristische verhuur (korte periodes).

⁶³ Volgende gemeenten betoonden interesse om specifiek voor kampeerautogebruikers mogelijkheden te creëren: Kortemark, Langemark-Poelkapelle, Lo-Reninge, Mesen, Veurne, Vleteren, Wervik, Zonnebeke, Heuvelland, Houthulst.

- *Behoud van een voldoende groot aanbod aan bivak- en kampplaatsen voor jeugd- en jongerengroepen*

Binnen het segment van de jeugd- en groepsverblijven is er een tendens merkbaar naar steeds toenemende comfortverhoging. Op zich is dit een positieve evolutie. Toch dient ervoor gewaakt te worden dat het aanbod van bivak- en kampplaatsen in de regio daarmee niet verdwijnt. We zien nu reeds dat het aandeel van dit segment afneemt en met de komst van het zeer kwalitatieve Messines Peace Village in Mesen dat nog niet in de cijfers van 2006 is opgenomen, zal het aandeel van de bivak- en kampplaatsen in 2007 nog verder afnemen.

Gezien de grote vraag naar terreinen met bivakhuis en kampmogelijkheden met enkel basiscomfort voor jeugd- en jongerengroepen, dient dit aanbod naar de toekomst toe in elk geval te worden behouden, zo mogelijk ook licht uitgebreid (in Wervik zijn er alvast plannen om bij een boerderij op de Balokken bivak- en kampgelegenheid te voorzien).

Recent besloot de Vlaamse Regering dat leegkomende boerderijen mogen ingericht worden voor jeugdlogies (wijziging van de uitvoeringsbesluiten voor functiewijzigingen van zonevreemde gebouwen, juni 2007). Hierbij worden meer opportuniteiten geboden voor het ontwikkelen van jeugdlogies in plattelandsgebieden.

In het licht hiervan is het eveneens belangrijk om te vermelden dat ook de provincie recent initiatieven heeft genomen om in provinciedomeinen dergelijke vorm van jeugdtoerisme mogelijk te maken.

- *Begeleiding en omkadering van het privé-initiatief*

In het stimuleren van kwaliteit, gastvrijheid en klantvriendelijkheid speelt begeleiding en omkadering van logiesverstrekkers een cruciale rol.

Hierin is niet alleen een taak weggelegd voor de logiescoördinator van Westtoer die voor de logiesaanbieders vormingsinitiatieven of initiatieven van interne marketing kan organiseren, maar ook voor de gemeenten die op lokaal niveau overlegplatformen kunnen oprichten waarin de lokale logiesverstrekkende bedrijven (maar bv. ook reca) aanwezig kan zijn en op elkaar afgestemd kan worden.

6 UITBOUWEN VAN EEN GESTRUCTUREERD EN PROFESSIONEEL ONTHAAL MET REGIOKARAKTER (SD 6)

De Westhoek dient zijn bezoekers optimaal te voorzien in informatie. Dit gebeurt onder meer door het persoonlijk onthaal van de bezoekers in de diverse toeristische diensten, maar kan ook geboden worden bij bezoeken aan attractiepunten en musea of in de logiesuitbatingen.

Voor de Westhoek stellen we volgende acties voor:

Acties

- *Ontwikkelen van een globaal concept van goed gestructureerde onthaalpunten met Westhoekuitstraling*

Binnen Toerisme Vlaanderen werd een vereenvoudigde structuur van onthaalpunten uitgewerkt die op termijn de oude structuur zal vervangen. Er blijven slechts 2 categorieën van erkende infokantoren over, de zogenaamde A-kantoren en B-kantoren:

- A-kantoren zijn het hele jaar door 7 dagen op 7 geopend;
- B-kantoren zijn minimaal van 01/04 tot 30/09 7 dagen op 7 geopend.

Daarnaast zijn er voor elk van beide types kantoren voorwaarden opgelegd op vlak van minimale personeelsinvulling⁶⁴.

Kleinere kantoren die niet aan bovenstaande vereisten voldoen kunnen in dit schema ofwel aansluiten bij een groter kantoor, ofwel samenwerking zoeken met andere kleine kantoren om op die manier een A- of B-erkenning te verkrijgen.

Voorlopig kan alleen Ieper beantwoorden aan de criteria van een A-kantoor. Als B-kantoor komen voorlopig in aanmerking: Poperinge, Heuvelland, Veurne, Diksmuide, Zonnebeke en Lo-Reninge dat intergemeentelijk kan samenwerken met Alveringem en Vleteren om B-kantoor te worden. Wervik kan als B-kantoor de band vormen met de Leiestreek.

Evenwel kan de gemeentelijke autonomie hier spelen en kunnen ook andere gemeenten als A-kantoor erkend worden, mits ze voldoen aan de voorwaarden op vlak van openingsuren en bestaffing (kader- en baliepersoneel).

Zowel de A- als de B-kantoren fungeren in deze optiek als streekinfopunt. Hiermee bedoelen we dat deze infopunten voor de bezoeker de logische instappunten moeten zijn tot de regio met zowel onthaal als interpretatie. Het interpretatieve luik dient op een gestructureerde en eenvormige manier te worden aangeboden.

De vermelde openingsperiodes voor de B-kantoren zijn minimale openingsperiodes. Gezien het specifieke belang van het oorlogsgegeven voor de Westhoek met activiteiten en herdenkingen tot half november, is het aangewezen dat een aantal B-kantoren in de Westhoek minimaal van 1 april tot en met 15 november geopend zijn.

Op termijn moet gestreefd worden naar een aantrekkelijke Westhoekmodule (in Westhoekhuisstijl) aan de hand waarvan de bezoeker zich onmiddellijk een beeld kan vormen van de regio en de locatie waar hij/zij zich op dat moment bevindt. Op die manier kan de samenhang binnen de regio visueel veel sterker naar de consument toe overgebracht worden. Hierbij dient voldoende aandacht te worden besteed aan verwijzingen naar het omringende landschap en de erin aanwezige erfgoedelementen. Dergelijke Westhoekmodule kan ook op andere punten dan diensten voor toerisme worden ingezet, bv. op de belangrijkste attractiepunten en aan de Kust.

⁶⁴ A-kantoor: 1 directeur (A-niveau), 1 flankerend beleids- en infrastructuurontwikkelingsdeskundige (B-niveau), 1 marketing- en promotiedeskundige (B-niveau), 3 baliemedewerkers. B-kantoor: 1 directeur (A-niveau), 2 baliemedewerkers.

Hoewel het hier telkens instappunten betreft voor de volledige Westhoek, kan elk streekinfopunt ook eigen accenten leggen in het interpretatieve luik over de onmiddellijke omgeving van het onthaal infopunt. Sommige onthaalpunten zullen daarbij veeleer één specifiek thema in het licht stellen (bv Wereldoorlog I of gastronomie), andere kunnen de mix van mogelijke thema's, activiteiten of bezienswaardigheden belichten.

▪ *Verbeteren van de kwaliteit van de onthaalinfrastructuur*

Heel wat gemeenten hebben concrete plannen om hun toeristisch-recreatieve onthaalfaciliteiten te vernieuwen of te moderniseren. Dit is bv. het geval in Ieper, Diksmuide, Veurne, Heuvelland, Langemark, Houthulst, Alveringem en Mesen.

In dit licht dient onderzocht te worden in hoeverre deze geplande vernieuwingen voor een aantal gemeenten niet gezamenlijk in een grensoverschrijdend project (Interreg IV) kunnen worden ondergebracht om op Europese subsidies aanspraak te kunnen maken. In dit verband worden besprekingen gevoerd met de Noord-Franse Pays des Moulins de Flandre en Pays Coeur de Flandre om te komen tot een vergaande toeristische samenwerking met als mogelijke acties:

- de uitbouw van toeristische onthaalpunten in de Vlaamse en Franse Westhoek;
- een beperkt aantal promotionele initiatieven.

Met betrekking tot deze geplande vernieuwingen inzake onthaalinfrastructuur zijn volgende projecten van prioritair bovenlokaal belang:

- Ieper: herinrichting van het streekbezoekerscentrum in functie van de vernieuwing van het In Flanders Fields Museum en onmiddellijk aansluitend op het bezoekerscircuit van het museum.
- Diksmuide: herlokalisatie van het bezoekersonthaal dat momenteel te klein gehuisvest is en profilering als belangrijk fietsinrijpunt vanaf de Kust (aanwezigheid Frontzate). Bij de herlokalisatie dient ook de wisselwerking te worden aangegaan met het geplande onthaal aan het Begijnhof.
- Heuvelland: vernieuwing en verdere uitbouw van het bestaande bezoekersonthaal in Heuvelland. Met de op stapel staande dorpskernvernieuwing van Kemmel en de geplande heraanleg van de Dries zou de herinrichting van het bezoekersonthaal als een open en transparante structuur naar de hele gemeente en haar omgeving toe, grondig bestudeerd kunnen worden. Op korte termijn is in elk geval een actualisering van het bezoekerscentrum aan de orde.
- Veurne: herinrichting van het bezoekersonthaal in het Stadhuis/Landhuis met bijkomende opportuniteiten voor een attractie omwille van de verhuis van andere stadsdiensten.

Kleinere gemeenten dienen bij hun plannen rond de vernieuwing van hun onthaal-infrastructuur aandacht te hebben voor maximale synergie met andere initiatieven in hun gemeente. Voorbeelden zijn:

- Alveringem: wisselwerking aangaan met Mout- en Brouwhuis De Snoek. Het centrale toeristische informatiepunt zou hier uitgewerkt kunnen worden, in samenwerking met het museum. Dit zou zowel voor gemeente als voor museum een win-winsituatie betekenen.

- Houthulst: samenwerking optimaliseren met de onthaalinfrastructuur van vzw De Boot in Merkem. Beperkte uitbouw in het dorp is mogelijk (dorpsonthaalpunt).

Naast de professionele diensten voor toerisme kunnen ook de belangrijkste attractiepunten (de zogenaamde 'highlights') als eerste onthaalpunt ingeschakeld worden, evenals andere actoren als bv. UNIZO of de lokale platforms van horeca.

- *Professionaliseren van het onthaalpersoneel in toeristische diensten maar ook op andere plaatsen*

Niet alleen materiële vernieuwingen kunnen de kwaliteit van het bestaande onthaal opkrikken. Ook specifieke, aan de noden aangepaste, vorming van het baliepersoneel speelt hierin een belangrijke rol.

Ook de logiessector en de sector van attractiepunten en musea kunnen hierin actief betrokken worden. Ook zij fungeren immers vaak als eerstelijns onthaal. Vorming hier rond is aangewezen.

Op Vlaams niveau zal Westtoer pleiten voor het voorzien van subsidiëringmogelijkheden voor personeel van de diensten voor toerisme (analoog aan de subsidiemogelijkheden voor personeel uit de cultuursector, zie verder actiegerichtestrategie rond organisatie). Deze subsidies zouden dan toegekend kunnen worden op voorwaarde dat het personeel de nodige opleidingen heeft gevolgd en garanties kan bieden voor een kwalitatief onthaal.

- *Aanleggen van dorpsonthaalpunten*

Dorpsonthaalpunten zijn onbemande onthaalpunten in publieke ruimte, vaak in nevendorpen waar geen toeristisch informatiekantoor aanwezig is. Concreet gaat het om centraal opgestelde informatieborden met basisinfo en doorverwijzingen naar de lokale dienst voor toerisme, zitbank met eventueel picknickmogelijkheid, parking, horeca in de buurt e.a. De mogelijke toepassing van nieuwe technologieën dient hierbij onderzocht te worden.

De herinrichting van dergelijke dorpsonthaalpunten moet bij de diverse gemeenten in de Westhoek worden gestimuleerd. De Regionale Landschappen kunnen hierin een belangrijke rol opnemen. Bij de aanleg dient maximaal te worden ingespeeld op opportuniteiten die zich vanuit andere sectoren aandienen (bv. een geplande dorpskernvernieuwing, een geplande heraanleg van de verkeersdoortocht door een gemeente e.a.).

DEEL 2

ACTIEGERICHTE STRATEGIE VOOR MARKETING

Een traditionele benadering voor marketing behandelt de 4 P's:

- Prijs
- Plaats (distributie of reserveringen)
- Product
- Promotie.

Naast deze 4 traditionele P's moeten op vandaag echter ook nog andere P's in rekening genomen worden:

- **Presentation**
De manier waarop een bedrijf zich presenteert speelt een grote rol bij het kiezen voor dit bedrijf. Een goede uitstraling wekt vertrouwen en vertrouwen trekt klanten aan.
- **People**
Voor de beleving van het toeristisch product is de kwaliteit van het personeel van essentieel belang, zeker als het gaat om dienstverlening en waar contacten een belangrijke rol spelen. Het personeel vormt niet enkel het visitekaartje van een zaak, maar is ook doorslaggevend voor de uiteindelijke klantentevredenheid. Dit gegeven is belangrijk binnen de meeste dienstverlenende productonderdelen die hierboven beschreven werden als: logies, onthaal, attracties, e.a.
- **Proces**
Diensten worden, anders dan fysische producten, beleefd als een proces: van het moment van informatie inwinnen tot het moment van aankoop en het ervan genieten of het aanbevelen ervan.

Deze benadering vertrekt nog steeds vanuit een productgerichte invalshoek. De laatste jaren vindt er een verschuiving plaats naar een meer consumentgerichte benadering. Daar waar marketing vroeger ging om een techniek om een product aan de man te brengen, bekijkt men nu eerst de behoeften, de noden en de wensen van de consument vooraleer men het product ontwikkelt. Tegenwoordig spreekt men dan ook over de 4 C's benadering.

- **Consumer solution**
Elk product moet worden ontwikkeld om een oplossing te bieden voor een behoefte van de klant. In een dergelijke omgeving wordt ook meer belang gehecht aan de manier waarop het product gebracht wordt (service, begeleiding, exclusiviteit, e.a.).
- **Cost**
De prijs van een dienst of product is slechts een deel van de totale kost. De totale kost bevat de kost om ergens naar toe te gaan, de kost om iets anders op te geven in tijd. De consument kiest uiteindelijk voor een product dat in zijn ogen volgens zijn normen voldoet aan een goede prijs/kwaliteitsverhouding. Het gaat om wat de consument wenst te betalen vanuit zijn beleavingswereld. Zo hebben exclusiviteit, uniciteit, service en ondersteuning ook hun belang.
- **Convenience**
De consument is ook op zoek naar gemak om een bepaalde dienst of een bepaald product te verwerven. Marketing moet het de consument zo gemakkelijk mogelijk

maken. Gemak kan dingen inhouden die zowel fysisch als virtueel zijn, die te maken hebben met de manier van toegang, de manier van afhandeling, openingsuren, e.a.

- Communicatie

Daar waar vroeger de promotie gericht was op een éénrichtingsverkeer, spreekt men nu over echte communicatie waarbij de consument ook in interactie kan treden. De klant krijgt de mogelijkheid om suggesties aan te reiken, klachten te uiten, e.a. De mening van de klant kan worden aangewend om hem nog meer ten dienste te zijn.

In de hiernavolgende benadering houden we rekening met deze bredere marketingprincipes.

1 VERSTERKEN VAN HET IMAGO VAN DE WESTHOEK ALS KWALITEITSBESTEMMING (SD9)

Met de nieuwe benadering van Toerisme Vlaanderen wat betreft marketing voor het binnenland én het buitenland zal in de nabije toekomst meer het accent gelegd worden op een motivationele benadering met productlijnen en minder op regio's als bestemmingen.

Daarom is het belangrijk voor de regiowerking Westhoek om in aanvulling op deze benadering van Toerisme Vlaanderen de regio Westhoek verder naar voren te schuiven als 'top of mind'-bestemming voor de diverse motivationele beweegredenen van de consument en voor specifieke productlijnen. De presentatie, de manier waarop we de Westhoek presenteren moet een grote uitstraling hebben en vertrouwen creëren.

Om zich als een regio van topkwaliteit te profileren tussen de overige Vlaamse groene regio's, andere binnenlandse groene bestemmingen en dito bestemmingen in het nabije buitenland, dient de Westhoek eerst en vooral op het terrein te zorgen voor een zeer kwalitatief en overzichtelijk toeristisch-recreatief aanbod. Het toeristisch product en de ondersteunende voorzieningen moeten kwalitatief allemaal in orde zijn. Dit kwam reeds aan bod binnen het onderdeel rond productontwikkeling. Daarnaast moet de Westhoek dit ook duidelijk maken naar de buitenwereld. Daarvoor is de positionering van groot belang. In de positionering van de Westhoek werd getracht de essentie van de regio in enkele woorden, beschrijvingen en beelden te vatten.

Kernwoorden daarbij waren 'depaysment' (buitenlandgevoel), echtheid, authenticiteit, gemoedelijkheid, respect voor tradities. De Westhoek wordt ook getypeerd als een regio die nieuwe energie en levenslust geeft en die toelaat de batterijen terug op te laden.

Deze positionering dient haar vertaalslag te vinden in het beeldmateriaal over de regio dat gebruikt wordt om de consument tot een bezoek aan te zetten. Idealiter moet dit beeldmateriaal iemand onmiddellijk aan de Westhoek doen denken. Het beeldmateriaal moet daarom een eenheid in stijl oproepen. Om fotografen correct te kunnen aansturen in het aanmaken van dergelijk beeldmateriaal werd aan een communicatiebureau de opdracht gegeven om de positionering zoals ze door Westtoer was uitgewerkt, in krachtige beelden te vertalen. Er werd een 'mood board' opgemaakt die een richting geeft voor het toekomstig beeldmateriaal en stijl.

Ook het logo en de baseline spelen een rol in het versterken van het imago van de regio. Het bestaande logo werd kritisch bekeken en er werd ook opdracht gegeven aan een

extern bureau om een nieuwe baseline uit te werken. Uiteindelijk werd besloten om niet te raken aan het bestaand logo en de bestaande baseline. De baseline "Pure Verwondering" dekt nog steeds de lading. De door het communicatiebureau aangereikte alternatieven konden niet overtuigen.

Deze huisstijl moet op een eenduidige wijze worden doorgevoerd in alle presentaties van de Westhoek naar buiten toe.

Het is ook belangrijk om deze positionering intern te communiceren aan alle belanghebbende actoren, de lokale bevolking en de toeristische actoren die dit moeten waarmaken in het veld. Het logo - of varianten ervan – worden reeds door heel wat actoren in de regio aangewend. Dit neemt niet weg dat het gebruik van het logo op publicaties van streekpartners nog verder aangemoedigd kan worden of in overeenkomsten uitgewerkt kan worden. Hierbij dienen wel duidelijke afspraken en richtlijnen te worden opgesteld voor het gebruik van dit logo.

Naast het vormelijke aspect moet echter meer werk gemaakt worden van de communicatie naar interne actoren toe over de waarden die aan de grondslag liggen van de vastgestelde positionering. De actoren in het veld kunnen dan op hun beurt die waarden uitstralen bij het aanbieden van hun product maar ook in hun eigen positionering en in hun communicatie naar de toerist.

2 STREVEN NAAR DE MEEST EFFICIËNTE MARKETINGSTRATEGIE (SD 10)

2.1 Kosten / prijsbenadering

Een goede prijs/kwaliteitverhouding is een belangrijk element in de beslissing om al dan niet voor een toeristisch product te kiezen. Het beleid heeft in het algemeen weinig invloed op de prijszetting van de private sector, vooral wat betreft de logiessector. Uit onderzoek kunnen we vaststellen dat de prijzen voor logies van de Westhoek gemiddeld iets lager liggen dan in andere Vlaamse regio's, wat sowieso een comparatief voordeel biedt.

De prijszetting kan wel nog verbeteren door het invoeren van prijsdifferentiatie naar verblijfsduur, verblijfsperiode en naar het belonen van trouwe klanten. Anderzijds moet de prijszetting zich ook richten op de exclusiviteit van het product. De potentiële toerist wil niet zomaar lage prijzen; hij wil waar voor zijn geld.

Acties

- *Sensibiliseren van de logiessector in de Westhoek rond gedifferentieerde prijszetting*

Binnen Westtoer zal een logiescoördinator worden aangeworven die vorming kan organiseren over praktijken van 'yield management' (opbrengstbeheer) en het geven van extra's bij herhaalbezoek of aanbeveling of het vastleggen van een prijs, rekening houdend met de waarde die de consument eraan geeft.

- *Aanbieden van promotionele aanbiedingen*

De Westhoekvoordeelpas (zie verder) is een instrument van promotionele aanbieding dat een voordeel biedt voor de toerist en aanzet om meer dingen te gaan bezoeken in de Westhoek. Het moet mogelijk zijn om via de website ook promotionele aanbiedingen in elkaar te steken met de logiessector om bv. de midweeks in de Westhoek te bevorderen. De regiowerking van de Westhoek en de centrale diensten van Westtoer hebben hier een rol in te spelen (cfr. 30 euro overnachting in hotels aan de Kust). Het moet hier niet steeds gaan om een korting. Het kan evengoed en misschien beter gaan om extra's die gegeven worden bij dergelijke aanbiedingen.

2.2 Distributiestrategie: place

Afhankelijk van de individuele productmarktcombinaties voor de Westhoek moet een keuze gemaakt worden over een directe of indirecte benadering van de toekomstige toerist.

Acties

- *Keuze voor een directe en selectief gerichte doelgroepenbenadering voor de individuele toeristen*

Op de Vlaamse en Nederlandse markt wil de Westhoek vooral individuele (verlengde) weekends, midweeks en weekvakanties aanbieden. Dergelijke vakanties worden direct bij de logiesuitbater geboekt. Deze boekingen kunnen gefaciliteerd worden door bv. logies op de website van Westhoek te promoten. Er wordt best selectief gecommuniceerd naar de verschillende doelmarkten nl. naar de medioren, de actieve senioren, de fietstoeristen, de koppels zonder kinderen, de gezinnen met kinderen e.a.

De individuele dagtoeristen worden in één beweging meegenomen in deze communicatie. Ook de Franse dagtoeristen worden ad hoc benaderd op directe basis via culturele centra of bibliotheken in de grensgemeenten (bv. via opmaak van een activiteitenkalender met nadruk op volkse, folkloristische evenementen).

- *Keuze voor een indirecte benadering van de Britse WO I-markt*

De Britse toeristen komen meestal in groep waarbij hun reis georganiseerd wordt door een touroperator. Daarnaast zijn er ook een beperkt aantal individuele Britse toeristen die hun reis naar de Westhoek boeken via een touroperator (FIT's).

Voor de Britten moeten dus de bemiddelaars worden benaderd die dan op hun beurt de potentiële toeristen aanspreken. Deze bemiddelaars zijn: algemene reisorganisatoren, verenigingen betrokken bij 'battlefield'-toerisme, touroperators die gespecialiseerd zijn in studiereizen naar het continent, scholen die zelf reizen organiseren. Dergelijke aanpak geldt ook voor de georganiseerde daguitstappen van Britten.

- *Keuze voor een indirecte benadering voor de georganiseerde daguitstappen van Vlamingen*

De georganiseerde daguitstappen van Vlamingen zijn een belangrijke doelmarkt voor de diverse attracties in de Westhoek. Het gaat hier vooral om scholen, verenigingen uit het socio-culturele veld en autocaristen. Westtoer heeft voor deze doelgroep ook een website ontwikkeld waar gemeenten hun aanbod van dagtrips kunnen doorgeven onder een uniforme format. Het is daarbij van groot belang dat er door de gemeenten goede,

creatieve en beleavingsgerichte producten worden ontwikkeld. Westtoer kan hiertoe voor de gemeenten vorming voorzien in commerciële productontwikkeling, waarbij voorbeelden van 'good practice' uit binnen- en buitenland gepresenteerd kunnen worden.

- *Keuze voor een indirecte benadering van de MICE-markt via Westtoer*

De Westhoek stapt mee in de MICE-werking van Westtoer die zelf promotie voert naar de diverse bedrijven en organisatoren van kleine seminars en incentive-trips. De individuele private actoren die op deze markt werkzaam zijn betalen daartoe een bijdrage, waarbij ook een bedrag wordt bijgelegd door de stad Ieper en door de provincie. Er zijn hier duidelijk nog groeimogelijkheden binnen de Westhoek.

- *Keuze voor internet ook als distributiekanaal*

In een poging om het fenomeen internet een plek in hun marketingstrategie een plek te geven, proberen veel ondernemers het internet te vergelijken met iets wat men al kent. Het gevaar bij deze denkwijze is dat men te smal gaat denken. Door bv. de associatie van een monitor met een beeldscherm van de TV, wordt het internet vaak alleen maar ingezet als aanvulling op de promotiemix met alle gevolgen van dien: het bedrijf zet een virtuele brochure op het net, roept op reclame-achtige wijze enkele kreten en hoopt zo de bezoeker te overtuigen.

De consument vindt hierin echter geen enkele toegevoegde waarde op die site en vertrekt. Internet is inderdaad een medium, maar één met heel andere eigenschappen dan al de instrumenten die we tot nu toe kennen. Om te voorkomen dat websites niet meer zijn dan een online folder (en dus slechts gezien wordt als een promotiemiddel), moet het gebruik van het internet doorheen alle fases van de marketingstrategie bekeken worden. Dit wil zeggen dat de marketingmix zoals we die tot voor kort kenden, niet meer zal voldoen. Alle p's en c's één voor één invullen zal zorgen voor verwarring wanneer je dit probeert toe te passen op het internetgebruik: eenzelfde website kan namelijk op hetzelfde moment het product, promotiemiddel, distributiekanaal, presentatie, transactie, e.a. zijn. Bij internet loopt alles in elkaar over en kan men niet meer splitsen zoals we het tot op heden gewend waren. Daarom is een doordachte aanpak van de internetcommunicatie een strategisch gegeven.

2.3 Commerciële productontwikkeling voor prioritaire doelgroepen

Vooralsnog werd binnen de regiowerking van de Westhoek slechts beperkt aandacht geschonken aan het zelf ontwikkelen van commerciële producten of verblijfsarrangementen waarbij diverse aanbodelementen worden gecombineerd in een aantrekkelijk beleevingspakket voor een specifieke doelgroep. Toerisme Vlaanderen was op dit domein actief. Door het wegvallen van de Vlaanderen Vakantieland brochure is het mogelijk dat ook bij Toerisme Vlaanderen deze ondersteunende productontwikkeling wegvalt.

Dergelijke arrangementen kunnen modulair of in een volledig uitgewerkt arrangement worden aangeboden. De beste manier is om keuzemogelijkheden in te bouwen waarbij de toerist een gevoel krijgt van vrijheid.

Wat betreft dagtrips ligt de verantwoordelijkheid bij de diverse toeristische diensten die ook kunnen samenwerken om bovenlokale dagtrips aan te bieden. Er moet daarbij veel

aandacht gaan naar de belevingswaarde van dergelijke dagtrip. De consument wil immers in een korte tijd veel beleven.

Acties

- *Inschakelen van de regiowerking voor het ontwikkelen van commerciële verblijfsproducten*

De regiowerking kan in samenwerking met de centrale diensten van Westtoer op een creatieve manier de rol van Toerisme Vlaanderen overnemen wat betreft verblijfsarrangementen. Dit kan ook gebeuren in samenwerking met de privé-sector die dergelijke arrangementen (bv. Bongo) op de markt brengt. De regiowerking moet er dan voor zorgen dat de juiste contacten worden gelegd.

We denken daarbij aan:

- innovatieve bovenlokale arrangementen in combinatie met evenementen en attractiepunten die een duidelijk toegevoegde waarde en keuzemogelijkheden aanbieden
- fietsarrangementen (zie eerder) die sowieso bovenlokaal georganiseerd moeten worden
- wandelarrangementen
- arrangementen rond natuurbeleving
- arrangementen rond het 'goede leven', e.a. (Tafelen)
- arrangementen rond wellness (in combinatie met logies, restaurant, sauna e.a.)

Het gaat hierbij zowel om arrangementen voor individuen als voor groepen.

Hierbij is het van belang dat de regiowerking samenwerkt met andere sectoren als de lokale economische actoren, de cultuursector, de kleinhandel, e.a.

- *Informatie doorgeven aan individuele private actoren voor het zelf ontwikkelen van commerciële verblijfsproducten*

De logiescoördinator van Westtoer, die nog in 2007 zal aangeworven worden, kan samen met de regiowerking informatie geven aan individuele actoren hoe zij zelf haalbare arrangementen kunnen uitwerken. Voorbeelden zijn:

- Creatieve arrangementen rond zelfontplooiing als workshops rond o.m. ambachten, wellness, meditatie en schilderen voor medioren, senioren
- Avonturenarrangementen voor vriendengroepen, jongerengroepen, incentives
- Verblijfsarrangementen met bezoeken aan niet zo toegankelijke plaatsen in de Westhoek.

Dergelijke aanpak zou in een workshop met geïnteresseerde actoren kunnen worden gestimuleerd. De regiowerking kan hier het voortouw nemen samen met de centrale diensten van Westtoer en eventueel ondersteuning van Toerisme Vlaanderen.

2.4 Communicatiestrategie

De communicatiestrategie moet steunen op de eerder gemaakte strategische keuzes rond positionering, prioritaire productmarktcombinaties en de specifieke doelgroepen. Het toeristische product moet bekend gemaakt worden bij de te bewerken doelgroepen op een manier die ook interactie van de toeristen mogelijk maakt.

Naar de toekomst toe weten we dat de Westhoek voor haar communicatie verder zal moeten werken met een beperkter budget voor de regionale promotiepool. Daarom moeten ook de communicatie-instrumenten zo doelmatig mogelijk ingezet worden om de communicatie-doelgroepen optimaal te kunnen bereiken.

2.4.1 Communicatiedoelgroepen

Binnen de communicatiestrategie is het op de eerste plaats belangrijk om een benadering te formuleren voor de diverse geselecteerde markten.

Acties

- *Een vernieuwde marktwerking van de Vlaamse markt i.s.m. Toerisme Vlaanderen*

De marketinginspanningen voor de Vlaamse markt moeten op het financiële niveau van de voorbije jaren aangehouden blijven. De Westhoek moet daarbij inspelen op de nieuwe mogelijkheden die voor wat betreft de Vlaamse markt vanaf 2009 door Toerisme Vlaanderen geboden zullen worden. In hun marketingplan wordt geopteerd voor 'belevingsvolle productlijnen' en niet meer voor de regiobenadering. Het zal belangrijk zijn voor de Westhoek om mee te surfen op de voor haar meest interessante productlijnen als plattelandstoerisme en fietstoerisme, waarbij telkens de regionale context zal moeten gebracht worden en waarbij verwezen wordt naar de regionale website. Voor iedere productlijn zullen de specifieke doelgroepen duidelijk moeten gedefinieerd worden. Op de Vlaamse markt gaat dit om medioren en senioren voor weekends en midweeks, groepen van families en vrienden die een bijeenkomst willen organiseren in weekends en voor gezinnen met kinderen voor korte vakanties in het schoolverlof⁶⁵. Het beperkte budget kan op die manier het best worden ingezet in synergie met de middelen van Toerisme Vlaanderen. Dit geldt eveneens voor de Nederlandse markt (zie verder). Ook de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen werkt pistes uit om op de vernieuwde marketingstrategie van Toerisme Vlaanderen in te spelen.

De verblijfstoeristen aan de Kust blijven een belangrijke doelmarkt voor individueel dagtoerisme naar de Westhoek. De (relatief beperkte) oplage aan Duitse en Franse regiopockets blijft dan ook behouden met het oog op verspreiding via de diensten voor toerisme aan de (West)kust. Voor dagtoerisme in groep kunnen de centrale diensten van Westtoer de gemeenten ondersteunen voor het vermarkten van daguitstappen samengesteld door de gemeenten.

⁶⁵ Dit betekent uiteraard ook dat er een kindvriendelijk aanbod in de regio aanwezig moet zijn. Met de nodige zin voor creativiteit zijn daar makkelijk relatief goedkope producten voor te ontwikkelen (bv. zoektochten, kinderroutes...).

- *Selectief de belangrijkste buitenlandse doelmarkten bewerken*

De belangrijkste buitenlandse doelmarkten blijven Nederland en Groot-Brittannië.

Na het wegvallen van de 5b Phasing Out middelen die tot eind 2006 werden ingezet om actief de Nederlandse en Britse markt te bewerken, moeten deze doelmarkten verder zo efficiënt mogelijk worden bewerkt via:

- een basisbedrag dat binnen het geheel van de regiopool specifiek voor de campagnes Nederland en Groot-Brittannië gereserveerd blijft. Indien mogelijk en opportuun wordt voor deze campagnes samengewerkt met Toerisme Vlaanderen. Dit is enerzijds het geval voor de campagne op Nederland die, zoals blijkt uit het buitenlandse marketingplan van Toerisme Vlaanderen, ook meer 'productlijnggebonden' zal zijn met vooral aandacht rond fietsen, Tafelen en plattelandstoerisme, en anderzijds op Groot-Brittannië waar oorlog en vrede een sterk thema zal worden zeker naar de aanloop toe van de herdenking in 2014-2018.
- het maximaal aanwenden van ad hoc middelen die door de gemeenten, die dit wensen, extra worden samengebracht om gezamenlijk specifieke acties op een markt te organiseren. Dit zal zeker belangrijk zijn voor een aantal gemeenten met een sterk Wereldoorlog I-product om in een gezamenlijke actie de Britse markt te bewerken. De middelen voor de Britse markt zullen zeker moeten worden opgetrokken in de laatste jaren voor de herdenking in 2014-2018.

- *Ad hoc bewerken van de Noord-Franse markt van dagtoeristen*

Het op een systematische manier bewerken van de Noord-Franse markt van dagtoeristen is met de huidige marketingbudgetten niet haalbaar. Toch kunnen op beperkte schaal inspanningen geleverd worden, specifiek naar de Noord-Franse markt toe die vooral interesse betoont voor evenementen, rommelmarkten, folkloristische stoeten e.a. Via de aanmaak van een eenvoudige activiteiten- en evenementenkalender die via de culturele centra of bibliotheken in Noord-Frankrijk verspreid kan worden, kan deze nichemarkt selectief worden bewerkt. Een beperkte verspreiding van de Franstalige regiopocket via dezelfde kanalen is eveneens aangewezen.

2.4.2 Communicatie-instrumenten

Om deze doelgroepen te benaderen zullen volgende communicatie-instrumenten van groot belang zijn.

Acties

- *Wervend inzetten van een performante regiowebsite*

De wervende rol van de regiopocket moet overgenomen worden door de regiowebsite die een centrale rol in de communicatie toebedeeld krijgt. Het verder investeren in het aantrekkelijk maken en inhoudelijk uitbouwen van een interactieve regionale website is van zeer hoge prioriteit op middellange termijn. Het is binnen deze website dat de regio zich kan realiseren als virtueel onthaal- en aanspreekpunt. Het is daarbij van groot belang dat de Westhoekwebsite een grote performantie haalt. Dat dit alles een investering van bijkomende middelen zal vergen, spreekt voor zich.

De regiowebsite heeft dus niet enkel een informerende maar ook een belangrijke wervende rol. De website moet de potentiële toerist zin doen krijgen in een weekend of korte vakantie in de Westhoek die gemakkelijk te boeken is. Ze moet natuurlijk ook voldoende praktische informatie geven om te weten wat hij/zij kan doen in de regio.

De regiowebsite Westhoek werd de laatste jaren in format vernieuwd, inhoudelijk uitgebreid en kent steeds hogere bezoekersaantallen. Er wordt ook gedacht aan het voorzien van een volledige Engelse taalversie van de website. Momenteel is enkel het onderdeel logies beschikbaar in het Engels.

Deze kwalitatieve website van de Westhoek moet in de toekomst intensief aangewend worden om online wervingsacties te gaan doen in combinatie met bv. promotionele aanbiedingen (zie eerder). Hieronder vallen activiteiten die een afgeleide vormen van de website zelf als e-newsletters, newsflashes, content integration, e-mailings, blogs e.a. Dit zijn allemaal instrumenten die toelaten aan een zeer lage kostprijs te communiceren op een one-to-one basis. Ook hiervoor zullen extra middelen moeten worden ingezet.

Voor het optimaliseren en up-to-date houden van de website en voor de online wervingsacties zijn bijkomende personele inspanningen noodzakelijk. De centrale diensten van Westtoer en de regiowerking Westhoek moeten hiermee rekening houden bij het vedelen van de taken.

- *Bijkomende inspanningen voor de aanmaak van nieuw fotomateriaal op basis van de verfijnde positionering en de 'mood board'*

De presentatie van de Westhoek is van groot belang binnen de communicatie. Om de positionering op een consequente manier naar de consument over te brengen, is een investering in nieuw fotomateriaal noodzakelijk. Het gaat daarbij bij voorkeur om een set van een tiental beelden die de essentie van de sfeer van de Westhoek weergeven. Uit het huidige fotoarchief moet het bruikbare materiaal gesorteerd worden en aangevuld met nieuwe sets van reportagebeelden in lijn met de vernieuwde positionering.

Figuur 4 toont de aanzet tot mood board die werd opgesteld naar aanleiding van dit strategisch beleidsplan. Deze mood board moet nog verder worden verfijnd in de Adviesgroep Toerisme en Recreatie (vergadering met de diensten voor toerisme van de Westhoek) samen met de regiomanager voor de Westhoek en de directeur marketing van Westtoer. Bedoeling hierbij is te komen tot een definitieve mood board die richtinggevend is voor de stijl van het toekomstige fotomateriaal. Dit moet verder ook nog leiden tot een eigen huisstijl voor de publicaties van de Westhoek.

Deze inspanningen zijn van belang voor alle markten.

Gezien de Vlaanderen Vakantielandbrochure zal wegvallen en de aanpak op Vlaams niveau meer productlijnmatig zal gebeuren zowel voor de Vlaamse markt als voor de Nederlandse markt, zal het belangrijk zijn om de beperkte middelen van de promotiepool in te zetten in die acties waarbij steeds het Westhoekkarakter van de productlijn expliciet moet worden gemaakt. Voor de Westhoek zal dit wellicht vooral gaan om plattelandstoerisme (waarin ook de kleinere stadjes kunnen worden opgenomen), fiets- en wandelproducten en producten rond het 'goede leven'. Er zal pro-actief moeten ingespeeld worden op deze nieuwe benadering. Om de link verder te kunnen maken met de bestemming is het belangrijk dat Toerisme Vlaanderen bij elk individueel aangeboden arrangement telkens de regiowebsite van de Westhoek vermeldt.

Om verder de bestemming van de Westhoek als regio met een rijk toeristisch-recreatief aanbod in de kijker te zetten bij de Vlaamse en Nederlandse markt van potentiële verblijfstoeristen moet vooral gewerkt worden om meer redactionele aandacht te krijgen in de media. Redactionele aandacht is een zeer kostenbesparende manier van communicatie voor een regio met een beperkt budget. Redactionele aandacht biedt ook het voordeel dat de informatie objectiever overkomt bij de potentiële toerist dan advertenties.

Persaandacht moet ervoor zorgen dat de Westhoek 'top of mind' blijft of wordt bij een potentieel cliënteel voor weekends of korte vakanties.

De regiowerking en de centrale persbewerking van Westtoer moet zich verder actief inzetten om 'free publicity' te kunnen verkrijgen in de pers door:

- geïndividualiseerde studiereizen in de regio: het is best om de journalisten van de gewenste media individueel (met hun familie, vrienden of kennissen) kennis te laten maken met het toeristisch-recreatieve product van de Westhoek en dit te doen in samenwerking met de centrale diensten van Westtoer en Toerisme Vlaanderen.
- periodiek informeren van de pers over nieuwe toeristisch-recreatieve activiteiten, producten of onderzoeken in de Westhoek. Dit kan eveneens gebeuren via de regionale website waar aparte communicatie met de pers kan gevoerd worden of via nieuwsbrieven. De bestaande nieuwsbrieven van de Westhoek zullen worden aangepast om meer te beantwoorden aan de noden van de pers.

Prioriteit gaat hier naar de Vlaamse en de Nederlandse pers. De Britse pers is vooral belangrijk voor het WO I-gebeuren en moet ook intensiever benaderd worden naarmate de herdenking 2014-2018 nadert. Ook in de communicatie naar de Vlaamse en Nederlandse markt dient het thema Wereldoorlog I sterker dan vroeger aan bod te komen. Onderzoek toont immers aan dat deze markten ook interesse betonen voor dit thema.

▪ *Joint promotions*

Gezien het beperkte budget is het eveneens aan te raden om mee te stappen in joint promotions waarbij zowel toeristische als niet toeristische partners worden gezocht voor het samenbrengen van middelen. In de regio zijn interessante actoren aanwezig waarmee een samenwerking kan worden gezocht. Ook kunnen gerichte joint promotions met media zeer efficiënt zijn op de Vlaamse en Nederlandse markt.

▪ *De regiopocket niet meer wervend inzetten*

De regiopocket is bij uitstek een 'how-to-use-the-product' brochure met een schat aan praktische informatie (bv. over restaurants) die vooral ter plaatse zijn nut bewijst.

De 'Westhoekjes' moet de toerist informeren over het rijke aanbod van bezienswaardigheden en belevingsactiviteiten. De veelheid in het aanbod moet de toerist een gevoel geven van vele keuzemogelijkheden en kan ook aanzetten tot herhaalbezoek.

We willen de regiopocket in de toekomst weer hoofdzakelijk inzetten voor verdeling ter plaatse in de Westhoek. De huidige oplage van de pocket zal worden aangehouden, maar dan met het oog op een zo optimaal mogelijke distributie ter plaatse.

Volgende suggesties ter verbetering van de regiopocket worden voorgesteld voor een gemakkelijker gebruik voor de toerist:

- duidelijke communicatie van de instappunten in de Westhoek (zie ook de acties onder SD6 inzake onthaal), bij voorkeur visueel aangebracht (op kaart);

- duidelijke communicatie over de 'highlights' (bv. grote bezoekersattracties). Het betreft een beknopt overzicht van de belangrijkste 'musts', bij voorkeur visueel op kaart aangeduid en voorzien van alle praktische informatie die een consument daarbij nodig heeft.
 - betere visualisering in de regiopocket van beschikbaar kaartmateriaal van bv. fietsnetwerken, fietsroutes, themaroutes etc (gebruik van fotomateriaal van de kaarten in de pocket).
 - verwijzingen naar knooppuntnummers op het fietsnetwerk bij vermelding van de locatie van een bezoekersattractie;
 - vermeldingen met betrekking tot WO I moeten alle praktische informatie bevatten nodig voor een bezoek (openingsuren, adres, e.a.).
- *Voorzien in betere distributie van de pocket Den Grooten Oorlog*
- De pocket Den Grooten Oorlog die zowel in het Nederlands als in het Engels wordt voorzien is een zeer waardevol instrument dat op een hoge waardering van de gebruikers kan rekenen en dus behouden dient te blijven.
- Uit het onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek bleek wel dat de distributie van de pocket nog voor verbetering vatbaar was en dat de pocket door enkele beperkte ingrepen ook nog gebruiksvriendelijker gemaakt kan worden (bv. toevoegen kaartmateriaal, index enz).
- *Louter digitaal voorzien van het logiesaanbod van de Westhoek vanaf 2009 op de regiowebsite*
- Met het oog op het zo efficiënt mogelijk inzetten van een beperkt marketingbudget (bv. optrekken van het budget voor e-marketing) wordt ervoor geopteerd om vanaf 2009 de logiesbrochure niet meer te publiceren en het logiesaanbod enkel nog digitaal te voorzien. Alle (vergunde) logiesaanbieders krijgen in dit systeem een gratis basisvermelding op de website.
- Daarnaast wordt eraan gedacht om aan de logiesaanbieders de mogelijkheid te bieden om tegen betaling in te stappen in een vooraf gedefinieerd pakket van diensten op de website. Dit pakket kan voorzien in een veel grotere visibiliteit op de website (bv. meer informatie, foto, directe link e.a) en in een jaarlijks te bepalen geheel van acties (online, print, e-mail, mailings, voordeelpas...) die de logiesuitbater ten goede komen. Over dergelijke pakket moet nog concreet worden nagedacht en is overleg met de logiessector nodig.
- Het logiesonderdeel van de website moet ervoor zorgen dat de potentiële toerist op een gemakkelijke manier een keuze kan maken en ook op een eenvoudige manier kan boeken bij de uitbater.
- *Actualiseren van het Westhoekvoordeelpas*
- De Westhoekvoordeelpas is een succesvolle actie opgezet door de regiowerking Westhoek die verblijfstoeristen in de Westhoek aanzet om het rijke pallet van attracties te bezoeken.

Deze voordeelpas is momenteel een bonnenboekje dat door de deelnemende logies-aanbieder gratis aan de klant wordt aangeboden. De logiesaanbieder kan de voordeelpas bij de regiowerking inkopen en krijgt in ruil daarvoor de vermelding in de pocket of website dat hij dergelijke pas aanbiedt.

Aan het systeem van de voordeelpas kan een meer hedendaagse invulling worden gegeven. Het systeem kan mogelijk nog worden uitgebreid. Een grotere synergie tussen bv. fietsroutes, attracties en voordeelpas behoort ook tot de mogelijkheden (doorverwijzingen naar elkaar).

- *Selectieve aanwezigheid op publieks- en nichebeurzen*

Algemene publieksbeurzen zijn steeds minder interessant. Het is wel aangewezen om selectief aanwezig te zijn op nichebeurzen die specifieke doelgroepen aantrekken als fietsbeurzen, seniorenbeurzen e.a.

De aanwezigheid op nichebeurzen zorgt ervoor dat de Westhoek 'top of mind' blijft bij de gewenste doelgroepen voor een weekend of korte vakantie.

De regiowerking Westhoek kan best aanleunen bij het beleid van Westtoer omtrent een selectieve aanwezigheid op beurzen. Dit beleid wordt binnen Westtoer trouwens vanaf 2009 herbekeken.

- *Opzetten van een efficiënt databasebeheer*

Het is evident dat alle communicatie-acties gekoppeld moeten worden aan een optimalisatie van de database. Dit wil zeggen dat er systematisch input moet gegenereerd worden zowel vanaf de balies, beursdeelnames, advertenties als via de site zelf. Het accent dient daarbij in hoofdzaak te liggen op het verzamelen van e-mailadressen, niet op de klassieke naam/adres/woonplaatsbestanden. De database-input moet gestandaardiseerd worden over alle communicatie-instrumenten heen. Wij moeten er dus in eerste instantie voor zorgen dat de klanten maximaal overhaald worden zich te laten registreren. Op die manier leren wij onze klanten tevens kennen.

Een goede database zorgt ervoor dat we voor specifieke acties gericht kunnen communiceren met een potentieel cliënteel.

- *TV- en radioprogramma's*

Sowieso zijn de vakantieprogramma's op radio en TV een belangrijk kanaal om te communiceren over de Westhoek. Er moet op middellange termijn herbekeken worden welke TV- en radioprogramma's het best de gewenste doelgroepen bereiken. Ook het TV-programma Vlaanderen Vakantieland moet kritisch bekeken worden op middellange termijn.

- *Regiocommunicatie naar aanleiding van belangrijke evenementen*

Het Folkfestival in Dranouter is een belangrijk evenement voor de Westhoek. Het project Flamundo wil de Westhoek via het folkfestival gaan promoten. Dit initiatief werd gelanceerd op het festival in de zomer van 2007.

Er moet verder worden bekeken in hoeverre de Westhoekpromotie zich kan vasthangen aan andere evenementen die in de lijn liggen van de positionering van de Westhoek.

- *Interne marketing*

De interne marketing verdient ook in de toekomst de nodige aandacht. De ontmoetingsmomenten voor de actoren uit de regio zijn hiervoor belangrijk, evenals vorming van de baliemedewerkers.

DEEL 3

ACTIEGERICHTE STRATEGIE VOOR ORGANISATIE

BESTENDIGEN EN BEVORDEREN VAN EEN DYNAMISCHE TOERISTISCHE WERKING IN DE WESTHOEK (SD 7)

De toeristische werking in de Westhoek heeft al heel wat gerealiseerd, maar moet continu zijn werking optimaliseren en uitbreiden. Dit geldt zowel voor de regiowerking van de Westhoek als voor de werking van de lokale toeristische diensten.

Acties

- *Meer aandacht voor fysische en commerciële productontwikkeling bij de regiowerking Westhoek*

Op vlak van regiowerking werd in het verleden naar aanleiding van de bijkomende Europese middelen veel aandacht geschonken aan de marketing en promotie-aspecten voor de Westhoek. Naar de toekomst toe is het belangrijk dat nu meer aandacht gaat naar productontwikkeling waarbij de regiowerking van de Westhoek ondersteund moet worden door de centrale diensten van Westtoer, door de logiescoördinator en door een medewerker die een quick scan voor een gemeente kan uitvoeren.

Ook meer aandacht voor commerciële productontwikkeling is aangewezen. Het zal daarbij belangrijk zijn om zelf creatieve arrangementen met logiesaanbieders samen te stellen of aanbieders en diensten van toerisme daarin te ondersteunen (bv. door het voorzien in vorming).

- *Contacten van de regiowerking met diverse actoren nog intensifiëren*

Hoewel de regiowerking van de Westhoek reeds heel wat contacten heeft met de sector, kunnen deze nog verder geïntensifieerd worden naar UNIZO en andere koepelorganisaties toe. Ook kunnen er nauwere banden komen met de gemeenten van de Westkust en Middelkerke wat betreft toerisme en recreatie in hun landelijk gebied.

- *Meer contacten met het gemeentelijke politieke niveau*

De regiowerking Westhoek houdt maandelijks een overleg met de diensten voor toerisme uit de Westhoek. Dit is eerder een overleg van technische aard en gaat vaak over de besteding van de middelen van de promotiepool. Er werd aangevoeld dat de regiowerking en Westtoer zelf ook dichter moeten staan bij het politieke niveau in de gemeenten. Daarom werd het regionaal overlegplatform Westhoek opgericht waar Westtoer en de regiowerking Westhoek periodiek overleg plegen met de burgemeesters en schepenen voor toerisme omtrent relevante beleidsmateries.

- *Nieuwe grensoverschrijdende samenwerkingsverbanden opbouwen*

De Westhoekwerking heeft in de voorbije jaren heel wat voordeel kunnen halen uit Europese middelen van 5b en 5b Phasing Out maar ook uit Interreg III. Het is aangewezen om terug op zoek te gaan naar samenwerkingsverbanden binnen diverse Europese programma's om bepaalde acties te kunnen realiseren. De centrale diensten van Westtoer kunnen de regiowerking van de Westhoek helpen om de nodige

contacten te leggen en op te volgen. Voor de Westhoek zijn de grensoverschrijdende contacten met Noord-Frankrijk van groot belang.

- *Professionalisering van de lokale toeristische diensten*

Westtoer pleit bij de hogere Vlaamse overheid voor het financieel ondersteunen van de lokale toeristische diensten wat betreft een meer gekwalificeerde personeelsbezetting. Het voorstel van Westtoer laat aan de gemeenten hun autonomie om te beslissen naar welk type van categorie van toeristische dienstverlening ze willen evolueren.

De lokale toeristische dienstverlening mag niet enkel bestaan uit activiteiten rond onthaal en promotie maar moet ook andere beleidsaspecten van toerisme opnemen als strategische planning, productontwikkeling en het ontwikkelen van een monitoringsysteem. Hiervoor zijn diverse competenties nodig die ondersteund dienen te worden op Vlaams niveau. Binnen het voorstel van Westtoer kunnen kleinere gemeenten samenwerken om een minimale dienstverlening te kunnen aanbieden waarbij ze ook in aanmerking zouden kunnen komen voor Vlaamse subsidies. Ook de regiowerking kan bijdragen tot professionalisering door het organiseren van vorming o.a. over het streekkennis.

DEEL 4

ACTIEGERICHTE STRATEGIE VOOR KENNISONTWIKKELING

ONTWIKKELEN VAN EEN MONITORING- EN INFORMATIESYSTEEM (SD 8)

Om een goede toeristische werking in de Westhoek te kunnen garanderen is een degelijk informatiesysteem noodzakelijk. Dergelijk informatiesysteem bestaat enerzijds uit het permanent opvolgen van basisindicatoren en anderzijds uit het periodiek uitvoeren van specifiek onderzoek rond de gewenste doelgroepen in de Westhoek.

De permanente dataverzameling op regioniveau gebeurt door Westtoer waarbij:

- sedert 2002 het logiesaanbod in de Westhoek jaarlijks wordt geïnventariseerd;
- de cijfers rond overnachtingen en aankomsten van FOD-economie jaarlijks worden bijgehouden en worden gepresenteerd;
- de vraagregistratie bij plattelandslgies werd opgestart in 2005;
- een hotelbarometer werd opgestart in 2006;
- de bezoekersaantallen van attracties met meer dan 5 000 bezoekers worden opgevraagd.

Ook de lokale toeristische diensten houden een aantal gegevens bij die echter vaak niet systematisch worden verwerkt en ook niet beleidsmatig worden aangewend.

Vrij recent werd uitvoerig onderzoek gevoerd rond belangrijke aspecten van het toerisme in de Westhoek nl:

- Onderzoek naar profiel, gedrag en tevredenheid van de verblijfstoeristen in plattelandslgies in Vlaanderen, waarvan een beperkte steekproef uit de Westhoek (2004)
- Onderzoek naar profiel, gedrag en bestedingen van de verblijfstoerist in de Vlaamse regio's met een beperkte steekproef van 200 eenheden voor de Westhoek (2005)
- Onderzoek naar het belang van het WO I-toerisme en de tevredenheid van de WO I-toeristen (2006)
- Onderzoek naar het belang en de tevredenheid van de recreatieve fietsers op het fietsnetwerk van de Westhoek.

Ook voert Westtoer jaarlijks een onderzoek uit bij bezoekers aan het IFFM in opdracht van het IFFM.

Hoewel dus reeds heel wat informatie voorhanden is, is deze informatie nog niet volledig en is deze ook nog onvoldoende ontsloten voor alle actoren in de regio.

Daarom worden volgende acties voorgesteld.

Acties

- *Uitbreiden van de participatie van logiesuitbaters in het informatiesysteem plattelandstoerisme en hotelbarometer binnen de Westhoek*

Zowel in de vraagregistratie voor plattelandstoerisme als bij de hotelbarometer, twee systemen waar de bezettingsgraad wordt opgevraagd per uitbater, zijn nog onvoldoende uitbaters opgenomen om het systeem op een voldoende representatieve manier te laten draaien. Nochtans krijgt in beide informatiesystemen de individuele uitbater feedback over zijn/haar individuele gegevens tegenover vergelijkbare concurrenten of tegenover het gemiddelde. Westtoer samen met de regiowerking Westhoek heeft reeds vele uitbaters over de brug gekregen, maar moet verder moeite doen om de steekproef uit te breiden. In zekere zin gaat het hier ook om de professionalisering van de private actoren door hen bewust te maken van het belang van degelijke managementgerichte informatie.

- *Opvolgen van het aantal WO I-toeristen*

Naar aanleiding van het onderzoek bij de WO I-toeristen in 2006-2007 werden tellers geïnstalleerd op diverse sites. Samen met de WO I-gerelateerde attractiepunten die de bezoekersaantallen bijhouden, kunnen op deze manier de bezoekers aan 10 sites jaarlijks worden opgevolgd. Op basis van een factor die we berekenen uit het onderzoek van 2006 en het totale aantal bezoekers op de 10 sites kunnen we de evolutie van het volume van WO I-toeristen jaarlijks opvolgen.

- *Opvolgen van het aantal recreatieve fietsers op het fietsnetwerk Westhoek*

In 2006-2007 werd niet enkel een onderzoek opgezet naar profiel, gedrag en bestedingen van de recreatieve fietsers op het fietsnetwerk van de Westhoek maar werd ook een permanent meetsysteem opgestart dat op basis van vijf vaste telposten die de volgende jaren zullen blijven liggen een inschatting kan maken van het aantal recreatieve fietsers op het netwerk in de komende jaren. De ervaring leert dat het fietsgedrag heel afhankelijk is van het weer. Pas uit de vergelijking van verschillende jaren zal een trend kunnen worden afgeleid.

- *Overtuigen van de diensten van toerisme om permanent een standaardset van basisgegevens bij te houden*

Alle lokale toeristische diensten zouden overtuigd moeten worden van het belang van het bijhouden van een set van basisgegevens. Daarbij kan het bv. gaan om volgende gegevens:

- het aantal bezoekers aan het infopunt per dag;
- het aantal boekingen voor dagtrips en toeristische rondleidingen;
- het aantal bezoekers aan attractiepunten in de gemeente (ook kleinere);
- een evaluatieformulier betreffende het onthaal en het product, in te vullen in de toeristische dienst, waarbij ook gepeild kan worden naar profiel, motieven en informatiebronnen;
- klachten (heel belangrijk voor klachtenbehandeling en evaluatie van de tevredenheid).

- *Jaarlijks publiceren van een rapport met basisindicatoren omtrent toerisme in de Westhoek*

Westtoer verbindt er zich toe om jaarlijks in de herfst een stand van zaken omtrent toerisme in de Westhoek te publiceren over het voorgaande jaar en dit ook aan te bieden op de website van Westtoer alsook op de website van de Westhoek zodat deze informatie ook ontsloten wordt voor alle private actoren.

In dit basisrapport moeten volgende items voor de globale Westhoek worden opgenomen:

- evolutie van het logiesaanbod
- gemiddelde bezettingsgraad van hotels en plattelandslgies indien een voldoende representatieve steekproef kan worden gehaald
- evolutie van de overnachtingen en aankomsten naar herkomst, doel en logiesvorm
- evolutie van het marktaandeel van de Westhoek in de overnachtingen binnen de Vlaamse groene regio's
- evolutie van de bezoekersaantallen aan niet-oorlogsgelateerde attracties
- evolutie van het aantal WO I- toeristen
- evolutie van het aantal recreatieve fietsers op het fietsnetwerk van de Westhoek

- *Toegankelijk maken van de rapporten van belangrijke onderzoeken in de Westhoek*

De finale rapporten rond WO I-toerisme en rond het fietsnetwerk kunnen ter beschikking gesteld worden van de lokale actoren van de Westhoek door deze te publiceren op de website van de Westhoek. Op deze manier kunnen de onderzoeksresultaten bijdragen tot de professionalisering van de toeristische actoren.

- *Tussentijdse evaluatie van het strategisch beleidsplan in 2011*

In 2011 zal Westtoer een beperkte tussentijdse evaluatie maken van het strategisch beleidsplan (over de periode 2008-2010). De bedoeling is om na te gaan in hoeverre de strategische doelstellingen en de streefdoelen reeds gehaald zijn en om eventuele bijstellingen mogelijk te maken.

- *Organiseren van onderzoek omtrent de klantentevredenheid en profiel van de toeristen en recreanten in de Westhoek*

Omwille van grote externe kosten verbonden aan het organiseren van onderzoek kan Westtoer slechts periodiek onderzoeken organiseren rond profiel en klantentevredenheid van de gewenste doelgroepen voor de Westhoek. Westtoer zal daarbij bijkomende financiering voor onderzoek pogen te vinden uit Europese middelen die voor kennisontwikkeling zijn bestemd.

Prioritair voorzien we onderzoek in volgorde van belangrijkheid over:

- Permanent meetsysteem en onderzoek voor bezoekers aan het provinciedomein Palingbeek;
- Het profiel, gedrag, bestedingen en tevredenheid in de Westhoek waarbij we streven naar een steekproef van 400 eenheden;
- Tevredenheid van recreatieve fietsers op het netwerk van de Westhoek.

STAP 6

GLOBALE PRESTATIE-INDICATOREN

Het omzetten van strategische doelstellingen en de resultaten van de actiegerichte strategieën in meetbare en verifieerbare streefdoelen is belangrijk om op tussentijds het gevoerde beleid te kunnen evalueren.

Hieronder worden enkele belangrijke streefdoelen aangegeven voor indicatoren die als maatstaf kunnen dienen voor het opvolgen van het globale toeristisch-recreatieve beleid van de Westhoek. We selecteren hier enkel fenomenen die we op regelmatige basis kunnen meten en die toch indicatief zijn voor de globale ontwikkeling van het toerisme in de Westhoek. Deze streefdoelen kunnen enkel worden gehaald indien de Westhoek toeristisch-recreatief een diepere invulling krijgt en indien de regio op een efficiënte en aantrekkelijke manier op de markt wordt gebracht. Deze streefdoelen kunnen op globaal niveau worden opgevolgd.

Voorliggend strategisch beleidsplan behelst de periode 2008-2013 (zes jaar). Het meest recente cijfermateriaal dat over de regio beschikbaar is, geldt voor 2006. In 2013 zal een nieuw beleidsplan voor de periode 2014-2019 worden voorbereid. Het cijfermateriaal van dit nieuwe beleidsplan zal betrekking hebben op het jaar 2012. Voor de hieronder geformuleerde streefdoelen betekent dit dat het jaar 2006 steeds zal gelden als referentiejaar, waarmee de cijfers van 2012 zullen worden vergeleken.

Streefdoel 1

Minimum 10 concrete acties van relatief belangrijke omvang voor het zorgzaam omgaan met het landschap in de Westhoek tegen 2012

De mooie intenties rond het zorgzaam omgaan met het landschap die voor alle sectoren moeten gelden, moeten ook in een aantal concrete acties uitmonden.

Goed wetende dat Westtoer hierbij slechts een beperkte rol te spelen heeft (vooral als lobbyist) willen we in dit beleidsplan toch een minimum aantal acties gerealiseerd zien rond landschapskwaliteit. Diverse acties voor het verbeteren van de landschapskwaliteit werden voorgesteld in de actiegerichte strategie voor productontwikkeling. Het gaat om het uitbreiden van natuurgebieden en bossen, projecten voor aanplantingen, subsidiëringsprojecten voor kwaliteitsvolle architectuur, landschappelijke integratie van een nieuw industriepark e.a.

We stellen voor dat tegen 2012 op zijn minst 10 acties van relatief belangrijke omvang rond landschapsherstel en landschapsofbouw zullen zijn gerealiseerd.

Streefdoel 2

Aanpakken van minimum 5 sites om het WO I-toerisme verder uit te verdiepen tegen 2012

Om het WO I-toerisme te verdiepen is het noodzakelijk dat een aantal sites worden ontwikkeld of vernieuwd. We stellen ons als ambitie om 5 sites aan te pakken in de periode 2007-2012. De evolutie van het aantal bezoekers kan gemeten worden via tellingen op de 10 belangrijkste sites van het WO I-gebeuren.

Streefdoel 3

Verder uitwerken van het fietsproduct door 10 specifieke acties tegen 2012

Inrichten van vijf inrijpunten

Voor het verder uitwerken van het fietsproduct is het noodzakelijk om een selectie te maken van vijf inrijpunten die moeten worden uitgerust.

Aanpakken van 5 prioritaire missing links

Daarnaast moeten de belangrijkste 'missing links' worden opgelost. Het aantal recreatieve fietsers op het fietsnetwerk kan opgevolgd worden door de vaste tellers. De tevredenheid kan enkel worden nagegaan door een bevraging.

Tevredenheid van de fietsers op het fietsnetwerk

De tevredenheid moet opnieuw onderzocht worden in 2012.

Streefdoel 4

Toename van 10 % bezoekers aan niet-oorlogsgelateerde attractiepunten

Ondanks het feit dat ook de verblijfstoeristen opgenomen zijn in deze cijfers, is deze indicator (die geldt voor de gehele regio en niet beperkt blijft tot een bepaald deelgebied) toch belangrijk voor het aangeven van de evolutie van het niet-oorlogsgelateerde dagtoerisme, waaronder ook heel wat georganiseerde autocartoeristen. Voor de Westhoek is het op de eerste plaats belangrijk om het huidige aantal bezoekers aan niet-oorlogsgelateerde attracties te behouden en zo mogelijk iets te laten toenemen.

In 2006 realiseerden de 17 belangrijkste niet-oorlogsgelateerde attractiepunten of musea in de Westhoek gezamenlijk 161 500 bezoekers⁶⁶. Bellewaerde Park kent een autonome ontwikkeling en wordt hier niet meegenomen (circa 650.000 bezoekers).

Door het beter promoten van bestaande attracties naar specifieke doelgroepen en omwille van reeds uitgevoerde (Hopmuseum Poperinge) of nog geplande vernieuwingen (Stadhuis/Landhuis Veurne) en investeringen in bestaande musea, beogen we een bescheiden stijging van het bezoekersaantal aan niet-oorlogsgelateerde attractiepunten van +10% in 2012 in vergelijking met het cijfer van 2006.

Streefdoel 5

Stijging van de kwaliteit van het logiesaanbod in de Westhoek

Binnen dit strategisch beleidsplan ligt de bekommernis veel meer bij de kwaliteit van de logiesuitbatingen dan bij de kwantiteit. De bestaande logiesuitbatingen moeten hun kwaliteit aanscherpen, nieuwe uitbatingen moeten in één keer kwalitatief worden uitgebouwd. De kwaliteit van het logiesaanbod kan opgevolgd worden bij de inventarisatie van het logiesaanbod.

⁶⁶ Het gaat om volgende 17 attractiepunten (musea): Bakkerijmuseum (Veurne), Stadhuis/Landhuis (Veurne), Hopmuseum (Poperinge), Astrolab Iris (Ieper), Fransmansmuseum (Koekelare), Stichting Georges Grard (Alveringem), Mout- en Brouwhuis De Snoek (Alveringem), Iseraboot (Houthulst), Oude Kaasmakerij (Passendale), Folk Experience (Dranouter), Kasteel van Beauvoorde (Veurne), Stedelijk Museum (Ieper), Dolle Brouwers (Diksmuide), Claustrium (Vleteren), Kabelbaan Cordoba (Heuvelland), Onderwijsmuseum (Ieper) en Openluchtmuseum Bachten De Kupe (Alveringem).

Streefdoel 6

Stijging van de totale omzet in toerisme en recreatie

Door een hogere kwaliteit met meer opbrengst per overnachting, streven we ernaar om meer omzet te genereren in het verblijfstoerisme in de Westhoek. Ook streven we naar een lichte groei in de omzet uit dagtoerisme. Deze gestegen omzet leidt tot een grotere werkgelegenheid in de sector.

De overnachtingen kunnen jaarlijks worden opgevolgd. Om de bestedingen binnen het verblijfstoerisme te kunnen opvolgen beogen we in 2010 een nieuw onderzoek naar de bestedingen van de verblijfstoerist in commerciële logiesvormen in de Westhoek, zodat we de evolutie van deze omzet kunnen berekenen. Voor het dagtoerisme zullen we steeds een inschatting moeten maken, gezien hieromtrent weinig periodiek onderzoek wordt gevoerd.

Een toename in de omzet van het toerisme met 10 % in 2012.

ANNEX A

Gebruik van de data van het onderzoek Vlaamse regio's voor de bestedingen binnen het onderzoek Oorlog en Vrede in de Westhoek

Voor het berekenen van de bestedingen door de toerist in de Westhoek maken we gebruik van het onderzoek Vlaamse regio's 2005 uitgevoerd door M.A.S. 'Market Analysis & Synthesis' in opdracht van Toerisme Vlaanderen. We zijn vertrokken van het originele databestand, meer bepaald van de bestedingen per persoon per nacht op detailniveau.

Aan de hand van deze data hebben we de bestedingen voor alle Vlaamse regio's samen en specifiek voor de Westhoek opnieuw berekend. In vergelijking met de werkwijze van M.A.S. is het belangrijkste verschilpunt in deze berekeningen de trimprocedure. Voor het berekenen van de bestedingen buiten het logies hebben we, net als M.A.S., getrimd over de volledige database, i.e. over de verschillende logiesvormen heen. Voor het berekenen van de bestedingen in het logies hebben we getrimd per logiesvorm. Op die manier worden per logiesvorm de duurste en de goedkoopste uitgesloten. Indien er bij bestedingen in het logies getrimd wordt over alle logiesvormen heen worden voornamelijk duurdere hotels en goedkopere campings uit de analyses geweerd, en zijn er dus logiesvormen waarop geen trimprocedure gebeurt.

Bij de trimprocedure hebben we gebruik gemaakt van een 5% trim, in plaats van een 10% trim. Dit betekent dat telkens de 2,5% duurste en de 2,5% goedkoopste bestedingen verwijderd worden uit de analyses.

Bij de bestedingen berekend specifiek voor de Westhoek merken we dat er te weinig ongewogen cases zijn in het onderzoek om enkel met de data van de Westhoek te kunnen verder werken. Bijgevolg maken we voor de bestedingen in de Westhoek gebruik van de data berekend over alle Vlaamse regio's heen, waarbij we deze data vermenigvuldigen met een correctiefactor om de omschakeling naar de Westhoek te maken. Deze correctiefactor wordt berekend via de verhouding tussen bestedingen enerzijds in hotels, gastenkamers, huurvakantiewoningen en tenten, campingcars en toercaravans in de Westhoek en anderzijds in hotels, gastenkamers, huurvakantiewoningen en tenten, campingcars en toercaravans in de Vlaamse regio's.

Ten slotte worden de data van het onderzoek Vlaamse regio's 2005 geïndexeerd, zodat deze gegevens gebruikt kunnen worden voor onderzoek uitgevoerd in 2006.

ANNEX B

Overzicht van de TRP-subsidies van Toerisme Vlaanderen voor projecten in de Westhoek, 2000-2006.

Jaar	Project	Gemeente	Subsidiebedrag (in euro)
2000	IJzertoren: cult.hist. valor. concept - eindafwerking	Diksmuide	152 430
2000	Kaasmakerij Passendale: restauratie en uitbouw oude kaasmakerij	Passendale-Zonnebeke	331 458
2001	Folk Experience	Dranouter-Heuvelland	423 650
2001	Talbot House Poperinge: restauratie, inrichting en herbestemming Concert Hall	Poperinge	326 401
2001	Diksmuide: toer. verbinding tussen hist. stadscentrum, Westoria en jachthaven	Diksmuide	53 700
2001	Kaasmakerij Passendale: restauratie en uitbouw oude kaasmakerij: fase 2	Passendale-Zonnebeke	420 031
2001	Kasteel Beauvoorde: cultuurtoer. versterking kasteelsite en omgeving	Wulveringem-Veurne	86 763
2001	Nationaal Hopmuseum: actualisering	Poperinge	650 721
2001	Zeiljacht Alfa-Bé: afwerking	Diksmuide	54 809
2001	De Boot: aankoop boot voor "De Westhoek in volle vaart"	Merkem-Houthulst	118 989
2002	Ieper: toer. recr. fietsnetwerk: De Ieperboog	Ieper	156 880
2002	Kasteel Beauvoorde: versterking toer.-recr. ontsluiting: audiogidsen	Wulveringem-Veurne	29 820
2003	Folk Experience	Dranouter-Heuvelland	158 868
2003	Opwindende Westhoek	Merkem-Houthulst	45 365
2003	Westouter-Heuvelland: dorpsonthaarpunt	Westouter-Heuvelland	80 855
2003	Kasteel Beauvoorde en omgeving: versterking toer.-recr. ontsluiting	Wulveringem-Veurne	100 807
2004	Fietshelling Palingbeek (Vlaanderen Fietsroute)	Zillebeke-Ieper	12 000
2004	De Ieperboog: ondersteunende doelenbewegw.	Ieper	4 400
2004	Westhoek: overzichtsboarden fietsnetwerk		26 500
2004	De Fietseling Reningelst: cultuurtoer. erfgoedproject ter revalorisatie van voormalige mouterij-brouwerij Sint-Joris	Reningelst-Poperinge	168 018
2005	Bouw van een aquaplatform op het schip de Isera	Merkem-Houthulst	28 800
2005	Muziektuin Dranouter	Dranouter-Heuvelland	194 000
2005	Netwerk van kleinschalige oorlogssites in Heuvelland: fase 3 en 4	Heuvelland	7 700
2005	Vredestuin Tyne Cot Cemetery Passendale - ontsluiting project: fase 2	Zonnebeke	110 000
2006	Erfgoedwandeling	Lo-Reninge	8 900
2006	Doorgang Golf De Palingbeek	Ieper	27 000
2006	Cultuurhistorische stadswandeling in Poperinge	Poperinge	9 400
2006	Volkverhalenroute	Langemark-Poelkapelle	44 000
2006	Netwerk van kleinschalige oorlogssites in Heuvelland: de Mijnenlag in het landschap en de documentaire	Heuvelland	56 000
2007	Marketing en promotie voor het hopmuseum	Poperinge	8 300
Totaal			3 888 265

Bron: Toerisme Vlaanderen

Overzicht van de TRP-subsidies van Toerisme Vlaanderen voor gezamenlijke projecten in meerdere West-Vlaamse regio's, 2000-2006.

Jaar	Project	Regio's	Thema	Subsidiebedrag in euro
2000	Bewegw. 5 fietsroutes: Waregem, Wastine, Velden, Anzegem, Houthulst	Brugse Ommeland - Leiestreek - Westhoek	Fietsen	18 592
2000	Grensoverschr. Routegebonden Ruiterrecr.	Vlaamse Kust - Brugse Ommeland - Westhoek - Leiestreek	Ruiteren	23 426
2002	West-Vlaamse provinciedomeinen: opwaardering	Vlaamse Kust - Brugse Ommeland - Westhoek - Leiestreek	Recreatiedomeinen	67 500
2002	West-Vlaanderen: optimaliseren provinciaal RNW	Vlaamse Kust - Brugse Ommeland - Westhoek - Leiestreek	Fietsen - Wandelen	22 500
2003	West-Vlaanderen: optimaliseren provinciaal RNW: fase 2	Vlaamse Kust - Brugse Ommeland - Westhoek - Leiestreek	Fietsen - Wandelen	13 218
2004	RANDO: grensoverschr. routegeboden recr.	Westhoek - Leiestreek	Wandelen - Ruiteren	308 280
2005	Optimalisatie recreatief aanbod	Vlaamse Kust - Brugse Ommeland - Westhoek - Leiestreek	Fietsen - Wandelen - Ruiteren	24 800
2006	Optimaliseren recreatief routeaanbod	Vlaamse Kust - Brugse Ommeland - Westhoek - Leiestreek	Fietsen - Wandelen	54 000
Totaal				532 316

Bron: Toerisme Vlaanderen

Overzicht van de FFEU-subsidies van Toerisme Vlaanderen voor projecten in de Westhoek, 2000-2006.

Jaar	Project	Gemeente	Subsidiebedrag in euro
2003	Talbot House: heraanleg en herinrichting tuin in het kader van het project Concert Hall	Poperinge	47 291
2003	Mesen: verbinding via een wandelroute van alle belangrijke monumenten van W.O.I	Mesen	20 554
2003	Tyne Cot Cemetery: uitbouw onthaalstructuur inzake mobiliteit, sanitair en hist. duiding	Passendale-Zonnebeke	717 000
2003	In Flanders Fields: inrichting en herwaardering van oorlogsrelicten in het landschap van de frontboog bij Ieper	Ieper	114 154
2003	Oud-Stuivekenskerke: herstel cultureel erfgoed Oorlogsoord van het O.L.V.-Hoekje	Stuivekenskerke-Diksmuide	12 220
2003	Stadhuis Poperinge: valorisatie site executiepaal binnenkoer stadhuis	Poperinge	8 751
2003	De soundtrack van de Westhoek	Dranouter-Heuvelland	283 890
2003	Hill 60: inrichting site als ankerpunt	Zillebeke-Ieper	8 400
2003	IJzertorenmuseum: cultuurhistorische en toeristische uitbreiding	Diksmuide	79 150
2003	Lettenberg: ontsluiting bunkercomplex	Kemmel-Heuvelland	8 163
2003	Bayernwald: uitwerken netwerk van kleinschalige oorlogssites in Heuvelland, deelproject Bayernwald, het verhaal van de Duitse soldaat aan het front	Wijtschate-Heuvelland	66 058
2004	Zonnebeke: Memorial Museum Passchendaele 1917	Zonnebeke	264 000
2004	IJzertorenmuseum: ontsluiting toegankelijkheid voor andersvaliden en personen met een beperking	Diksmuide	45 742
2004	Onthaalpaviljoen aan het Duits kerkhof	Langemark-Poelkapelle	285 000
2005	Recreatieve ontsluiting Zonnebeke: aanleg fiets- en wandelpad	Zonnebeke	68 827
2006	Netwerk van kleinschalige oorlogssites in Heuvelland: de Mijnslag in het landschap en de documentaire	Heuvelland	23 298
Totaal			2 052 498

Bron: Toerisme Vlaanderen

COLOFON

Algemene leiding

Magda Monballyu, Directeur Strategische Planning, Onderzoek en Databeheer, Westtoer

Projectverantwoordelijke

Koen De Four, Projectmanager Strategische Planning, Onderzoek en Databeheer, Westtoer

Redactionele medewerkers

Koen De Four, Magda Monballyu

Inhoudelijke en administratieve ondersteuning

Johan Martin, Regiomanager Westhoek, Westtoer

Erik Eloy, Regioassistent Westhoek, Westtoer

Sigrid Laveyne en Emmanuel Derdeyn, Medewerkers Strategische Planning, Onderzoek en Databeheer, Westtoer

Fotomateriaal

Westtoer a.p.b.

Kaartmateriaal

Westtoer a.p.b.

Verantwoordelijke uitgever

Stefaan Gheysen

Westtoer a.p.b.

Kon. Albert I-laan 120, 8200 Sint-Michiels (Brugge)

Jaar van uitgifte

2008

Gegevens uit deze uitgave mogen openbaar gemaakt worden mits uitdrukkelijke bronvermelding

Westtoer apb - Kon. Albert I-laan 120 - 8200 Sint-Michiels (Brugge) - Tel. 050 30 55 00 - Fax 050 30 55 90