

# Strategisch Beleidsplan

voor toerisme en recreatie in het  
Brugse Ommeland 2021- 2027

[brugseommeland.be](http://brugseommeland.be)



**BRUGSE  
OMME  
LAND**

## Brugse Ommeland

Overzichtskaart



N  
Schaal 1:300.000  
0m 2.000 4.000 6.000 8.000  
© bijdragers OpenStreetMap - www.osm.org/copyright

# Voorwoord

We presenteren in dit beleidsplan de ambitie en strategie voor toerisme en recreatie in het Brugse Ommeland tot 2027. We willen het Brugse Ommeland nog meer bekend maken in Vlaanderen en de buurregio's, ook bij een jonger publiek. Dit doen we niet door andere regio's te kopiëren maar door een eigen verhaal te schrijven. We kiezen voor een toerisme niet enkel met een economische surplus maar een duurzaam toerisme met een meerwaarde voor zowel gasten, ondernemers als inwoners.

Het beleidsplan is tot stand gekomen in co-creatie met de steden en gemeenten, toeristische ondernemers en andere stakeholders uit de regio. We gingen in dialoog met de bewoners en bezoekers voor de opmaak van dit beleidsplan. Via twee online bevestigingen konden ze input en feedback geven over een aantal belangrijke thema's voor het Brugse Ommeland. Een communicatiebureau creëerde samen met Westtoer, alle steden en gemeenten en de sector inspirerende verhaallijnen en werkte een rebranding voor de regio uit. Gedurende het volledige proces hielden we voor ogen dat het beleidsplan breed gedragen wordt.

In lijn met de ambitie en de doelstellingen bepaalden we een strategie voor de regio. Concrete acties helpen bij de realisatie. Daarbij is de samenwerking met partners binnen en buiten het Brugse Ommeland essentieel, zowel in de toeristische sector als daarbuiten. Via gedetailleerde jaarlijkse actieplannen, gebaseerd op het beleidsplan, mobiliseren we alle actoren om de doelstellingen uit dit beleidsplan te behalen.

Dit beleidsdocument vertrekt vanuit een aantal nationale en internationale trends en ontwikkelingen en houdt rekening met de actualiteit. Bij het schrijven van dit plan hebben de COVID-19 maatregelen nog een grote impact op de toeristische en recreatieve sector. We houden hiermee rekening en stimuleren richting een herstel en een duurzame toekomst.

We willen iedereen die een bijdrage leverde aan de toekomstvisie voor toerisme en recreatie in het Brugse Ommeland van harte bedanken voor zijn of haar inzet en betrokkenheid.

### Tom Willems

Voorzitter Beleidsoverleg  
Brugse Ommeland

### Sabien Lahaye-Battheu

Gedeputeerde voor toerisme West-Vlaanderen  
Voorzitter Westtoer apb



## Inhoud

01. Het Brugse Ommeland in cijfers	6
02. SWOT analyse	16
03. Trends en toerisme	18
04. Uitdagingen	22
05. Ambitie	26
06. Het merk Brugse Ommeland	30
07. En dan nu actie!	42
08. Kansen voor de sector	104

# O1



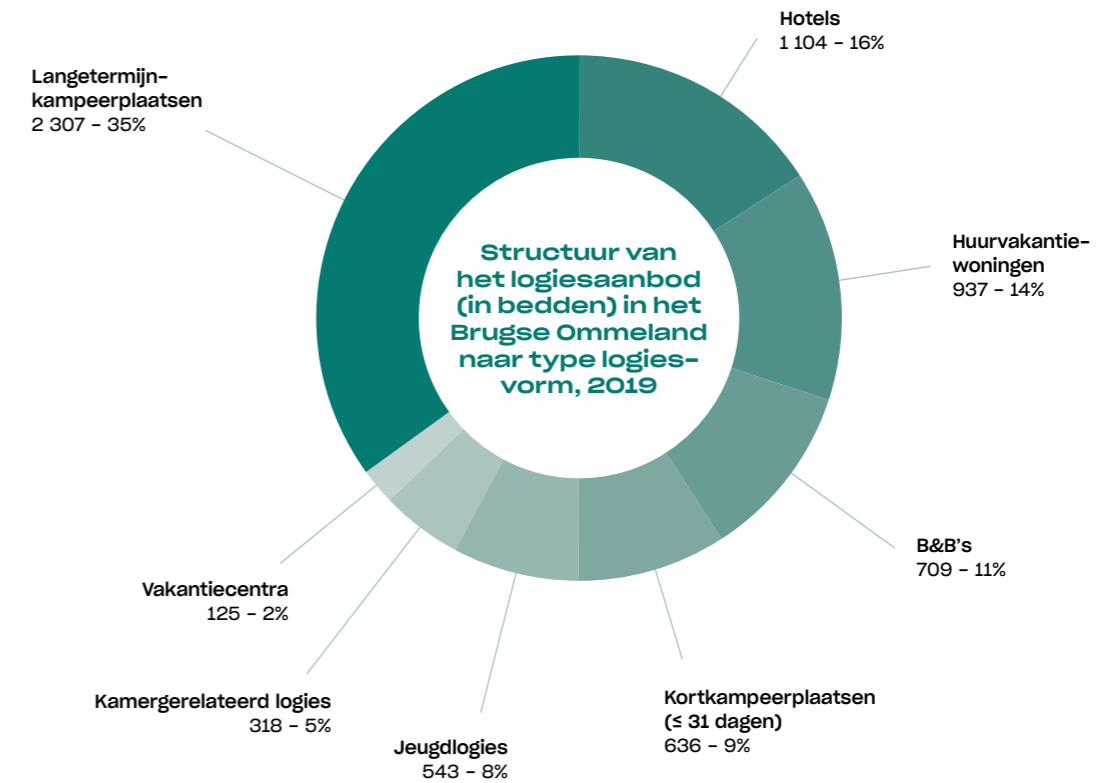
## Het Brugse Ommeland in cijfers

In dit eerste hoofdstuk geven we een overzicht van de meest relevante cijfers voor het Brugse Ommeland en de impact van corona op deze regio.

Bij het Brugse Ommeland in cijfers houden we rekening met de **16 gemeenten rond Brugge**. De cijfers van Brugge (inclusief de deelgemeenten van Brugge) en van de kustgemeenten worden niet meegerekend.

### 6 679 bedden voor toeristen in het Brugse Ommeland

Ongeveer 35% van de bedden in het Brugse Ommeland bevindt zich op langetermijnkampeerplaatsen in terreingerelateerd logies, voornamelijk gelegen in Jabbeke. Daarnaast vormen de hotels de belangrijkste logiesvorm, met 16% van alle bedden. De vakantiewoningen zijn steeds belangrijker geworden en staan nu in voor 14% van de bedden. B&B's zijn goed voor 11% van de beddencapaciteit, kortkampeerplaatsen voor 9% en jeugdlogies voor 8%.



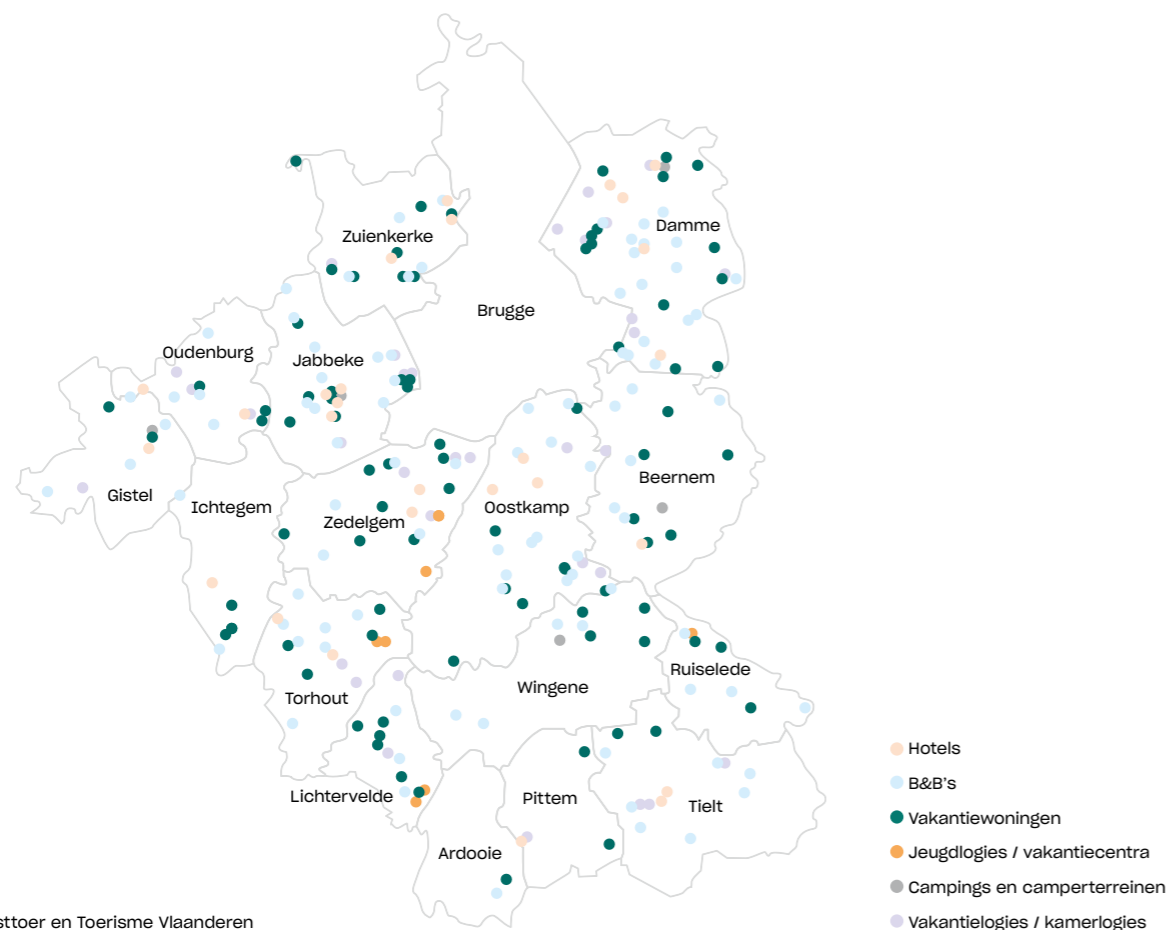
Bron: Westtoer en Toerisme Vlaanderen

## Kleinschalig logies naast enkele grotere spelers

Bij het kleinschalig logies is in de periode 2013–2019 het aantal bedden in vakantiewoningen in de regio verdubbeld. Bij de B&B's is deze toename er ook, zij het beperkter tot ongeveer een derde meer. De B&B's en vakantiewoningen liggen verspreid over de verschillende gemeenten in de regio.

Daarnaast zijn in die periode enkele grotere spelers in de regio gevestigd. Naast het Van der Valk hotel in Oostkamp en enkele campings en jeugdlogies telt de regio sinds 2013 vier nieuwe logies met meer dan 100 bedden: Diocesaan Centrum Groenhove in Torhout, Domein Polderwind in Zuienkerke, Ibis Budget en Holiday Suites in Jabbeke.

Spreiding van het logies in de gemeenten van het Brugse Ommeland, 2019



Bron: Westtoer en Toerisme Vlaanderen

## 167 400 toeristen bleven in 2019 in de regio overnachten

In 2019 bleven 167 400 toeristen overnachten in het Brugse Ommeland. Samen genereerden ze 360 300 overnachtingen. Gemiddeld verblijft een toerist 2,2 nachten in de regio.

Ongeveer de helft van de toeristen kiest voor een hotel. B&B's en vakantiewoningen ontvangen samen 30% van de gasten. Ongeveer 1 op 10 van de gasten kiest voor een verblijf in een jeugdlogies.

Structuur van het verblijfstoerisme in het Brugse Ommeland, 2019

Logiesvorm	Aankomsten	In %	Overnachtingen	In %	Gem. verblijfsduur (in nachten)
Hotels	83 609	49,9	143 296	39,8	1,7
B&B's	28 159	16,8	51 949	14,4	1,8
Vakantiewoningen	21 766	13,0	67 026	18,6	3,1
Jeugdlogies	17 314	10,3	50 944	14,1	2,9
Kortkampeerplaatsen en ander logies	16 549	9,9	47 121	13,1	2,8
<b>Totaal</b>	<b>167 397</b>	<b>100,0</b>	<b>360 336</b>	<b>100,0</b>	<b>2,2</b>

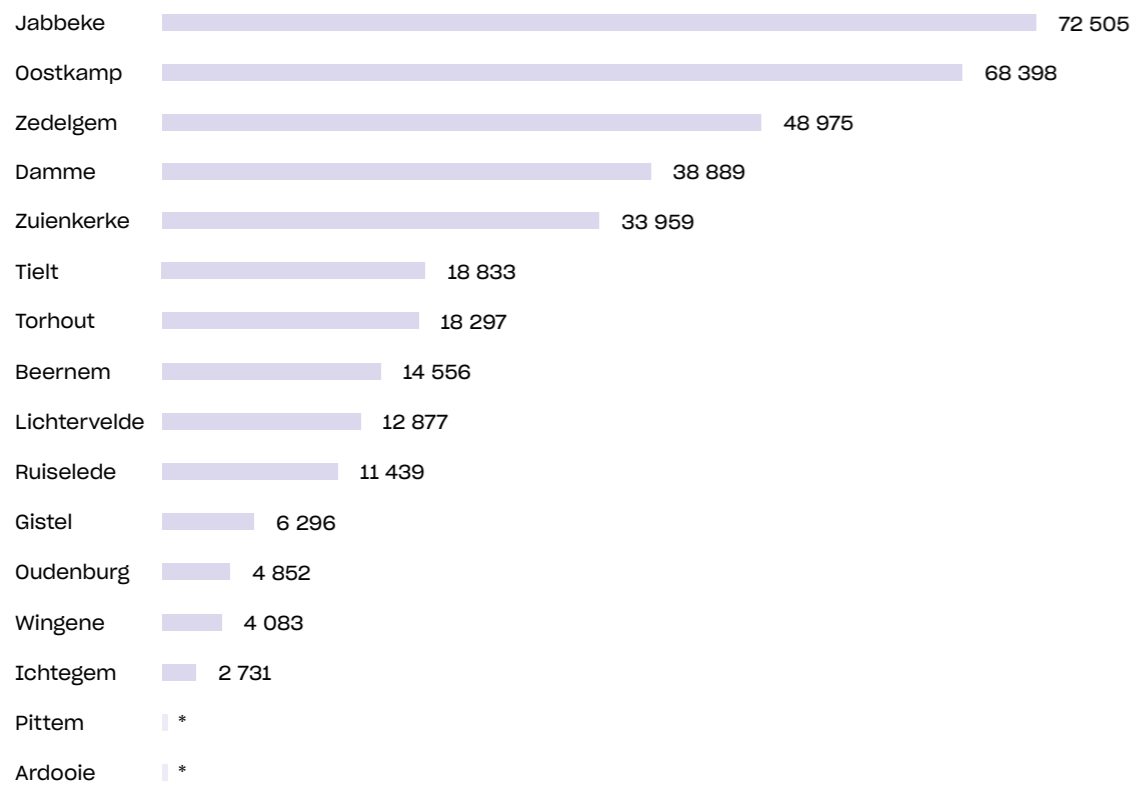
Bron: FOD Economie Statistieken

Voor het Brugse Ommeland neemt het belang van het zakentoeerisme<sup>1</sup> de laatste jaren toe: in 2019 kende deze zelfs een stijging van +72%. Momenteel wordt 23% van alle overnachtingen in de regio gerealiseerd door zakentoeeristen.

<sup>1</sup> De opsplitsing tussen vakantie, conferentie/congressen/seminaries en andere beroepsdoeleinden is gebaseerd op de cijfers die de logiesuitbaters doorgeven aan FOD Economie.

Door de sterke toename van het aantal bedden in Jabbeke in 2018-2019 is dit de gemeente met het grootste aantal overnachtingen (20%), gevolgd door Oostkamp (19%).

### Structuur van het verblijfstoerisme (in overnachtingen) in het Brugse Ommeland naar gemeente, 2019



\* Vanuit FOD Economie worden voor deze gemeenten geen cijfers voor 2019 vrijgegeven om de vertrouwelijkheid van de deelnemende logies te garanderen.

Bron: FOD Economie Statistieken



### Structuur van het verblijfstoerisme in het Brugse Ommeland naar herkomst, 2019

Land van herkomst	Aankomsten	In %	Overnachtingen	In %	Gem. verblijfsduur (in nachten)
België	86 733	51,8	180 085	50,0	2,1
Nederland	21 825	13,0	42 397	11,8	1,9
Duitsland	12 204	7,3	29 434	8,2	2,4
Frankrijk	14 309	8,5	25 771	7,2	1,8
Verenigd Koninkrijk	12 296	7,3	24 961	6,9	2,0
Niet-buurlanden	20 030	12,0	57 688	16,0	2,9
<b>Totaal</b>	<b>167 397</b>	<b>100,0</b>	<b>360 336</b>	<b>100,0</b>	<b>2,2</b>

Bron: FOD Economie Statistieken

52% van alle verblijfstoeristen komt uit eigen land. De belangrijkste buitenlandse markt is Nederland met 13%. Bijna 9% van de verblijfstoeristen komt uit Frankrijk. De niet-buurlanden staan in voor 12% van de verblijfstoeristen.

### Belang van Brugge en de Kust voor de bezoekers aan het Brugse Ommeland

Naast het verkennen van de regio zelf gaan de vakantiegangers in het Brugse Ommeland graag op uitstap naar een aanpalende regio. Bij de Belgische vakantiegangers op hotel, op B&B of in een vakantiewoning bezoekt ongeveer één op vier de Kust en één op vijf Kunststad Brugge (Westtoeronderzoek 2017).

### Belang van het Brugse Ommeland voor bezoekers aan de Kust en Brugge

Het Brugse Ommeland wordt vaak bezocht door de verblijfstoeristen aan de Kust. Zo gaat 16% van de vakantiegangers in commercieel logies op stap naar het hinterland (vooral Brugge, de Westhoek en het Brugse Ommeland) tijdens hun vakantie aan de Kust (Westtoeronderzoek 2016). Op jaarbasis gaat het over ongeveer 225 000 gasten op vakantie aan de Oostkust (Oostende tot Knokke-Heist) die een bezoek brengen aan het hinterland. Hierbij is een bezoek aan Damme populair en wordt er vaak gefietst vanuit de kustgemeente richting Brugse Ommeland.

De Oostkust telt jaarlijks ongeveer 920 000 bezoeken van tweede verblijvers. 56% gaat nu en dan naar het hinterland (Westtoeronderzoek 2015), en dit niet alleen om te fietsen, maar ook voor een stads- of dorpsbezoek, een restaurantbezoek, een wandeling of om te shoppen.

Kunststad Brugge telt jaarlijks meer dan 1,1 miljoen vakantiegangers. Echter, vakantiegangers in Brugge – ook *Belgische en Nederlandse gasten* – bezoeken maar weinig andere bestemmingen tijdens hun relatief korte verblijf in Brugge (Kunststedenonderzoek 2017). Erfgoed en een rijk verleden zijn belangrijke motivatoren bij Belgen en Nederlanders voor hun bezoek aan Brugge.

### Belang dagtoerisme voor de regio

Het aantal dagtoeristen schatten we voor 2019 in op ongeveer 0,9 miljoen. Belangrijke categorieën zijn de Vlamingen die van thuis uit vertrekken voor een daguitstap en de vakantiegangers en tweede verblijvers aan de Kust die een daguitstap of fietstocht maken naar het hinterland.



## 2,0 miljoen recreatieve fietsers in de regio

In totaal fietsten ongeveer 2 miljoen recreatieve fietsers op het fietsnetwerk van het Brugse Ommeland in 2019. Van alle recreatieve fietsers in de regio is ongeveer 13% op vakantie, voornamelijk met een verblijf aan de Kust. Het aantrekkelijke landschap, en heel specifiek de bossen langs het fietsnetwerk, worden als belangrijke redenen aangeduid om gebruik te maken van het fietsnetwerk in het Brugse Ommeland.

Toch gaat ongeveer 32% van de inwoners in het Brugse Ommeland zelden of nooit recreatief fietsen, en 33% gaat zelden of nooit recreatief wandelen (Westtoeronderzoek van 2016). Bijna de helft maakt wel nu en dan een recreatieve wandeltocht. Van alle inwoners in het Brugse Ommeland gaat ongeveer 16% zelden of nooit recreatief fietsen of wandelen.

## Toeristen besteedden samen 56 miljoen euro in de regio in 2019

De dag- en verblijfstoeristen in het Brugse Ommeland besteedden ongeveer 56 miljoen euro in de regio in 2019. Het verblijfstoerisme is goed voor 60%, het dagtoerisme voor 40%.

De directe en indirecte werkgelegenheid wordt geschat op bijna 600 voltijdse equivalenten (VTE).<sup>2</sup>

## Sterke impact van de COVID-19-crisis op de cijfers van 2020

In vergelijking met 2019 is het aantal verblijfstoeristen in het Brugse Ommeland in 2020 meer dan gehalveerd, tot minder dan 80 000. Gemiddeld bleef een verblijfstoerist wel iets langer in de regio, wat resulteerde in bijna 200 000 overnachtingen in 2020. Opvallend is dat de kleinschalige logies in het groen een stapje voor hadden in de coronaperiode: zo konden de B&B's in de zomer van 2020 meer Belgische gasten aantrekken in vergelijking met het jaar daarvoor en is het aantal Belgische gasten op vakantiewoningen in 2020 sterk toegenomen. Echter, de globale balans voor het kleinschalig logies - en voor de regio - blijft negatief.

De globale impact van de COVID-19-crisis op het aantal logiesuitbatingen in het Brugse Ommeland is bij de inventarisatie van 2020 (ijkmoment 1 juli) nog niet zichtbaar. Wel valt op dat bij de vakantiewoningen zich opnieuw een sterke stijging voordoet, waardoor deze in 2020 zelfs meer bedden tellen dan de hotels in de regio.

Het aantal recreatieve fietsers op het fietsnetwerk kende een sterke toename door de COVID-19-crisis. In 2020 telde het Brugse Ommeland 2,7 miljoen recreatieve fietsers op het fietsnetwerk; dit is een derde meer dan in 2019.

<sup>2</sup> Hierbij gaan we uit van 7,2 VTE directe en 3,4 VTE indirecte werkgelegenheid per 1 miljoen euro.





## SWOT analyse

De SWOT-analyse leverde ons volgend overzicht op van de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het Brugse Ommeland:

### Sterktes

- De ligging van de regio nabij Brugge en de Kust is een belangrijke troef
- Grote landschappelijke verscheidenheid: polders, bossen, velden en meersen
- Grootste publiek groenaanbod van West-Vlaanderen
- Meest befietste regio van (West-)Vlaanderen
- Gevarieerd en uitgebreid recreatief aanbod
- Sterk avontuurlijk aanbod voor kinderen
- Belangrijk aanbod aan kastelen, landgoederen, religieus en bouwkundig erfgoed
- Goed verspreid logies en gevarieerd aanbod
- Groot aanbod op vlak van unieke en leuke adresjes
- De regio blinkt uit qua gastronomie en toprestaurants
- Goede bereikbaarheid en interne ontsluiting met de wagen
- Sterke toeristische monitoring om beleid op te baseren

### Zwaktes

- Beperkte naamsbekendheid van de regio
- Het recreatief aanbod en de leuke adressen zijn te weinig bekend
- Overdruk op een aantal groene en blauwe assen in de regio
- Weinig openbaar zwemwater in openlucht
- Groene assen zijn niet overal kwalitatief op vlak van verharding
- Kastelen, kasteeldomeinen, tuinen en ander erfgoed zijn weinig toegankelijk
- Weinig beleevingsvolle attractiepunten
- Minder vakantiegevoel in sommige hotels en te weinig regiogevoel bij aantal kleinschalige logies
- Beperkt aanbod op vlak van kamperen
- Tekort aan reca en te beperkte openingstijden van reca
- Perifere gebieden zijn slecht bereikbaar met het openbaar vervoer
- Nog te weinig samenwerking met de Kust en Brugge
- Aantal actoren draagt het merk Brugse Ommeland te weinig uit

### Kansen

- Samenwerking met buurregio's en andere strategische partners
- Nieuwe initiatieven zoals Horizon 2025, Landmarks en picknickplan
- Nieuwe Vlaamse beleidsnota toerisme
- Interessante mogelijkheden voor publiek-private samenwerkingen
- Samenwerking met Brugge i.h.k.v. nieuwe strategische visie Brugge
- Inzetten op duurzaam toerisme en Reizen naar Morgen
- Samenwerking en afstemming met andere sectoren
- De mogelijke erkenning van Vlaamse Parken
- Landinrichtingsprojecten zoals de Oudlandpolder

### Bedreigingen

- Moeilijk om onderscheidend te zijn van andere bestemmingen
- Bezoekerscijfers kleinschalige attracties gaan achteruit
- Strengere wetgeving voor reca
- Verdwijnen van ondernemers in sommige dorpen
- Kwetsbaarheid toeristische sector bij grote crisissen
- De toenemende verschralling en versnijding van het landschap
- Beperkte mogelijkheden om hotel of andere business op te starten in kastelen en ander erfgoed
- Dalen van politiek draagvlak, engagement en expertise bij gemeenten door ontzorging door Westtoer



## Trends en toerisme

Toerisme Vlaanderen bestelde bij Herman Konings de studie Megatrends 20's. 10 megatrends die een bijzondere impact hebben op de toeristische sector worden onder de loep genomen. Bij elke trend volgt een voorbeeld uit de toeristische praktijk en een korte evaluatie over de impact van de coronacrisis. Hieronder volgt een kort overzicht van de trends.<sup>3</sup>

### 1. Bescherming

Veiligheid is een basisbehoefte, mensen willen beschermd worden tegen dingen die hen kunnen schaden en een gevoel van controle hebben. Ook voor de toeristische sector is het belangrijk om het vertrouwen van klanten te winnen en te behouden. Zo is transparantie belangrijk (waar komen producten vandaan, door wie en hoe worden ze gemaakt). Qua privacy willen gebruikers weten wat er met hun persoonsgegevens gebeurt en de COVID-19-crisis is de grootste veiligheids crisis ooit. Een gast moet zich veilig kunnen voelen om te kunnen genieten.

### 2. Connectiviteit

Mensen raken op steeds meer manieren digitaal met elkaar verbonden. Zo zijn er de sociale netwerken en slimme technologieën die vraag en aanbod samenbrengen. Digitale netwerken zijn efficiënt en besparen ons veel geld en tijd, maar ze hebben ook een keerzijde: privacykwesaties, banenverlies, nepnieuws, overprikkeling, ... Als toeristische sector kan je technologieën gebruiken voor bijvoorbeeld extra dienstverlening of kan je inspiratie bieden via sociale netwerken. Of je kan ze net vermijden. Op vakantie zoeken gasten authentieke ervaringen (resonantie) en wil men even afkicken van het digitale.

### 3. Vloeibare identiteit

Veel mensen laten hun identiteit niet meer van buitenaf opleggen, maar bepalen zelf wie ze zijn en hoe ze zichzelf zien. Daardoor ontstaan nichemarkten van groepen met een heel specifieke identiteit waar toerisme kan op inspelen. Je kan inspelen op diversiteit met een aanbod voor specifieke groepen. Het feminisme is helemaal terug en vrouwen zoeken zelfontplooiing, ook op vakantie. Progressieve ouders zoeken spannende reizen waar het hele gezin iets van kan opsteken.

### 4. Individualisering

In de westerse wereld staat het individu en zijn/haar recht op persoonlijke keuzes centraal. Ook in het toerisme is die individualisering merkbaar. Wie een vakantie plant, verwacht een grote keuzevrijheid en wil een programma aangepast aan zijn/haar persoonlijke voorkeuren (hyper-individualisering). Vakantie dient om te investeren in zichzelf (selfness) en het welzijn te verbeteren. Door de singleboom reizen steeds meer mensen solo en gaan ze daarbij op zoek naar sociale contacten.

### 5. Gezondheid

Gezondheidsdenken is diep verankerd in onze cultuur. De voorbije jaren kwam de focus meer te liggen op preventie van ziekte en het versterken van weerbaarheid. Toeristen willen dat er ook op reis met hun persoonlijke gezondheidsvoorkeuren rekening wordt gehouden (life design). Een deel van de toeristen wil tijdens hun vakantie weg van de drukte en zoekt mentale rust (introspectrum). Steeds meer mensen gebruiken hun vakantie om te werken aan hun fysieke en mentale veerkracht.

<sup>3</sup> Het volledige rapport kan je downloaden via volgende link: [www.toerismevlaanderen.be/publicaties/trendrapport-toerisme-2021](http://www.toerismevlaanderen.be/publicaties/trendrapport-toerisme-2021).

## 6. Kennis

Constant komt er nieuwe kennis bij en die is breed toegankelijk dankzij het internet en andere media. Als we die kennisangroei willen volgen, moeten we ons hele leven blijven bijleren. De toeristische sector kan hierop inspelen door kennis op een aangename manier aan te brengen (edutainment). Games (gamification) kunnen bezoekers meer plezier laten beleven of minder bekende plekken leren kennen. Robotica en *internet of things* zijn slimme apparaten, via het internet verbonden, om op een gebruiksvriendelijke manier taken van mensen over te nemen. We denken hierbij bijvoorbeeld aan het boeken van activiteiten, verbeteren van roomservice of het bieden van 24u-service via een chatbox.

## 7. Mobiliteit

Mensen willen met het juiste vervoersmiddel op de juiste plek geraken. Je moet kunnen gebruik maken van een naadloos op elkaar afgestemd netwerk van vervoersmiddelen, dat digitaal ontsloten is. Veel mensen willen daarbij hun ecologische voetafdruk verkleinen en kiezen voor propere technologieën. Deelmobiliteit als fietsen of steps die beschikbaar zijn voor toeristen vormen een waardevolle aanvulling op openbaar vervoer en taxi's. Ook naadloze mobiliteit waarbij men makkelijk van het ene vervoersmiddel op het andere kan overstappen is hierin belangrijk.

## 8. Yoghurt City

Steden met een actieve cultuur waar altijd iets te beleven valt. Stadstoerisme zit in de lift maar er moet een evenwicht blijven tussen toerisme en leefbaarheid van een stad. Informatietechnologie (smart city) kan reizigers een betere ervaring aanbieden en bezoekersstromen beter organiseren. Inwoners verhuizen van de stad naar het platteland om een gezin te starten. De stedelijke mindset en 'hippe' initiatieven vinden hun weg naar de omliggende gebieden (progressive province). Daardoor worden deze gebieden aantrekkelijker voor reizigers.

## 9. Duurzaamheid

Dit houdt in dat we rekening houden met de ecologische en maatschappelijke gevolgen op lange termijn bij al onze beslissingen. Zo passen mensen meer en meer hun koopgedrag aan en laten ze zich leiden door de latte-waarden: Lokaal, Authentiek, Traceerbaar, Trouwhartig en Ethisch. Er is een evolutie naar een lage-impact-economie, ook in de toeristische sector. Thema's hier zijn: verspilling voorkomen, cultureel erfgoed bewaren, biodiversiteit stimuleren, de voordelen van toerisme eerlijker verdelen. Er ontwikkelt zich een slow culture, mensen zoeken manieren om trager te leven en op vakantie te gaan voor diepe, authentieke belevingen. Meer en meer bestemmingen nemen maatregelen om het aantal toeristen te beperken (detoeristificering).

## 10. Workshift

We verschuiven naar een meer creatieve economie die gericht is op het ontsluiten van individuele talenten van mensen. We leven niet meer om te werken, we werken niet meer om te leven. Het gaat hand in hand. Het maatschappelijk verantwoord ondernemen (sociale economie) zit in de lift, ook bij toeristische ondernemingen. Er is een start-up culture waarbij mensen hun vaste job opzeggen en een vernieuwende zaak opstarten die dichterbij hun interesses aanleunt. En dan is er nog de platformeconomie, een digitaal platform om vraag en aanbod op elkaar af te stemmen. Handig als je nood hebt aan freelancers voor tijdelijke taken. Ook de deeleconomie is hier een voorbeeld van (Airbnb, Uber, ...).



# 04

## Uitdagingen



Op basis van de SWOT-analyse hebben we 12 uitdagingen geformuleerd voor het Brugse Ommeland waar we de komende jaren mee aan de slag willen gaan.

### 1. De bekendheid van het Brugse Ommeland kan nog beter in Vlaanderen en de buurregio's.

De bekendheid van deze relatief jonge toeristische regio is de laatste jaren wel gestegen, maar uit onderzoek blijkt dat veel toeristen uit Nederland en Vlaanderen de regio nog te weinig kennen. We zien meer bezoekers uit de buurlanden, wat in de toekomst mogelijkheden biedt om er meer bekendheid op te bouwen.

### 2. De verschillende deelbestemmingen vinden zich te weinig terug in de positionering van het Brugse Ommeland.

Het Brugse Ommeland is een diverse regio met verschillende deelbestemmingen zoals de Zwinstreek, Landschapspark Bulskampveld, Vloethemveld en de Kasteelbossen, de Oudlandpolder en het Tieltse. Met het Brugse Ommeland als koepelnaam hebben deelbestemmingen een grotere slagkracht op het vlak van toeristische promotie en samenwerking. De uitdaging hierbij is het vinden van een positionering waarin de verschillende deelbestemmingen zich herkennen en die ze willen uitdragen.

### 3. Erfgoed zit in het DNA van de regio maar wordt te weinig belevingsvol uitgespeeld.

De regio telt meer dan honderd kastelen. Ze vormen de link met kunststad Brugge als de vroegere zomerverblijven van de Brugse adel. De kastelen zorgen voor een aantrekkelijk landschap met prachtige parken, bossen en historische dreven. Ook abdijen en andere erfgoedpareltjes bepalen mee het landschap. Dit erfgoed en de bijhorende landschappen zijn te weinig belevingsvol ingericht en worden nog onvoldoende uitgespeeld als troef.

### 4. De complementariteit tussen Brugge en het Brugse Ommeland kan beter vormgegeven worden.

De samenwerking tussen kunststad Brugge en de regio Brugse Ommeland verloopt goed maar is beperkt. We communiceren maar weinig over de recreatieve mogelijkheden en leuke adresjes in de omliggende regio naar de inwoners van Brugge en toeristen die een herhaalbezoek plannen. Er zijn onvoldoende recreatieve en toeristische producten die zorgen voor een betere link tussen de stad en de omliggende regio. En we kunnen de grote aantrekkingskracht die van Brugge uitgaat niet ten volle uitspelen ten voordele van het Brugse Ommeland.

## 5. De samenwerking tussen het Brugse Ommeland en de Kust is beperkt.

Veel mensen die wonen of verblijven aan de Kust komen naar het Brugse Ommeland voor een fietstocht, om een attractie te bezoeken of om iets te eten en te drinken. De fietsverbindingen tussen kust en hinterland zijn echter niet optimaal en in de communicatie van verschillende kustactoren wordt het aanbod van het Brugse Ommeland niet of beperkt meegenomen.

## 6. Het fiets- en wandelproduct kan sterker door beter in te spelen op de vraag van de consument en trends.

Hoewel de afgelopen jaren flink geïnvesteerd is in de ontsluiting van de landschappen in het Brugse Ommeland, merken we dat het recreatieve aanbod nog te weinig gekend is en niet volledig beantwoordt aan de vraag van de recreant. Het fietsnetwerk is op sommige plaatsen grofmazig. Er zijn een aantal 'missing links' en het comfort, de veiligheid en beleving voor de fietser kunnen beter. Het wandelaanbod is de voorbije periode sterk uitgebreid maar sluit nog onvoldoende aan bij trends als het connecteren met natuur en landschap en de zoektocht naar mentale rust en recreatie dicht bij huis.

## 7. Het opwaarderen en ontsluiten van natuur, bos en landschap en het laten toenemen van het groenareaal blijft een werkpunt.

Het Brugse Ommeland speelt het groene karakter van de regio ten volle uit. Met de kanalen, bossen, polders, velden, meersen en weiden is er een enorme landschappelijke diversiteit. Maar in het zuiden van de regio is natuur en groen schaars. De vele kanalen, waterlopen en waterplassen hebben bovendien potenties op vlak van water- en oeverrecreatie.

## 8. De verdere uitbouw van het Landschapspark Bulskampveld vereist een volgehouden inzet van de verschillende partners.

De laatste jaren is er hard gewerkt aan de uitbouw van het Landschapspark Bulskampveld. Verschillende partners hebben geïnvesteerd in het gebied door de realisatie van onthaalinfrastructuur, beleevingsvolle expedities, natuurinrichting, ... Het is nu van belang om dit landschapspark definitief op de kaart zetten.

## 9. Een samenwerking over de (regio)grenzen heen is noodzakelijk om de Zwinstreek verder toeristisch-recreatief te ontwikkelen en te promoten binnen het Brugse Ommeland.

De Zwinstreek maakt deel uit van verschillende toeristische regio's in Vlaanderen en Nederland. Bij overheden en ondernemers zien we veel dynamiek om samen dit gebied op de toeristisch-recreatieve kaart te zetten. Er is nood aan een meer structurele samenwerking tussen publieke en private actoren op het vlak van communicatie en bovenlokale productontwikkeling.

## 10. Een versterking van de (samenwerking met) private actoren is noodzakelijk voor de verdere ontwikkeling van het Brugse Ommeland.

De logjesector is de laatste jaren sterk en kwalitatief gegroeid. Toch is er op een aantal punten nog vooruitgang te boeken. In een aantal hotels ontbreekt het vakantiegevoel en sommige logies hebben baat bij vernieuwing. Er zijn te weinig kampeermogelijkheden en trekkerslogies in de regio. De vele vakantiehuizen zijn nog te weinig gekend als alternatief voor een verblijf met familie of vrienden in de Westhoek of de Ardennen. Tenslotte kunnen we vernieuwende concepten bij ondernemers beter ondersteunen, introduceren en promoten.

## 11. Het gastenonthaal is onvoldoende aangepast aan de gewijzigde omstandigheden.

In het Brugse Ommeland zijn de diensten voor toerisme grotendeels geëvolueerd naar vrijetijdspunten die weinig open zijn in het weekend. Onthaal van gasten wordt meer en meer verzorgd door ondernemers of op gemeentelijke locaties die wel open zijn in het weekend en waar veel bezoekers komen. Deze 'infopunten' worden nog onvoldoende uitgespeeld als volwaardige informatie- en inspiratieplekken in het onthaalnetwerk van het Brugse Ommeland.

## 12. We spelen te weinig in op de transformerende kracht van toerisme.

De laatste jaren lag de focus vooral op het aantrekken van méér toeristen. Er was weinig aandacht voor een toerisme dat een meerwaarde creëert voor zowel bezoekers als inwoners en de plek zelf. We staan te weinig stil bij welke toeristen we willen aantrekken en hoe we deze een betekenisvolle ervaring kunnen geven. Ook private ondernemers en attracties krijgen vandaag onvoldoende steun in duurzaam ondernemen. Tenslotte stellen we naar aanleiding van de COVID-19-crisis vast dat de sector erg kwetsbaar is en dat externe gebeurtenissen een grote invloed hebben op het toerisme in de regio.





## Samen met de stakeholders hebben we de ambitie bepaald voor het Brugse Ommeland. Waar willen we staan tegen 2027?

In 2027 is het Brugse Ommeland een bekende regio in Vlaanderen en de buurregio's, ook bij een jonger publiek. Het nieuwe merk en de verhaallijnen vind je overal terug. Het Brugse Ommeland wordt gezien als groen, rijk aan verhalen, gezellig verrassend, authentiek en slechts een paar paden verwijderd van Brugge en de Kust. Kortom, het is er **zalig echt** en dé plek om even een pauze in te lassen.

Toeristische en recreatieve producten creëren een meerwaarde voor zowel gasten, ondernemers als inwoners en respecteren de plek. Inwoners zijn trots, ondernemers kennen een kwaliteitsvolle groei en gasten hebben mooie herinneringen.

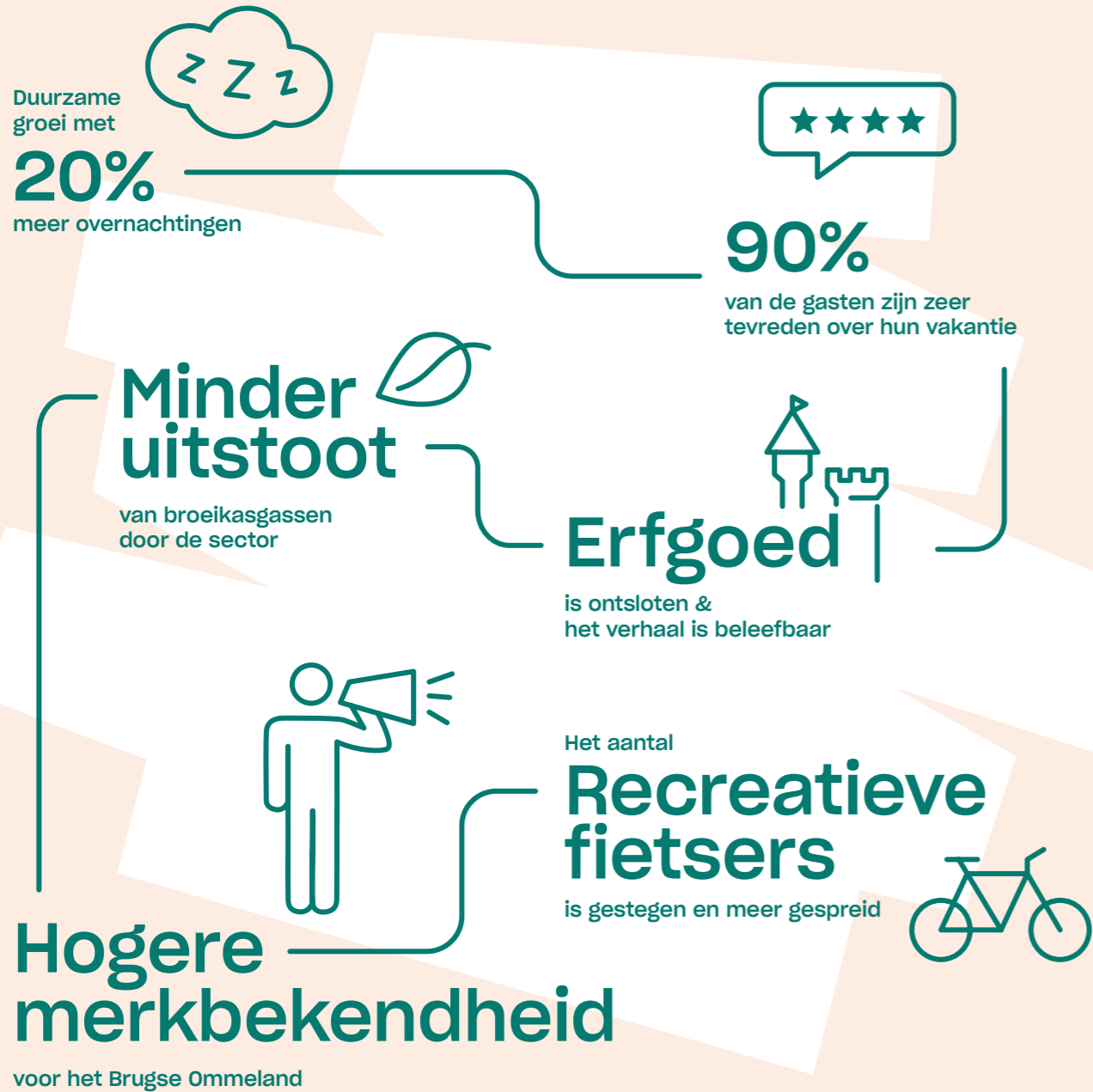
Toerisme is in deze regio geen doel op zich maar een hefboom voor persoonlijke ontwikkeling, een betere levenskwaliteit en sterk ondernemerschap. Samen staan we voor een rijker toerisme!

### Tegen 2027 willen we volgende doelstellingen bereiken:

- Er is een **duurzame, economische ontwikkeling** van de regio, zowel op vlak van aankomsten, overnachtingen, dagtoerisme, omzet en jobs. Het Brugse Ommeland genereert 20% meer overnachtingen.
- De stakeholders in de sector nemen actie om de **uitstoot van broeikasgassen te verminderen**, om afval te beperken en om duurzaam om te gaan met water.
- Het **erfgoed** in de regio is ontsloten en het verhaal van de plek is **beleefbaar**.
- De **merkbekendheid** en aantrekkingskracht van het Brugse Ommeland is hoger bij bezoekers.
- 90% van de gasten die blijft overnachten is **zeer tevreden** over zijn vakantie.<sup>4</sup>
- De ondernemers, steden/gemeenten, andere organisaties en inwoners uit het Brugse Ommeland zijn meer betrokken. Ze zijn trotse **ambassadeurs** van de regio en dragen het imago mee uit.
- Er zijn meer mogelijkheden op vlak van openluchtrecreatie en **toegankelijk groen** dicht bij huis. 90% van de inwoners van Brugge en het Brugse Ommeland kent het recreatieve aanbod in eigen regio en onderneemt meerdere keren per jaar een recreatieve tocht.<sup>5</sup>
- **De beleving en het comfort voor fietsers en wandelaars is verhoogd** en er zijn minder missing links in het recreatief aanbod.
- Het aantal recreatieve **fietsers** op het fietsnetwerk is gestegen qua aantal maar ook **meer gespreid**. Er is zicht op het aantal wandelaars door de **wandeltellers**.

<sup>4</sup> In 2017 was 86% van de vakantiegangers in het Brugse Ommeland zeer tot uiterst tevreden over de vakantie in de regio

<sup>5</sup> In 2016 ondernam 84% van de inwoners van het Brugse Ommeland nu en dan een recreatieve fiets- en/of wandeltocht





## Het merk Brugse Ommeland

Skinn Branding Agency bepaalde samen met Westtoer, alle steden en gemeenten, inwoners/bezoekers en de sector de identiteit, de kernwaarden en de grote verhaallijnen voor het Brugse Ommeland. Samen vormen deze het DNA van de regio. Het zijn de troeven inherent aan de regio waarvoor we bekend willen staan. Het bureau stond ook in voor de rebranding, met een nieuw logo en een eigentijdse huisstijl.

### 6.1 Waarden

Met alle bovengenoemde actoren bepaalden we 5 kernwaarden voor de regio. Deze begrippen vertalen de belangrijkste eigenschappen/kwaliteiten die ons eigen zijn en die we absoluut willen uitstralen.

#### 1. Rust

In het Brugse Ommeland lijkt de tijd af en toe gewoon stil te staan. Niets hoeft er al te snel te gaan. De perfecte plaats om even te 'detoxen' van de gejaagdheid van het (digitale) leven. Je bent er even in een andere wereld. Wie wil loskomen van de dagelijkse sleur en rush, kan hier ontplooiën en tot zichzelf komen. Tot rust komen.

#### 2. Pure schoonheid

Welke kant je opkijkt, overal in het Brugse Ommeland zie je de achtergrond voor de perfecte foto, een tot de verbeelding sprekend schilderij. Unieke landschappen, kastelen, tuinen, bossen... Deze regio draagt de kracht van elegantie. Pure, innemende schoonheid. Pracht en praal heeft hier een plaats gevonden in een kader van verfrissende natuur.

#### 3. Authentiek

In het Brugse Ommeland is alles ECHT, nergens is iets in mekaar geknutseld. Kastelen, kasteelbossen, abdijen, kloosters, tuinen, polders, landschappen, kanalen, cafeetjes, restaurantjes... het Brugse Ommeland werd wat het vandaag is door eeuwen geschiedenis. Een specifieke en unieke geschiedenis, die zo het Brugse Ommeland enig maakt in zijn soort.

#### 4. Kwaliteit

De omgeving, de gastronomische restaurants, de fietsroutes, de wandelpaden, de terrassen, de logies, de talrijke streekproducten... Het Brugse Ommeland is een viersterren omgeving. Bourgondisch, waar de levensgenieter zich thuis voelt. Wie hier op bezoek is, zoekt en vindt meerwaarde, net dat tikkeltje meer. Vernieuwend, verrassend, steeds netjes en altijd af.

#### 5. Ontmoeten

Het Brugse Ommeland omvat een diversiteit aan plekjes waar samen herinneringen kunnen ontstaan. De charme van de omgeving, de diversiteit in het aanbod, de gezelligheid, brengt mensen dicht bij mekaar. Mensen die elkaar opzoeken, of mensen die elkaar vinden. De inwoners zijn van nature gastvrij. Ongedwongenheid neemt het hier over.



## 6.2 Verhaallijnen

Wat maakt het Brugse Ommeland uniek en wat bepaalt haar aantrekkingskracht? Waarom laten toeristen zich verleiden om naar hier te komen? In 5 verhaallijnen vertellen we het verhaal van deze regio. Ze tonen zowel de verbinding als het onderscheid met de kunststad Brugge die ze omarmt.

Deze verhaallijnen zetten de route uit voor de toekomstige ontwikkeling van de regio en zorgen ervoor dat stakeholders zich verzamelen rond een gezamenlijk verhaal. De 5 verhaallijnen samen maken de regio uniek.

De verhaallijnen van het Brugse Ommeland zijn:

1. Groen van nature | Echt groen.
2. Rijk aan verhalen | Echt oud.
3. Tijd voor pauze | Echt weg.
4. Land aan zee | Echt dicht.
5. Verrassend gezellig | Echt tof.



## Groen van nature.

Van bossen over polders langs akker- en weilanden voorbij weidse velden en meersen tot majestueuze tuinen en parken. De natuur in het Brugse Ommeland nodigt uit om ten volle te connecteren met de omgeving. Het weidse landschap doet wegdromen terwijl bomenrijen en kanalen tot de verbeelding spreken. Hier adem je vol en ruik je het groen.

**Echt groen.**



## Rijk aan verhalen.

Het historische karakter van Brugge kent een verlengde in de groene gordel rond de stad en ver daarbuiten. Het Brugse Ommeland is een aaneenschakeling van verhalen, gekoppeld aan bijzondere plekken: 108 kastelen, 8 abdijen, kloosters, kerkjes, muren, kanalen, bomenrijen ... En gekoppeld aan bijzondere personages: adellijke families, geloofsgemeenschappen, graven, abten, ... In dit decor schreven zij een rijke geschiedenis. Hier ademt alles historie. Hier kreeg België vorm.

**Echt oud.**

## Tijd voor pauze.

Om te kunnen versnellen in het leven, moet je af en toe vertragen. Ontsnappen en ontspannen. Connecteren met jezelf en met anderen. Buiten zijn, even vergeten, op adem komen en zo de batterijen terug opladen. De dagen waarop niets moet en alles mag, beleef je het best in het groene decor van het Brugse Ommeland. Is het op een gezellig terrasje, op de fiets langs één van de kanalen, midden één van de vele wandelpaden ... keuze genoeg om vlakbij even gewoon weg te zijn.

**Echt weg.**





## Land aan zee.

Een verkwikkende vlucht uit de drukte van de zeedijken kan deugd doen. Wie met de voeten in het zand van de Noordzeestranden blijft zitten, mist ook wel wat. Het Brugse Ommeland biedt een ultieme landschapspracht op een paar fietspaden van de Kust verwijderd. Een duik in het groene binnenland of een plons in de Noordzee, beide kunnen even verfrissend zijn. Het beste van twee werelden, zijn zo heel dichtbij elkaar te vinden.

**Echt dicht.**

## Verrassend gezellig.

De vele cafés en gastronomische restaurants zijn stuk voor stuk een knipoog naar een geanimeerd verleden, aangevuld met een vernieuwende toets. Ze bieden een authentiek decor voor de meest fijne middagen en avonden met vrienden, met het gezin, als koppel. Unieke adresjes, verrassende initiatieven, het lekkerste streekaanbod en een variëteit aan sterrenrestaurants ... Kleine ontdekkingen die de zintuigen betoveren. Proef, ruik, laat je verrassen en geniet.

**Echt tof.**



Samenvattend kunnen we het Brugse Ommeland als volgt beschrijven:

Hier heeft  
elke boom een legende,  
elk kanaal een historie,  
elk kasteel, elk klooster,  
elke muur een geschiedenis.  
Dit is het Brugse Ommeland.  
Waar het verleden rust  
midden in het groen.  
Waar Bourgondiërs  
thuis waren. En zijn.

**Zalig echt.**

## 6.3 Rebranding

De kernwaarden en verhaallijnen komen tot uiting in de nieuwe huisstijl of brand voor het Brugse Ommeland.

### Nieuw logo

Het nieuwe logo vertrekt van de kaart van het Brugse Ommeland (1).

Wanneer je deze arceert ontstaat er een grafische en herkenbare vorm (2).

Het woordmerk komt op deze vorm en creëert een krachtig en herkenbaar logo (3).

Een eigentijdse kleur groen benadrukt het groene karakter van de regio (4).



1



2



3



4

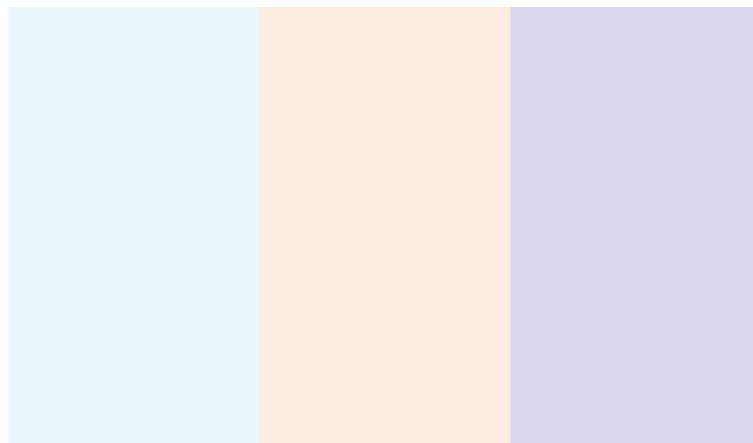
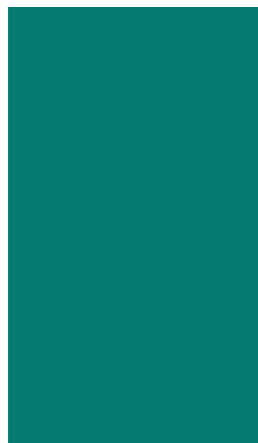
## Baseline

De baseline 'zalig echt' gebruiken we als 'kapstok' om de verschillende verhaallijnen naar voor te brengen.

zalig echt  
dicht  
weg  
groen  
oud  
tof

## Kleur

De primaire kleuren zijn groen en wit. Secundair zijn er enkele kleuren bepaald die binnen de huisstijl kunnen gebruikt worden.



## Vorm

De vorm van het logo (arcering) kan als herkenbaar grafisch element gebruikt worden.



## Beeldtaal

Er wordt geïnvesteerd in nieuwe beelden die beleving en landschappen weergeven volgens de nieuwe richtlijnen. Zo creëert de regio een herkenbare beeldtaal.



Surf naar [www.brugseommeland.be/huisstijl](http://www.brugseommeland.be/huisstijl) voor de volledige brand guide en om het logo te downloaden. Help jij de nieuwe branding mee bekend maken?

# 07

En dan  
nu actie!



Welke acties zijn nodig om de doelstellingen uit dit plan te behalen? We delen de acties op in 5 grote lijnen: marketing (de perfecte match!), toeristische ontwikkeling (historisch groen!), recreatie (water en groen!), cijfers en onderzoek (meten is weten!) en teamwerk (samen kan je meer!). De acties spelen in op de vijf verhaallijnen van de regio en zijn gericht op specifieke bezoekersprofielen. Kwaliteit en duurzaamheid liggen steeds aan de basis.

## 7.1 De perfecte match!

De consument gaat op zoek naar reisbestemmingen die aansluiten bij zijn behoeftes en waarden. Het is de uitdaging om met het verhaal van het Brugse Ommeland die mensen te bereiken voor wie dit een waardevolle vakantiebeleving kan zijn. Hoe zorgen we met andere woorden voor een goeie match tussen de consument enerzijds en het merk en bestemming "Brugse Ommeland" anderzijds. Dat is de essentie van de marketingaanpak voor het Brugse Ommeland. De perfecte match zorgt voor de mooiste reisverhalen en de beste reviews.

We omschrijven zo scherp mogelijk de doelgroep, de strategie om onze boodschap bij deze doelgroep te brengen en de kanalen die we hiervoor inzetten. Anders gezegd: we gaan voor de juiste doelgroep met het juiste verhaal via de juiste kanalen. Onze nieuwe merkidentiteit wordt het uithangbord voor de komende jaren.

### De juiste doelgroep

Leeftijd, geslacht, woonplaats of gezinssamenstelling bepalen niet of het Brugse Ommeland een interessante vakantiebestemming is. We definiëren onze doelgroep op basis van reisprofiel: welk soort vakantiebeleving kan onze gasten bekoren? Of omgekeerd, wie zijn de reizigers voor wie het Brugse Ommeland de perfecte reisbestemming is?

We omschrijven de doelgroep op basis van twee persona's, twee types personen van wie we een gedetailleerd profiel omschrijven. Het maakt daarbij niet uit of de bezoeker jong of wat ouder is, van ver of dichtbij komt, en voor even in het Brugse Ommeland is of van een langer verblijf geniet. We gaan inhoudelijk voor de perfecte match.

### Noor is een Ontdekker.

Ze gaat niet op zoek naar plaatsen, maar naar ervaringen. Het maakt niet veel uit of de bestemming een stad is of een rustige groene omgeving, als er maar voldoende te zien, te leren of te doen is. Verrassende en onbekende locaties staan centraal in de beleving van de Ontdekker die zeker de massa niet achterna gaat lopen naar populaire bestemmingen, de Ontdekker wil het échte lokale leven ervaren. De ideale uitstap betekent voor de Ontdekker ontsnappen aan de dagelijkse routine, nieuwe plekken verkennen waar een authentieke sfeer heerst, en daarover 's avonds urenlang bijpraten met mensen die hij/zij graag heeft.

Deze drang naar avontuur betekent niet dat de Ontdekker roekeloos aan het avontuur begint. Noor plant vaak de trip helemaal op voorhand en ze zoekt veel informatie op. De Ontdekker gaat vaak op zoek naar informatie over historische of culturele bezienswaardigheden en bijzondere natuurgebieden.

## De Natuurtoerist Lieven

Wil maar één ding: groen. De ideale uitstap staat voor de Natuurtoerist gelijk aan ontsnappen aan de stress en zich helemaal vrij voelen in de natuur. Door zijn drang naar rust gaat de natuurtoerist niet graag in groep op stap. Liever zoekt hij met partner en/of kinderen een groene omgeving op. De top 3 kenmerken van een leuke uitstap voor de Natuurtoerist: mooie natuurgebieden, mooie fiets- en wandelmogelijkheden en rust en stilte. Natuurtoeristen zijn de meest fervente fietsers en wandelaars van alle profielen.

Ondanks hun drang naar vrijheid zijn Natuurtoeristen nog wel vaak bezig met het plannen van hun uitstappen. Niet verrassend is dat de informatie die ze het vaakst opzoeken informatie over natuurgebieden en de beste wandelroutes is. Maar ook goede tips over eten en drinken kunnen de Natuurtoerist zeker verleiden.

Zowel de Ontdekker als de Natuurtoerist houden van harmonie. Ze willen dat er op vakantie voor iedereen wat leuks te doen is. Harmonie betekent ook dat ze gezelligheid belangrijk vinden: een gemoedelijke knusse sfeer, omringd door mensen die ze graag hebben en waarmee ze uren kunnen bijpraten en ontsnappen aan de dagelijkse stress.

De voorkeur voor authentieke plekken is iets wat Noor en Lieven gemeen hebben: plekken waar veel gebeurt, waar ze het lokale leven kunnen ervaren en waar ze zich helemaal vrij voelen. Ze keren graag naar huis terug met verrassende verhalen en leuke weetjes die ze tijdens hun vakantie bijgeleerd hebben.



Scan deze QR-code voor meer info over deze leefstijlen.

Graag zouden we deze doelgroepen overtuigen om voor een vakantie voor het Brugse Ommeland te kiezen. Tegelijk kunnen we heel wat Natuurtoeristen en Ontdekkers in Brugge of aan de Kust inspireren voor een uitstap in het Brugse Ommeland. Hoewel we de doelgroep niet selecteren op basis van gezinssamenstelling, willen we wel specifieke aandacht besteden aan **families** met de hierboven beschreven reismotivaties.

## Het juiste verhaal

Verhalen die blijven plakken: dat is de basis van alle communicatie. Door de duidelijke keuze voor twee leefstijlen, kunnen we sterker focussen op de verhalen die we vertellen over het Brugse Ommeland. We leven ons helemaal in de leefstijlen in en gaan na welke verhalen en producten de reisintentie naar het Brugse Ommeland kunnen verhogen. Als een natuurtoerist interesse toont in een bepaald natuurgebied, gaan we na welk cafeetje, restaurant, logies of attractie in de buurt de reisbeleving kan verhogen.

Om steeds weer verrassend uit de hoek te komen, kiezen we voor jaarthema's. Dat zijn telkens weer nieuwe insteken waarin de verschillende verhaallijnen van het Brugse Ommeland samen komen. We kiezen ervoor om de verhaallijnen niet afzonderlijk te promoten: het is net de combinatie die originele toeristische producten oplevert en het DNA van het Brugse Ommeland vormt. Elk jaar een nieuw thema maakt het Brugse Ommeland voor de pers telkens weer een verrassende bestemming om over te berichten.

Deze positionering is uiteraard geen 180° omwenteling tegenover de communicatie van de voorbije jaren. Tegelijk willen we wel duidelijk bijsturen. Er mag in de voorstellen meer avontuur, meer verrassing, wat vaker nog weg van het geëffende pad. We zorgen ook voor een extra portie wij-gevoel: het Brugse Ommeland is de perfecte regio om even weg te zijn met vrienden of familie.

## De juiste kanalen

Om het vernieuwde "Brugse Ommeland" in de markt te zetten, kiezen we voor een flinke portie "branded content": verhalen en inspiratie met een duidelijke signatuur van het Brugse Ommeland.

- **Video** leent zich uitermate goed om de sfeer van een regio en een merk over te brengen aan het publiek. We zullen hier dan ook meer op inzetten. Online kunnen we dit doelgericht inzetten en gebruiken om geïnteresseerde doelgroepen op te bouwen.
- **De eigen (online) kanalen** zullen we versterken: met de website als draaischijf voor alle marketingacties, de nieuwsbrief en de sociale mediakanalen van het Brugse Ommeland worden jaarlijks vele honderdduizenden bezoekers bereikt. We zullen deze kanalen verder uitbouwen om nog beter in te spelen op de wensen van de gebruikers
- **Offline communicatiekanalen** op papier bieden de mogelijkheid om lezers sterk te inspireren, op voorwaarde dat dit instrument op een efficiënte manier bij de juiste doelgroep kan gebracht worden. We streven op dat vlak naar meer focus op de vooropgestelde doelgroepen. Elke offline communicatie moet bovendien een sterk online luik hebben dat naadloos aansluit.

Daarnaast blijven we uiteraard sterk inzetten op communicatie over het Brugse Ommeland via externe kanalen: (inter)nationale pers, influencers, ... die verhalen brengen over hun ervaringen in het Brugse Ommeland. We loodsen hen zoveel mogelijk naar onderwerpen die matchen met de verhaallijnen van het Brugse Ommeland.

Ook ondernemers en gemeenten hebben eigen communicatiekanalen maar missen soms content om die optimaal in te zetten. We zorgen voor een betere afstemming en ondersteuning zodat alle informatie vanuit diverse bronnen op een coherente manier bij de consument aankomt.

De klassieke indeling in markten laten we achterwege maar mikken in onze mediakeuze wel op bezoekers die maximaal 2,5 uur reizen. We hebben ook aandacht voor reizigers in Brugge of aan de Kust én inwoners.

## 7.2 Historisch Groen!

In het Brugse Ommeland wil je genieten van bijzondere plekken, gezellige adresjes en rijke verhalen en dit alles middenin of nabij het groen. Of het nu gaat om de stadjes en dorpen, de weidse polders, de Zwinstreek of de bossen, het Brugse Ommeland ademt historie uit en geeft je tijd voor pauze. Even buiten zijn, op adem komen, je verrijken met verhalen, historische pareltjes ontdekken en zo de batterijen weer opladen. Uniek is daarbij de relatie met Brugge.

We ontwikkelen het Brugse Ommeland als een gastvrije regio waar slow tourism en duurzaamheid perfect samengaan. Westtoer, de steden en gemeenten en de vele ondernemers maken samen werk van een gastvrij en kwalitatief toerisme dat je zin geeft om de regio te ontdekken. Duurzaam ondernemen, gezellige authenticiteit en kleine ontdekkingen dichtbij staan hierbij voorop.

We vertrekken steeds vanuit het DNA van de regio: authenticiteit, pure schoonheid, kwaliteit, rust en mogelijkheden om andere mensen te ontmoeten. Verhalen en belevingen die dus passen bij de ziel van de plek. Ook staan we bij de ontwikkeling van belevingen stil bij de bezoekersprofielen die we willen aantrekken: ontdekkers en natuurtoeristen. Dat zijn families, koppels, vriendengroepen, ... en inwoners uit de streek.

Wat we ook ontwikkelen, dit doen we steeds vanuit een zo optimaal mogelijk duurzaam en inclusief gedachtengoed. Kortom: met meer betekenisvolle ervaringen verhoogt het Brugse Ommeland de tevredenheid van al haar gasten en bewoners.

### 7.2.1 Erfgoed beleven in het groen

Het Brugse Ommeland is rijk aan verhalen en bijzondere plekken. Dat willen we meer beleefbaar maken! Erfgoed geeft kleur aan de regio en betekenis aan haar gasten en bewoners. We willen hen laten kennismaken met bijzondere personages gekoppeld aan verrassende plekken: kastelen met hun graven en adellijke families, abten en geloofsgemeenschappen van abdijen en kloosters, koopvaardijlieden in voormalige havens, ...

Een parelsnoer van kleine en grotere authentieke belevingen leidt bezoekers en bewoners naar het rijke verleden van de regio. We combineren hierbij steeds het erfgoed met het omliggende landschap. Goede storytelling vormt de basis. Omdat het historische karakter van Brugge een verlengde kent in de groene gordel rond de stad en ver daarbuiten, verbinden we Brugge met het Brugse Ommeland door middel van een nieuw aanbod dat beide combineert.

Zo spelen we de vele erfgoedparels in het groen, die in het DNA van de regio zitten, ten volle en belevingsvol uit als troef. Toeristische erfgoedontwikkeling zorgt voor een groter bewustzijn van de waarde van erfgoed en geeft vaak aanleiding tot instandhouding en herstel ervan. Een mooie win-winsituatie dus.

### Reizen naar Morgen & erfgoed

Toerisme Vlaanderen tekende een duurzame visie uit voor het toerisme van morgen. 'Reizen naar Morgen' betekent toerisme meerwaarde laten genereren, niet enkel voor bezoekers, maar ook voor bewoners, ondernemers én de plek zelf. In een zoektocht naar de ziel van bijzondere plekken komt erfgoed vaak bovendien.

Erfgoedbeleving in het Brugse Ommeland sluit aan bij de 'verhalenbundels' van Toerisme Vlaanderen. Hiervoor werden Vlaanderenbrede verhaallijnen ontwikkeld:

- **Kastelen en tuinen:** de ontwikkeling van een sterk netwerk van ontsloten kasteelsites met tuinen buiten de steden.
- **Religieus erfgoed:** kwaliteitsvolle bezoekersontsluiting die respect heeft voor de ziel van de plek en de bezieling van de plekhouders, gecombineerd met een divers aanbod aan betekenisvolle belevingen en activiteiten.

### Een netwerk van belevingen op vlak van kastelen en religieus erfgoed

We verbinden heel wat kleine, vernieuwende erfgoedbelevingen in een netwerk. Sommige belevingen groeien uit tot topbelevingen in het Brugse Ommeland. Zo'n netwerk brengt tal van actoren samen die verbonden zijn aan belevingsvolle erfgoedplekken in de regio.

We beginnen met kleine netwerken rondom erfgoedplekken met beleving en starten op vanuit lokale gemeenschappen. Het doel is plekken en mensen verbinden en ontmoeting stimuleren. Naast de privé-eigenaars van de erfgoedlocaties kunnen ook steden en gemeenten, lokale toeristische ondernemers en andere partners deelnemen aan de netwerken.

Van mini-netwerken naar een gezamenlijk netwerk van kastelen en religieus erfgoed op termijn. Dat is een ambitie voor het Brugse Ommeland. Het zijn allemaal plekken waar gasten en bewoners aan de hand van belevingen de rijke historie van de regio midden in het groen ervaren. Dit regionetwerk verbinden we met andere erfgoedlocaties in Vlaanderen.



### Inspirerende erfgoednetwerken

Een mooi voorbeeld van zo'n kleinschalig netwerk is de vzw Sacred Books, die twee bewoonde Brugse kloosters openstelt voor bezoekers en hen een inkijk geeft op unieke erfgoedlocaties en de traditionele manier van leven.

De vzw is van onderuit opgestart en bedoeld om de twee kloostergemeenschappen te ontlasten. Hun streven is om ook andere locaties te laten aansluiten.

Een intussen uitgegroeid netwerk is dat van de fortengordels, dat vele voormalige forten rondom Antwerpen verenigt. Het netwerk is uitgegroeid tot een gebiedsgericht project dat de zichtbaarheid en het hergebruik van de fortengordels beoogt. Concreet betekent dit een gezamenlijke huisstijl, events, een erfgoedapp, fiets- en wandelroutes, een interactieve kaart, ...



### Nieuwe productbelevingen ontwikkelen

We ontwikkelen nieuwe productbelevingen die het Brugse Ommeland als aantrekkelijke erfgoedregio op de kaart zetten.

- **Straffe Brugse verhalen**

Wie het hele verhaal van Brugge wil ontdekken, moet ook naar het Brugse Ommeland gaan! Zo vormen kastelen in het Brugse Ommeland de link met Brugge als vroegere zomerverblijven van de Brugse adel. Voor het totaalverhaal bezoek je dus Brugge én het Ommeland.

Hiervoor ontwikkelen we 'straffe Brugse verhalen': meerdaagse belevingen in Brugge en de omliggende regio. Storytelling en inhoudelijke verhaallinken liggen aan de basis. Denk aan de Brugse adel en graven met buitenverblijven in het ommeland. Bezoekers kunnen in de voetsporen treden van een historisch personage. Omdat we met deze belevingen in de eerste plaats ontdekkers willen aanspreken, werken we boeiende historische verhalen uit en verbinden de plekken op een leuke, verrassende manier met elkaar. Bijvoorbeeld bijzondere fietsen, oldtimers, fluisterboot om tot in Brugge te varen, ... Onderweg is er gelegenheid om lokale specialiteiten te proeven bij uniek erfgoed, bijvoorbeeld in het koetshuis van een kasteel of in een abdijhoeve, of bij één van de vele andere smaakvolle adresjes in de regio.

Ideaal is wanneer de belevingen kant-en-klaar zijn en tot kort voor het bezoek boekbaar. Hiermee zetten we in op een langere verblijfsduur en de spreiding van bezoekers. Ook voor een internationaal publiek moet het aanbod interessant zijn. Denk dan aan een 'castle tour' naar de bossen met zijn kastelen, een pelgrimage in de voetsporen van een religieus personage of de recente VR-fietsroute langs Verdwenen Zwinhavens.



## • Parels in het groen

Elke erfgoedplek heeft zijn eigen verhaal en beleving. We ontwikkelen ze tot 'parels in het groen': verrassende, vernieuwende, kleine erfgoedbelevingen midden in het groen. Een goed verhaal staat aan de basis.

Niet elke erfgoedplek is toegankelijk voor het publiek. Toch zijn er mogelijkheden om dit erfgoed meer beleefbaar te maken voor gasten en bewoners. Om tot een gevarieerd pallet van erfgoedbelevingen te komen, kunnen we gebruik maken van verschillende concepten en technieken:

- **Binnenkijken:** een blik achter gesloten deuren, secret places, rondleidingen achter de schermen, voorgeprogrammeerde dronebeelden, virtual en augmented reality, ...
- **Verhalen vertellen:** fluisterbanken, een luisterzuil, kastelen en abdijen app, ...
- **Al spelenderwijs:** zoektocht naar verborgen ingangen, een moordspel, een escaperoom buiten, ophaalbruggen naar erfgoedplekken zelf bedienen, ...
- **Door de ogen van ... :** een kasteelheer, een non, een boswachter, ...
- **Aangepast aanbod voor families:** een ontdekkingspad, in de voetsporen van, bekende spelletjes in een nieuw jasje, workshops op exclusieve plekken, ...

In het Brugse Ommeland versterken we de erfgoedbeleving met belevingsvolle (kleinschalige) attractiepunten en andere belevingsconcepten voor kasteelsites, sites van religieus erfgoed of rond andere historische of culturele thema's. Het gaat over kleine, vernieuwende belevingen, waarvan enkele kunnen uitgroeien tot topbelevingen. Ook zijn er een aantal erfgoedplekken in de regio die met de juiste invulling ontwikkeld kunnen worden tot ontmoetingsplek voor gasten en bewoners. Routes en arrangementen zijn een ideale manier om de verschillende erfgoedhotspots met elkaar te verbinden.

Projecten vormen een uitgelezen kans om werk te maken van erfgoedbelevingen in samenwerking met diverse partners. Westtoer neemt de ontwikkeling van erfgoedbeleving mee in projecten zoals het Europese project 'Tourism Lab' en het project van de Verdwenen Zwinhavens.



- **Themajaar kastelen en religieus erfgoed**

Het Brugse Ommeland wil de kastelen en het religieus erfgoed in de regio regelmatig in de kijker plaatsen. Dit doen we aan de hand van een terugkerend themajaar 'kastelen en religieus erfgoed'. In een themajaar focussen we op originele belevingen die niet op permanente basis kunnen worden opengesteld.

Zo creëren we unieke ervaringen en reasons to come voor de regio, op verschillende vlakken:

- **Muziek:** festivals, intieme concerten, stiltedisco, ...
- **Sport en beleving:** trails, kasteelspelen, fakkeltocht, yoga, zonsopgang vanop torens, unieke workshops, ...
- **Eten en drinken:** picknicks, diners, high tea, ...
- **Logeren:** tenten, tijdelijke logeerplekken, ...
- **Natuur:** evenementen zoals 'Schone Schaapjes', natuurfestival, ...

We streven ernaar om één of meerdere belevingen uit het themajaar permanent te ontsluiten voor bewoners en bezoekers.

Na een voorgaande succesvolle editie in 2017 organiseert Westtoer dit in 2023/2024 opnieuw, in samenwerking met vele partners in de streek.



## 7.2.2 Adresjes met een verhaal

Het Brugse Ommeland heeft een mooi en kwalitatief aanbod om te logeren, om te eten en te drinken in een historisch kader of in een groen decor. Deze adresjes willen we meer beleefbaar maken en beter uitspelen! Adressen die het toelaten om even te vertragen en op adem te komen, die verrijking bieden en je onderdompelen in het verhaal van de plek of waar je connecteert met jezelf en met anderen. Stuk voor stuk bijzondere adresjes met een verhaal.

We versterken de samenwerking met deze toeristische ondernemers en maken samen met hen werk van belevingsvolle en duurzame concepten. Dit draagt bij tot de verdere ontwikkeling van het Brugse Ommeland.

### Toerisme na COVID-19

Het toerisme in het Brugse Ommeland draait in grote mate op haar toeristische ondernemers. Zonder hen geen toerisme. Daarom ondersteunen Westtoer en Toerisme Vlaanderen de ondernemers om deze crisisperiode te boven te komen. Voor de toeristische ondernemers is dit een onzekere periode. Inkomsten vallen weg en er zijn vaak onvoldoende steunmaatregelen. Voor velen is het in eerste instantie overleven, om op termijn te kunnen heropleven. Van survival naar revival.

Wat zijn de effecten op lange termijn voor het toerisme in het Brugse Ommeland? Ook de toeristische ondernemers maken de balans op. Door de crisis werden ondernemers gedwongen om na te denken over de wijze waarop ze geld verdienen. Uiteraard gooien niet alle ondernemers hun business radicaal om. Wel stellen meer en meer ondernemers hun zaak en huidig businessplan in vraag. Als gevolg hiervan zien we aardig wat investeringen in ecologische duurzaamheid en de herpositionering van de onderneming. Investeringen voor het toerisme van morgen.

## Logeren en proeven op bijzondere plekken

We benadrukken het historische en groene karakter van logeer-, eet- en drinkadressen in het Brugse Ommeland. Dit sluit naadloos aan bij het DNA van de regio. We willen de identiteit van de regio nog meer tot uiting brengen via de toeristische ondernemers. Hiervoor ontwikkelen zij belevingsconcepten passend bij de verhaallijnen van het Brugse Ommeland. Dus bijzondere adresjes met een verhaal. Dat spreekt onze gasten aan.

Ontdekkers kan je verrassen met een logies in of bij een karakteristieke erfgoedlocatie of in een bijzondere logiesvorm midden in het groen. Denk aan kastelen, religieus erfgoed en andere erfgoedparels of aan tiny houses, boomhutten, ... in de bossen, aan boten op kanalen/vaarten of in historische landschappen. Natuurtoeristen zullen eerder de voorkeur geven aan kleinschalig logeren in het groen. Voor hen zijn B&B's, familiehotels en kampeermogelijkheden van belang.

Je proeft de gezelligheid van de regio in restaurants en cafés. Ontdekkers zullen snel de weg weten te vinden naar verrassende adresjes. Authentieke plekken met een vernieuwende toets en een knipoog naar het verleden of bijzondere mengconcepten (blurring) waar verschillende functies samensmelten. Ook leuke adresjes midden in het groen zijn een 'must do' voor hen. Natuurtoeristen zullen op zoek gaan naar fijne stops in het groen of om een wandeling of fietstocht mee af te sluiten. Denk aan authentieke brasseries en cafeetjes, koffie- en theehuizen, recreatieve hotspots met picknickmogelijkheden.

Ook willen we aandacht besteden aan families door belevingsvolle logies, eet- en drinkgelegenheden te ontwikkelen en te promoten voor deze doelgroep.



## Families, over potentieel gesproken!

In Europa zijn er 66 miljoen families. Ze maken 31% deel uit van alle huishoudens en zijn de grootste doelgroep van de recreatieve reismarkt. In België beschouwen we ongeveer 38% van alle inwoners als families. Een interessante doelgroep dus voor het Brugse Ommeland! We zetten vooral in op families met het bezoekersprofiel 'ontdekker' of 'natuurtoerist'.

Reizen in familieverband zit trouwens wereldwijd in de lift: zeven op de tien families gaan minstens twee keer per jaar samen op reis. Bovendien zijn kinderen die bij jou te gast zijn, je gasten van morgen. Beschouw ze daarom als volwaardige gasten. Het zijn de meest eerlijke gasten die er zijn. Als je familievriendelijk bent, ben je meteen ook gastvrij én klantvriendelijk. Familievriendelijk betekent trouwens dat je aandacht hebt voor zowel de kinderen als de volwassenen in het gezelschap en is dus ruimer dan kindvriendelijk of parent friendly.

## Wat maakt families gelukkig? Enkele vuistregels

Als families tot je doelgroep behoren, dan doe je er natuurlijk alles aan om hun bezoek zo optimaal mogelijk te laten verlopen. Je wil dat families zich verheugen op hun uitstap, een goede tijd bij je hebben én met een fijne herinnering naar huis gaan zodat ze er anderen over vertellen. Maar wat hebben families nu eigenlijk nodig en waarin schuilt het ultieme familiegeluk? Enkele vuistregels...

### #Generatieproof

Families zijn heel divers maar ze hebben één iets gemeenschappelijk: ze bestaan allemaal uit mensen van verschillende generaties met elk hun eigen wensen. Het is dus de kunst om je als ondernemer te richten op de verschillende generaties in het gezelschap zodat ieder lid van de familie zich welkom voelt en gezien wordt.

### #Ontzorg

De volwassenen in het gezelschap hebben een bijzondere rol: ze nemen deel maar ze hebben ook een verzorgende taak. Dit zit elkaar soms in de weg. Zorg er dus voor dat de 'facilitator' zoveel mogelijk ontzorgd wordt. Zo kan hij/zij optimaal genieten van de uitstap of het verblijf.

### #Samen

Families ondernemen graag dingen samen, maar vrije tijd in familieverband is schaars. Families zoeken naar mogelijkheden om de beperkte tijd die ze samen hebben op een betekenisvolle manier in te vullen: ze willen quality time. Ze zoeken een plek waar zij zich thuis voelen en ontspannen van hun uitstap kunnen genieten.

### #Flexibiliteit

Ieder mens heeft vrijheid nodig, het idee dat je jezelf kunt zijn en daarvoor de ruimte krijgt. Families hebben behoefte aan een flexibel aanbod dat ze gemakkelijk kunnen aanpassen aan hun wensen, hun groepssamenstelling en het moment. Daarnaast hebben families medewerkers nodig die zich kunnen inleven, die flexibel kunnen reageren op alle wonderlijke situaties die zich kunnen voordoen.

### #Spelen

Bij een familie-uitstap wil iedereen het leuk hebben. Fun! Je kunt families een fijne tijd bezorgen door ervoor te zorgen dat je aanbod en je dienstverlening speels en verrassend zijn. Niet alleen kinderen spelen, grote mensen spelen ook graag! Laat families samen op ontdekking gaan, zelf dingen uit proberen en samen doen. Zorg er voor dat iedereen op tijd tot rust kan komen.

### #Passende faciliteiten

De bezoekerservaring wordt sterk beïnvloed door architectuur, inrichting, meubels, geur, licht, sfeer. Daarnaast hebben families een toegankelijke omgeving nodig met passende faciliteiten. Faciliteiten die rekening houden met de behoeften van alle generaties én met de verzorgende rol van volwassenen. Vertel hen nog voor het bezoek over deze faciliteiten. Zeg en toon hen wat je in huis hebt om hen als familie optimaal te verwelkomen.

### #X-factor

En wat maakt het bezoek onvergetelijk? De x-factor, de verrassing, de magie, het toeval. Denk hier aan kleine, creatieve ingrepen, een persoonlijke aanpak die past bij jouw organisatie of een extraatje dat een bezoek aan jouw zaak een gouden randje geeft.





### Kamperen in het groen

De natuur in het Brugse Ommeland nodigt uit om te gaan kamperen. We willen de kampeermogelijkheden in de regio uitbreiden, want die zijn nu nog beperkt. Hierbij denken we in de eerste plaats aan een combinatie van kleinschalige logies (B&B, hotel, ...) met beperkte kampeermogelijkheden (campervans, kampeerauto's, ...). Ook lenen bepaalde gebieden zoals het Landschapspark Bulskampveld zich goed voor natuur- en hoevekamperen. Kleinschalige kampeermogelijkheden dus.

De Stad Brugge heeft plannen voor een stadscamping aan Sint-Pietersplas. Ook aan de kazernesite van Sijsele (Damme) zijn er plannen om kamperen, ook met de kampeerauto, mogelijk te maken. Dit is zeker een meerwaarde voor de stad en de regio.

### Sterkere samenwerking met hotels

De logiessector is de laatste jaren sterk en kwalitatief gegroeid, waaronder het hotelaanbod. We willen deze logies meer betrekken bij de toeristische werking van het Brugse Ommeland. Zo willen we hen betrekken bij de netwerkmomenten van de regio en in samenwerking het vakantiegevoel in de hotels vergroten. Zo kan de regio-identiteit en verbondenheid meer voelbaar worden in de hotels.

### Tourism Lab

Dit Europese project is een laboratorium voor toeristische belevingen. Westtoer werkt hierin samen met Waalse en Franse partners. In een snel veranderende wereld zijn toeristen steeds meer op zoek naar nieuwe en authentieke ervaringen. Ervaringen met een betekenis. In het Brugse Ommeland werkt Westtoer samen met ondernemers, steden en gemeenten nieuwe belevingen uit. Steeds vanuit het DNA en de verhaallijnen van de regio.

### Duurzaam ondernemerschap

Steeds meer toeristische ondernemers zetten stappen naar een meer duurzame aanpak en inrichting. Dit willen we verder stimuleren, want steeds meer toeristen gaan bewust op reis. Ze hechten meer belang aan de kwaliteit van de omgeving, de authenticiteit van de bestemming, menselijke relaties tijdens hun verblijf, ... en gaan op zoek naar bestemmingen en aanbieders met aandacht voor duurzaamheid. Door de COVID-19-crisis is de aandacht voor veilig en gezond reizen naar bestemmingen met ruimte, groen, natuur, buitenlucht en duurzaamheid alleen maar toegenomen en versneld. We ontwikkelen en promoten het Brugse Ommeland als een regio voor duurzaam toerisme.

Een ecologisch duurzame onderneming heeft aandacht voor energiebesparing, minder afval, waterbesparing, herbruikbare materialen, circulariteit, ... Doel is om in de toeristische sector de uitstoot van broeikasgassen te verminderen, afval te verminderen en te werken rond duurzaam waterbeheer. Energiescans en actieplannen zijn een eerste stap richting een kleinere ecologische voetafdruk. Deskundig advies helpt voor de beste duurzame oplossing, afgestemd op de specifieke situatie van elke onderneming. Westtoer wil ondernemers hierin ondersteunen. Ecologische investeringen dragen zorg voor het milieu en verhogen de kwaliteit van het toeristische product. Je kan er bovendien mee uitpakken en ze zijn kostenbesparend. Een win-winsituatie voor de regio en de ondernemers.

## Streek- en hoeveproducten uitspelen

We spelen de streek- en hoeveproducten van het Brugse Ommeland nog meer uit. Lokale producten vallen doorgaans goed in de smaak bij gasten en bezoekers. Ze staan voor authenticiteit en kwaliteit. Bij de hoeveproducten zorgt de 'korte keten', waarbij je rechtstreeks bij de boer koopt, voor eerlijke prijzen voor de landbouwer en verse producten op je bord. We willen het gebruik van de streek- en hoeveproducten uit de regio bij toeristische ondernemers verder stimuleren. Daarvoor brengen we lokale producenten samen met restaurants, cafés en logies. Ook de toeristische onthaalpunten zijn een kanaal om het aanbod van streek- en hoeveproducten bekend te maken en te promoten. Westtoer werkt samen met 100% West-Vlaams en Inagro om streek- en hoeveproducten mee bekend te maken. Westtoer organiseert in 2022 een gastronomisch themajaar waarin de streekproducten een prominente plaats krijgen.

Ook willen we de streek- en hoeveproducten meer beleefbaar maken. Naast het proeven, brengen we het verhaal achter de producten. We promoten en faciliteren rondleidingen, workshops, kijkstallen en andere activiteiten die bezoekers en bewoners uitnodigen om er meer over te leren, te proeven en waar mogelijk zelfs te participeren. Zelf doen en zelf maken is iets wat bijdraagt aan een betekenisvolle ervaring.

### Culinair erfgoed

Naast de Vlaamse 'verhalenbundels' voor erfgoedbeleving, maakt Toerisme Vlaanderen werk van verhaallijnen rond typisch Vlaamse streekproducten, waar de streekproducten van het Brugse Ommeland bij kunnen aanhaken:

- Vlaamse producten: lokale, kwaliteitsproducten met een boeiend verhaal of een leuke beleving
- Belgische biercultuur: van traditionele tot craftbieren

Ze beogen sterke culinaire belevingen in samenwerking met producten en hun verhaal.

## 7.2.3 Gastvrijheid & kwaliteit

Gasten een welkom en veilig gevoel geven en verwachtingen overtreffen. Daar zetten we op in voor een gastvrij onthaal in het Brugse Ommeland! Voor de bezoeker maakt het niet uit waar en hoe hij geholpen wordt. Wel is het belangrijk dat hij als klant op elk moment centraal staat en de beste dienstverlening krijgt. Daarvoor moeten alle vormen van het toeristisch onthaal goed op elkaar zijn afgestemd, zowel fysiek als digitaal.

Het gastvrij verwelkomen van bezoekers is een kerntaak voor de medewerkers van de gemeentelijke diensten voor toerisme in de regio. Toch staan zij niet alleen voor deze taak. Toeristische ondernemers zijn vaak het allereerste contact van de bezoeker met de regio.

In het digitale tijdperk, waarin je alle informatie online kan vinden, blijft het persoonlijke onthaal ter plaatse belangrijk. Met een proactieve houding en persoonlijke tips kunnen de medewerkers van de toeristische diensten en de ondernemers een verschil maken.

### Van klassiek infokantoor naar inspiratieplek

Op vlak van inrichting ademt een toeristisch infokantoor het DNA uit van de plek en zet het bezoekers aan om de stad of regio te gaan verkennen. Ze zijn het inspiratiepunt voor info of activiteiten in onze regio. Ze zijn ook een etalage en een verkooppunt voor unieke, streekgebonden producten. Dit geeft soms aanleiding tot herhaalbezoek. De medewerkers van toeristische infokantoren zijn het gezicht van de bestemming en kennen deze door en door.

### Infopunten Toerisme

Een Infopunt Toerisme is een private ondernemer (restauranthouder, café-uitbater, ...) die beschikt over de gratis toeristische publicaties van zijn stad of gemeente en regio. De ondernemer is vaak het eerste aanspreekpunt voor toeristen en recreanten die op stap zijn. Hij is een ambassadeur en geeft insider-tips voor een geslaagde uitstap. Infopunten Toerisme zijn te herkennen aan het groene bordje met i-logo aan de voordeur.

We versterken het onthaalnetwerk in het Brugse Ommeland met:

- **Een hogere kwaliteit en professionalisering**  
In Westtoers Q-traject staan kwaliteit en de tevredenheid van de bezoeker centraal. Het traject richt zich op publieke en private toerismemakers. We willen met meer deelnemers aan het traject de toeristische sector verder professionaliseren.
- **Het partnernetwerk van de regio**  
We versterken de samenwerking met private partners in de regio. De jaarlijkse partnerfora en andere bijeenkomsten stonden tijdens de COVID-19-crisis op een lager pitje. We laten de informatie-uitwisseling weer uitgroeien tot een interactief netwerk met doorverwijzing, samenwerking rond nieuwe productontwikkeling, promotie, onthaal, ... Hieraan nemen logiesuitbaters, Infopunten Toerisme en andere partners deel.
- **Nieuwe Gemeentelijke Infopunten**  
We ontwikkelen een nieuw type informatiepunt, in de eerste plaats voor gemeenten met een beperktere toeristische werking. Ook kunnen Gemeentelijke Infopunten in steden en gemeenten een aanvulling zijn op het infokantoor. Westtoer ontwikkelt herkenbare infomodules met regio-uitstraling voor deze infopunten.

### Gemeentelijke Infopunten

Dit zijn toeristische informatiepunten in een openbaar gebouw waar veel potentiële omgevingsrecreanten komen. Het kan gaan over een gemeentelijke bibliotheek, een zwembad, een gemeentehuis, een museum, ... Hier wordt beperkt toeristische info aangeboden, bestaande uit een selectie van: toeristisch-recreatieve informatie binnen een straal van max. 30 km, met de nadruk op het recreatieve aanbod vanuit het punt waar de bezoeker zich bevindt. De medewerkers van een gemeentelijk infopunt zijn ambassadeurs. Gemeentelijke Infopunten zijn op uniforme wijze herkenbaar aan het groene bordje met i-logo (cfr. infopunten toerisme) aan de ingang. Op vlak van inrichting beschikken ze over een oriëntatiekaart en een gestandaardiseerde module om de passant goed te oriënteren en toeristische folders te verstrekken.





### Pieter Boussemaere: “Maak als toeristische sector de energietransitie en pak ermee uit in je communicatie!”

“Klimaatverandering is in de eerste plaats een energieprobleem. We gebruiken nog voornamelijk fossiele brandstoffen (steenkool, gas en olie) als energiebron. Daar moeten we vanaf! Maak als toeristische sector mee de energietransitie!” Aan het woord is Pieter Boussemaere, auteur van ‘Tien klimaatacties die werken’. Boussemaere is docent klimaat en wereldgeschiedenis aan de Vives hogeschool in Brugge en al jaren een veelgevraagd spreker over klimaat. Iedereen kan meehelpen: hieronder somt hij 6 acties op, eenmalige ingrepen die ook jij kan doen. Jouw voordeel: je bespaart op energiekosten en je kan er mee uitpakken in je communicatie, want de hedendaagse toerist hecht er meer en meer belang aan.

#### 1. Kies voor echte groene stroom

Kies voor échte groene stroom. Wek je eigen groene stroom op. Of nog beter: kies voor alle twee. Want bij wie je stroom koopt of in welke mate je zelf energie opwekt, beide hebben een behoorlijke impact. De juiste keuzes verkleinen de klimaatafdruk van de gemiddelde Vlaming in één klap met 6 à 8 procent. “Hier zijn we klimaatbewust en werken we enkel met échte groene stroom” kan dan perfect op je website prijken.

#### 2. Spring verstandig om met elektriciteit

Spaarzaam omspringen met (duurzame) elektriciteit, betekent twee dingen: energiezuinige producten kiezen en ze verstandig (zuinig) gebruiken. Voor het klimaat en je portemonnee is het beter om je oude apparaat (vriezers, koelkasten en wasdrogers) meteen te vervangen door een superzuinig model. Kies resoluut voor ledverlichting. Behalve de energiezuinigheid van een apparaat is ook de manier waarop je het gebruikt bepalend voor je energiegebruik.

#### 3. Kies de juiste motor

Transport bepaalt 20 tot 25 procent van de klimaatafdruk van de gemiddelde Vlaming. De overstap naar elektrisch vervoer staat garant voor een enorme energiebesparing. Analisten gaan ervan uit dat ten laatste vanaf 2035 alle nieuw verkochte personenwagens

elektrische of plug-in hybride modellen zullen zijn. Investeren in het plaatsen van een laadpaal aan of bij jouw zaak is dus een meerwaarde voor je bedrijfsvoering! Heb je geen garage of oprit en kun je niet binnen loopafstand (500 meter) terecht bij een publieke laadpaal? In Vlaanderen plaatst de netbeheerder gratis een publieke laadpaal in jouw buurt.

“Hier kan je je wagen opladen” op je website kunnen plaatsen, is niet alleen een bewijs dat je bewust met energie omspringt en mee met je tijd bent, het betekent dat je een marktsegment aanboort dat moeilijk ergens anders terecht kan.

#### 4. Kies voor isolatie

Het klimaatneutraal krijgen van een woning begint met een goede isolatie. Met welke isolatiewerken je eerst begint, hangt af van vele factoren, en vaak lopen werkzaamheden door elkaar. Maar doorgaans start men met het dak. Daarna volgen de buitenmuren, de beglazing- en het schrijnwerk, en de vloeren.

Professioneel isoleren is steeds de boodschap! Omdat er zoveel isolatiemogelijkheden zijn, is het raadzaam om vooraf objectief advies te vragen. Laat een concreet stappenplan opmaken, met inbegrip van de beschikbare premies. Dit zorgt ervoor dat je niets over het hoofd ziet, of bepaalde werkzaamheden uitsluit door eerder gemaakte fouten.

#### 5. Kies de juiste verwarmingsbron

We moeten af van fossiele verwarmingsbronnen, en snel. Om 2050 te halen moeten jaarlijks maar liefst 100.000 Vlaamse huishoudens overschakelen op groene warmtebronnen. Het klimaatneutraal krijgen van een woning begint met een goede isolatie (zie boven), daarna komt het erop aan om de juiste verwarmingsbron te kiezen. Wie kan, laat zijn woning aanschakelen op een warmtenet. Heb je een nieuwe ketel nodig? Neem dan een warmtepomp of een hybride warmtepomp in overweging. En een zonneboiler neemt 60 tot 80 procent van je warm water voor zijn rekening. En zet de thermostaat in de ketel op een zo laag mogelijke aanvoertemperatuur. Vermeld het zeker op je website bij je kamers: “Een warmtepomp en zonneboiler houden je klimaatvriendelijk warm”.

#### 6. Kies voor veggie of vegan alternatieven aan de (ontbijt)tafel

Het voedingsstelsel vormt ongeveer 18 procent van de klimaatafdruk van de gemiddelde West-Europeaan. De kleine helft (46%) daarvan komt op rekening van vlees, zuivel en eieren. Dus als je op vlak van voeding echt een klimaatverschil wil maken, let dan vooral op wat je eet! Plantaardige voedingsmiddelen zoals peulvruchten en granen belasten het klimaat (en het milieu) het minst. Varkensvlees, zuivelproducten, maar vooral runder- en lamsvlees hebben de grootste impact. Geen of minder vlees en zuivel eten levert dus de grootste klimaatwinsten op.

#### 7. Weet waarom je het doet!

Bovenstaande tips stellen je in staat om duurzamer te ondernemen, kosten te besparen op termijn én het straalt verantwoordelijkheid en bewustzijn uit naar je klanten. Westtoer wil toeristische ondernemers ondersteunen om duurzamer te worden en dit ook promoten.

Ook persoonlijk kan je hierop inzetten, informeer jezelf, praat erover en beïnvloed zo je omgeving en je gasten. De kern is afgeraken van fossiele brandstoffen als energiebron. Lees er alles over in het boek van Pieter Boussemaere ‘Tien klimaatacties die werken’, of surf naar [www.10klimaatacties.be](http://www.10klimaatacties.be) als je minder of geen tijd hebt, of al een voorsmaakje wenst.

## 7.3 Water en Groen!

### 7.3.1 Uitgelezen Landschappen

In het Brugse Ommeland vinden we heel wat verschillende landschappen: polders, bossen, velden en meersen en glooiende weidelandschappen. De landschappen zitten vol gradiënten: van nat naar droog, van biljartvlak tot heuvelend, van open tot bosrijk. Dat maakt ze extra belevingsvol voor recreatie en interessant voor natuurontwikkeling. Landschapsbeleving vormt de 'groene draad' bij de productontwikkeling in het Brugse Ommeland.

Voor de uitvoering van de acties en ideeën rond landschap in dit beleidsplan rekenen we op een ruim speelveld van actoren. Naast Westtoer zijn dat onder meer de Provincie, de Vlaamse agentschappen, de gemeenten, de WVI, de regionale landschappen en particuliere organisaties zoals Natuurpunt vzw, de Bosgroepen en de vzw Grote Routepaden.

#### Flora et Labora

De acties uitgewerkt binnen het hoofdstuk 'Water en Groen' sluiten aan bij twee grote thema's van Toerisme Vlaanderen: Vlaanderen Natuurlijk! en Vlaanderen Fietsland. Drie verhaallijnen krijgen verder vorm binnen het thema Vlaanderen Natuurlijk: 'Nationale Parken en Landschapsparken', 'Plattelands- en Natuurtoerisme' en 'Recreatief Wandelen'. Toerisme Vlaanderen wil van Vlaanderen ook een echt fietsland maken. De twee verhaallijnen 'Cycling in Flanders' en 'Recreatief Fietsen' geven inhoud aan dit thema.

#### Landschapsbeleving

De landschappelijke rijkdom van het Brugse Ommeland kan nog meer als 'Unique Selling Proposition' (USP) uitgespeeld worden. We halen alles uit de kast om de ontdekking en beleving van de landschappen op de toeristisch recreatieve kaart te zetten.

#### Concrete acties omvatten onder meer:

- Uitvoeren van het picknickplan van Westtoer door realisatie van top-picknickplekken
- Creëren van 'expedities' in natuur en landschap op kindermaat
- Uitwerken van micro-avonturen in de natuur (blotevoetenpad, avontuurlijke oeververbindingen)
- Bouwen en ontsluiten van uitkijkpunten (bv. Stationsput in Ernegem, kerktoren van Lissewege, de site Ter Doest, de kerk van Ettelgem, de kerktoren van Damme)
- Creëren van belevingsvolle landmarks
- Selecteren en inrichten van toeristisch-recreatieve hotspots



## Brugse Ommeland

Landschappelijke eenheden en focusgebieden



## Drie grote landschappelijke eenheden

### 1. De weidse polders

De kustpolders vormen een uniek landschap achter de duinen. Het kleilandschap is overwegend vlak en weids. De vergezichten zijn uniek. De polders zijn het resultaat van eeuwen strijd tegen het zeewater en het winnen van land op zee voor landbouwdoeleinden. Dijken, waterlopen, grachten met rietkragen, natte weiden, kreekkruggen en komgronden zijn de belangrijkste landschapselementen. Landbouw, natuur en kleine historische dorpskernen zijn er intens verweven.

De polders zijn op recreatief vlak vooral een fietsregio, met hun vlakke karakter, hun vergezichten, hun grote afstanden en hun beperkte landschappelijke variatie. Je kan er echt 'uitwaaien'. Er zijn ook enkele opportuniteiten om te wandelen, doorgaans gekoppeld aan de natuurkernen. In de polders onderscheiden we op beleidsmatig vlak twee focusgebieden:

#### A. De Oudlandpolder

De Oudlandpolder is één van de meest gave, open en uitgestrekte polderlandschappen in Vlaanderen. Het is een gebied met belangrijke natuurkernen zoals d'Heye, de Uitkerkse Polders, de weidevogelgebieden van Ter Doest en van Klemskerke-Vlissegem en de Meetkerkse Moeren. Vanuit recreatief oogpunt zijn winsten te boeken door een versterking van de natuurgebieden, landschapselementen en erfgoedwaarden en door de creatie van een evenwichtige ontsluiting voor zachte recreanten.

De Vlaamse Landmaatschappij voorziet het opzetten van een landinrichtingsproject in de Oudlandpolder. Westtoer ondersteunt dit initiatief en ziet een aantal kansen voor toeristisch-recreatief medegebruik.

#### Kansen voor toeristisch-recreatief medegebruik:

- Optimaliseren van het fietsnetwerk door het wegwerken van 'missing links'
- De 'verduining' van de noordelijke N34 (Koninklijke Baan) tussen Bredene en Wenduine en het integreren van een natuurfietspad waar mogelijk, het opwaarderen van de Kustroute en de aanleg van de fietssnelwegen F31 en F34
- Het uitbreiden van de wandelmogelijkheden in de Uitkerkse Polders
- Het heroriënteren van het bezoekersonthaal in de Uitkerkse Polders met een nieuwe uitvalsbasis en parkeergelegenheid aan de stadsrand van Blankenberge
- Het inrichten van het complex De Sol-Zeebos-Fonteyntjes-Oudemaerspolder
- De realisatie van een 'groene gordel' rond Blankenberge op de grens tussen stad en polder
- De landschappelijke inkleding van de polderfronten van de kampeerterreinen aan de Kust

## B. De Zwinstreek

De Zwinstreek maakt deel uit van verschillende toeristische regio's in Vlaanderen en Nederland. Bij overheden en ondernemers is er veel dynamiek om dit gebied op de toeristisch-recreatieve kaart te zetten. Er is reeds een jarenlange samenwerking n.a.v. verschillende (Europese) projecten en trajecten. Zo werken heel wat partners samen in het Landinrichtingsproject Zwinpolders. De partners bekijken de mogelijkheden om bij het Geopark Schelde Delta aan te sluiten en om zich kandidaat te stellen voor de erkenning tot Vlaams landschapspark. De overheden<sup>6</sup> in het gebied engageren zich om samen met private actoren een structurele samenwerking op te zetten op vlak van toerisme en recreatie.

### Deze samenwerking heeft tot doel om:

- Een gebiedscoalitie te vormen gericht op verdere grensoverschrijdende samenwerking tussen de overheden en hierbij alle relevante stakeholders te betrekken;
- Beter te communiceren over de troeven van de bestemming Zwinstreek naar bewoners, ondernemers en bezoekers;
- In te zetten op vernieuwende toeristisch-recreatieve productontwikkeling en voorzieningen, omgevingskwaliteit en de beleving van bezoekers.

### Samen met de partners in het gebied wil Westtoer de komende jaren:

- Een trekkende rol spelen in het nieuwe samenwerkingsverband;
- Meewerken aan de verwerving van het statuut van internationaal Geopark en Vlaams landschapspark;
- De communicatie en marketing van het gebied verder uitwerken als bestemming binnen het Brugse Ommeland en de Kust;
- Samenwerken met partners en ondernemers in de Zwinstreek bij de ontwikkeling van onthaalvoorzieningen en toeristisch-recreatieve producten, o.a. met de innovatieve expo en fietsroute Verdwenen Zwinhavens in 2021-2023;
- Coördineren of meewerken aan acties en projecten om de bovenstaande doelstellingen te realiseren.





## 2. De bosrijke zandstreek

De zandstreek heeft een meer gesloten en verscheiden landschap met verspreide boscomplexen, de stad Brugge, enkele kleinere stadjes en grotere dorpen. Naast historische bossen met rechte lijnige dreven, kasteelparken en landgoederen zijn er ook velden en meersen. De zandstreek vormt bij uitstek een toeristisch wandellandschap maar biedt uiteraard interessante fietsmogelijkheden.

In de bosrijke zandstreek onderscheiden we op beleidsmatig vlak drie focusgebieden:

### A. Het Landschapspark Bulskampveld

Het Landschapspark Bulskampveld is opgericht in 2011 als een samenwerking tussen diverse partners<sup>7</sup> op vlak van natuur, landbouw, erfgoed en toerisme. Sinds 2011 is er via projecten ruim 13 miljoen euro geïnvesteerd in het gebied. Zo is er werk gemaakt van de inrichting van landschappen en natuur, het beheer van de typische dreven, de realisatie van de onthaalpoorten, Expeditie Bulskampveld met speelnatuur, een vernieuwd wandelnetwerk, het op de kaart zetten van hoeve- en streekproducten en de promotie van het gebied als bestemming binnen het Brugse Ommeland. Het is van belang om dit landschapspark definitief op de kaart zetten en met alle partners blijvend in te zetten op dit gebied.

**We formuleren de volgende 10 ambities voor het Landschapspark Bulskampveld tegen 2027:**

1. Een gebied zijn met topnatuur
2. De grootste klimaatbuffer van de provincie zijn
3. Een aantrekkelijk landschapspark met X-factor zijn
4. Een gebied zijn met het Provinciedomein Bulskampveld als dé uitvalsbasis
5. 100 gebiedsambassadeurs hebben
6. Een recreatieve topsite in het Brugse Ommeland vormen
7. Een landschap zijn met beleefbaar erfgoed
8. Een leesbaar, herkenbaar en bekend landschapspark zijn
9. Een gebied zijn met een groot aandeel duurzame landbouw
10. Een landschapspark waarin verder geïnvesteerd is

Om de ambities waar te maken dient de huidige samenwerking langdurig, duurzaam en sterk te worden uitgebouwd. Een masterplan op maat van de streek, haar inwoners en ondernemers is nodig. Een erkenning als Vlaams landschapspark kan hierbij helpen. Het Landschapspark Bulskampveld wil zich hiervoor kandidaat stellen en op lange termijn samenwerken met het Landschapspark Drongengoed in Oost-Vlaanderen.

<sup>7</sup> Provincie West-Vlaanderen en Oost-Vlaanderen, Oostkamp, Beernem, Wingene, Ruiselede en Aalter, ANB, de VLM, het Regionaal Landschap Houtland, Westtoer en Toerisme Oost-Vlaanderen. Sinds 2014 ook Natuurpunt, Agentschap Onroerend Erfgoed, Wandelclub Beernem, Algemeen Boerensyndicaat, Boerenbond en Landelijke Gilden.

## B. De cluster Vloethemveld-Kasteelbossen

Deze cluster van twee grote boscomplexen vormt de zuidwestelijke tegenhanger van het Ryckveldebos dat zich in de noordoostelijke rand van Brugge bevindt. De Kasteelbossen zijn een aaneenschakeling van een provinciedomein en diverse stadsdomeinen zoals Beisbroek en Tudor, waarvoor sedert een tiental jaar een gecoördineerde werking loopt. Er werd een grafische huisstijl ontwikkeld, gemeenschappelijk terreinmeubilair geplaatst en een recreatieve kaart uitgegeven. Het bosgebied wordt door de stad Brugge en de Provincie verder versterkt en ontwikkeld. De stad realiseerde een aantal lusvormige wandelingen in haar domeinen. Maar het ontbreekt aan een integrale en coherente recreatieve ontsluiting, in het bijzonder voor wandelaars. Actiepunten voor de toekomst zijn daarom de realisatie van een wandelnetwerk met knooppunten in het gebied en een meer optimale erfgoedontsluiting.

In en om het Vloethemveld trekken het Agentschap voor Natuur en Bos en de Vlaamse Landmaatschappij met hun partners al enkele jaren aan de kar van natuurontwikkeling, recreatieve ontsluiting, erfgoedzorg en het duiden van de bewogen historische van de site. Verdere werkpunten zijn hier de verfijning van het fietsnetwerk, de inrichting van onthaalsites en de ontwikkeling van een wandelnetwerk met knooppunten.

De uitdaging blijft het zoeken naar zachte verbindingen tussen beide boscomplexen via grotendeels private gebieden Duivelsnest, Vuile Moere en Zevenkerken.

## C. Het plateau van Wijnendale

Het reliëfrijke plateau van Wijnendale is drager van een aantal interessante bosstructuren en kasteeldomeinen zoals het Wijnendalebos, het Edewallebos, het Rozendaalbos en het domein d'Aertrycke, maar ook van de oude spoorlijn 'Groene 62' Torhout-Oostende. Bovendien geniet het gebied van de aanwezigheid van waardevol erfgoed, waaronder kastelen.

Vanuit toeristisch-recreatief oogpunt is het zaak de verspreide groengebieden te clusteren tot een samenhangend geheel met een gemeenschappelijk historisch verhaal, het erfgoed op te waarderen en te ontsluiten en vooral te werken aan zachte en trage verbindingen tussen de diverse gebieden. Er is winst te halen voor het fietsnetwerk, maar ook de realisatie van een wandelnetwerk met knooppunten behoort tot de mogelijkheden.

## 3. Het glooiende Tieltsse

Het landschap rond het Tielts Plateau is een eerder diffuus gebied met sterke dominantie van de intensieve landbouw en veeteelt en met nogal wat bedrijvigheid. Er is relatief weinig natuur en groen in de regio. Er zijn geen groene en blauwe assen die structuur geven aan het gebied. De behoefte aan mogelijkheden voor omgevingsrecreatie in de woonomgeving, zowel fietsen als wandelen, is er groot.

Voor het Tieltsse komt het er dus op aan te werken aan een voldoende dicht en coherent recreatief netwerk, ingebed in nieuw groen. Een nieuw stadsrandbos langs de spoorweg in Tielt en de valorisatie van de Kleiputten in Egem zijn hiervoor bouwstenen. In samenwerking met onder meer het stad-land-schap 't West-Vlaamse Hart kunnen kleinschalige plekken in het landschap groen ingekleed en recreatief ontsloten worden. De leuke adresjes voor een verfrissende stop zijn reeds in grote mate aanwezig.



## Landschapsparken in Vlaanderen

Het concept van een 'Landschapspark', vindt zijn oorsprong in 1955 op de Lüneburger Heide, waar Alfred Toepfer het plan lanceerde voor de oprichting van een 'Naturpark': een streek met een eigen karakter, een bijzonder landschap en een kenmerkende biodiversiteit, waar de uitdaging bestaat uit de verdere ontwikkeling van die streek, met aandacht voor de natuur- en landschapswaarden. Die waarden zijn een hefboom voor de economische ontwikkeling van de streek en hij ziet er landbouwers, bosbouwers, natuurbeschermers, bewoners en ondernemers in toerisme samenwerken om de kwaliteiten van de streek te beschermen en waar mogelijk te herstellen en te versterken. Ondertussen telt Duitsland meer dan 100 'Naturparke'. Sindsdien kreeg dit idee, weliswaar onder verschillende benamingen, navolging in heel Europa, met onder andere de 'Parcs Naturels Régionaux' in Frankrijk (1966) en Franstalig België (1971), 'Nationale Landschappen' in Nederland (1970) en 'Landschaps- of Natuurparken' in Vlaanderen (1971). Vanaf 1990 worden deze laatste omgevormd tot 'Regionale Landschappen'.

In de categorisering van de World Conservation Union (IUCN) gaat het om "categorie V"-gebieden (Protected Landscape), al ligt in de Europese beleidspraktijk het zwaartepunt meer op stimuleren, coördineren en organiseren, dan wel op het beschermen in de strikte zin.

De meerwaarde van het concept is vandaag in Vlaanderen actueler dan ooit. Aan een krimpend areaal open ruimte, kennen we immers steeds meer functies toe: duurzame landbouw, energievoorziening met windmolens, ruimte voor recreatie en sport, bosuitbreiding en natuurbehoud, waterberging, drager van cultuurhistorie en erfgoed, plekken van stilte en rust,... Elk nieuw initiatief in die open ruimte, lijkt wel te botsen met een ander tegenstrijdig belang. Met overleg, creativiteit en bijstellingen kunnen een aantal functies gestapeld of gecombineerd worden. Maar dat vraagt om een aanpak over de grenzen van bestuursniveaus, sectoren en actoren heen.

Het is nu, meer dan ooit, belangrijk dat een gebiedsregisseur samen met de cruciale partners op streekniveau aan tafel gaat: om in eerste instantie te luisteren naar elkaars zorgpunten of bekommernissen, maar ook naar ieders verwachtingen en dromen. Om vervolgens de synthese, een wervend verhaal te maken en om te komen tot een breed gedragen plan.



Op basis daarvan kunnen coalities ontstaan van partners die garanderen dat plannen voor een duurzame streek ook effectief gerealiseerd worden. Ook in deze uitvoeringsfase is een 'spelverdeler' nodig en bepalend voor succes. Plannen realiseren zich niet zelf.

Bovendien moeten we er ons bewust van zijn dat een gebiedsgerichte werking tijd en personele capaciteit vraagt. Daar kan een 'Landschapspark', of welk label je er ook op plakt (i.c. Natuurpark, Regionaal Landschap, Grenspark, Nationaal Park,...) het verschil maken.

Tot slot is een aanpak op maat van de streek bepalend voor succes. Eenzelfde Vlaams regelgevend en stimulerend kader kan bijvoorbeeld heel anders ingezet worden in een streek met veel landbouw, dan in een streek met voornamelijk bos en heide.

Het natuurrijke cultuurlandschap in Vlaanderen is heel divers en het economische belang van een investering in het behoud en ontwikkeling van de kernkwaliteiten van het landschap, wordt al te vaak onderschat. Deze open ruimte is de plaats waar we korte-keten voedsel produceren, regen- en grondwater verzamelen voor drogere tijden, beken vrijelijk mogen overstromen, boomkijkers of Kievits overleven, bomen CO<sub>2</sub> uit de lucht halen, mensen graag wonen en anderen op bezoek komen, waar we fietsen, wandelen, genieten, ... langs trage wegen, waar onze geschiedenis tastbaar wordt...

Willen we dat allemaal naast elkaar, dan is Vlaanderen te klein. Willen we dat allemaal op dezelfde manier in Vlaanderen, dan verliezen we streekidentiteit. Willen we dat aan een streek opleggen, dan is weerstand ons deel. Er ligt dus een belangrijke uitdaging bij de gebiedsgerichte werking op streekniveau in Vlaanderen!

**Johan Van Den Bosch**  
Regionaal Landschap Kempen en Maasland: coördinator  
Nationaal Park Hoge Kempen (1992-nu), auteur van het  
boek "Landschappen voor het Leven:  
verleden, heden en toekomst van Regionale  
Landschappen in Vlaanderen en elders" (2014)

### 7.3.2 Waterrijk en nat van nature

Het Brugse Ommeland is dooraderd met waterlopen en vrij rijk bedeed met waterplassen, haast alle door de mens aangelegd. De grote en bekende kanalen zijn belangrijk voor de scheepvaart en de waterafvoer. Daarnaast zijn er heel wat polderwaterlopen en beken die recreatieve potenties bieden of net barrières vormen in het recreatief netwerk. Onder meer na infrastructuurwerken ontstonden waterplassen met kansen voor recreatief medegebruik.

#### De kanalen van het Brugse Ommeland

Brugge is een knooppunt van waterwegen in Noord-West-Vlaanderen. De historische kanalen met hun markante bommenrijen zijn emblematisch voor het Brugse Ommeland. Ze geven structuur aan het landschap en zorgen voor oriëntatie. Het zijn toegangspoorten en 'gateways' voor water- en oevergebonden recreatie maar ook barrières en scheidslijnen in het open landschap. Het zijn getuigen van een roemrijke geschiedenis en dragers van watergebonden erfgoed, versterkingen en nederzettingen.

Het Provinciedomein Damse Vaart is wellicht het meest bekende van alle kanalen in het Brugse Ommeland. De Provincie wil deze waterweg nog meer ontwikkelen als ruggengraat en onthaalpoort voor de Zwinregio. Volgende ambities worden geformuleerd:

- Realiseren van recreatieve onthaalpunten: gronddam, Schellemlolen, Hoeke, Siphons, fietsveer Kobus
- Realiseren groene recreatieve verbinding Fort van Beieren met de Damse Vaart
- Onderzoek naar afstemming tussen recreatief en functioneel gebruik
- Ontwikkelen van parallelle fietsroutes ter ontlasting van de drukke Damse Vaart

De plezier- en passagiersvaart op het kanalenetwerk is vrij goed ontwikkeld en brengt sfeer en bedrijvigheid op en langs het water.

- Verder ondersteunen van de hengelsport
- Faciliteren van het kano- en kajakvaren en roeien
- Inrichten van verblijfsplekken langs het water
- Uitbouwen van mogelijkheden voor openluchtzwemmen (oude kanaalarm van Beernem, in de Damse Vaart, de Brugse reien of de Brugse Coupure).

#### Polderwaterlopen en beken

Een aantal oeverstroken van 'onbevaarbare waterlopen' is nu al in gebruik als fiets- en/of wandelpad, zoals stukjes van de Bourgognevaart, de Blankenbergse Vaart, het Zuidervaartje en de Kerkebeek. De vele sloten, vaarten, watergangen en beken in het Brugse Ommeland zouden nog veel meer kunnen ingeschakeld worden in integrale projecten rond beek- en oeverherstel, natuurontwikkeling en oeverrecreatie. Een bijkomende oeververbinding voor fietsers is wenselijk over het Lapscheurse Gat voor een extra verbinding met Nederland.

Bestaande en nieuwe bufferbekkens op en langs waterlopen kunnen een belangrijke recreatieve meerwaarde hebben als rust- en picknickplaats. Het bufferbekken en park De Waterbek in Ardoole en Torwoud in Torhout zijn hier mooie voorbeelden van.

Bredere polderwaterlopen, onder meer in de Oudlandpolder, maar ook de Zuidervaart, of de Brugse Reien bieden potenties voor kano- en kajakvaart. De afgelopen jaren werd de wet op de onbevaarbare waterlopen aangepast waardoor nieuwe mogelijkheden ontstaan voor niet-gemotoriseerde pleziervaart. De haalbaarheid en wenselijkheid hiervan moeten per waterloop en in samenspraak met de waterwegbeheerders, de natuursector, aangelanden en Sport Vlaanderen verder onderzocht worden.

#### Waterplassen

De vele watervlakken in het Brugse Ommeland zijn een extra troef voor natuur en recreatie. Een aantal plassen is niet toegankelijk of niet uitgerust in functie van recreatief medegebruik.

We zien kansen voor onder meer openluchtzwemmen in de Sint-Pietersplas in Brugge en in de Kluiten in Roksem, uiteraard met specifieke inrichting en conform de VLAREM-normen. De recreatieplas van het Klein Strand in Jabbeke is een belangrijke troef voor de regio.

Andere watervlakken met (te onderzoeken) recreatieve potenties zijn Polderwind in Zuienkerke, vijver Zandberghoeve in Oedelem, de Meibosvijvers in Sijsele, de Lac van Loppem, Stationsput Eernegem en op termijn mogelijk de put van Egem.

#### Actiepunten voor verdere uitbouw van waterrecreatie en -toerisme zijn onder meer:

- Behouden en optimaliseren jachthavens, aanmeerplaatsen en aanlegplaatsen
- Realiseren van een aanmeerplaats nabij Oudenburg
- Faciliteren van een vlotte doorvaart rond Brugge
- Onderzoeken van de mogelijkheden voor stille en milieuvriendelijke waterrecreatie met fluisterbootjes
- Vernieuwen aanmeerfaciliteiten voor rondvaartboot De Lamme Goedzak
- Onderzoeken van de realisatie of het herstel van oeververbindingen ter hoogte van De Gevaerts (Beernem), Lissewege, Fort van Beieren ('t Apertje) en Damme
- Aandacht besteden aan de recreatieve inrichting en kwaliteit van de publieke ruimte bij grote waterbouwkundige werken (Ringvaart in Brugge en haven in Zeebrugge)



### 7.3.3 Vijftig tinten groen

#### Versterken van het (boven)regionaal groen

Het centrale deel van het Brugse Ommeland, de zandstreek, is historisch rijk aan natuur, bossen en parken. De boscluster van het Landschapspark Bulskampveld is zelfs de meest uitgestrekte van de Provincie. We moeten de boscomplexen en regionale groenpolen verder versterken en uitbreiden, verbinden en waar mogelijk recreatief ontsluiten met onthaal- en routevoorzieningen.

#### We zien onder meer volgende acties:

- Verdere uitbouw van de Brugse groenpolen Ryckveldebos en de Kasteelbossen tot volwaardige stadsbossen
- Clustering van Merkenveld, Doeveren, Kampveld en Nieuwenhovebos
- Verdere promotie van Groenhovebos
- Kansen voor recreatief medegebruik door de combinatie Wijnendalebos/Bossen van Edewalle
- Verdere afwerking van de voorzieningen in Vloethenveld
- Openstellen van een aantal private bossen en kasteelparken



De Provincie West-Vlaanderen is in het Brugse Ommeland sterk aanwezig met een aantal aantrekkelijke provinciedomeinen die verder ontwikkeld kunnen worden.

#### Speerpunten van het beleid in deze domeinen zijn onder meer:

- **Provinciedomein d' Aertrycke:** versterken groendomein en de bosstructuur, voorzien van speelvoorzieningen, recreatieve verbindingen met Groene 62, met Wijnendalebos en het dorp Aartrijke
- **Provinciedomein Tillegem:** realiseren veilige verbindingen met stadsdomeinen Tudor en Beisbroek en Magdalenagoed, het Smisjesbos en de Vulgebroeken
- **Provinciedomein Bulskampveld:** verdere versterking van de groenstructuur, onthaal, beleving (parking, natuurbelevingscentrum, landmark met belevingsparcours, rustpunten, recreatieve verbindingen en infrastructuur), bezoekersmanagement op piekmomenten en opnemen rol uitvalsbasis Landschapspark Bulskampveld
- **Provinciedomein Fort van Beieren:** optimalisatie van de fiets- en wandelverbinding met de Damse Vaart
- **Provinciedomein Zeebos:** veilige recreatieve oversteek over de N34 naar de Fonteintjes en belevingsvolle link naar Blankenberge, kansen voor uitbreiding in westelijke richting, voor de gedeeltelijke verduining van de N34 en voor enerzijds het bestendigen van landbouw en anderzijds het realiseren van nieuwe natuur in de Oudemaerspolder en langs de Transportzone in Zeebrugge. In deze cluster zal de randparking Strandwijk een plaats vinden, wordt een tunnel onder de N34 voorzien en komt er een kruising van de fietssnelwegen F31 en F34 en de Kustroute.
- **Provinciedomein 't Veld:** nieuwe onthaalinfrastructuur en ruimte voor reca, behoefte aan een uitgebreide speeltuin, een verdere uitbreiding van het domein en een betere ontsluiting voor recreatieve fietsers via het fietsnetwerk.

## Brugse Ommeland

Provinciedomeinen en groengebieden



Daarnaast zien we nog mogelijkheden voor recreatief medegebruik, het versterken van het bezoekersonthaal en het versterken en uitbreiden van een aantal groengebieden in de regio.

### Mogelijke acties:

- Inzetten op recreatief medegebruik van volgende natuurlandschappen: De Zwaanhoek, De Hoge Dijken, de Meetkerkse Moeren, Ter Doest, Uitkerkse Polder, de Stadswallen van Damme en de dijken, krekken en kleiputten tussen Damme en Sluis, Warandeputten
- Versterking van de Huwynsbossen en de Meikensbossen en verdere inrichting in functie van bovenlokale recreatie
- Herbesteding zoeken voor de kleiputten in Egem, naast bedrijvigheid en waterbuffering wordt voorzien in 33 hectare bos- en natuurgebied
- Optimaliseren van het bezoekersonthaal in volgende gebieden: onbemand onthaalpunt in De Hoge Dijken, heroriëntering onthaalfaciliteiten voor de Uitkerkse Polders, nieuw bezoekerscentrum bij de Stadswallen van Damme

### Werken aan landschapskwaliteit en inrichting van lokaal groen

Naast het vergroenen van het agrarisch landschap en de opmaak van landschapsplannen is een vergroening van de economische ruimte van belang. Voor het Brugse Ommeland denken we dan specifiek aan de inkleding van de haven van Zeebrugge en van de bedrijventerreinen en de buffering van lijninfrastructuren. De bufferzones van de A11 in Dudzele en de spoorbundel in Zwankendamme zijn alvast goede voorbeelden. De buffering van de Transportzone in Zeebrugge en de landschappelijke inrichting en afwerking van de stad-polder-rand in Blankenberge en de kustcampings zijn concrete actiepunten. Verder moet ingezet worden op de uitbouw van lokale groenkernen.

### Enkele mogelijke acties:

- Vergroenen van de steden en dorpen met parknatuur
- Valoriseren en ontsluiten van de vele openbare en private tuinen
- Realisatie bezoekerscentrum van Natuurpunt bij natuurgebied de Stadswallen
- In Lichtervelde wordt gewerkt aan meer lokaal groen, o.m. in de Pinkstervallei en bij het bufferbekken in de Bellestraat
- Opwaarderen van de Warandeputten in Oostkamp: vernieuwen vlinderpaden, realisatie onderwaterkijkbox
- Realiseren van bijkomende speelzones en speelbossen voor de jeugd
- Integreeren en herbesteden van erfgoed in het groen
- Openstelling van private bossen o.m. via de Bosgroep



### Groen als medicijn

Steeds meer internationale studies en onderzoeken wijzen op de helende werking van groen. Natuur en landschap zijn gezondheidsbevorderend en hebben een heilzaam effect op welvaartsziekten als depressie, diabetes en overgewicht. Toerisme en recreatie in een gezonde, groene en natuurlijke omgeving zijn hefboomen voor persoonlijke ontwikkeling en een betere levenskwaliteit.

Het Brugse Ommeland speelt hier met haar positionering op in. Naar het Brugse Ommeland kom je onder meer om te onthaasten, om te connecteren met jezelf, met anderen en met de natuur. De batterijen opladen, digitaal detoxen, 'slow living', micro-avonturen, 'rewilding'; het zit allemaal in het DNA van de regio. In dat licht en zeker ook als gevolg van de COVID-19-crisis is wandelen een ware hype geworden, met gegarandeerd positieve effecten voor geluk en gezondheid.

In het Brugse Ommeland is er reeds een aanbod in die richting: kinderboerderijen in Brugge en Torhout, de blindentuin in Ryckvelde, de 'groene wachtzaal' bij AZ Sint-Lucas Brugge en de Expedities in het Landschapspark Bulskampveld.

We zien potentieel om de regio hier verder rond te profileren. Ideeën zijn onder meer 'bushcrafting' (natuurvaardigheden voor het (over)leven in de natuur), 'bushcraft camping', realiseren van natuuroases en stilteplekken, 'foodwalks' en wildplukwandeltochten, plukboerderijen, inzetten van 'rangers' voor natuurbeleving, overnachten in 'off grid cabins' in de natuur met een kleine ecologische voetafdruk, 'bosbars' als culinaire verwenplekken in de natuur e.a. Inspirerend voor dit alles is het fenomeen van 'bosbaden' of 'Shinrin-yoku', een therapie die in de jaren tachtig van vorige eeuw ontstond in Japan als antwoord op een chronisch tekort aan omringende natuur bij stadsmensen.

### 7.3.4 De groene gordel rond Brugge

De stad Brugge is voorzien van een verrassend nabije en groene rand. Er zijn heel wat natuurgebieden, bossen en parken van buitenplaatsen en kastelen op wandel- en fietsafstand van het stadscentrum. Daarnaast zijn kanalen en oude spoorlijnen getuigen van een roemrijk verleden.

De afgelopen jaren is een begin gemaakt met de recreatieve ontsluiting van deze uitzonderlijke troef voor bewoners en verblijfstoeristen in Brugge en omgeving. De bossen ten zuidwesten van Brugge gaan voortaan door het leven als de 'Kasteelbossen', met een eigen huisstijl en onthaalinfrastructuur. Het wandelnetwerk Velden en Meersen, de Groene Gordel Fietsroute, kastelenroutes en andere recreatieve producten zijn beschikbaar voor de recreant. De COVID-19-crisis legt de grote behoefte bloot aan toegankelijk groen en recreatiemogelijkheden in de woonomgeving.

De Stad Brugge kan verder werk maken van de ontwikkeling van multifunctionele 'stadsrandenschappen' met ruimte voor (stads)landbouw, natuur, (kasteel)parken, bos, tuinen, verblijfstoerisme, sport, recreatie, openluchtevenementen en erfgoed. Brugge moet een '15 minuten stad' worden, waar elke bewoner op 15 minuten wandelen of fietsen van de woning een groene ruimte vindt.

#### Enkele suggesties vanuit recreatief oogpunt:

- Realiseren van goede stad-land-verbindingen
- Uitgeven van een stadsrecreatiekaart voor Brugge en haar groene rand
- Realiseren van een comfortabele fietsring rond de binnenstad, de FR30 Stadsfietsroute
- De Kasteelbossen verder ontwikkelen en in de markt zetten
- Het verder ontwikkelen van de omgeving van de Sint-Pietersplas in Brugge tot een kwalitatief en aantrekkelijk recreatief groengebied
- Realiseren van het nieuwe park Steevens nabij het Veltembos (2,8 ha) met boomgaard, picknickzone, vlonderpad en bosuitbreiding
- Afwerken van de Groene Gordel fietsroute met de laatste 'missing links'
- Realiseren van een nieuw wandelproduct (met knooppunten) in de Brugse Groene Gordel. Dat kan drager worden voor een meerdaags product naar het voorbeeld van de succesvolle 'Groene Wandeling' rond Brussel.
- Toeristische ontsluiting van en recreatieve productontwikkeling rond de vele kastelen en buitenplaatsen in de Brugse rand

## Brugse Ommeland Groen-Blauw netwerk



## 7.3.5 Het groen-blauwe netwerk

Het netwerk van oude spoorlijnen, dijkwegen en Romeinse heirwegen (groene assen) en jaagpaden langs kanalen (blauwe assen) is in het Brugse Ommeland goed voor ruim 140 kilometer fiets- en wandelpaden. Zij vormen de recreatieve slagaders van het noordelijk deel van de regio. Het groen-blauwe netwerk is drager van het fietsnetwerk, van de nieuwe Vlaamse iconroutes (lange-afstands-fietsroutes) en van fiets snelwegen.

### Belangrijke aandachtspunten bij de verdere ontwikkeling van dit netwerk zijn onder meer:

- Het wegwerken van 'missing links' (bv: Diksmuidse Heirweg Brugge-Torhout, de link Groene 62-Vrijbosroute, de FR30 Stadsfietsroute rond Brugge, ...)
- Onderzoeken van de potenties van het stukje oude spoorlijn Tielt-Meulebeke
- Het netwerk beter connecteren met de Kust (bv: Blankenbergse Dijk naar Blankenberge, Boudewijnkanaal naar Zeebrugge, ...)
- De F31 Brugge-Zeebrugge opnemen in het groen-blauwe netwerk
- Herinrichten van de groene assen in de nieuwe huisstijl van de Provincie en met aandacht voor multifunctioneel gebruik, een kwalitatieve verharding, verkeersveiligheid en natuurontwikkeling.
- Ontwikkelen en implementeren van een inrichtingshuisstijl voor de blauwe assen
- Verder versterken van de Damse Vaart als recreatieve ruggengraat, maar tegelijk voorzien in parallelle fietswegen ter ontlasting van de jaagpaden.
- Plaatselijk herstel/heraanleg van de verhardingen van sommige jaagpaden
- Inrichten van recreatieve knooppunten (bv: sluisencomplex Plassendale, knooppunt Steenbruggebrug, schiereiland De Gevaerts in Beernem, ...)
- Streven naar een voorrangsregeling van de groene en blauwe assen
- Nadenken over een meer gefocuste rol van de landschapsconsulenten van het regionaal landschap Houtland en het stad-land-schap 't West-Vlaamse Hart bij beheer en inrichting van de provinciale groene assen en bij uitbreiding het hele provinciale recreatieve netwerk

### 7.3.6 Land aan zee

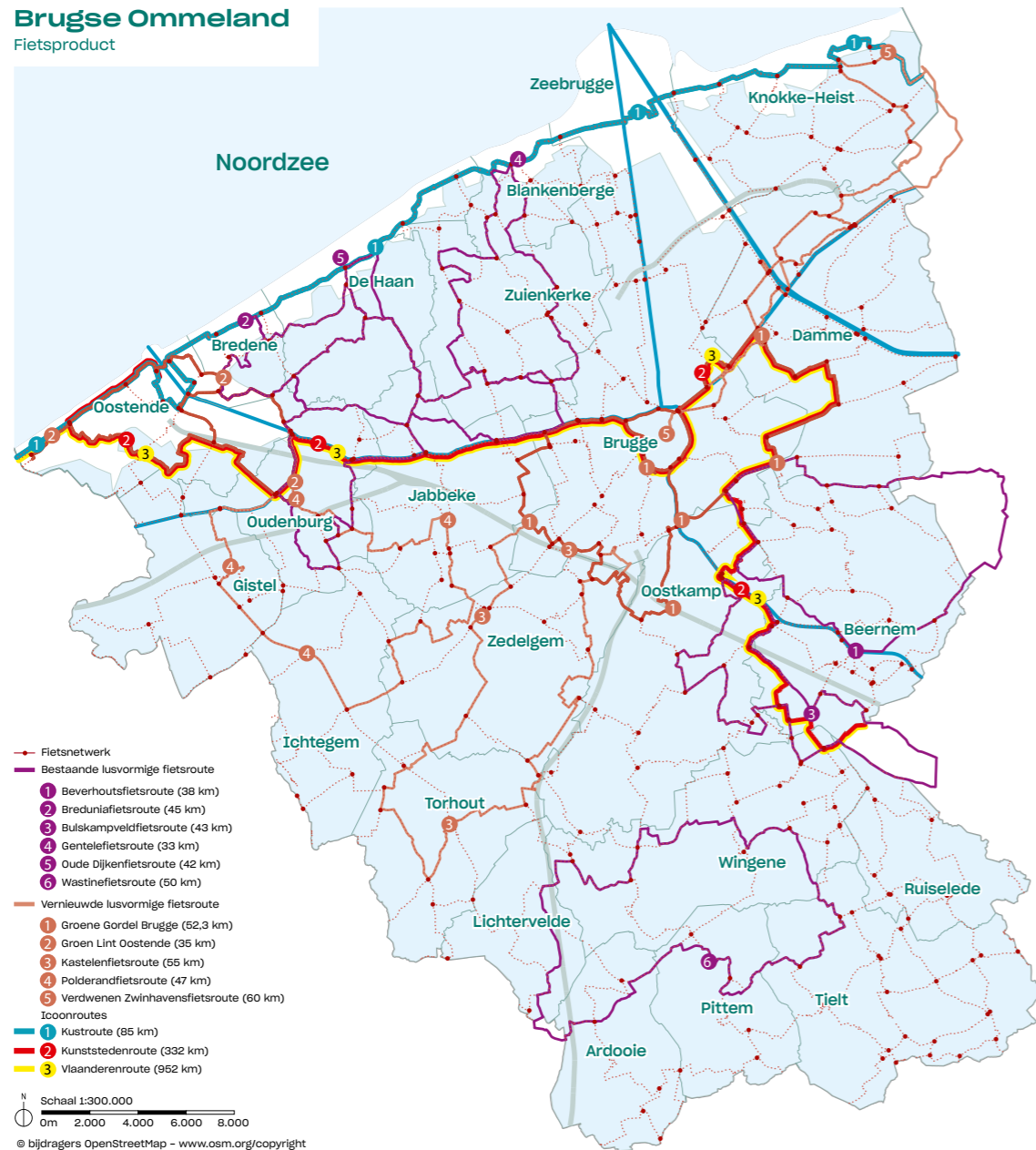
De Kust en het Brugse Ommeland zijn op recreatief vlak communicerende vaten. De kustlandschappen gaan op de meeste plaatsen naadloos over in de polders. Regiogrenzen zijn onzichtbaar. Veel bewoners en verblijvers aan de Kust vinden met de fiets de weg richting Brugse Ommeland.

Toch is de regio nog onvoldoende de vanzelfsprekende 'groene tuin' van de Kust. Dat komt onder meer door psychische en fysieke barrières zoals kanalen en autosnelwegen, de haven van Zeebrugge, de 'leegte' van de polders en door een gebrek aan verbindende assen, zoals de Groene 62.



## Brugse Ommeland

Fietsproduct



## 7.3.7 Fietsregio bij uitstek

Het Brugse Ommeland is de populairste fietsregio in West-Vlaanderen door de afwisselende landschappen, de vele groene en blauwe assen, het vlakke reliëf, de bossen en de nabijheid van Brugge en de Kust. We mikken in dit beleidsplan zowel op omgevingsrecreatie voor bewoners dicht bij huis als op toeristisch fietsen op dagbasis of voor meerdere dagen. Dit uitgangspunt moet zich vertalen in een aan de doelgroep aangepaste productontwikkeling en marketing.

We zien vooral voor de Zwinstreek en de polders een glansrol weggelegd als toeristisch-recreatief fietsgebied. De Tielse regio is een belangrijk fietsgebied voor lokale en regionale omgevingsrecreatie. We verhogen verder de lat door nog meer in te zetten op fietscomfort en fietsbeleving en we blijven het recreatief fietsen zowel kwantitatief als kwalitatief monitoren.

## Optimaliseren van het fietsnetwerk

We werken aan een algemene update van het fietsnetwerk tegen 2026: het Fietsnetwerk 3.0. Daarvoor moet een grondige inventarisatie opgemaakt worden alsook een wenskaart met 'missing links'.

Westtoer wil het fietsnetwerk plaatselijk verdichten, onder meer in de Oudlandpolder en in de regio tussen Torhout en Tiel. Het moet nog beter geconnecteerd worden met het netwerk van de Kust, onder meer via de link tussen Brugge en Blankenberge/Zeebrugge (F31) en met Zeeland (NL). We willen de geplande FR30 Stadsfietsroute rond Brugge opnemen in het netwerk en zorgen voor goede stad-land-verbindingen vanuit Brugge. De extra fietsmogelijkheden in het Landschapspark Bulskampveld en rond Vloethemveld via projecten van landinrichting worden meegenomen. Het verminderen van de barrièrewerking van de Zeebrugse haven voor fietsers vormt een uitdaging.

Verder zullen we werken aan het verbeteren van het algemeen fietscomfort (degelijk verharde paden, kwalitatieve fietsstallingen, fietsvriendelijk onthaal in reca en logies, fietsstartplaatsen met parking, openbare toiletten), het verhogen van de fietsveiligheid (o.m. conflictvrije kruispunten, vrijliggende fietspaden) en de complete integratie van de fietssnelwegen. We verhogen de beleving via de inrichting van picknick- en rustplekken (zie picknickplan), landschappelijke verfraaiing, kind- en fietsvriendelijke haltes en enkele spraakmakende fietstrajecten (landmarks). We spelen in op de creatie van 'mobipunten' in de vervoerregio's door die waar mogelijk te koppelen aan inrijpunten voor het fietsnetwerk.



### Vernieuwen van het fietsrouteproduct

De evaluatie en sanering van het aanbod aan provinciale fietsroutes is volop aan de gang. We streven naar een beperkter maar kwalitatief, uniform en eigentijds aanbod van bewegwijzerde routes. We zullen deze routes volledig integreren in het fietsnetwerk, zorgen voor een goede regionale spreiding en sterke thema's.

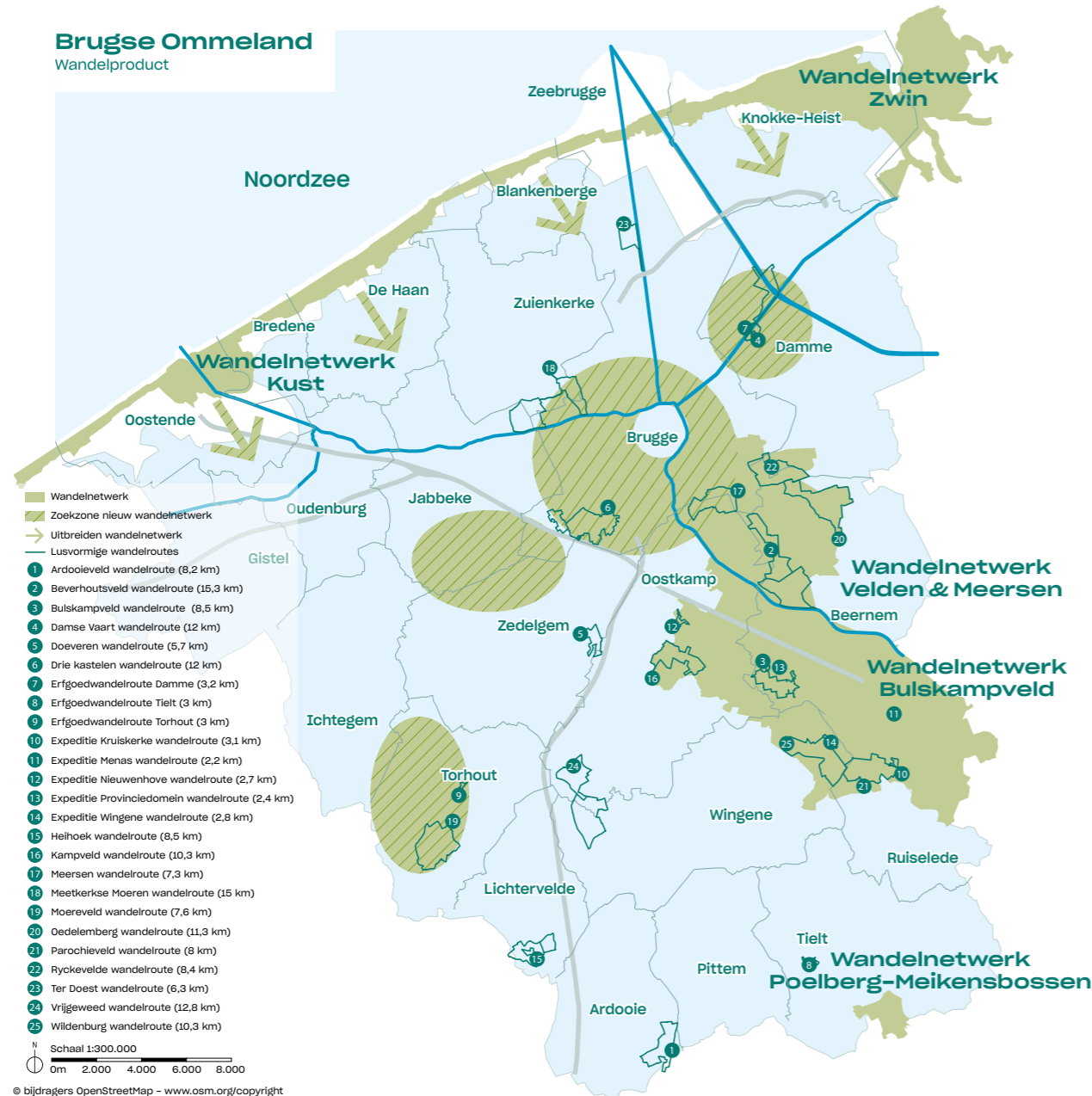
Daarnaast kunnen (tijdelijke) niet-bewegwijzerde themalussen op het fietsnetwerk gerealiseerd worden. Tegelijkertijd moet werk gemaakt worden van de evaluatie en sanering van de lokale fietsroutes. Deze zijn te talrijk en vaak niet van goede kwaliteit.

In samenwerking met Toerisme Vlaanderen, de andere provinciale toeristische organisaties en de vzw Grote Routepaden werkt Westtoer aan de ontwikkeling en promotie van een nieuw Vlaams en bewegwijzerd fietsproduct. In het najaar van 2020 zag de eerste nieuwe Vlaamse icoonfietsroute het levenslicht: de Kustroute. In het voorjaar van 2021 werd de Kunststedenroute geopend, een lange-afstands-fietsroute tussen Brussel en Oostende. Deze werd getraceerd langs het Kanaal Gent-Oostende, door het Landschapspark Bulskampveld, langs Damme, de Damse Vaart en Brugge. De nieuwe Vlaanderenroute volgt hetzelfde traject.

Rond de haven van Zeebrugge zoeken we naar kansen om de beleving van het havengebeuren te vergroten. Dat kan onder meer met uitkijkplatforms langs het fietsnetwerk. We bestendigen het concept van de suggestielusjes vanuit reca en logies op het fietsnetwerk en breiden dit aanbod verder uit. We stimuleren, tot slot, de ontwikkeling van kwalitatieve en verrassende fietsarrangementen als hapklare producten met een suggestietraject, inspirerende logies, recatips, hoevicknicks en eventueel bagagenabreng. Daarvoor is er nood aan meer trekkerslogies zoals trekkershutten, ecolodges, en kleinschalige kampeermogelijkheden.

## Brugse Ommeland

Wandelproduct



## 7.3.8 Wandelparadijs

Het wandelaanbod in het Brugse Ommeland is reeds vrij uitgebreid en divers maar kan nog een impuls gebruiken. We denken aan een betere spreiding van het aanbod en de realisatie van bijkomende wandelproducten.

Het wandelbeleid zet in op omgevingsrecreatie voor lokale bewoners en op toeristisch wandelen op dag(deel)basis of voor meerdere dagen. Dit leidt tot een gedifferentieerde productontwikkeling en uitgekende vermarkting van het wandelaanbod.

Binnen het Brugse Ommeland is de bosrijke zandstreek met het Landschapspark Bulskampveld, de Kasteelbossen en Vloethemveld de toeristische wandelregio bij uitstek. Het landschap is er meer gesloten, kleinschalig en gevarieerd, er is veel bos en opgaand groen en zelfs een klein beetje reliëf. In de Tieltsse regio is de vraag naar wandelmogelijkheden in de woonomgeving het grootst.

In het algemeen streven we ernaar dat elke inwoner of (verblijfs)toerist in het Brugse Ommeland op korte afstand van de woon- of verblijfplaats groen en wandelmogelijkheden vindt. Tot slot willen we het wandelproduct beter linken met het openbaar vervoer.

### Vernieuwen en uitbreiden van de wandelnetwerken

De wandelnetwerken vormen de basis van het wandelproduct. We werken daarom verder aan de uitbreiding/opwaardering van bestaande netwerken en aan de realisatie van nieuwe netwerken. De wandelnetwerken Westkust en Zwin zullen we integreren in een nieuw netwerk 'Kust' met landinwaartse uitbreiding richting oude dijken en Damse Vaart, Gistel en Oudenburg en de Oudlandpolder.

We onderzoeken de haalbaarheid en markt-comformiteit van nieuwe wandel(netwerk)-producten in de Brugse groene rand (o.m. Kasteelbossen), in en om Vloethemveld, in de regio rond Damme en in het Torhoutse (Wijnendalebos-d'Aertrycke).

De wandelnetwerken van Westtoer krijgen een 'restyling' die zich vertaalt in vernieuwde wandelkaarten met 'state-of-the-art' cartografie en startborden in de nieuwe Westtoer-huisstijl. We werken continu aan comfort, veiligheid en beleving op de wandelnetwerken. We realiseren rust- en picknickplaatsen (picknickplan), instappunten met parking en belevingsvolle trajecten.

De wandelnetwerken lenen zich uitstekend tot de realisatie van suggestiewandellusjes vanuit reca en logies en tot het ontwikkelen van één of meer meerdaagse wandelarrangementen, al dan niet met bagageservice.





### Optimaliseren van het provinciaal wandelrouteaanbod

Naast de focus op wandelnetwerken met knooppunten versterken we het wandelaanbod in 'blinde vlekken' met kwalitatieve lussen op provinciaal niveau. Zoekzones zijn onder meer Provinciedomein d'Aertrycke-Groene 62-Wijnendalebos, Lakebos/Munkebossen en Provinciedomein Fort van Beieren-Damse Vaart.

Bestaande provinciale wandelroutes krijgen een 'make-over' en worden waar mogelijk uitgebreid. Zo kan de Ter Doestwandelroute verruimd worden met een zuidelijke lus en kan de wandelroute in Damme op termijn uitgroeien tot een klein wandelnetwerk. De Heihoekwandelroute kan mogelijks gelinkt worden aan domein Ter Kerst.

We saneren de provinciale wandelroutes die op een wandelnetwerk liggen. De routes blijven wel bewegwijzerd en behouden hun startbord, maar hun brochure verdwijnt. De routes worden geïntegreerd op de nieuwe wandelnetwerkkarten.

De stadswandelroutes in Torhout en Tielt worden vernieuwd en alle routes worden digitaal ontsloten, bv. via de ErfgoedApp van FARO, Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed.

We versterken dit wandelproduct met rust- en picknickplaatsen (picknickplan), goede instappunten met parking, boeiende 'points of interest' en veilige, comfortabele trajecten.

### Optimaliseren van het lokaal wandelaanbod

Het lokaal wandelrouteaanbod is rijk en verscheiden en de kwaliteit en het beheer niet steeds gegarandeerd. We pleiten daarom voor een evaluatie en sanering van dit aanbod. Westtoer kan hierbij normsteller en kwaliteitsbewaker zijn en de gemeenten adviseren bij de ontwikkeling van een lokaal en marktconform aanbod. Een kwaliteitsfilter kan routes selecteren die Westtoer mee kan ontsluiten en promoten.

In de vele dorpen van het Brugse Ommeland kan de realisatie van 'ommetjes' tegemoet komen aan de eerste wandelbehoeften van de lokale inwoners. Het idee van de 'wandeltrails' in het regionaal landschap Westhoek zou in het Brugse Ommeland zeker een tegenhanger kunnen vinden.

Het verdient verder aanbeveling om – conform het nieuwe gemeentewegendecreet – gemeenten te stimuleren voor de opmaak van een gemeentelijk wegenregister en voor de ontwikkeling van een trage-wegenbeleid: inventarisatie, evaluatie, opmaak van een beleidskader en strategische visie.

### 7.3.9 Natuursporten

Sporten, recreëren en bewegen in de natuur zitten meer dan ooit in de lift. De COVID-19-crisis legde op dit vlak een acute en grote behoefte bloot. Het Brugse Ommeland biedt met zijn landschappelijke rijkdom en verscheidenheid en zijn areaal aan bossen en natuurgebieden uitstekende troeven voor sporten en recreëren in de natuur.

Sport Vlaanderen werkt samen met de gemeenten en het Agentschap Natuur en Bos aan een kwalitatief natuursportproduct. Er is in het Brugse Ommeland ruim 600 kilometer aan bewegwijzerde mountainbikeroutes en er is een fit-o-meter in het Veltembos in Brugge. Dat klassieke aanbod werd de afgelopen jaren aangevuld met 5 loopomlopen, 3 natuurlopen en een G-sportroute (rolstoeltoegankelijke wandeling) in Torhout. Sedert 2018 coördineert Sport Vlaanderen het beleid rond ruiter- en menroutes en kano- en kajakroutes (peddelroutes) in Vlaanderen.

De ruiter- en menroutes in het Brugse Ommeland moeten verder gescreend en vernieuwd worden, en worden ontsloten via de website van Sport Vlaanderen. We zien verder potentie voor een kano- en kajakproduct in de Oudlandpolder en een multimovepad dat kinderen op een leuke en ontspannende manier laat bewegen in een natuurlijke omgeving. Er is zeker ruimte voor een technische mtb-track (zwarte lus) met singletracks, hoogtemeters en technische passages die wat meer technische skills en/of uithouding van de mountainbiker vereisen.



## 7.4 Meten is weten!

Voor het opvolgen van toerisme en recreatie in het Brugse Ommeland is een verdere uitbouw van het huidige monitoring- en informatiesysteem nodig.

### Onderzoek naar kenmerken van marktsegmenten

Periodieke, grootschalige onderzoeken maken het mogelijk om meer inzicht te verwerven in de diverse types van toeristen: hun profiel, gedrag en bestedingen en de evoluties daarin. Dergelijk onderzoek voorzien we opnieuw bij de vakantiegangers in de Vlaamse regio's (met een specifieke steekproef voor het Brugse Ommeland) en bij de recreatieve fietsers op het fietsnetwerk van het Brugse Ommeland.

Ook het onderzoek bij vakantiegangers in commercieel logies aan de Kust en bij tweede verblijvers kan inzicht bieden in de bezoeken van de kusttoerist naar het Brugse Ommeland. Indien het kunststedenonderzoek herhaald wordt, is het interessant om een bijkomende korte bevraging toe te voegen die peilt naar de interesse in een bezoek aan de regio rond Brugge.

Rekening houdend met het belang van dagtoerisme voor de regio voorzien we ook een grootschalig onderzoek om het dagtoerisme uit eigen land beter in kaart te brengen.

Onderzoeken gericht op een specifieke bestemming binnen het Brugse Ommeland zorgen enerzijds voor een beter begrip van die bestemming, maar anderzijds voor een rijkere kennis van de regio zelf. Provinciedomeinen, musea en (tijdelijke) tentoonstellingen komen hiervoor in aanmerking.

### Bekendheid en gebruik van de toeristisch-recreatieve producten

Met behulp van een panelbevraging bij inwoners uit de regio gaan we na of de recreatie in eigen streek is toegenomen. Hierbij brengen we het fiets- en wandelgedrag van de inwoners uit het Brugse Ommeland in kaart, net als de kennis van de toeristisch-recreatieve producten en het gebruik ervan.

### Imago en bekendheid van de regio 'Brugse Ommeland'

Het imago, de bekendheid van de regio en de bezoekenintentie bij de Belgen wordt gemeten via een online bevraging bij een representatieve steekproef van Belgen. Daarnaast bevragen we de gasten op vakantie in het Brugse Ommeland naar hun perceptie over de regio.

### Naast fietsers ook tellen van wandelaars

Met de vaste fietstelinstallaties krijgen we snel een beeld van het aantal recreatieve fietsers in de regio. De komende jaren zetten we in op mobiele wandeltellers die het aantal wandelaars op een specifieke plek voor een bepaalde periode in kaart kunnen brengen. In een tweede fase wordt bekeken of het mogelijk is om het aantal wandelaars op de wandelnetwerken in te schatten.

## Trend- en monitorrapport voor het Brugse Ommeland

In het trendrapport brengen we jaarlijks relevante indicatoren over het toeristisch aanbod, de toeristische vraag en het socio-economisch belang van het toerisme in kaart. Het aanbod en de vraag trekken we zoveel mogelijk door tot op gemeenteniveau. De kerncijfers van toerisme in het Brugse Ommeland vatten we samen in een flyer. Ter ondersteuning van het beleid in de gemeenten wordt op gemeenteniveau een flyer opgemaakt met cijfers over toerisme en recreatie in hun gemeente.

Het monitorrapport voor het Brugse Ommeland toont twee keer per jaar de evoluties in het verblijfstoerisme. Een steekproef van hotels, B&B's en jeugdlogies geeft ons inzicht in de bezetting en de veranderingen bij de belangrijkste herkomstlanden. In de loop van de beleidsperiode wordt nagegaan of deze informatie voor een aantal grotere spelers beschikbaar gesteld kan worden.

### Innovatieve methoden voor snellere cijfers

De vraag naar snelle, betrouwbare informatie neemt toe. We spelen hierop in door bestaande datasets efficiënter te gebruiken en toeristisch relevante informatie uit nieuwe data te halen. Het blijft belangrijk om hierin verder te investeren en te onderzoeken of deze nieuwe methoden een antwoord bieden op openstaande vragen, zoals de verwachte evolutie van het verblijfstoerisme in de nabije toekomst of het kwantificeren van de bezoekfrequentie van de bezoeker aan de Kust of aan Brugge naar het Brugse Ommeland.

### Kennisondersteuning aan de sector

De sector professionaliseren doen we o.m. door relevante kennis en managementinformatie beschikbaar te stellen. We bezorgen individuele rapporten over bezetting en tevredenheid die een belangrijke toegevoegde waarde hebben en maken gebruik van B2B-websites voor algemene informatieoverdracht.

### Impact van specifieke impulsen en acties

We plannen de komende jaren allereerste acties: projecten binnen impulsreglementen, het programma Horizon 2025, marketingacties ... Dit vraagt om een evaluatie van de impact. We willen dat doen door bezoekers te tellen, het imago van het Brugse Ommeland op te volgen en de gevolgen na te gaan op de economie van de regio.

## Inzichten uit data versterken je ondernemingskracht.

Als ondernemer reken je soms op je buikgevoel. Dit intuïtief aanvoelen is vaak gestoeld op jarenlange ervaring in de stiel. En hiermee kom je al een eind. Maar er is meer...

Naast het aanvoelen van je eigen onderneming en van de evoluties in je eigen afzetmarkt, biedt de objectieve interpretatie van data een belangrijke meerwaarde bij het ondernemen in toerisme. Niet enkel recente data maar ook historische data zijn hierbij van belang.

Een eerste stap bij de objectieve interpretatie van data is het ontleden van de data van je eigen onderneming. Dit gaat over de bezetting per dag en per periode, de profilering en motivaties van de gasten, hoe ze je onderneming gevonden hebben, het bestedingsgedrag, de elementen die bijdragen tot tevreden of net ontevreden gasten. Veel data is gemakkelijk in kaart te brengen waardoor je er zonder grote kosten direct mee aan de slag kan.

Zo kan het analyseren van de bezettingsdata van je onderneming bijvoorbeeld al tot heel wat interessante inzichten leiden. Op welke dagen ontvangt mijn onderneming het meeste gasten? Is de personeelsbezetting afgestemd op de fluctuaties in de bezetting? In welke periodes kan mijn bezetting nog een boost gebruiken?

Om deze inzichten verder te onderbouwen en aan te scherpen kan de eigen data ook vergeleken worden met deze van collega's uit de sector. Naast externe platformen (Booking.com, Tripadvisor etc.) ondersteunt ook Westtoer de ondernemingen bij het aan de slag gaan met de eigen data. Als je bijvoorbeeld de eigen bezettingcijfers wil vergelijken met de evoluties in de sector, geef dan toestemming aan FOD Economie om jouw overnachtingsgegevens door te geven aan Westtoer. Westtoer zorgt dan voor een rapport op maat van jouw onderneming. Voor meer info kan je terecht op [logies@westtoer.be](mailto:logies@westtoer.be). Voor meer informatie over de sector en andere trends kan je terecht op: [corporate.westtoer.be/nl/kenniscentrum](https://corporate.westtoer.be/nl/kenniscentrum).



## 7.5 Samen kan je meer!

Dit plan kan enkel gerealiseerd worden in samenwerking met vele partners. Toerisme vraagt in het bijzonder veel teamwork. Zowel met partners van binnen als buiten de regio, met de toeristische sector maar ook met andere sectoren. Het is belangrijk de werking hierop af te stemmen.

### Toerisme Brugse Ommeland: aanspreekpunt en coördinator

Toerisme Brugse Ommeland maakt als regiowerking deel uit van Westtoer. Het vierkoppige regioteam werkt samen met de gemeenten en steden wat betreft de promotie van de regio. Het staat daarnaast in voor het initiëren en uitvoeren van bovenlokale acties die het toerisme in de regio verder ontwikkelen. De regiowerking heeft een coördinerende rol ten opzichte van lokale actoren:

- Aanspreekpunt voor toerisme en recreatie in de regio
- Stimuleren van netwerking en samenwerking tussen verschillende toeristische actoren
- Opmaken van jaarlijkse actieplannen op basis van het strategisch beleidsplan
- Initiëren en coördineren van projecten op provinciaal, Vlaams en Europees niveau
- Afstemming met de lokale toeristische werking en samenwerkingsverbanden

Om een goede toeristische werking op lokaal niveau en afstemming te garanderen, vraagt Westtoer aan de gemeenten een vaste contactpersoon die frequent de overlegmomenten bijwoont. Ook de medewerking aan bovenlokale acties en themajaren, het bevoorraden van de Infopunten Toerisme, het doorgeven van nieuwigheden en het mee uitdragen van het merk Brugse Ommeland is cruciaal. Daarnaast wil Westtoer steden en gemeenten stimuleren om ook op lokaal niveau een visienota voor toerisme en recreatie te ontwikkelen. Deze nota is afgestemd op dit beleidsplan zodat beide niveaus elkaar versterken. De regiowerking houdt contact met gemeentelijke samenwerkingsverbanden met een link naar toerisme en recreatie.

### Samenwerking met De Kust en Brugge

Vakantiegangers (incl. tweedeverblijvers) aan De Kust trekken het Brugse Ommeland in en vice versa. Hier vinden ze het beste van twee werelden dicht bij elkaar. Reden te meer om dit als troef langs beide kanten uit te spelen. De komende jaren wordt werk gemaakt van een betere informatie-uitwisseling met de aanpalende kustgemeenten Oostende, De Haan, Bredene, Blankenberge, Zeebrugge en Knokke-Heist en een structurele samenwerking tussen de regiowerking Brugse Ommeland en De Kust.

Het historische karakter van Brugge kent zijn verlengde in het Brugse Ommeland. Bovendien stijgt de interesse om een stadsbezoek te combineren met het groene platteland. Het bieden van sterke producten rond erfgoedbeleving die de vakantiegangers en meerwaardezoekers in Brugge aanspreekt, kan ook de verblijfsduur verlengen. Het Brugse Ommeland is ook van groot belang voor recreatie door inwoners van Brugge. Productontwikkeling, promotie, communicatie naar inwoners en afstemming zijn codewoorden voor de komende jaren.

### In dialoog met Vlaanderen

Toerisme Vlaanderen is een belangrijke partner op Vlaams niveau voor de verdere productontwikkeling in de regio. Er zijn heel wat aanknopingspunten met de thema's die Toerisme Vlaanderen naar voor schuift zoals Erfgoedbeleving, Vlaanderen Natuurlijk! en Vlaanderen Fietsland. Het Brugse Ommeland onderschrijft de Reizen naar Morgen visie en wil hieromtrent in dialoog gaan. Daarnaast is het van belang om de band met andere Vlaamse instanties zoals het Agentschap Natuur en Bos, De NV Vlaamse Waterweg en de Vlaamse Landmaatschappij te versterken. Samen gaan we voor een duurzame toeristische ontwikkeling van het Brugse Ommeland.

### Betrokkenheid en ambassadeurschap

Bij toerisme en recreatie zijn vele actoren betrokken. Ondernemers in de regio vormen mee het toeristisch aanbod en hebben een belangrijke rol op vlak van onthaal. Er wordt samengewerkt met diverse diensten en organisaties op lokaal, provinciaal en Vlaams niveau. Lokaal werken we samen met beleidsmakers en diensten voor toerisme. De betrokkenheid van deze actoren is essentieel en wordt verder verhoogd via diverse overlegstructuren, ondernemerstrajecten, sectornieuwsbrieven en netwerkmomenten.

### Slagkracht verhogen

De middelen uit de regiopool zijn beperkt. De inzet vanuit de regiowerking in bepaalde focusgebieden zoals het Landschapspark Bulskampveld en de Zwinstreek vraagt personeel en werkingsmiddelen. Ook de uitwerking van imagoversterkende themajaren zoals rond kastelen en religieus erfgoed vraagt extra inspanningen. En er is nood aan investeringen op vlak van productontwikkeling. De slagkracht van het Brugse Ommeland dient te verhogen om de ambities in dit plan waar te maken:

- Door structureel personeel en middelen te voorzien binnen de regiowerking om in te zetten op bepaalde focusgebieden en themajaren
- Door de juiste partners samen te brengen op vlak van productontwikkeling
- Door projectaanvragen in te dienen bij provinciale, Vlaamse en Europese programma's
- Door middelen uit de regiopool doordacht in te zetten en op creatieve manieren persaandacht te verwerven
- Door samen te werken met de andere West-Vlaamse regio's



De doelstellingen en acties die we in dit plan formuleren bieden kansen voor de sector. Hieronder 8 concrete tips waarmee je als ondernemer meteen aan de slag kan.

### 1. Kies voor duurzaamheid!

Kies voor een duurzame bedrijfsvoering en profileer je ook zo. Je spreekt er heel wat bezoekers mee aan. Duurzaamheid gaat verder dan energie, afval, water en mobiliteit. Het is ook reizen met respect voor de omgeving, lokale bevolking en plaatselijke economie. Wees geloofwaardig, consequent en pak het stap voor stap aan. Op p.64 presenteert Pieter Boussemaere 7 mogelijke acties om samen de energietransitie te maken.

### 2. Maak van je onderneming een 'slimme' onderneming!

Het kenniscentrum van Westtoer verzamelt gegevens over wie de gasten zijn in West-Vlaanderen, van waar de gasten komen, wat ze hier doen, wat hun verwachtingen zijn en welke evoluties zich voordoen. Werk mee aan onze onderzoeken, maak Westtoer en jezelf slimmer en baseer je eigen bedrijfsvoering op de toeristische trends in West-Vlaanderen. Wil je bijvoorbeeld de eigen bezettingscijfers vergelijken met de evoluties in de sector? Geef dan toestemming aan FOD Economie om jouw overnachtingsgegevens door te geven aan Westtoer. Lees meer op p.100 hoe inzichten uit data jouw ondernemingskracht versterken.

### 3. Volg de trends!

Maatschappelijke trends hebben een impact op de toeristische sector. Maar je kan er ook handig op inspelen. Een hotelkamer met een virtuele assistent, een reisbureau dat antwoorden biedt op levensvragen, een singleshotel of zwerfhotel of vakanties waar je leert dansen. Lees het rapport van Herman Konings en laat je inspireren (zie p.19 voor de samenvatting).

### 4. Professionaliseer en innoveer!

Westtoer biedt heel wat begeleiding om jouw zaak te versterken. Ga voor het Q-label: zet met dit opleidingstraject kwaliteit en tevredenheid van jouw gasten centraal. Via de Europese projecten neemt Westtoer de kans om samen met de toeristische ondernemers het werkveld te professionaliseren en te innoveren. Stap mee in één van de trajecten en ontdek wat je op vlak van beleving voor de bezoeker en bedrijfsvoering voor jouw zaak kan verbeteren.

### 5. Leer van je collega's!

Op de jaarlijkse Startavond en het Forum Brugse Ommeland presenteren we alle nieuws uit de regio. Maar ook de netwerkmomenten nadien zijn belangrijk om je netwerk te vergroten en nieuwe businessideeën op te doen. Dat vergezeld van een streekhapje en -drankje. Twee vliegen in een klap!

## 6. Pak uit met de troeven van de regio!

Het Brugse Ommeland wil met de nieuwe huisstijl en vijf verhaallijnen kenbaar maken waar de regio voor staat. Kijk op welke verhaallijn je kan inspelen (zie p.32), speel dit uit in je communicatie, wees fier op de regio en profileer zo ook jouw onderneming. Wie in aanmerking komt om Infopunt Toerisme te worden en ermee aan de slag wil gaan, voegen we toe aan het netwerk. Word ambassadeur en zet samen met ons en andere ondernemers de regio nog beter op de kaart.

## 7. Speel in op de themajaren!

Elk jaar zetten we via een nieuwe invalshoek de regio in de kijker. In 2021 staat het thema buitenbeleving centraal, culinair West-Vlaanderen staat op het programma in 2022 en we sluiten af met een jaar rond kastelen en religieus erfgoed in 2023 en 2024. 2023 wordt gecombineerd met een fiets- en wandeljaar voor de vier regio's samen. Speel in op deze thema's en surf mee op de campagnegolven.

## 8. Blijf op de hoogte!

De nieuwsbrieven van het Brugse Ommeland houden je op de hoogte van leuke activiteiten en nieuwigheden in de regio. Ideaal om je gasten actuele tips te geven. Schrijf je snel in voor de maandelijksse nieuwsbrief via [brugseommeland.be](http://brugseommeland.be) en mis geen enkel nieuwtje. Daarnaast ontvang je als ondernemer de sectornieuwsbrief van Westtoer. Hou deze zeker in de gaten, naast sectornieuws zijn er ook oproepen om mee te werken aan acties (= extra promotie!), publicaties te bestellen, enz.



## Info

### Meer informatie

De digitale versie van dit strategisch beleidsplan en de nieuwe brand guide kan je vinden op [www.brugseommeland.be/beleidsplan](http://www.brugseommeland.be/beleidsplan)

Voor meer informatie over het beleidsplan kan je terecht bij:

Toerisme Brugse Ommeland  
Koning Albert I-laan 120  
8200 Sint-Michiels (Brugge)  
T 050 30 55 00  
[info@brugseommeland.be](mailto:info@brugseommeland.be)

### Colofon

Het Strategisch Beleidsplan voor Toerisme en Recreatie in het Brugse Ommeland is een uitgave van Westtoer.

Coördinatie en redactie: Lien Phlypo, Evy Van Schoorisse, Stefaan Gheysen, Josephine Fassaert, Darline Vandaele, Tim Provoost en Luc Abbeloos.

Met dank aan Ilse Dekeijzer

Externe expertise: Pieter Boussemaere, Jeremy Smith, Raoul Maris, Kristof Windels, Johan Van Den Bosch, Ghislain Belmans en Barbara Struys

Verhaallijnen en rebranding: Skinn Branding Agency

Fotografie: Jan Darthet, Michael Dehaspe, Jan D'Hondt, David Samyn, Studio Marieke, Westtoer

Grafische vormgeving: Skinn Branding Agency

Cartografie: Peggy Andries

Druk: Die Keure

WD: WD/3029/2021/30



westtoer 

west-vlaanderen   
de gedreven provincie