

VERHAAL *weekendjeweg*
authentiek ^{UNIEK} OP DE BOERENBUITEN

TOERISME

DICHTBIJ **BOEREN** ^{HOOI}
RUST *modder*

puur natuur **DIEREN** BELEVING

LOGEREN STREEKPRODUCTEN

vakantie ONTDEKKEN

DRAAIBOEK VOOR KWALITATIEF EN INNOVATIEF HOEVETOERISME



COLOFON

Dit draaiboek is een realisatie van het Platteland Plus-project Toerismeboeren: hier werken het Innovatiesteunpunt (ISP), het Plattelandscentrum Meetjesland (PLC) en Toerisme Oost-Vlaanderen (TOV) samen om naast het klassieke hoevetoerisme een aantal nieuwe vormen uit te werken met betrekking tot kwalitatieve logiesverstrekking op het land- en tuinbouwbedrijf.

Verantwoordelijke uitgever: Toerisme Oost-Vlaanderen vzw, PAC Het Zuid, Woodrow Wilsonplein 2, 9000 Gent, www.routen.be

Redactie: ImpressantPlus (David Van Bambost) op basis van input vanuit projectpartners PLC, ISP en TOV en de beleidspartners Provincie Oost-Vlaanderen Dienst Landbouw, Ruimte, Ruimtelijke Vergunningen en Landschap, Toerisme Vlaanderen en Departement Landbouw en Visserij, partners zoals Centrum voor Jeugdtoerisme, Logeren in Vlaanderen en Horeca Partners.

Fotografie: Beeldenbank Toerisme Oost-Vlaanderen, David Samyn, David Stockman, Ludo Goossens, Bas Van Oort, Jesse Willems, Logeren in Vlaanderen & Horeca Partners; beelden vanuit POV Dienst Landbouw; beeldenbank ISP, Boerenbond & Landelijke Gilden; beelden van studenten uit het tweede jaar interieurvormgeving Luca School of Arts 2018-2019

Druk: Parys Printing Evergem

Met dank aan de beleidspartners Provincie Oost-Vlaanderen Dienst Landbouw, Ruimte, Landschap & Ruimtelijke Vergunningen, Toerisme Vlaanderen en Departement Landbouw en Visserij, Centrum voor Jeugdtoerisme, HorecaPartners, Landelijke gilden, Regionaal Landschap Schelde Durme, ABS, Boerenbond, Luca School of Arts, MOWK-studio, Bakermat architectuur & al onze pilots!

Dit draaiboek is met de grootst mogelijke zorg samengesteld door bovenstaande projectpartners in samenwerking met ImpressantPlus. De opgenomen informatie is verzameld in de periode januari 2018- maart 2020. De verantwoordelijke uitgevers kunnen op geen enkele manier aansprakelijk gesteld worden voor fouten, onnauwkeurigheden of wijzigingen. Depotnummer: D/2020/0332/004

INHOUD

VOORWOORD	5
1 TOERISMEBOEREN: VOORSTELLING PROJECT	7
1.1 Drie initiatiefnemers slaan de handen in elkaar	7
1.2 Voor een positieve kijk op het platteland	8
1.3 Voorwaarden voor hoevetoerisme als totaalbeleving	8
1.4 Wat biedt dit draaiboek?	9
2 STAPPENPLAN VOOR DE OPSTART VAN KWALITATIEF EN INNOVATIEF HOEVETOERISME	11
2.1 Stap 1: wat is je motivatie?	12
2.2 Stap 2: Hou rekening met de vergunningsplicht en ruimtelijke ordening	14
2.3 Stap 3: doe een plattelandsscan	17
2.4 Stap 4: tijd voor een toerismescan	23
2.5 Stap 5: laat je inspireren om te innoveren	26
2.6 Stap 6: kies voor belevingsvolle activiteiten	36
2.7 Stap 7: overweeg MICE: Meetings, Incentives, Congressen en Events	40
2.8 Stap 8: start van een stevig bedrijfsplan	41
3 WETGEVING	47
3.1 Verschillende logiestypes, verschillende regels	47
3.2 Het Vlaamse Logiesdecreet: voor de meeste logies	48
3.3 Toerisme voor Allen-wetgeving: voor sociaal-toeristisch verblijf	51
3.4 Brandveiligheid	53
3.5 Verzekeringen	54
3.6 Nog meer wetgeving	55
4 DE CENTEN	61
4.1 Rendement: hoeveel ga je verdienen met een kleinschalig logies?	61
4.2 Twee factoren bepalen je inkomsten	62
4.3 Zorg voor evenwicht	63
4.4 Dit is het beeld van je uitgaven	64
4.5 Rendement op vastgoed	64
4.6 De fiscale aspecten van logies	64
4.7 Subsidies	65
5 MARKETING EN COMMUNICATIE	69
5.1 Hoe profileer je je logies?	69
5.2 Enkele ideeën ter inspiratie	70
5.3 Herhaalbezoeken en klantenadressen	71
5.4 Sectorwebsite Toerisme Oost-Vlaanderen	71
5.5 Nog enkele marketingtips	72
5.6 Communicatie en marketing ondersteuning vanuit diverse toeristische organisaties	74

TIP VOOR INTERNETLINKS IN DEZE BROCHURE

Je hebt de gedrukte uitgave van Toerismeboeren in handen. In de tekst staan veel internetlinks die je naar heel wat interessante informatie leiden. Om het je gemakkelijk te maken, vind je de links op onze website: www.toerismeboeren.be



VOORWOORD

*Beste land- en tuinbouwer,
Beste logiesuitbater,
Beste politiek verantwoordelijke en medewerkers van de diensten landbouw, toerisme, omgeving of
middenstand,*

*Als Oost-Vlaams Gedeputeerde voor onder andere Landbouw en Plattelandsbeleid, Middenstand en Toerisme
ben ik uitermate tevreden met dit draaiboek.*

*Niet enkel omdat het project waaruit dit draaiboek is ontstaan linken heeft met diverse beleidsvelden waarvoor
ik bevoegd ben, maar vooral omdat op het terrein grenzen worden doorbroken tussen betrokken sectoren.*

*Belevingsvolle dichtbijvakanties zitten in de lift. Meer en meer gaat men op zoek naar authentieke plekjes in
eigen land om even te verstillen, te connecteren met de natuur en het platteland.*

*Deze duidelijke trend biedt heel wat mogelijkheden voor land- en tuinbouwers die willen inzetten op een
verbreding van hun activiteiten door kwaliteitsvolle logies of recreatieve activiteiten aan te bieden.*

*Maar wat verwachten deze bezoekers nu precies? Welke types logies bestaan er allemaal en wat wordt er nu
precies bedoeld met 'belevingsvolle activiteiten'? Kan dit alles eigenlijk op een actieve boerderij in Vlaanderen
en brengt het ook wat op?*

*Op deze vragen wil het Platteland Plus-project 'Toerismeboeren' een antwoord bieden. Hiervoor bundelden
het Innovatiesteunpunt, Toerisme Oost-Vlaanderen en het Plattelandscentrum Meetjesland hun krachten,
kennis & expertise.*

*Doorheen het project werd aan land- en tuinbouwbedrijven met een idee, een op maat begeleiding geboden
om zo tot innovatieve & duurzame toeristische projecten te komen.*

*Alle opgedane ervaringen en inzichten worden gebundeld in het praktisch draaiboek dat u nu in handen heeft.
Een handig instrument voor wie aan de slag wil!*

Ik kijk uit naar wat hieruit kan volgen!

Groet,

Leentje Grillaert
Gedeputeerde Oost-Vlaanderen





1 TOERISMEBOEREN: VOORSTELLING PROJECT

Met het Platteland Plus-project 'Toerismeboeren' willen we land- en tuinbouwers een steuntje in de rug geven die plannen hebben voor toeristische verbreding. We geven informatie, tips en handvatten om hoevetoerisme te organiseren op maat van jouw bedrijf en de omgeving.

1.1 DRIE INITIATIEFNEMERS SLAAN DE HANDEN IN ELKAAR

Dit draaiboek kwam er door de gezamenlijke inspanningen van deze drie organisaties:



1.1.1 Plattelandscentrum Meetjesland vzw

Samen met verschillende actoren bouwt het Plattelandscentrum Meetjesland aan plattelandsgemeenschappen waar het goed wonen, werken en ontspannen is. Hiervoor hebben we vier pijlers: Het Plattelandslab, Hoeve- en Streekproducten, Het Platteland Beleven en De Huysmanhoeve. Binnen het Plattelandslab werken we op een creatieve en projectmatige manier aan het platteland van morgen.

► www.plattelandscentrum.be

1.1.2 Toerisme Oost-Vlaanderen vzw

Organisatie van het Oost-Vlaamse provinciebestuur en ambassadeur voor toerisme en recreatie in Oost-Vlaanderen, met de regio's Vlaamse Ardennen, Meetjesland, Waasland, Leiestreek, Scheldeland en kunststad Gent als toeristische bestemmingen.

Onze activiteiten:

- Oost-Vlaanderen en haar toeristische regio's als kwalitatieve toeristisch-recreatieve bestemmingen op de kaart zetten,
 - recreatie en toerisme ontwikkelen, ondersteunen en promoten om de lokale economie te stimuleren en uitstraling te bevorderen,
 - partner zijn van steden en gemeenten, logiesuitbaters, toeristische ondernemers
- Voor meer informatie over onze werking en om op de hoogte te blijven: schrijf je in op onze maandelijkse nieuwsbrieven en check de agenda via www.sector.tov.be.

1.1.3 Innovatiesteunpunt

Dé gespecialiseerde dienst voor het begeleiden van land- en tuinbouwondernemers, groepen plattelandsbewoners en lokale overheden bij het inslaan van een nieuwe richting voor hun bedrijf of dorp.

We zijn actief op drie terreinen: technische ontwikkeling, bedrijfsontwikkeling en plattelandontwikkeling.

Onze innovatieconsulenten informeren en inspireren over nieuwe kansen en uitdagingen. Bovendien ondersteunen wij de ontwikkeling en uitrol van concrete innovatieprojecten. Wij bieden ook vorming aan, toetsen pilootprojecten op hun haalbaarheid en demonstrenen goede voorbeelden aan andere geïnteresseerden.

► www.innovatiesteunpunt.be

1.2 VOOR EEN POSITIEVE KIJK OP HET PLATTELAND

Het mag gezegd worden: hoevetoerisme biedt heel wat mogelijkheden. Meer en meer mensen wonen in een stad en raken hierdoor de voeling met het platteland kwijt.

Veel van deze mensen zijn zich hiervan bewust en zoeken de natuur vaker op. Er is dan ook nood aan educatie en sensibilisering rond het platteland, zowel bij volwassenen als bij kinderen. Hoevetoerisme heeft alles in zich om het platteland, met zijn mensen, bedrijven en producten positief in de kijker te zetten. Bovendien kan het extra inkomsten opleveren voor de ondernemers. Maar om z'n potentieel te verwezenlijken, is het belangrijk dat hoevetoerisme een unieke totaalbeleving vormt van logement, toeristische activiteiten en de ervaring van een actieve boerderij.

1.3 VOORWAARDEN VOOR HOEVETOERISME ALS TOTAALBELEVING

Kwaliteits- en belevingsvol hoevetoerisme voldoet aan deze voorwaarden:

- Beleving van het agrarische bedrijf en de omgeving staat centraal.
- Het persoonlijk verhaal van de land- en tuinbouwers, hun bedrijf en producten wordt gedeeld.
- Authentiek totaalconcept: slapen, voedsel, omgeving, activiteiten, materialen ...
- Op maat van het agrarische bedrijf en de omgeving.

Deze voorwaarden komen overeen met wat de bezoekers van vandaag zoeken zo blijkt uit onderzoek:

www.guidea.be/artikel/a/146/Trendrapport-2017

ethiek
kwaliteit
uniek
BELEVING
PERSOONLIJK
kleinschalig flexibel
DIGITAAL authenticiteit

1.4 WAT BIEDT DIT DRAAIBOEK?

Met dit draaiboek willen we land- en tuinbouwers in eerste instantie veel zin geven om aan de slag te gaan met **toeristische verbreding**. We doen dit met de nodige tips, inspiratie en praktische informatie. Daarnaast vormt het draaiboek een kader voor de omgevingsambtenaren als zij aanvragen tot toeristische verbreding willen aftoetsen.

De promotoren verzamelden informatie over wat wel en niet mag op het vlak van recreatieve verbreding op actieve land- en tuinbouwbedrijven. Zij ondernamen daarvoor verschillende acties:

► **Nauwe samenwerking met beleidsmakers**

In overleg met de Oost-Vlaamse provinciale diensten Ruimte, Landbouw & Ruimtelijke Vergunningen, Toerisme Vlaanderen en het Departement Landbouw & Visserij werd duidelijke informatie verzameld over recreatieve verbreding op actieve landbouwbedrijven. Wat zijn de wettelijke mogelijkheden en wensen? Wat verwachten de verschillende instanties? Welke criteria hanteren zij voor vergunningen? De beleidsmakers gaven input over wenselijk hoevetoeisme en lazen ook dit draaiboek na.

► **Dialogo en samenwerking met landbouw- en plattelandsorganisaties**

Boerenbond, Algemeen Boeren Syndicaat, Landelijke Gilden en Regionale Landschappen werden betrokken bij het uitzetten van de globale projectlijnen.

► **Begeleiding van 8 pilots in Oost-Vlaanderen**

Voor rurale ondernemers die recreatieve verbreding overwegen, onderzochten we duurzame logiesconcepten op maat van hun bedrijf en omgeving. Er werd gekeken naar wettelijkheid en rendabiliteit.

We inspireerden hen met heel wat voorbeelden van innovatieve logiesconcepten en creatieve visualisaties die werden gerealiseerd door tweedejaarsstudenten van de Luca School of Arts. Zij maakten een eindtaak rond 5 pilots na een intensieve workshopweek op en rond de bedrijven.

► **Vormingen en workshops, onder meer:**

- een inspiratietoer langs innovatieve logiesconcepten op actieve land- en tuinbouwbedrijven in Nederland,
- een vorming rond de mogelijkheden van mobiele logies met een spreker die het totaalconcept achter de ‘Slow Cabins’ toelichtte (www.slowcabins.be) en een plaatsbezoek aan het atelier van Tiny House Belgium (www.tinyhousebelgium.be)
- een brainstormsessie met rurale ondernemers en toeristische ambtenaren rond mogelijke belevingsvolle activiteiten voor verschillende doelgroepen,
- een vorming rond rendementsberekening van kleinschalige logies in samenwerking met Horeca Partners.
- een expertenmarkt waar de 8 pilots in dialoog konden gaan met allerhande experts

Alle verzamelde kennis wordt gedeeld via www.toerismeboeren.be en natuurlijk in dit draaiboek.



2 STAPPENPLAN VOOR DE OPSTART VAN KWALITATIEF EN INNOVATIEF HOEVETOERISME

In 8 stappen geven we een overzicht van wat nodig is voor een kwalitatief, innovatief logiesconcept op maat van jouw omgeving, bedrijf, gezin en persoonlijkheid.

We kunnen hier niet met alle factoren van jouw persoonlijke situatie rekening houden, contacteer daarom zeker Toerisme Oost-Vlaanderen voor gratis begeleiding bij je opstart als toeristische ondernemer: www.sector.tov.be/hoe-starten

Je kan voor advies ook terecht bij de dienst Landbouw en Platteland van Oost-Vlaanderen: www.oost-vlaanderen.be/werken-en-ondernemen/landbouw/landbouwverbreding.html



2.1 STAP 1: WAT IS JE MOTIVATIE?

Wat zal hoevetoerisme betekenen voor jou, voor je bedrijf, je gezin ...? Wat zijn de mogelijkheden en de gevolgen? Kan jij je daarin vinden? We raden je aan om dat in kaart te brengen.

► Maak een lijst:

Welke werklast en werkkraft is er nu elke maand voor de agrarische taken? Wat komt daarbij als je zou verbreden naar hoevetoerisme? Bespreek dit met je gezin. Waar willen jullie naartoe met het bedrijf? Hoe past het toeristische concept in die langetermijnplanning?

Het is zaak je toeristische concept aan te passen aan de tijd en ruimte die jullie ter beschikking hebben en hieraan willen besteden.

Misschien kies je ervoor om enkel in de zomermaanden logies aan te bieden. Wil je een vakantiewoning uitbaten of verkies je een bed&breakfast? Je kan er ook voor opteren om externe diensten in te huren of om meer werkkraft in te schakelen.

Toerisme Oost-Vlaanderen helpt je graag om een realistische inschatting te maken van de werklast per toeristisch concept.

► Wat is je motivatie?

Zie de toeristische verbreding binnen bredere promotie voor je rurale bedrijf. Je hebt de kans om je producten in de kijker te zetten. Je koppelt er eventuele andere activiteiten aan die winstgevend kunnen zijn, bijvoorbeeld een hoevewinkel, boerderij-ontbijt, arrangementen, educatie,...

Je ontvangt consumenten op je bedrijf en leert hen jouw activiteiten en producten kennen. Dat je de land- en tuinbouw positief in de kijker zet, is een belangrijke meerwaarde.

► Wat is de impact?

Zie je het zitten om bezoekers toe te laten op je bedrijf? Kan je af en toe wat tijd voor hen vrijmaken? En wat vindt je gezin daarvan? Je privacy hoeft niet in het gedrang te komen, maar besef dat bezoekers interesse zullen tonen in je verhaal en je activiteiten. Dat is net de sterkte van hoevetoerisme.

► Doe de test.

Blijf je twijfelen over het juiste concept? Krijg je geen zicht op de impact? Doe dan een test met een tijdelijk concept dat geen al te grote investeringen vraagt. Denk aan een hoevebezoek zonder verblijf of een pop-up camping in de zomer of tijdens een evenement in de buurt.

Na de testperiode neem je doordachte beslissingen en maak je een bedrijfsplan met een duidelijke visie en een goed inzicht op de impact ervan.

Belangrijk: ga doordacht te werk, stort je niet zomaar in een avontuur. Geef jezelf de ruimte en de tijd om je toeristische concept te laten groeien. Twijfel je aan de impact en de werklast? Begin dan klein, eventueel met een testfase die lage investeringen vraagt.

TIP: 4 X 30 DAGEN

Je mag zonder vergunning, maar onder een aantal voorwaarden, maximum 4 x 30 dagen per jaar tijdelijke constructies op je weides plaatsen. Denk aan tenten of verplaatsbare units. Dit mag echter niet in ruimtelijk kwetsbaar gebied.

- Opgepast: ook voor dergelijke pop-up constructies dien je in orde te zijn met brandveiligheid en verzekeringen. Wij verwijzen hiervoor naar hoofdstuk 3 'Wetgeving'.
- Lees meer hierover: 'Tijdelijke handelingen zijn niet vergunningsplichtig' in de brochure 'Jouw logies en ruimtelijke ordening' - www.toerismevlaanderen.be/logiesenruimtelijkeordening



2.2 STAP 2: HOU REKENING MET DE VERGUNNINGSPlicht EN RUIMTELIJKE ORDENING

Is jouw land- of tuinbouwbedrijf gelegen in (landschappelijk waardevol) agrarisch gebied? Dan heb je meer mogelijkheden voor toeristische verbreding dan in ruimtelijk kwetsbaar gebied.

De gronden voorbehouden voor agrarische activiteiten worden door heel wat regelgeving beschermd tegen verstedelijking en vertuining. Hierdoor worden alle aanvragen voor bijkomende bebouwing, verharding of functiewijzigingen gecontroleerd. En om onze schaarse natuur te beschermen, gelden nog strengere regels. Het is dus belangrijk om te weten in welke zone je bedrijf ligt en welke activiteiten er worden toegelaten.

TIP: DOE DE OMGEVINGSHECK

Om te weten in welke zone je perceel gelegen is, doe je de omgevingscheck:
www.omgevingsloketvlaanderen.be/omgevingscheck

2.2.1 Wanneer is hoevetoerisme toegelaten?

Hoevetoerisme is de term die gebruikt wordt voor het aanbieden van toeristische activiteiten op actieve agrarische bedrijven. Dit wil zeggen dat:

- ▶ er minimaal 1 voltijdse werkkraft actief is op het land- of tuinbouwbedrijf,
- ▶ de land- of tuinbouwactiviteit steeds de hoofdactiviteit blijft.

Als je niet voldoet aan deze criteria, dan is er sprake van ‘Plattelandstoerisme’ (in plaats van ‘Hoevetoerisme’) en zijn er andere regels van kracht. Plattelandstoerisme wordt in dit draaiboek niet verder besproken.

DE STRIKT JURIDISCHE TEKST HIEROVER

In een omzendbrief van 8 juli 1997 staat expliciet dat ‘de agrarische gebieden bestemd zijn voor de landbouw in de ruime zin’. En ook: ‘de agrarische gebieden mogen enkel de voor het bedrijf noodzakelijke gebouwen bevatten, de woning van de exploitanten, [...] verblijfsgelegenheid voor zover deze een integrerend deel van een leefbaar bedrijf uitmaakt, en eveneens para-agrarische bedrijven.

De algemene regel is dat slechts een bouwvergunning (nu omgevingsvergunning) zal worden verleend voor bedrijfsgebouwen die vereist zijn voor de landbouwexploitatie van het gebied.

Alleen toeristische verblijfsgelegenheid en de vestiging van para-agrarische bedrijven vormen op deze algemene regel een uitzondering, [...]

Voor meer informatie: www.omgeving.vlaanderen.be/omgevingsvergunning

2.2.2 Mogelijke pistes

Het Departement Landbouw & Visserij geeft een aantal mogelijke pistes voor hoevetoerisme in (landschappelijk waardevol) agrarisch gebied:

► Logies binnen bestaande bebouwing (naast de woonfunctie)

Dit is het ombouwen naar logies van bestaande bebouwing die niet meer gebruikt wordt voor de land- of tuinbouwactiviteiten.

- Richtinggevende, maar niet beperkende cijfers: maximum 8 verblijfsgelegenheden en 32 personen (kamer of vakantiewoning). Maximum 40% van het totale gebouwenvolume.
- Bestaand gebouw moet bouwfysisch geschikt zijn voor de verbouwing.
- Toeristische activiteit blijft ondergeschikt aan het land- of tuinbouwbedrijf.
- Horeca kan enkel als deze ondersteunend is voor het verblijf. Je mag dus maaltijden aanbieden aan de gasten, maar je mag geen restaurant of café uitbaten.
- Opletten met extra verhardingen (oprit, parking ...).
- Je dient een omgevingsvergunning aan te vragen voor functiewijziging.
- Je bent verplicht voorafgaand advies te vragen en je project af te toetsen bij Toerisme Vlaanderen en het Departement Landbouw & Visserij.

► Recreatief medegebruik

Binnen recreatief medegebruik zoals opgenomen in het vrijstellingenbesluit is veel mogelijk, als je je maar aan de regels houdt. Dit wil zeggen: je plaatst tijdelijke constructies of wijzigt de functie slechts voor een bepaalde periode.

- Maximum 4 x 30 aaneengesloten dagen.
- Constructies mogen de agrarische functie niet in het gedrang brengen.
- Er mag geen blijvende impact zijn op het terrein (begroeiing, reliëf) en de omgeving.
- Je hebt geen omgevingsvergunning nodig. Je brengt wel je gemeente op de hoogte.
- Recreatief medegebruik is niet mogelijk binnen ruimtelijk kwetsbaar gebied (met uitzondering van recreatie- en parkgebied).

Wil je de tijdelijke constructie langer dan 4 maanden uitbaten, dan dien je het gesprek aan te gaan met je lokale omgevingsambtenaar of de provincie en heb je een omgevingsvergunning nodig.

2.2.3 Wat met nieuwbouw?

Je mag geen nieuwbouw optrekken in functie van hoevetoerisme. Wat wél kan, is hoevetoerisme onderbrengen in nieuwbouw die hoofdzakelijk gebruikt wordt voor agrarische activiteiten.

De nieuwbouw wordt dan beperkt in tijd of ruimte multifunctioneel ingezet voor recreatie en toerisme. Bijvoorbeeld: verblijf seizoenarbeiders, stalruimte, stockagehangar wisselt in functie af met een educatieve ruimte, ontvangst- en degustatieruimte, indoor camping ... Het gaat duidelijk om een meervoudig gebruik waarbij het agrarisch gebruik primeert en recreatie aanvullend is, maar nooit de hoofdbestemming vervangt!

Ook mogelijk is heel beperkte nieuwbouw, bijvoorbeeld sanitair voor toerisme. Toch wordt algemeen de voorkeur gegeven aan het integreren van dit soort functies in bestaande bebouwing. Soms wordt dergelijke beperkte nieuwbouw toegelaten als het toeristische concept reeds zijn meerwaarde bewezen heeft voor de agrarische uitbating.

De boodschap is dan ook: begin eerst in bestaande bebouwing of met tijdelijke concepten en breid dan eventueel uit.

INTERESSANTE LECTUUR

- Brochure 'Van alle markten thuis': www.oost-vlaanderen.be/werken-en-ondernemen/publicaties/van-alle-markten-thuis.html
- Brochure 'Jouw logies en ruimtelijke ordening': www.toerismevlaanderen.be/logiesenruimtelijkeordering

Advies en begeleiding over wetgeving:

- Toerisme Vlaanderen: www.toerismevlaanderen.be - logies@toerismevlaanderen.be
- Departement Landbouw en Visserij: www.lv.vlaanderen.be/nl

2.2.4 Aanvragen van een omgevingsvergunning

Het Departement Landbouw & Visserij geeft niet-bindend advies over omgevingsvergunningen binnen een land- of tuinbouwcontext. Dit advies gaat naar de dienst omgeving van jouw stad/gemeente of naar de Provincie. Het is uiteindelijk het college van burgemeester en schepenen of de deputatie die de beslissing zal nemen. Ga je in beroep tegen deze beslissing, dan is het de hogere overheid die het laatste woord heeft.

TIPS: WEES REALISTISCH EN COMMUNICEER

- **Tip 1:** zorg voor een goed concept dat realistisch is én verbonden is met je land- of tuinbouwbedrijf. Gebruik hiervoor het 'Stappenplan hoevetoerisme' in dit draaiboek.
- **Tip 2:** ga altijd eerst in gesprek met de lokale omgevingsambtenaar en eventueel met de ambtenaren van toerisme. Je kan ook advies vragen bij het Departement Landbouw en Visserij of bij Toerisme Vlaanderen.

Boven alles: communiceer duidelijk en transparant over je ambities en plannen. Leg je concept en visie uit. Bespreek niet enkel de fysieke ingrepen, maar ook wat je de bezoekers zal aanbieden, hoe zij het bedrijf zullen beleven, hoe je aan sensibilisering of educatie wil doen voor jong en oud. Vertel ook hoe jouw hoevetoerisme in de toekomst zal evolueren binnen het actieve land- of tuinbouwbedrijf en eventuele verbredingsactiviteiten. Licht dit uitgebreid toe in de nota die je mee indient met de aanvraag voor een omgevingsvergunning.

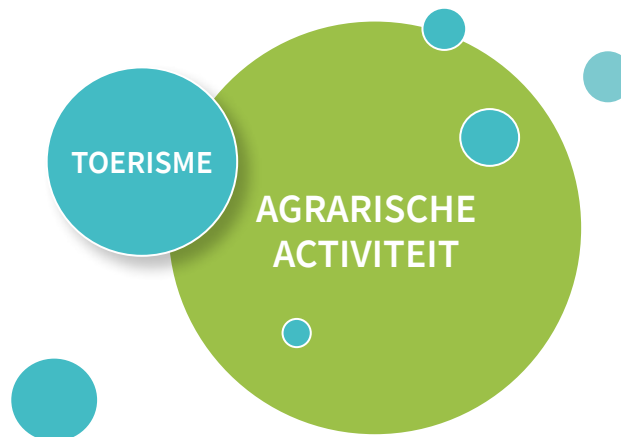
2.3 STAP 3: DOE EEN PLATTELANDSSCAN

Welke impact hebben toeristische concepten op de draagkracht van de omgeving en het platteland? Hoe dragen zij bij aan de kwaliteit van het landschap?

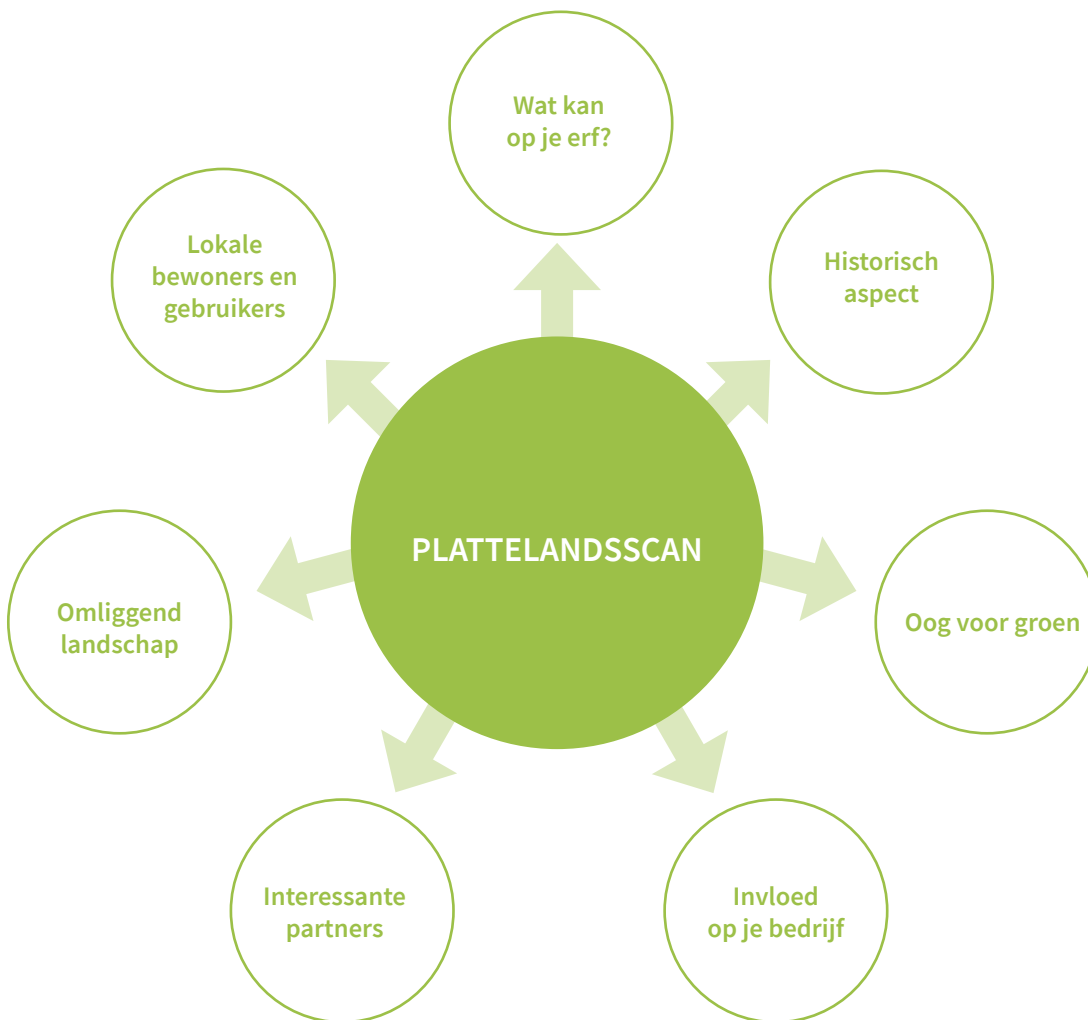
Deze vragen zijn cruciaal binnen hoevetoerisme. Immers, als toerisme de draagkracht van de omgeving overschrijdt, dan komt de authenticiteit in het gedrang. En authenticiteit is nu net de sterkte van hoevetoerisme.



We horen erover te waken dat agrarische grond bestemd blijft voor landbouw. Toeristische recreatie bestaat altijd naast en nooit ter vervanging van land- of tuinbouw. Dit kan enkel door ervoor te zorgen dat toeristische concepten kleinschalig blijven en zowel in ruimte als in tijd een lage impact hebben op de omgeving en de agrarische activiteiten.



Denk dan ook goed na over de effecten van de toeristische uitbating. Zijn ze gewenst, positief, neutraal of veeleer schadelijk voor het agrarische bedrijf, de landschappelijke omgeving en de lokale gemeenschap?



2.3.1 Wat is mogelijk op je erf?

Kijk eerst eens naar je eigen erf, naar het groen, de gebouwen, de aanwezigheid van water, verharding ... Het uitzicht, de organisatie en de toestand van de bestaande locatie bepalen mee welke concepten mogelijk zijn. Wat kan je realiseren op je eigen erf? Welke investeringen zijn nodig?

Je hebt misschien leegstaande gebouwen, of gebouwen die op korte termijn leeg komen te staan, die je kan omvormen. Zijn bepaalde ruimtes multifunctioneel (in tijd of ruimte) geschikt voor toerisme?

Denk ook aan tijdelijke of mobiele concepten. Voorbeelden hiervan vind je in het hoofdstuk 'Stap 5: laat je inspireren om te innoveren'. Misschien heb je gronden waar je tijdelijk mobiele logies kan plaatsen of die geschikt zijn voor een kleinschalige kampeerplaats.

TIP: TEKEN EEN PLAN

Teken een plan van je bedrijfssite met daarop de bebouwing, verhardingen en open zones. Zo breng je in kaart welke delen van je bedrijf in aanmerking komen voor recreatief gebruik.

Geef met verschillende kleuren de functies aan van de verschillende zones, bijvoorbeeld privé, landbouw ... Duid ook de gebruiksintensiteit aan. Arceer wat tijdelijk is en geef een volle kleur aan wat constant gebruikt wordt. Zo zie je welke zones continu worden gebruikt en welke zich lenen voor een tijdelijke andere invulling. Bijvoorbeeld: een verblijf voor seizoenarbeiders wordt toeristisch uitgbaat buiten het seizoen.

Zorg ervoor dat het toeristisch concept past binnen de schaal van je bedrijf en in evenwicht blijft met de agrarische activiteiten, het mag geen overwicht vormen qua tijd en ruimte.

2.3.2 Wat is de invloed op je bedrijfsvoering?

Bekijk wat het effect van de toeristische verbreding zou zijn op het ruimtegebruik binnen je bedrijfsvoering. Denk hierbij aan toegangswegen, terrassen, hangars, parkeerplaatsen ... Bijvoorbeeld: is er een parking nodig en komt die niet in de weg van een doorgang voor tractoren? Probeer zoveel mogelijk bijkomende verhardingen te beperken en zoek groene alternatieven indien verharding noodzakelijk is.

2.3.3 Hou rekening met de historiek

Ook de historiek, het verhaal achter het gebouw en de site zijn belangrijk. Zorg daarom dat renovatie, nieuwe ingrepen of tijdelijke constructies passen binnen het bestaande, historisch herkenbare uitzicht. Daarom hoeft je niet alles in historische stijl uit te werken. Ook moderne architectuur kan passen bij een natuurlijk landschap of historische gebouwen. Heb vooral aandacht voor de juiste volumes en materialen. Het gebruik van hout leent zich bijvoorbeeld buitengewoon goed om een natuurlijk en landelijk karakter te benadrukken.

2.3.4 Heb je oog voor groen?

Met groen op je bedrijf maak je de omgeving aantrekkelijker voor de bezoeker en creëer je vaak ook een bijkomende toeristische troef. Denk aan het herstellen van (historische) landschapselementen, inzetten op biodiversiteit ... Bezoekers komen naar je boerderij om te genieten van de natuur en het authentieke kader!

2.3.5 Ken de interessante partners

De dienst Landbouw & Platteland van Oost-Vlaanderen heeft een uitgebreide werking rond landschap en landschapsintegratie. Je kan er terecht voor **gratis advies** over passende agrarische architectuur en een **landschapsplan** op maat van jouw land- of tuinbouwbedrijf met haalbare inrichtingsvoorstellen.

Er zijn ook verschillende **subsidiemogelijkheden** voor de aanleg en het onderhoud van landschapselementen. Neem zeker de brochure 'Puzzel mee aan meer kwaliteit in het landbouwlandschap' eens door voor inspiratie en de belangrijkste aandachtspunten: www.oost-vlaanderen.be/werken-en-ondernemen/landbouw/landschap.html

Ben je gevestigd in een **historische hoeve** of in een **beschermd landschap**? Contacteer dan zeker de dienst Erfgoed van de provincie voor advies en mogelijke **financiële steun**: www.oost-vlaanderen.be/ontspannen/erfgoedzorg.html
Op de site van het agentschap Onroerend Erfgoed vind je heel wat nuttige informatie voor eigenaars en beheerders van erfgoed: www.onroerenderfgoed.be

Ga je aan de slag met een **leegstaande hoeve**? Dan zijn de resultaten van het onderzoek 'Hergebruik hoeves: een uitdaging' zeer interessant: www.oost-vlaanderen.be/wonen-en-leven/platteland/hergebruik-hoeves.html

2.3.6 Een grote troef: het omliggende landschap

Het omliggende landschap is ongetwijfeld één van je sterktes: de landbouwteelten doorheen de seizoenen, de koeien in de wei, de natuur en de biodiversiteit, authentieke landschapselementen (van oude bomen tot kapelletjes langs de weg), een pittoresk dorp of gezellig stadje ... Bezoekers ontdekken al die elementen graag naast de rust en de sportieve activiteiten waarvoor ze naar het platteland komen.

Neem het omliggende landschap en de typische landschapselementen mee in je logiesconcept, zet ze in de kijker, breng het verhaal tot leven. Zorg dat je het landschap zo weinig mogelijk verstoort, noch visueel, noch met geluid of geur.

Hou ook rekening met wat het omliggende landschap aankan, bijvoorbeeld qua aantal bezoekers en verplaatsingen in en op wegen, bossen, weilanden, wandelwegen ... in de buurt.

Bekijk de mogelijkheden in functie van het landschap:

- ▶ De architectuur wordt mee bepaald door de openheid van het landschap. Zo zal je in een open landschap minder mogen ingrijpen dan in een gesloten of dichter bebouwd gebied.
- ▶ Hou rekening met bijzondere natuur- of erfgoedwaarde van het landschap.
- ▶ Probeer waardevolle landschapselementen te versterken met je toeristisch concept.
- ▶ Bekijk de sterktes en zwaktes op het vlak van ontsluiting: wegen voor auto's, openbaar vervoer, fietsers, wandelaars, ruiters ... Stimuleer het gebruik van beschikbare toeristische routes. Is jouw toeristische site reeds vlot toegankelijk voor de bezoekers of dienen er aanpassingen te gebeuren? Stel je bezoekers steeds alternatieve vervoersmethoden voor (openbaar vervoer). Zo minimaliseer je de impact op de omgeving!

TIPS VOOR SAMENWERKING EN OVER KAARTMATERIAAL

Regionale Landschappen

Als land- of tuinbouwer ben je natuurlijk ook een 'landschapsbouwer'. Doe daarom gerust beroep op de Regionale Landschappen in je regio. Zij werken samen met heel wat lokale en bovenlokale spelers aan landschap, landbouw, natuur en erfgoed.

Oost-Vlaanderen telt drie Regionale Landschappen: Meetjesland, Schelde-Durme & Vlaamse Ardennen. Contacteer jouw Regionaal Landschap en kijk wat jullie voor elkaar kunnen betekenen. www.regionalelandschappen.be

Geopunt Vlaanderen

De website www.geopunt.be visualiseert heel wat informatie van de Vlaamse overheid:

- Verschillende kaarten met de mogelijkheid om informatie samen te voegen. Bijvoorbeeld: locaties van treinstations en bushaltes combineren met de ligging van scholen en dergelijke meer.
- Een routeplanner om de snelste of kortste route te berekenen en daar een hoogteprofiel aan te koppelen.
- Historisch kaartmateriaal dat zicht geeft op het historische kader van jouw omgeving.

2.3.7 Je bent niet alleen: lokale bewoners en gebruikers

Je zal met je toeristische concept een weerslag hebben op de andere gebruikers van je omgeving: landbouwers, lokale bevolking, wandelaars, fietsers, ruiters ... De 'druk' op de gebruikers vergroot vanzelfsprekend naarmate je dichter bij een dorpskern, wegen of andere initiatieven ligt. Hou rekening met de omliggende landbouwpercelen, gangbare landbouwpraktijken en landbouwbedrijven.

Zullen anderen hinder ondervinden? Misschien zijn er maatregelen nodig om hinder te voorkomen of te beperken. Je kan hen beter duidelijk informeren, gedeeltelijk inspraak geven, sensibiliseren en er zelfs mee samenwerken. Zorg in elk geval dat gebruikers en bewoners ongehinderd van de streek kunnen blijven genieten.

Maar weet dat jouw project ook heel wat voor hen en de streek kan betekenen. Zet daarom de meerwaarde van jouw toeristische verbreding goed in de verf. Zorg voor een 'plus' voor de andere gebruikers en bewoners. Enkele ideeën:

- Werk samen met lokale ondernemers om bezoekers bepaalde producten of diensten aan te bieden zoals een hoeve-ontbijt, fietsverhuur of wandeltochten. Denk ook aan boerderijproducten, een picknickmand met streekproducten, bedrijfsbezoeken en workshops. Door samen te werken met streekgenoten vergroot je het authentieke totaalconcept. Natuurlijk verbetert ook de band met anderen in de streek. Bovendien is korte keten-economie goed voor het milieu.

TIPS

Op www.lekkerootstvlaams.be worden heel wat lokale producenten van streekproducten gepromoot.

De website www.steunpuntkorteketen.be ondersteunt ondernemers die willen starten met korte keten en bevat heel wat tips voor consumenten.

Er zijn in Oost-Vlaanderen 3 coöperaties actief: producenten van hoeve- en streekproducten die samenwerken en een webshop beheren.

- Regio Meetjesland: www.mmm-eetjesland.be
- Regio Vlaamse Ardennen: www.vlapas.be
- Regio Waasland: www.smaakvanwaas.be

- Stel je initiatief (gedeeltelijk) open voor lokale gebruikers en bewoners. Laat hen bijvoorbeeld ook meedoen met een workshop kaasmaken, aansluiten bij de rondleiding op je bedrijf, deelnemen aan het voeren van de dieren ... Zo betrek je hen bij je activiteiten krijg je lokale bekendheid en creëer je een positieve houding.
- Bekijk eens of je kan samenwerken met lokale verenigingen. De fotoclub kan foto's komen nemen op je bedrijf, misschien organiseer je een tentoonstelling van de plaatselijke kunstvereniging of doe je een activiteit samen met de heemkundige kring of gilde.
- Waarschijnlijk is er een mogelijkheid om via je toeristische uitbating mee de lokale identiteit en het erfgoed te versterken of in de kijker te zetten. Ga met de verhalen aan de slag en laat jouw initiatief de bestaande gemeenschap versterken.



EENS RAADPLEGEN!

‘Boeren met buren’ is een heel interessante publicatie (Innovatiesteunpunt, Inagro, ILVO en UGent) over hoe je je buren betrekt bij je rurale bedrijf en hoe je met verbredingsactiviteiten als bruggenmaker fungeert.

www.innovatiesteunpunt.be/nl/inspiratie/boeren-met-buren

‘Reizen naar morgen’ is een initiatief van Toerisme Vlaanderen rond de toekomst en de impact van toerisme. Hierbij is het erg belangrijk ernaar te streven een zogeheten ‘florerende bestemming’ te zijn. Toerisme is immers pas een meerwaarde voor een regio als het tegemoet komt aan de behoeften van toeristen, ondernemers én inwoners.

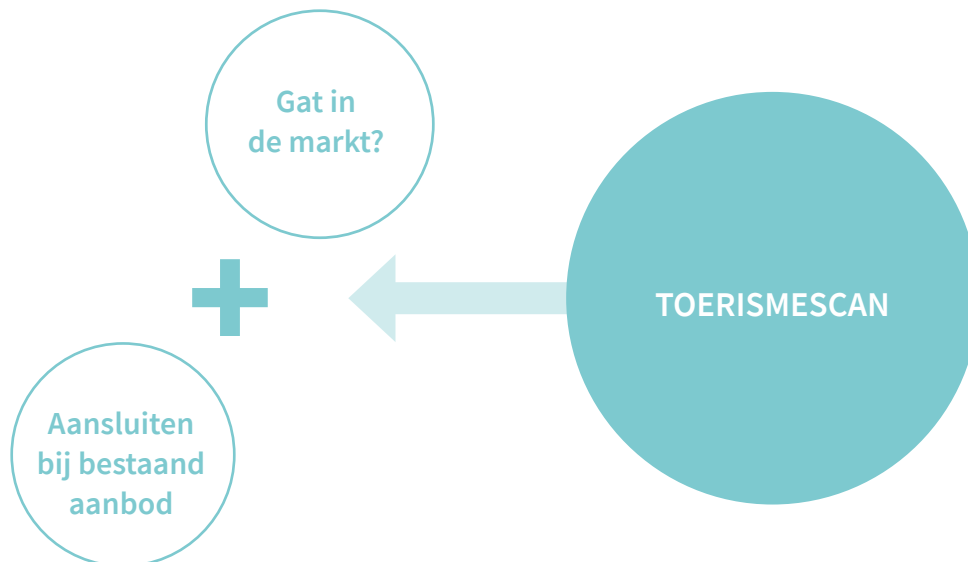
Meer info: www.reizennaarmorgen.be en www.reizennaarmorgen.be/articles/op-weg-naar-een-florerende-bestemming

2.4 STAP 4: TIJD VOOR EEN TOERISMESCAN

Nu volgt zeer belangrijk ‘huiswerk’ voor iedere toeristische ondernemer in spé, namelijk een overzicht maken van het bestaande aanbod in de omgeving.

Een goede kijk op de streek, biedt verschillende voordelen:

- ▶ je kan je onderscheiden van het bestaande aanbod,
- ▶ je kan je netwerk uitbreiden, bijvoorbeeld door samen te werken met concullega's,
- ▶ je bent een bron van informatie voor je klanten, want je kent het toeristische aanbod, de bezienswaardigheden, de fiets- en wandelroutes, het knooppuntensysteem, je hebt folders en websites om te raadplegen.



2.4.1 Vind een gat in de markt

- ▶ Maak een overzicht van **hoeveel en welke types logies al bestaan** in jouw omgeving. Zo kan je inschatten welke plaats je met jouw logies kan innemen. Op www.sector.tov.be/logiesaanbod zie je de evolutie van het aantal uitbatingen, logieseenheden en bedden van de verschillende logiesvormen in Vlaanderen, Oost-Vlaanderen met haar vijf regio's en kunststad Gent. Informatie over de grootte, de vergunningsstatus en de comfortclassificatie van het logiesaanbod verfijnt het beeld.
- ▶ **Raadpleeg cijfers** over overnachtingen, aankomsten, herkomst van de toeristen, doel van het verblijf en type verblijf (vakantie of zakelijk ...). Dit geeft een ruwe inschatting van de bezetting en de verwachtingen die je mag hebben voor verschillende soorten verblijven. Je vindt hierover cijfermateriaal op www.sector.tov.be/verblijfstoerisme
- ▶ Wees je bewust van het profiel van de verblijfstoerist. Wie is de vakantieganger, hoe oud of jong, in welk gezelschap reist hij of zij, waarom gaan mensen op reis (zaken ontdekken, fietsen, wandelen, cultuur, eten en drinken), Wat is hun bestedingspatroon tijdens hun verblijf? Je vindt de nodige informatie op www.sector.tov.be/de-recreatieve-verblijfstoerist
- ▶ Onderzoek naar de Vlaamse vakantieganger toont onder meer aan dat de Oost-Vlaamse regio's aantrekkelijk zijn omdat ze sterke troeven hebben. Het blijkt dat binnenlandse en Nederlandse toeristen samen meer dan 39 miljoen euro besteden aan vakantie in de Oost-Vlaamse regio's.
- ▶ Op de website www.sector.tov.be/strategische-plannen kom je te weten wat voor jouw regio de toeristische strategie is. Je kan daar dan rekening mee houden als je keuzes maakt voor jouw logies. Lees de informatie over jouw regio er dus aandachtig op na.

2.4.2 Sluit aan op het bestaande toeristische aanbod

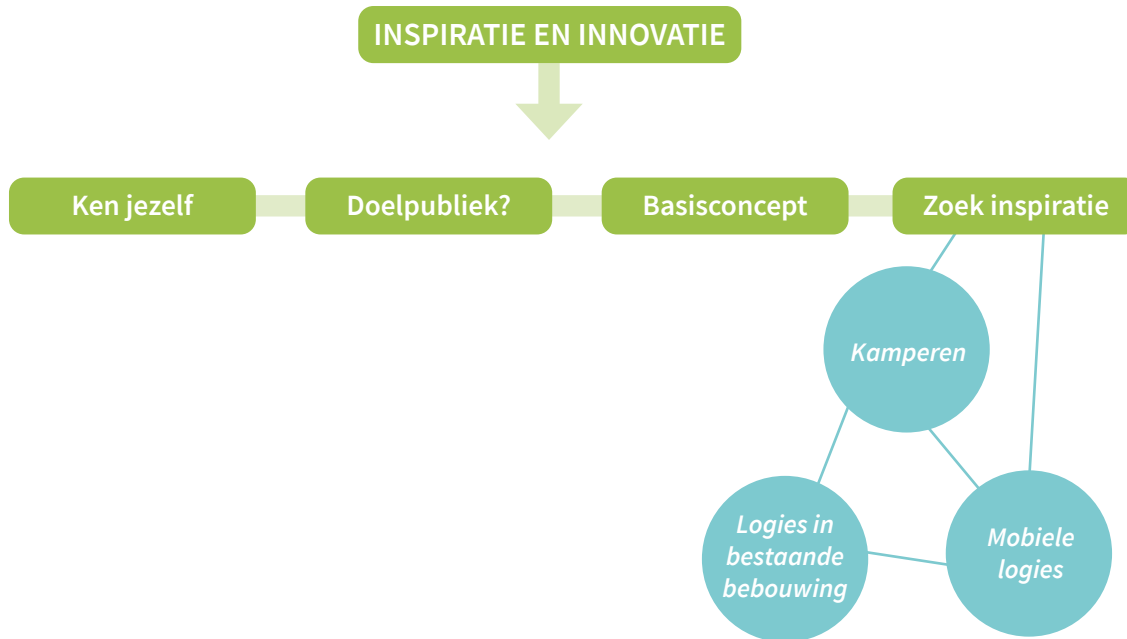
- ▶ Fietsen is populairder dan ooit en daar zit het knooppuntennetwerk zeker voor iets tussen. Zoek uit hoe je verblijf ligt ten opzichte van de knooppunten en gebruik dit als troef naar je gasten toe. Je kan zelf de ideale fietsvakantie samenstellen voor je gasten: www.sector.tov.be/wegwijzer-fietsvakanties-voor-de-vakantiemaker
- ▶ Ook wandelen is een populaire activiteit! Maak gebruik van de online routeplanners op de websites van Toerisme Oost-Vlaanderen: www.routen.be/fietsrouteplanner en www.routen.be/wandelrouteplanner
- ▶ Deze routeplanners geven niet alleen een overzicht van de wandel- en fietsknooppunten in Oost-Vlaanderen maar ook van de 'points of interest' zoals toeristische bezienswaardigheden, recreatiemogelijkheden, musea, natuurgebieden, horeca ... De routeplanners zijn ook een heel praktisch instrument om fiets- of wandeltochten in de buurt van je logies uit te werken.



2.5 STAP 5: LAAT JE INSPIREREN OM TE INNOVEREN

We hadden het in dit draaiboek al een paar keer over innovatie. Wat bedoelen we daar nu precies mee? En vooral: hoe kan je zelf innovatief zijn met je hoeverisme?

Innovatie betekent letterlijk ‘vernieuwing’ of iets nieuws invoeren. Dat is niet eenvoudig in een wereld waarin alles al bestaat. Toch hebben we enkele tips rond innovatie.



2.5.1 Ken jezelf, je bedrijf en de mogelijkheden

Door de verschillende scans in het stappenplan, kreeg je een goed zicht op wat je wil en wat er kan op jouw bedrijf en in jouw omgeving. Je kent de sterktes van je bedrijf en je omgeving en neem die als solide basis voor de verdere ontwikkeling van je toeristische concept.

2.5.2 Ken je doelpubliek

Toerisme Vlaanderen doet geregeld onderzoek naar toeristische trends: www.toerismevlaanderen.be/trends en geeft ook meer informatie over familievriendelijkheid of gastvrijheid: www.toerismevlaanderen.be/kwaliteitshotels

TIP

Nodig eens vrienden of kennissen uit op je bedrijf en vraag hen wat zij nodig hebben om de boerderij ten volle te kunnen beleven.

Onderzoek op die manier de klantenbeleving en laat hen meedenken over wat je wil aanbieden. Werk hiervoor eventueel ook samen met de dorpsbewoners of een lokale school. Zo leren ook zij je bedrijf beter kennen. Denk zeker ook aan minder evidente doelgroepen zoals jongeren of personen met een beperking.

2.5.3 Werk een basisconcept uit

Je hebt nu een kijk op jezelf, de mogelijkheden van je bedrijf en de omgeving en je kent je publiek. Vertrek vanuit die kennis om een basisconcept voor de toeristische verbreding uit te werken.

Koppel de wensen van je doelpubliek met de troeven van je bedrijf en combineer dat tot een unieke en authentieke beleving.



2.5.4 Zoek inspiratie

Je hoeft het warm water niet opnieuw uit te vinden, maar zomaar *copy-pasten* werkt meestal ook niet. Zeker niet binnen hoevertoerisme waar authenticiteit centraal staat.

Wat wél een meerwaarde is:

- ▶ goed weten wat er leeft in de sector,
- ▶ beseffen wat er technisch kan en wat niet,
- ▶ wat je inspireert aanpassen aan je eigen situatie.

2.5.4.1 Waar vind je inspiratie?

Onze website www.toerismeboeren.be bundelt al heel wat inspirerende voorbeelden van beleevingsvol (hoeve)toerisme. Er zijn ook links opgenomen naar enkele websites die innovatieve logiesvormen promoten.

Binnen hoevertoerisme zet je in op één van deze drie types logies:

- ▶ logies in bestaande bebouwing,
- ▶ terreingebonden logies onder de vorm van tenten of kampeerweides,
- ▶ logies onder de vorm van mobiele units.

Je hebt dan nog quasi onbeperkte mogelijkheden. We geven je graag een aantal ideeën. We baseren ons hiervoor onder meer op input van de tweedejaarsstudenten 2018-2019 van de Luca School of Arts - opleiding interieurvormgeving - die unieke ontwerpen uitwerkten voor 5 rurale ondernemers die wij begeleidde.

2.5.4.2 Logies in bestaande bebouwing

Denk aan een schuur of stal die wordt omgevormd tot vakantiewoning. Dit vergt echter vaak een vrij grote investering. Daarom geven we graag enkele alternatieven.

INDOOR 'KAMPEERPLEK' IN EEN LEEGSTAANDE SCHUUR OF SERRE.

Zonder al te grote investeringen richt je een leegstaand gebouw in met sanitair en eventueel een gemeenschappelijke kook- en ontmoetingsplek. Gasten komen met hun eigen tent of caravan of je voorziet zelf slaapunits.

Bijkomend voordeel is dat de invulling van het gebouw flexibel is: gedeeltelijk als indoor overnachtingsplek, gedeeltelijk voor agrarische activiteiten, een bepaalde periode voor verblijf, een andere periode voor land- of tuinbouw en dan nog gecombineerd of afgewisseld met mobiele logies in de weide.

Inspirerende voorbeelden

- ▶ Treckhostel in Gent is zeer populair bij jongeren én bij gezinnen. Je overnacht er in caravans die werden opgesteld in een oude loods: www.treckhostel.be
- ▶ Hihahut biedt beleevingsvolle arrangementen voor twee personen in unieke hutten. Eén 'hut' is een tentenconstructie in een bestaande serre met eigen sanitair en kookgelegenheid: www.hihahut.nl/product/binnentent
- ▶ In Nederland vind je het Stroohotel waar je op strobedden slaapt op een echte hooizolder: www.hayemaheerd.nl/stro-hotel

INSPIRERENDE VOORBEELDEN
INDOOR KAMPEERPLEK



www.treckhostel.be



www.hihahut.nl



www.hayemaheerd.nl



POP-UP INRICHTING VAN EEN LEEGSTAAND GEBOUW

Richt je een leegstaand gebouw in voor tijdelijke activiteiten en evenementen, gebruik dan liefst materialen die sowieso voorhanden zijn op je boerderij. Zo wek je de juiste sfeer op en is er een duidelijke link met je bedrijf. En dat met beperkte investeringen.

Enkele ideetjes:

- ▶ Je richt een open schuur in voor degustaties en als vertrekpunt voor bloesemtochten doorheen de boomgaarden. Voor de inrichting gebruik je oude fruitbakken en andere materialen die naar het bedrijf verwijzen.
- ▶ Een hooizolder is soms een ideale speelruimte voor jong en oud. Kinderen vinden dit fantastisch, want zo'n zolder hebben ze niet meer in hun buurt. Maar ook volwassenen genieten hiervan. Voor hen kan de hooizolder wekelijks een cinemazaal zijn of een grote leeshoek. Zorg er wel voor dat alles veilig blijft voor de bezoekers!

**De boodschap:
vaak is minder juist meer!
Werk met de zaken die je al hebt
of die eigen zijn aan een ruraal
bedrijf.**

INNOVATIEVE LOGIESINRICHTINGEN VAN BESTAANDE GEBOUWEN

Zet je bedrijf, je activiteiten en de omgeving in de kijker. Zorg voor zicht op het groen en het omliggende landschap. Of geef letterlijk een kijk op de boerderij zelf, denk aan logies met zicht op de kalverenstal, op de passerende koeien of de weidse akkers.

Laat je gasten het boerderijleven van zeer dichtbij beleven gewoon door bij jou te logeren: dieren in de nabijheid, een eigen moestuin of bessentuin waar ze mogen plukken, eventueel pluimvee, geitjes of konijnen om te voederen ...

Inspirerende voorbeelden

- 'Koe in de kost' is een Nederlands concept waar je in zogenaamde 'grondulows' overnacht met zicht op de koeien. Opgelet: dergelijke vaste constructies in agrarisch gebied zijn niet toegelaten in Vlaanderen.
www.koeindekost.nl
- In de Drieshoeve in de Antwerpse Kempen heb je zicht op de kalverenstal vanuit je slaapkamer:
www.dedrieshoeve.com



2.5.4.3 Kamperen

Kamperen bij land- en tuinbouwers wordt in Vlaanderen nog maar weinig gedaan terwijl het in Nederland juist zeer populair is.

Nochtans mag je op een ruraal bedrijf 4 x 30 dagen per jaar kampeergelegenheid aanbieden zonder omgevingsvergunning. We verwijzen hiervoor naar hoofdstuk 2.2 rond omgevingsvergunning.

Er zijn verschillende formules mogelijk:

- ▶ Je voorziet staanplaatsen waar de bezoekers hun tent of camper neerzetten. Zorg voor natuurlijke inrichting van de kampeerplekken. Hou er rekening mee dat bijkomende verhardingen niet toegelaten zijn. Laat de bezoekers bijvoorbeeld kamperen in de boomgaard, met een eigen pluk- of moestuin, of met zicht op de koeien of andere boerderijdieren.
- ▶ Je biedt zelf verblijf in tenten aan. Denk dan aan belevingsvolle concepten zoals yurts of een Bell Tent. Of ga de glampingtoer op met volledig geïnstalleerde luxetenten of safarilodges. Hou wel in het achterhoofd dat de constructies na 4 maanden afgebroken of verplaatst moeten worden tenzij je een omgevingsvergunning ontvangt van de lokale omgevingsambtenaar, dan mogen deze verblijven permanent blijven staan.

Voorzie eventueel beperkt gemeenschappelijk sanitair en kookgelegenheid in bestaande gebouwen of mobiele units.

Speel binnen het kampeerconcept zoveel mogelijk de natuurlijke en milieuvriendelijke kaart uit en probeer dit door te trekken in alle aspecten. Dit gaat van composttoiletten, buitendouches, hottub of modderbaden tot natuurlijke speeltuigen, mini kinderboerderij, pluktuin of voedselbosjes. Creëer een totaalconcept waarbij de bezoekers volledig worden ondergedompeld in de natuurlijke omgeving.



We geven je graag wat inspiratie:

- ▶ Op de Krekelweide, een ecoglamping in Limburg, slaap je in een volledig ingerichte Bell Tent met een zomerkeuken, vuurput, buitendouche en composttoilet: www.dekrekelwei.be
- ▶ De website www.coolcamping.com bundelt een aantal inspirerende kampeerplekken in Europa. Er is ook een aparte categorie 'On the farm'.
- ▶ Voor tenten op een fruitkweekbedrijf liet een student van de Luca Hogeschool zich inspireren door de omgeving. De lattenstructuur waarin de peervormige tent is opgehangen verwijst naar de latten waarlangs de fruitbomen groeien. Het gemeenschappelijke sanitair en de kookgelegenheid komen in een leegstaande ijzeren open schuur die deels ingericht werd met fruitbakken.



www.dekrekelwei.be



INSPIRERENDE VOORBEELDEN KAMPEREN



www.coolcamping.com



©Luca School of Arts - Colette Vercammen

2.5.4.4 Mobiele logies

Mobiele logies zijn constructies die makkelijk verplaatsbaar zijn, al dan niet met een heftruck of tractor. Je kent ze wel, de 'tiny houses', een klein huisje op wielen, of bijvoorbeeld pipowagens. Ze zijn heel populair bij toeristische bezoekers omdat ze belevingsvol zijn en tot de verbeelding spreken.

Net omdat ze mobiel zijn, heb je de mogelijkheid om ze op verschillende idyllische en belevingsvolle plekken te plaatsen op je bedrijfssite.

Wist je dat dergelijke mobiele logies heel wat mogelijkheden bieden in agrarisch gebied? Je mag ze 4 x 30 dagen uitbaten zonder omgevingsvergunning. Bovendien heb je als land- of tuinbouwer het materiaal om dergelijke constructies te verplaatsen en te stockeren.

Breng wel de gemeente op de hoogte en zorg dat je in orde bent met alle logiesregels, verzekeringen en brandveiligheid. Je leest hierover meer in hoofdstuk 3 'Wetgeving'.

Net als bij het kamperen zoek je ook bij mobiele logies naar een totaalconcept waarin beleving van het platteland, natuur en het agrarisch bedrijf centraal staan.

Enkele inspirerende voorbeelden:

- Hihahut in Nederland biedt belevingsvolle arrangementen met overnachting in unieke hutten, telkens voor 2 personen. www.hihahut.nl
- Bij 't slaapboerke in Poederlee slaap je tussen de koeien in een omgebouwde beestenwagen. www.slaapboerke.be
- Ook de studenten van de Luca School of Arts gingen gretig aan de slag met het concept 'mobiele logies':
 - 'Moohotel' is een verplaatsbaar motel tussen de koeien. Het is een unit met uitschuifbare gedeelten voor extra ruimte. Door ingebouwde sleuven kan de unit gemakkelijk worden opgepikt door een heftruck.
 - Een andere student bedacht slaapunits die vrij in de serres van een tuinbouwbedrijf worden geplaatst. Zo wordt combinatie of afwisseling met de agrarische functie mogelijk. Er werd ook aan bijkomende items gedacht zoals verplaatsbare tafels die aan de bestaande rails van de serre hangen. Zo wordt de serre ingericht als gemeenschappelijke ontmoetingsruimte voor de bezoekers.



©Luca School of Arts - Toine Baert



©Luca School of Arts - Kira Knippertz



www.hihahut.nl



www.slaapboerke.be



2.6 STAP 6: KIES VOOR BELEVINGSVOLLE ACTIVITEITEN

Wie komt logeren op een ruraal bedrijf, heeft meestal ook interesse in de land- en tuinbouwactiviteiten ter plaatse. Het is dus zeker een meerwaarde om naast logies een aantal activiteiten aan te bieden die de bezoekers inkijk geven in je bedrijf. Laat hen eventueel een handje toesteken. Hierdoor krijgen de bezoekers het land- en tuinbouwverhaal mee en zet je toerisme in als promotie- en sensibiliseringsmiddel voor jouw bedrijf, de rurale sector en het platteland. Extra activiteiten kunnen ook zorgen voor extra inkomen, wat natuurlijk mooi meegenomen is.

Wees echter voorzichtig met activiteiten of spelletjes die weinig of niets met je bedrijf te maken hebben. Maak er geen pretpark van, maar zoek activiteiten die je bedrijf en de natuurlijke omgeving versterken. Heb oog voor authenticiteit en draagkracht van je bedrijf, de omgeving en de omwonenden.

Bezoekers ontvangen op je bedrijf kan heel intensief zijn. Het is niet de bedoeling dat recreatieve activiteiten de rurale taken verstoren of de overhand nemen. Maak het concept dus zeker niet te zwaar.

We verwijzen hiervoor naar 2.3 Stap 3: doe een plattelandsscan.

TIP

Beschrijf eventueel een 'customers journey' bij het indienen van een omgevingsvergunning. In zo'n 'journey' omschrijf je hoe de bezoeker je bedrijf zal beleven vanaf zijn aankomst tot zijn vertrek.

Het document toont aan dat je toeristisch concept deel uitmaakt van je landbouwverhaal en dat de beleving van je bedrijf en de omgeving centraal staan. Dit is vooral nuttig als je een logiesconcept wil realiseren waarvoor er geen duidelijk wettelijk kader is. Je zal je omgevingsambtenaar en de adviserende organen moeten overtuigen van het landbouwverhaal achter de toeristische uitbating.

2.6.1 Tips om recreatie en uitbating goed te combineren

2.6.1.1 Laat je recreatie aansluiten op je rurale activiteiten en deze in de kijker zetten

- ▶ Verwelkom zeker alle bezoekers op je bedrijf. Dit kan gerust kort en bondig.
- ▶ Vertel het persoonlijke verhaal van je agrarische bedrijf en stel ook jezelf en je gezin voor. Dit hoeft echter niet mondeling, het kan ook in een brochure, fotopanelen of een kort introfilmpje.
- ▶ Geef je een traditionele rondleiding, zorg er dan voor dat je bezoekers ook zelf iets kunnen doen en activeer alle zintuigen. Organiseer de rondleiding bijvoorbeeld enkel op vaste momenten, bijvoorbeeld 1 maal per week of om de 2 dagen om het haalbaar te houden.
- ▶ Laat de bezoekers gerust vrij rondlopen op je bedrijf. Duid wel heel duidelijk aan waar zij vrij mogen rondlopen, waar kinderen onder toezicht van een volwassene moeten staan en waar bezoekers enkel met de boer mogen komen. Verwittig de bezoekers ook waar ze dieren kunnen tegenkomen: koeien, geiten, de waakhond ...
- ▶ Gebruik signalisatie voor wel en niet toegelaten zones op je bedrijf: een kleurcode, een looppad, pictogrammen ...
- ▶ Creëer een parcours over je terrein, doorheen de boomgaarden, akkers en velden, en laat de bezoekers al hun zintuigen gebruiken. Op dit parcours laat je hen af en toe een opdracht doen, een korte quiz, een zoektochtje of een kleine doe-activiteit met de boerderij als thema.

- ▶ Richt bepaalde ruimtes speciaal in voor je bezoekers zoals een hooizolder waar ze vrij mogen spelen, een aparte moestuin, pluktuin of kinderboerderijtje waar ze zelf hun eitjes, groenten en fruit mogen oogsten en eventueel ook aan onderhoud kunnen doen. Voor bezoekers, zeker die uit de stad, is verse eitjes rapen een hele beleving!
- ▶ Zoek naar boerderijbeleving. Stel bijvoorbeeld één voedermoment open voor het publiek of laat gasten op vaste momenten meehelpen op de boerderij.
- ▶ Organiseer eventueel workshops. Bijvoorbeeld over het verwerken van producten: kaas of vruchtensappen maken, planten stekken of bomen snoeien, groenten pekelen ... Er is heel veel interesse voor gezonde voeding. Speel hier zeker op in.

Ga voor totaalbeleving:
belevingsvolle logies, kennismaking met streekproducten en beleving van het platteland.
Trek dit zeker ook door in al de materialen die je gebruikt in zowel het logies
als op je bedrijf en ga voor natuurlijke en authentieke materialen.



2.6.1.2 Zoek samenwerkingen

Er zijn heel wat organisaties in je streek waarmee je kan samenwerken om activiteiten op poten te zetten. Dat verlaagt de werkdruk een beetje en verrijkt je aanbod.

- ▶ **Toeristische dienst of ambtenaren.** De verantwoordelijke voor toerisme of cultuur is vaak op zoek naar beleevingsvolle locaties voor evenementen en activiteiten. Een filmvertoning in je boomgaard of schuur, een concert in de koeienstal ... het kan een meerwaarde zijn voor beide partners. Een goede relatie met je lokale toeristische dienst is sowieso een pluspunt en helpt om je toeristische uitbating te promoten.
- ▶ **Lokale organisaties.** Denk aan de school, de heemkundige kring of een natuurorganisatie ... Zijn zij geïnteresseerd om iets te organiseren op je bedrijf? Kunnen zij je helpen om een interactief parcours uit te stippelen op en rond je bedrijf? Het zijn dikwijls 'arrangementen' die ook interessant zijn voor lokale bewoners en gebruikers. We verwijzen hiervoor naar 2.3 Stap 3: doe een plattelandsscan.
- ▶ **Landelijke Gilden.** Je vindt deze vrijwilligersvereniging op ongeveer 900 locaties in Vlaanderen met verschillende activiteiten in een gezellige sfeer waar amusement en genieten centraal staan. Dit gaat van kooklessen en knutselactiviteiten tot een verlichte boerderijwandeling. Zoek de Landelijke Gilde in jouw gemeente en laat hen weten dat je openstaat voor een samenwerking: www.landelijkegilden.be

2.6.1.3 Werk met organisaties voor kindereducatie

Heel wat organisaties kunnen je begeleiden als je kindereducatie wil organiseren.

- ▶ **Plattelandsklassen vzw** wil kinderen en jongeren op een ervaringsgerichte manier in contact brengen met land- en tuinbouw, platteland en voeding en ondersteunt en ontwikkelt daarvoor educatieve initiatieven. Als land- en tuinbouwer kan jij je hoeve opgeven als een bezoekboerderij. www.plattelandsklassen.be
- ▶ **Beleef de boerderij** is actief in Oost-Vlaanderen en promoot meer dan 80 actieve land- en tuinbouwbedrijven die openstaan voor schoolbezoeken. www.oost-vlaanderen.be/leren/activiteiten-voorklassen/een-boerderij-of-serre-bezoeken.html
- ▶ **Melk4kids** is een educatief project dat kinderen van 3 tot 12 jaar kennis laat maken met het verhaal van de koe en de melk. www.melk4kids.be



2.6.2 Hou rekening met verschillende doelgroepen

Hou bij de beleevingsvolle activiteiten rekening met verschillende doelgroepen.

Gezinnen met kinderen zijn de meest voor de hand liggende groep. En steeds vaker gaan ook **grootouders met hun kleinkinderen** op stap.

Ook volwassenen en zelfs jongeren hebben in toenemende mate interesse in het plattelandsleven, land- en tuinbouw, natuur, ambachten, gezonde voeding, oude tradities ... Speel hier zeker op in. Voorzie dus een aantal activiteiten voor kinderen, maar focus je niet enkel op de allerkleinsten. Denk ook aan volwassenen en tieners.

Hou ook rekening met **personen met een beperking**. Met een beetje creativiteit bedenk je ook voor deze diverse groep heel wat leuke beleevingsvolle activiteiten. Speel in op de verschillende zintuigen. Gebruik je werktuigen om ook deze doelgroep op je veld of in de bedrijfsruimtes te krijgen, maar zorg dat alles veilig blijft en op vlak van verzekeringen in orde is. De talloze zorgboerderijen in Vlaanderen tonen aan dat je een waardevolle aanvulling biedt op het zorgsysteem als je je bedrijf openstelt voor kwetsbare groepen. Wil je meer weten over zorgboerderijen, contacteer dan de organisatie Groene Zorg: www.groenezorg.be

Ten slotte is er nog een zeer specifieke doelgroep namelijk **bedrijven** die meer en meer op zoek zijn naar beleevingsvolle locaties voor vergaderingen of teambuilding. In het volgende hoofdstuk kom je hier alles over te weten.



2.7 STAP 7: OVERWEEG MICE: MEETINGS, INCENTIVES, CONGRESSEN EN EVENTS

Bedrijven zoeken meer en meer naar vergaderruimtes en leuke teamactiviteiten in een groene omgeving. Dit sluit aan bij de trend waarbij er graag naar 'buiten' wordt gegaan om nieuwe ideeën op te doen. Er is potentieel voor nieuwe originele locaties, accommodaties en catering voor events, teambuildings, walking dinners, personeelsfeesten, seminars ...

2.7.1 Onze tips & tricks

- ▶ Ga ervan uit dat je beschikbaar moet zijn tijdens de activiteit van het bezoekende bedrijf.
- ▶ Een aantal didactische basisvaardigheden kunnen nuttig zijn, maar je moet vooral enthousiasme en liefde voor het vak uitstralen.
- ▶ Sociale vaardigheden zijn bijzonder nuttig omdat het soms belangrijk is om duidelijke grenzen te stellen aan de bezoekers.
- ▶ Wissel ervaringen uit met collega-uitbaters.
- ▶ Ga na welk aanbod er reeds is rond jouw bedrijf en ontdek hoe je kan samenwerken. Een teambuildingaanbieder kan bijvoorbeeld jouw terrein gebruiken voor een activiteit en een cateraar kan een broodjeslunch verzorgen tijdens een vergadering die plaatsvindt in jouw bedrijf.
- ▶ Voer op tijd promotie: zorg dat je een website hebt die dynamiek en enthousiasme uitstraalt. Hou je website actief en up-to-date met achtergrondinfo over je bedrijf, informatie over bedrijfsvoering, receptjes, openingsuren, mogelijke capaciteit voor teambuilding en eventuele mogelijkheden tot catering.
- ▶ Zorg voor aanwezigheid op bepaalde sociale media (bv. LinkedIn), maar denk ook aan klassieke media zoals folder, visitekaartje, flyer, perspromotie (bv. openingsmoment), mond-aan-mondreclame ...
- ▶ Belangrijk is om aanvragen van bedrijven binnen de 48 uur te beantwoorden.

Toerisme Oost-Vlaanderen geeft je graag advies en begeleiding. De MICE-consulent stuurt aanvragen van bedrijven naar jou door als de criteria overeenstemmen met jouw product. Zo maken we bedrijven wegwijs in het aanbod in Oost-Vlaanderen.

Onze MICE-werking organiseert ook netwerkmomenten en workshops voor jou. Je krijgt vorming en netwerkmogelijkheden met collega's. Dit is belangrijk om goed op de hoogte te blijven en het werkveld af te testen.

2.7.2 Wat houdt de MICE werking van Toerisme Oost-Vlaanderen in?

- ▶ Lees na of je voldoet aan de MICE-criteria. Dit doe je via deze link: www.bit.ly/2RBJ83g
- ▶ Voldoet jouw product (nog) niet aan deze criteria, neem dan contact met ons op. We geven jou graag vrijblijvend advies en begeleiding.
- ▶ Als jouw product klaar is om in de markt te zetten, contacteer ons dan. We nemen je graag mee in onze MICE-werking.

Jouw aanbod wordt gratis gepubliceerd op de website www.lowiz.org

- ▶ Jouw product wordt meegenomen in de promotie gericht naar bedrijven, via onder meer nieuwsbrieven, vakpers, Facebook, Instagram, LinkedIn.
- ▶ Je krijgt uitnodigingen voor netwerkevents en workshops.
- ▶ Wij geven advies en begeleiding.

Wil je starten met activiteiten gericht op bedrijven, neem dan contact op met sector@oost-vlaanderen.be

2.8 STAP 8: START VAN EEN STEVIG BEDRIJFSPLAN

Werk aan je businessplan en SWOT-analyse. Bepaal je doelstellingen, visie en strategie. Zonder een duidelijke visie kom je niet ver. Met een strategie houd je focus, bespaar je tijd en krijg je energie. We geven jullie graag enkele tools mee.

2.8.1 Bepaal je doelstellingen en visie

Een visie begint met dromen. Bepaal wat je zelf graag doet. Een nieuwe activiteit ontwikkelen, lukt enkel wanneer je er zelf in gelooft en energie van krijgt.

- ▶ Wat wil je aanbieden en aan welke doelgroep?
- ▶ Hoeveel tijd wil je eraan besteden?
- ▶ Wat wil je doen en waar wil je staan binnen 2 tot 5 jaar?
- ▶ Binnen 10 tot 20 jaar?

Geef jezelf wat tijd, maar ga daarna aan de slag om je ideeën te concretiseren. Gebruik hiervoor het 'Business Model Canvas' en een 'SWOT-Analyse'.

We raden ook het werkboek 'Business Model Canvas voor nieuwe starters in land- en tuinbouw' aan en het werkboek 'Uitzicht door Inzicht, kompas voor sleutelmomenten'. www.innovatiesteunpunt.be/nl/boordevol-inspiratie-ga-aan-de-slag-met-onze-brochures

Een werkboek helpt je stap voor stap om je bedrijfsvisie te vormen.

TIP

Betrek je omgeving (medewerkers, familie, vrienden) bij het bouwen van je visie. De beste ideeën zijn vaak een combinatie van verschillende individuele ideeën.

2.8.2 Het Business Model Canvas: concrete antwoorden op concrete vragen

In het ‘Business Model Canvas’ maak je een ondernemingsplan op, overzichtelijk op 1 blad met 9 bouwstenen. Het is een beschrijving van het bedrijf, het verdienmodel, de toegevoegde waarde, de klanten, relaties en leveranciers.

Business Model Canvas - Toerismeboeren

Bedrijf

Datum

☒

Primary canvas

☐Alternate Canvas

Strategische Partners	Kernactiviteiten	Mijn Aanbod	Klantenrelaties	Klantengroepen
Welke externe strategische partners heb ik nodig om mijn product of dienst succesvol te kunnen realiseren?	Welke zijn de belangrijkste activiteiten die ik zelf moet doen om mijn aanbod voor de klant te realiseren?	Wat is mijn aanbod voor de klant ? Welke noden en problemen van de klant los ik hiermee op?	Hoe leg ik relaties met de klanten en hoe kan ik die onderhouden?	Wie zijn mijn belangrijkste klanten en wat is hun behoefte?
	Mensen en middelen		Kanalen	
	Welke mensen en middelen heb ik intern in mijn bedrijf nodig om mijn aanbod voor de klant te realiseren?		Hoe kan ik mijn klanten bereiken? Zowel inzake communicatie als afleveren product of dienst.	
Kostenstructuur		Inkomsten		
Wat zijn de kosten voor het ontwikkelen van mijn product of dienst ? Welke zijn de belangrijkste vaste en variabele kosten na introductie?		Hoe kan ik geld verdienen met mijn concept? Waarvoor zijn mijn klanten bereid te betalen?		
VAST				
VARIABEL				

DE 9 BOUWSTENEN, 9 VRAGEN WAAROP JE EEN CONCREET ANTWOORD GEEFT

- 1 ► *Value proposition – waardenpropositie: wat is mijn aanbod?*
- 2 ► *Customer segments - klantengroepen: wie zijn mijn belangrijkste klanten?*
- 3 ► *Customer relationships – klantrelaties: hoe leg ik relaties met de klanten?*
- 4 ► *Channels – kanalen: hoe kom ik in contact met mijn klanten?*
- 5 ► *Revenue streams – inkomensstromen: waarmee ga ik geld verdienen?*
- 6 ► *Key activities – kernactiviteiten: wat moet ik doen om het aanbod waar te maken?*
- 7 ► *Key resources – mensen en middelen: wat heb ik nodig om het aanbod waar te maken?*
- 8 ► *Partners: welke externe partners heb ik nodig om tot succes te komen?*
- 9 ► *Cost structure – kostenstructuur: met welke kosten moet ik rekening houden?*

Voorbeelden

1 ► **Mijn aanbod:**

Vakantiewoning voor 32 personen, 8 kamers x 4 personen, voorzien van sanitair/douche op elke kamer + gemeenschappelijke keuken en zitruimte, 1 kamer toegankelijk voor rolstoel, extra educatieve ruimte voor degustaties & workshops tijdens de week met professionele keuken, optioneel mee te huren door huurders vakantiewoning, vnl tijdens de weekends, ...

Vakantiewoning opsplitsbaar naar kleinere units zonder gebruik gemeenschappelijke ruimte/keuken, met zithoek, vnl naar kamerverhuur voor bedrijven tijdens de week, met ontbijtoptie, voorzien van aparte ingang, voorzieningen voor kinderen/familie aanwezig (kinderstoel, bedje,...), fietsenstalling / fiets & paardenstalling, telkens rondleiding op de boerderij, ...

2 ► **Klantengroepen:**

Vakantiewoning: families (met kinderen), vrienden (wandelaars/fietsers), clubs wielertoeristen, tijdens week: bedrijven en gepensioneerden.

Educatieve ruimte: tijdens de week voor scholen, verenigingen en bedrijven, tijdens het weekend is het een extra ruimte voor families die de vakantiewoning huren.

3 ► **Klantenrelaties:**

Mond-aan-mond reclame, website / sociale media, samenwerking met collega's, ...

4 ► **Kanalen:**

Brochure Logeren in Vlaanderen, brochures Toerisme O-VL, Vlaamse Wandelfederatie, eigen website / sociale media, geassocieerde booking sites, organisatie Ronde Van Vlaanderen en aanverwante evenementen, ...

5 ► Inkomsten:

Verhuur vakantiewoning midweek / lang weekend, verhuur vakantiewoning dagbasis tijdens week in kalme periodes, verhuur speciaal tarief tijdens Ronde Van Vlaanderen (exclusief arrangement), verhuur educatieve ruimte als extra ruimte bij vakantiewoning, inkomsten georganiseerde workshops, proeverijen & rondleidingen, ontvangsten uit extra aanbod: vullen frigo, traiteur, fietsverhuur, bakker, traiteurdiensten, dranken (streekwijn & bier), ...

6 ► Kernactiviteiten:

Uitbaten vakantiewoning, uitbaten educatieve ruimte, uitwerken rondleidingen, proeverijen / workshops, uitwerken map 'activiteiten in de regio', duidelijke prijslijst en mogelijkheden voor extra services, organiseren persevenement bij opening, plannen herbekijken voor opsplitsing naar week-verhuur vakantiewoning – aparte ingang wenselijk, finale goedkeuring plannen en indienen omgevings-vergunning, ...

7 ► Mensen en middelen:

Geldmiddelen voor nodige investeringen en uitrusting, eigen inbreng, opkuis / reiniging / wasserij, ...

8 ► Strategische partners:

Project Toerismeboeren, Toerisme O-VL, Gemeente Dienst RO, architect, booking partners o.a. Airbnb, Booking.com ... , bank (financiering), Innovatiesteunpunt (advies), kok / traiteurdienst, ...

9 ► Kostenstructuur:

VAST: investeringskost gebouw & inrichting (vakantiewoning + educatieve ruimte), Kost architect, indiening omgevingsvergunning, aanleg toegangspaden , infrastructuur & nutsleidingen buiten, verzekeringen, website, ...

VARIABLE: elektriciteit / water / verwarming, opkuis / reiniging linnen, promo / marketing, eventuele commissies aan booking sites, ...



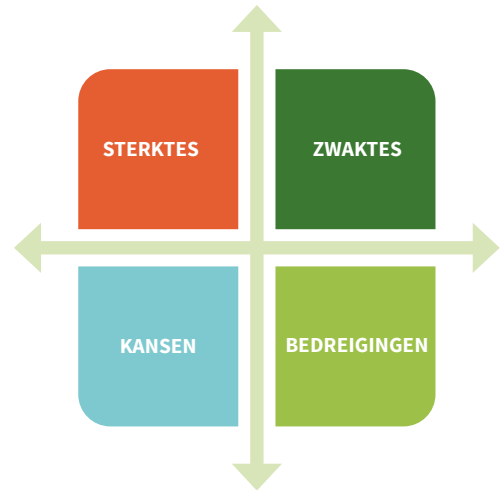
Geraardsbergen, Lippenshof

2.8.3 De SWOT-Analyse: zicht op sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen

Een SWOT-Analyse maakt deel uit van een ondernemingsplan. Het draait om het vaststellen van interne en externe factoren die gunstig of ongunstig zijn voor het waarmaken van je project of aanbod.

SWOT in een notendop:

- ▶ **Strengths** - Sterktes: de sterke punten van jouw bedrijf of project die zullen bijdragen aan het realiseren van je project of aanbod.
- ▶ **Weaknesses** - Zwaktes: de mogelijk zwakke punten van jouw bedrijf of project. Zij kunnen een negatief effect hebben op de realisatie ervan.
- ▶ **Opportunities** - Kansen: welke externe mogelijkheden doen zich voor en helpen je project vooruit?
- ▶ **Threats** - Bedreigingen: externe factoren en gebeurtenissen die je project of bedrijf negatief kunnen beïnvloeden.



2.8.4 SMART helpt om doelen te bereiken

Vaak eindigt alles met het formuleren van een strategie. De krachtlijnen die zijn opgesteld verdwijnen in een schuif door gebrek aan tijd, kennis of middelen.

Dat hoeft echter niet zo te zijn. Formuleer je strategie in een SMART-doel.

- ▶ **Specifiek**: is de doelstelling of het aanbod eenduidig?
- ▶ **Meetbaar**: kan je 'meten' of het doel al dan niet bereik is?
- ▶ **Acceptabel**: zijn je aanbod en doel acceptabel voor de betrokkenen op je bedrijf, je familie, omgeving ...?
- ▶ **Realistisch**: is het doel haalbaar?
- ▶ **Tijdgebonden**: wanneer (in de tijd) moet het doel bereikt zijn?

Bekijk deze strategie op regelmatige basis. Waar sta je, waar wijk je af van je oorspronkelijk doel, waar moet je bijsturen ?

2.8.5 Maak een stappenplan

Maak op basis van je Business Model Canvas een concreet stappenplan met zo concreet mogelijke to do's doorheen de tijd. Dit stappenplan neem je om de zoveel tijd eens vast, je vinkt zaken af die gerealiseerd zijn, gaat verder met afwerken of stuurt bij waar nodig.



Vlaanderen
is toerisme

HET VLAAMS LOGIESDECREET IN ÉÉN OOGOPSLAG



TOERISMEVLAANDEREN

3 WETGEVING

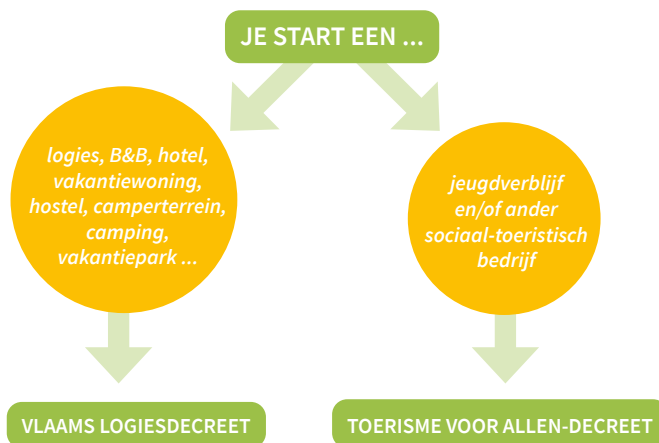
3.1 VERSCHILLENDE LOGIESTYPES, VERSCHILLENDE REGELS

Wil je logies uitbaten? Dan dien je in orde te zijn met de geldende wetgeving, voorwaarden en regels. De basis is voor iedere logies gelijk, echter per type logies zijn er wel enkele belangrijke verschillen. We zetten in dit hoofdstuk alles zo duidelijk mogelijk op een rij.

In agrarisch gebied kies je voor ‘kleinschalige’ logies.

In Vlaanderen verstaan we hieronder Bed & Breakfasts, familiehotelletjes, vakantiewoningen, gastenverblijven met maximum 15 kamers of maximum 8 eenheden (bijvoorbeeld tenten, pipowagens ...). Als je deze aantallen niet overschrijdt, dan hoef je in principe geen extra personeel in dienst te nemen en kan je zelf gastheer of -vrouw zijn. Je beslist natuurlijk zelf of je hulp aanneemt en een deel van de taken uit handen geeft.

Dit schema maakt duidelijk welk decreet van toepassing is:



Vlaams Logiesdecreet: zie hoofdstuk 3.2 www.toerismevlaanderen.be/logiesdecreet

Toerisme voor Allen-decreet: zie hoofdstuk 3.3 www.toerismevlaanderen.be/toerismevoorallen

TIP VOOR STARTERS

Speciaal voor starters organiseert de logiesconsulent van Toerisme Oost-Vlaanderen elke maand een informatief logiesconsult. Zo kom je te weten welk type logies aan welke regels moet voldoen en waar je het best rekening mee houdt als je toeristisch logiesondernemer wordt.

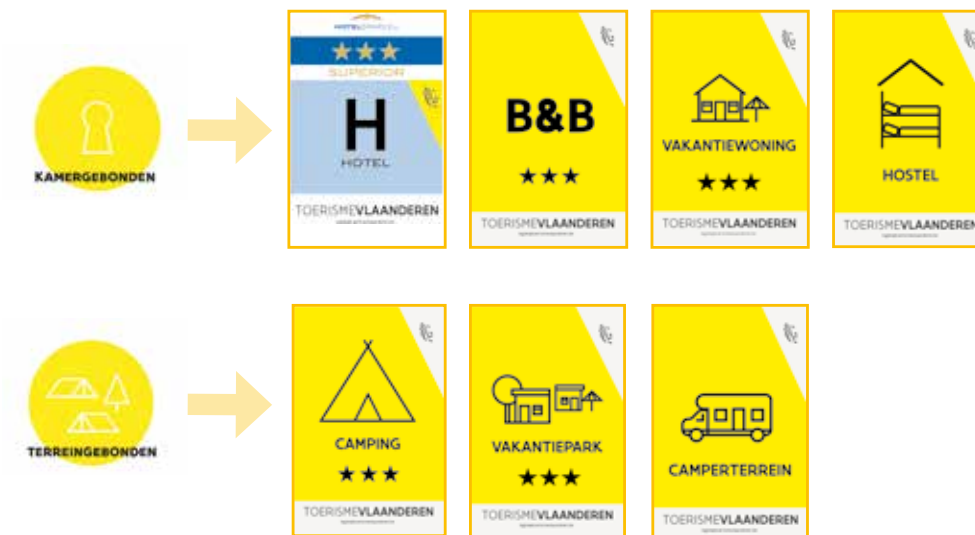
Meer info: www.sector.tov.be

3.2 HET VLAAMSE LOGIESDECREET: VOOR DE MEESTE LOGIES

Het Vlaamse logiesdecreet, van kracht sinds 1 april 2017, vereenvoudigt de administratieve regels voor wie toeristen tegen betaling laat overnachten in Vlaanderen en daarvoor promotie maakt via eigen of externe kanalen. Of je het logies professioneel aanbiedt of slechts af en toe, maakt daarbij niet uit. Veiligheid en kwaliteit blijven essentieel.

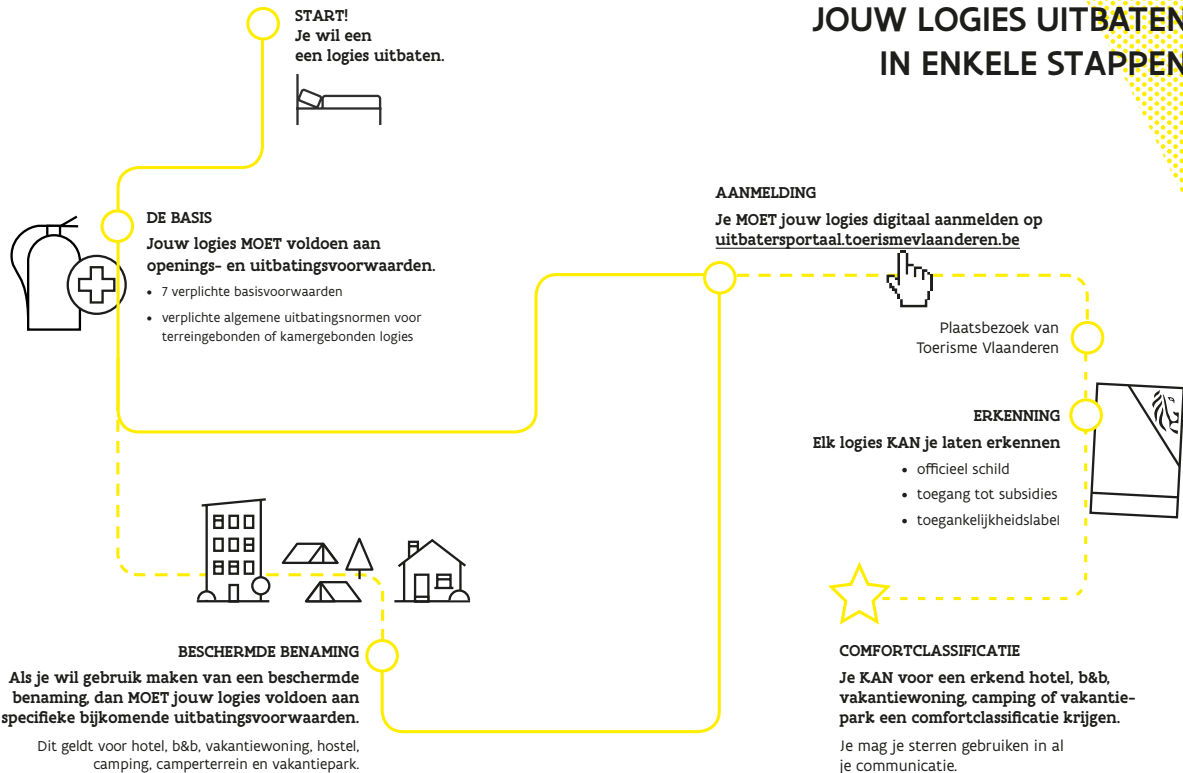
3.2.1 Dit zijn de regels in grote lijnen:

- ▶ Je logies voldoet aan de **basisnormen** voor (brand)veiligheid, verzekering en hygiëne.
- ▶ Ook de meer **specifieke uitbatersnormen** voor jouw type logies zijn nageleefd.
- ▶ Je **meldt je logies aan** via het uitbatersportaal van Toerisme Vlaanderen: www.toerismevlaanderen.be/logiesuitbaters
- ▶ Je laat eventueel je **logies erkennen** door Toerisme Vlaanderen, al dan niet met een comfortclassificatie uitgedrukt in “sterren”. Vraag je een erkenning aan, dan komt er automatisch een logiesadviseur van Toerisme Vlaanderen langs voor een controlebezoek en een adviserend gesprek.
- ▶ Gebruik je een **beschermd benaming** zoals hotel of camping met comfortclassificatie? Of zou je er één kunnen gebruiken? Dan berekent een logiesadviseur van Toerisme Vlaanderen bij een controle spontaan het comfortniveau van je logies. Bekijk ook of je voldoet aan de bijkomende opening- en exploitatievoorwaarden.



Een volledig overzicht van de voorwaarden per beschermd benaming kan je terugvinden via www.toerismevlaanderen.be/logiesdecreet

JOUW LOGIES UITBATEN IN ENKELE STAPPEN



Bron: Toerisme Vlaanderen

3.2.2 Afwijkingen zijn toegelaten

Het logiesdecreet laat creativiteit en innovatie toe. Zo mag Toerisme Vlaanderen je toestaan om af te wijken van de algemene en bijkomende uitbatingsvoorwaarden. Daarvoor wordt altijd de situatie ter plaatse bekeken om in te schatten of jouw logies in orde is op vlak van veiligheid en basiskwaliteit.

3.2.3 Er zijn controles en zelfs ... boetes

Toerisme Vlaanderen voert controles uit om te zien of elk logies:

- ▶ voldoet aan de basisvoorwaarden,
- ▶ voldoet aan de algemene uitbatingsnormen,
- ▶ beschikt over de nodige administratieve documenten.

De controles gebeuren zowel administratief als via plaatsbezoeken.

Ze doen bijvoorbeeld steekproeven om te controleren of het logies beschikt over de nodige documenten, zoals het brandveiligheidsattest.

Opgelet: je riskeert als uitbater een administratieve geldboete als:

- ▶ jouw logies niet voldoet aan de uitbatingsvoorwaarden,
- ▶ je niet beschikt over de nodige administratieve documenten.
- ▶ je de indruk wekt erkend te zijn terwijl dat niet zo is,
- ▶ je ten onrechte een beschermde benaming, een erkenningsteken of een comfortclassificatie gebruikt.

Als Toerisme Vlaanderen onveilige situaties vaststelt, kan het bevelen om het logies meteen te sluiten. Dan krijg je een zogenaamd 'stopzettingsbevel'.



3.3 TOERISME VOOR ALLEN-WETGEVING: VOOR SOCIAAL-TOERISTISCH VERBLIJF

Nogal wat mensen kunnen niet volwaardig op vakantie gaan door fysieke, financiële of andere drempels. Toerisme Vlaanderen bouwt daarom aan een aanbod van kwaliteitsvolle sociaal-toeristische verblijven. We willen dat er voldoende aangepaste en betaalbare overnachtingsmogelijkheden zijn voor jeugdgroepen, gezinnen met kinderen, personen met een beperking of een zorgnood, senioren ...

Voldoe je aan de kwaliteits- en veiligheidsnormen van het decreet 'Toerisme voor Allen' dan kan jouw verblijf erkend worden als verblijf 'Toerisme voor Allen'. Die erkenning en het bijhorende label, zijn een duidelijk kwaliteitssignaal. Je toont je engagement en kan dit ook gebruiken in promotie naar deze doelgroepen toe.

Lees meer over de werking Toerisme voor Allen: www.toerismevlaanderen.be/toerismevoorallen

3.3.1 Jeugdverblijf of kampeerweide op de boerderij

Jeugdverblijven vallen onder het Toerisme voor Allen decreet, hou dus rekening met een aparte wetgeving op vlak van brandveiligheid, verzekeringen, fiscaliteit ...

Voor veel jeugdverenigingen is het zomerkamp het hoogtepunt van het jaar. Maar de zoektocht naar een geschikte locatie is moeilijk omdat het aanbod aan jeugdverblijven en kampeerterreinen achterblijft op de vraag.

In Oost-Vlaanderen zijn er zelfs relatief weinig. Er is dus zeker nog ruimte voor groei. Er is vraag naar jeugdverblijfscentra (gebouwen die geschikt zijn voor jeugdgroepen voor kampen, weekends, bos- en boerderijklassen ...) en naar kampeerterreinen voor jeugdgroepen (kort gemaaid grasveld waar zekere bepalingen gelden).

De meest populaire periode is de zomervakantie, vooral van 1 juli tot 10 augustus, maar er is ook veel vraag naar weekendverhuur van eenvoudige gebouwen met kookgelegenheid. Sommige jeugdgroepen zoeken een terrein met voorzieningen zoals water, sanitair en elektriciteit, terwijl andere groepen aan een weide genoeg hebben.

OPMERKING: GEEN CAMPING!

Een kampeerterrein voor jeugdgroepen is geen camping! Campings en camperterreinen (met permanente verhuur of inrichting) vallen onder het Vlaamse logiesdecreet. www.toerismevlaanderen.be/logiesdecreet/terreingebonden-logies

TIP: OVERZICHT

Op de website www.jeugdverblijven.be staan alle Vlaamse jeugdverblijven en kampeerterreinen.

Voor alle actuele informatie rond het uitbaten van een jeugdverblijf of kampeerterreinen voor jeugdgroepen verwijzen wij naar het CJT (Centrum voor Jeugdtoerisme). Zij geven ook meer informatie over de vele mogelijkheden in agrarisch gebied omdat er voor jeugdverblijfscentra specifieke uitzonderingen voor functiewijzigingen gelden. De uitgelezen partner dus!

Meer info:

- ▶ www.cjt.be/ondersteuning/themas/infrastructuur/ruimtelijke-ordering
- ▶ www.cjt.be/ondersteuning (subsidiemogelijkheden, fiscaliteit, afval, verzekeringen, promotie, prijsbepaling, contracten enz.)
- ▶ ondersteuning@cjt.be of 09/210.57.75

Nog enkele algemene tips bij het ontvangen van jeugdgroepen:

- ▶ Neem voldoende tijd voor, tijdens en na het kamp om afspraken te maken en op te volgen.
- ▶ Producten aanbieden van je eigen bedrijf of bedrijven uit de buurt, is een meerwaarde.
- ▶ Begin op tijd reclame te maken, want veel jeugdverblijfscentra en kampeerterreinen worden enkele jaren op voorhand geboekt, zeker voor zomerkampen.
- ▶ Neem contact op met de gemeente. Misschien ondersteunt zij jou en weet ze of er nog specifieke reglementen van toepassing zijn, bijvoorbeeld politiereglementen.

3.3.2 Zorg voor toegankelijkheid, dat is goed voor alle toeristen

Personen met een beperking en ouderen vormen een interessante doelgroep voor de toeristische sector. Ze hebben dikwijls meer tijd om weg te gaan, reizen vaker in het laagseizoen en besteden minstens evenveel aan hun reizen en vrije tijd als anderen. Deze groep toeristen groeit door de toenemende vergrijzing van de bevolking. Goede redenen om werk te maken van een omgeving die voldoet aan hun behoeften.

Een toegankelijke omgeving is niet alleen goed voor oudere mensen of personen met een beperking. Ook jonge ouders op stap met de kindervagen, reizigers met bagage, onderhoudspersoneel met trolleys ... zullen dit als extra aangenaam ervaren. Toegankelijkheid verhoogt het comfort en de veiligheid voor iedereen.

De wetgeving en richtlijnen in verband met toegankelijkheid in elk onderdeel van jouw gebouw of terrein: onthaal, restaurant, sanitair ... staan gebundeld in een aparte publicatie. Verhelderende foto's en tekeningen zorgen ervoor dat deze informatie nuttig is voor bouwheer, architect, aannemer en andere bouwpartners. Deze criteria vormen ook de basis voor subsidies.

Je downloadt ze hier: www.toerismevlaanderen.be/publicaties/toegankelijkheidscriteria-voor-toeristische-infrastructuur



Dit toegankelijkheidslabel wordt door Toerisme Vlaanderen toegekend aan uitbatingen die goed toegankelijk zijn voor iedereen. Je verdient het label pas na een grondige controle ter plaatse die verloopt volgens de Toegankelijk Vlaanderen-methode.

Je krijgt vrijblijvend advies via INTER, maar dan vooral in functie van de wetgeving op stedenbouw.

Wil je ook gaan voor een Toegankelijkheidslabel van Toerisme Vlaanderen, bekijk dan de twee elementen samen van in het begin. Raadpleeg daarom deze websites:

- ▶ www.inter.vlaanderen
- ▶ www.toevla.be
- ▶ www.toegankelijkreizen.be



Het vakantieverblijf scoort positief (+) op de essentiële onderdelen. Het voldoet aan strenge toegankelijkheidsnormen en is op comfortabele en zelfstandige wijze toegankelijk.



Het vakantieverblijf is 'basistoegankelijk'. Voor de meeste mensen met een beperkte mobiliteit is dit bruikbaar, maar waarschijnlijk is extra inspanning of een helper nodig.
www.toerismevlaanderen.be/toegankelijkheidslabel

3.4 BRANDVEILIGHEID

Regels rond brandveiligheid maken deel uit van het Vlaamse logiesdecreet. Ze hebben als doel:

- ▶ veiligheid van toeristen garanderen,
- ▶ ontstaan en verspreiding van brand voorkomen,
- ▶ ingrijpen van de brandweer vergemakkelijken.

Brandveiligheid is een essentiële voorwaarde voor alle logies in Vlaanderen. Bij elke logiesuitbater moet een positief brandveiligheidsattest in de schuif liggen. Aan welke brandveiligheidsnormen je moet voldoen, hangt af van het type logies en het aantal kamers/personen.

Brandveiligheid in een schema:



3.4.1 Soorten attesten en hoe je ze verkrijgt

Om te mogen uitbaten heb je een brandveiligheidsattest A nodig.
Attest B is een tijdelijk attest. Attest C wil zeggen dat je het logies niet mag uitbaten.

Je vult het aanvraagformulier in dat je vindt op de website van Toerisme Vlaanderen. De verschillende bijlagen bezorg je per aangetekende brief, per fax of via e-mail (als je hiervan een ontvangstbewijs ontvangt) aan:

- ▶ Bijlage 2: controle en afgifte door AIB Vinçotte. www.toerismevlaanderen.be/sites/toerismevlaanderen.be/files/assets/logiesdecreet/brandveiligheid/20170317_BVR_LD_brandveiligheid_Bijl2.pdf
- ▶ Bijlage 3: controle door lokale brandweer en afgifte door burgemeester (ondertekend = geldig). www.toerismevlaanderen.be/sites/toerismevlaanderen.be/files/assets/logiesdecreet/brandveiligheid/20170317_BVR_LD_brandveiligheid_Bijl3.pdf
- ▶ Bijlage 4: controle door lokale brandweer en afgifte door burgemeester (ondertekend = geldig). www.toerismevlaanderen.be/sites/toerismevlaanderen.be/files/assets/logiesdecreet/brandveiligheid/20170317_BVR_LD_brandveiligheid_Bijl4.pdf

Meer info: www.toerismevlaanderen.be/logiesdecreet/brandveiligheid

3.5 VERZEKERINGEN

3.5.1 Verplichte verzekeringen

Als logiesuitbater ben je verplicht deze twee verzekeringen af te sluiten:

- ▶ Brandverzekering voor het gebouw, namelijk voor het toeristische logies of voor de gebouwen of de delen ervan die als toeristisch logies worden uitgebaat. Maar ook voor de inboedel van het toeristische logies of van de gebouwen of de delen ervan die als toeristisch logies worden uitgebaat,
- ▶ Burgerlijke aansprakelijkheid uitbating (en dus niet B.A. voor jouw persoonlijke situatie).

Toerisme Vlaanderen heeft op haar website een modelformulier dat je kan laten invullen door je makelaar of verzekeringsmaatschappij: www.toerismevlaanderen.be/logiesdecreet/documenten

3.5.2 Voor personeel

Vanaf het ogenblik dat je iemand in dienst neemt, zowel een jobstudent als een vaste medewerker met een arbeidsovereenkomst, ben je verplicht om een arbeidsongevallenverzekering af te sluiten.

3.5.3 Extra verzekeringen

Als zelfstandige kijk je tegen andere risico's aan dan een loontrekkende. Wat als je ziek wordt? Wat als je zelf een ongeval hebt en hierdoor langdurig buiten strijd bent? Ook blijvende of tijdelijke arbeidsongeschiktheid, geneeskundige kosten en zelfs overlijden kunnen verzekerd worden.

Ook aan de activiteiten op jouw rurale bedrijf zijn risico's verbonden. Het is belangrijk om een overzicht te hebben van al de aansprakelijkheidsrisico's. Je kiest er dan voor om je B.A. uit te breiden naargelang de risico's of om de ongevallenpolis nog ruimer te maken voor je gasten.

We geven enkele voorbeelden:

- ▶ Je organiseert buiten- of binnenactiviteiten: pottenbakken, huifkartochten ...
- ▶ Er is een outdoorparcours, een blotevoetenpad, er zijn speeltoestellen ...
- ▶ Je betrek je gasten bij het hoevegebeuren of je hebt een hoevewinkel.

Hier kan volgende schade aan derden optreden: een kind valt van het speeltuig, iemand loopt verloren in het maïsdoolhof, valt tijdens het spel, iemand sukkelt uit de huifkar, krijgt een stamp van een paard of koe, wordt ziek van zelfgemaakte kaas ...

Daarom: ga na bij jouw verzekeringsmakelaars welke mogelijke polissen je nog kan afsluiten voor jouw specifieke onderneming en activiteiten.

3.6 NOG MEER WETGEVING ...

3.6.1 Sabam en Billijke vergoeding

Speel je muziek af in je zaak waar de gasten komen, dan betaal je een vergoeding aan SABAM en ook een billijke vergoeding. Denk aan muziek (cd, mp3, computer, platen ...), maar ook televisie op de kamers.

Met de bijdragen die jij betaalt, worden de mensen vergoed die het werk gemaakt en uitgevoerd hebben: auteurs, filmmakers, componisten, uitgevers, muzikanten, artiesten ...

Het bedrag dat je betaalt, hangt af van het aantal kamers, de kwaliteitssterren die je hebt, enzovoort.

Met het aangifteformulier op www.unisono.be regel je met één betaling al het gebruik van muziek, theaterwerken, audiovisuele werken ... snel en eenvoudig. Je hoeft dan geen andere aangiftes meer te doen.

- ▶ www.unisono.be/nl/news/de-billijke-vergoeding-wat-verandert-er
- ▶ www.unisono.be/nl/faq#973

3.6.2 Over eten en drinken

3.6.2.1 *Wanneer heb je een koksdiploma en/of een drankvergunning nodig?*

Je hebt geen koksdiploma nodig als je enkel ontbijt aanbiedt. Wil je maaltijden serveren, dan mag dit uitsluitend aan de logerende gasten en door jouw logiesverstrekkend bedrijf met familiaal karakter.

Als je alcoholische dranken schenkt, dan baat je een slijterij of drankgelegenheid uit. Daarvoor moet je een drankvergunning hebben. Sommige zaken worden als een uitzondering gezien als het gaat om het schenken van gegiste dranken, denk aan dat zelfgebrouwd bier of je zelfgemaakte cider.

Vraag hierover zeker en vast meer info bij je gemeente.

3.6.2.2 *Waarom je verplicht bent je (minstens) te melden als je voedsel aanbiedt*

Voedselveiligheid is ook voor een logiesuitbater bijzonder belangrijk. Je bent mee verantwoordelijk voor wat bij de eindverbruiker op het bord of in het glas komt.

Omdat je de laatste schakel in de voedselketen bent, net vóór de eindverbruiker, moet je je laten registreren of een toelating aanvragen bij het FAVV (Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen).

De wet bepaalt hoe je met voeding en dranken moet omgaan. De regels worden strenger en dwingender naargelang er meer voedselveiligheidsrisico's zijn. Toch heeft ook een ontbijt al risico's, want sommige producten zijn gevoelig voor bederf: eieren, charcuterie, boter, melk, kaas ...



Dit doe je bij het Federaal Agentschap voor de Voedselveiligheid (FAVV) voor je met je uitbating begint:

- ▶ enkel ontbijt: registreren,
- ▶ half pension/table d'hôte: toelating vragen,
- ▶ verkoop van zelfgekweekte of zelfgemaakte producten: altijd toelating vragen.

www.afsca.be/erkenningen/modelaanvraagformulier.asp

www.favv-afsca.be/professionelen/publicaties/thematisch/logies

www.favv.be/erkenningen/faq

3.6.3 En tot slot nog dit!

3.6.3.1 *Gegevensregister gasten (vervangt ‘oude politiefiches’)*

Er wordt van je gevraagd dat je bepaalde gegevens van je gasten bijhoudt en dat je elke reiziger registreert op de dag van aankomst.

- ▶ www.etaamb.be/nl/koninklijk-besluit-van-27-april-2007_n2007000463.html

3.6.3.2 *GDPR*

Je hebt er al van gehoord, GDPR of AVG, is de privacywetgeving van de Europese Unie waaraan elke onderneming die persoonsgegevens verwerkt, moet voldoen. Je valt hier ook onder met je logies doordat je gasten registreert, laat boeken via een online boekingsysteem of een contactformulier op je website hebt.

Wat moet en mag, vind je op deze websites, er is ook een overzichtelijk stappenplan:

- ▶ www.privacycommission.be/nlwww.gdpr-eu.be/wp-content/uploads/2016/12/STAPPENPLAN-NL-V2.pdf

3.6.3.3 *Pakketreisrichtlijn*

Sinds 2018 is er de ‘Wet betreffende de verkoop van pakketreizen, gekoppelde reisarrangementen en reisdiensten’ om consumenten beter te beschermen.

Soms geldt deze wet ook voor logiesuitbaters en toeristische dienstverleners. Zij dragen dan dezelfde verantwoordelijkheden als een reisorganisator op vlak van informatieplicht, verzekering tegen onvermogen en bijstand aan de klant.

Informeer je goed!

- ▶ www.toerismevlaanderen.be/europeserichtlijnpakketreizen
- ▶ www.toerismevlaanderen.be/sites/toerismevlaanderen.be/files/file_attach/Pakketreizen_okt2018.pdf

3.6.3.4 *Afficheren van prijzen*

Volgens de Wet op de Handelspraktijken ben je verplicht om je tarieven ‘schriftelijk, leesbaar, goed zichtbaar en ondubbelzinnig’ aan te duiden. Met andere woorden: je prijzen moeten zichtbaar zijn aan de gevel, of aan de onthaalbalie én in de verschillende verblijven.

3.6.3.5 *Statistiek*

Volgens een Koninklijk Besluit zijn alle logies (B&B's, hotels ...) verplicht elke maand hun bezettingscijfers & -gegevens door te geven (registreren via FOD Economie). Doe je dit niet, dan kan je de FOD Economie op bezoek krijgen.

Voor vakantiewoningen vindt een jaarlijkse steekproef plaats op de aangemelde en erkende vakantiewoningen die gedurende 1 jaar de statistiek moeten invullen.

- ▶ www.etaamb.be/nl/koninklijk-besluit-van-12-januari-2005_n2014011552.html

Het doel van deze enquête is om tot statistiekcijfers te komen per logiestype, zie www.sector.tov.be/logiesaanbod en www.sector.tov.be/verblijfstoerisme, zodat je goed voorbereid bent als startend logiesondernemer (zie hoofdstuk 2.4 Toerismescan).

Jeugdverblijfcentra kunnen gebruik maken van een tool die wordt aangeboden via www.jeugdverblijven.be. Voor kampeerterreinen hoeven er geen overnachtingcijfers doorgegeven te worden.

3.6.3.6 *Bewegwijzering*

Er zijn strikte regels en normen rond bewegwijzering naar de uitbating. Je mag niet zomaar pijlen plaatsen op de openbare weg. Daar wordt streng op toegekeken!

Dien een aanvraag voor bewegwijzering in bij je gemeente.

- <https://wegenverkeer.be/vragen/bewegwijzering-langs-gewestwegen-wat-mag-wat-niet>

3.6.3.7 *Zwembaden en zwemvijvers*

Mag je een zwembad of zwemvijver aanleggen? Hoe groot mag die zijn? Waar mag die komen? Dat hangt af van verschillende factoren zoals ligging, bestemming van het gebied, hoeveel afvalwater je gaat lozen ... Steek je licht op bij je gemeente (ook over milieuvergunning/Vlarem).

Denk bij een zwembad of -vijver ook aan onderhoud en hygiëne van het zwemwater. Sluit eventueel een contract af met een firma die dit in jouw plaats doet.

- www.kwaliteitzwemwater.be/normen/zwembaden







4 DE CENTEN

4.1 RENDEMENT: HOEVEEL GA JE VERDIENEN MET EEN KLEINSCHALIG LOGIES?

Je droomt van een kleinschalig logies op je erf of in je woning, maar kan je daar nu je kost mee verdienen en wat betekent dat concreet?

Denk goed na voor je aan hoevetoerisme begint. Is het wel iets voor jou om gasten te ontvangen? Vind je het goed dat er mensen rondlopen op je bedrijf of in je woning binnenkomen? Is ook je partner hiermee akkoord?

Je doet het beter niet enkel voor het rendement. Er zijn heel wat andere goede redenen om aan toerisme te doen: je gaat graag met mensen om, je wil stadsmensen laten kennismaken met het platteland ...

Als het je ligt dan kan je een kleinschalig logies overwegen. Maar wat kies je dan? Een vakantieverblijf voor groepen? Een tweetal kamers uitbaten als B&B? Of één van de tientallen varianten daar tussenin? Aan jou om af te wegen en te kiezen waar je voor gaat.



4.2 TWEE FACTOREN BEPALEN JE INKOMSTEN

- ▶ De prijs die je vraagt.
- ▶ De gemiddelde bezettingsgraad.

4.2.1 De prijs

Hoeveel de gasten jou zullen betalen voor hun verblijf is de eerste factor die je inkomen bepaalt. Er zijn twee mogelijkheden, ofwel vraag je steeds een vaste prijs, ofwel laat je de prijs variëren. Beide formules hebben hun voor- en nadelen. We zetten ze daarom even op een rijtje in de tabel.

DE JUISTE PRIJS

VASTE PRIJS	VARIABELE PRIJS
Je vraagt heel het jaar door dezelfde prijs voor het logement dat je aanbiedt. <i>Voorbeeld: gastenkamer tegen 95 euro inclusief ontbijt.</i>	De gasten betalen een andere prijs naargelang: • wanneer ze verblijven (in de week, het weekend, in laag- of hoogseizoen, als er een groot evenement in de buurt is, tijdens de schoolvakantie), • wanneer ze boeken (je kan vroegboekkortingen geven of last minutes), • wat de annuleringsvoorwaarden zijn, • de (verplichte) duur van het verblijf, • bijkomende diensten die ze krijgen (picknickmand met streekproducten, fietsen huren ...). <i>Voorbeeld: gastenkamer €85 per nacht exclusief ontbijt, juli en augustus - €115 per nacht met een minimum verblijf van twee nachten. Ontbijt €5, luxe ontbijt €10.</i>
Voordeel: lekker gemakkelijk!	Voordeel: maximaal rendement
Nadeel: je laat verdienmogelijkheden liggen, want met een variabele prijs kan je op bepaalde momenten een hogere prijs vragen.	Nadeel: je hebt meer administratie om alles bij te houden.

4.2.2 De Bezettingsgraad

Een tweede factor die jouw inkomen bepaalt, is de mate waarin je logies bezet is, dit noemen we de bezettingsgraad. Bij een hogere prijs zullen er vermoedelijk minder frequent gasten verblijven, terwijl een lagere prijs in principe meer gasten aantrekt.

De bezettingsgraad hangt natuurlijk ook af van je aanbod, de aantrekkelijkheid en populariteit van je verblijf. Hoe unieker en beleevingsvoller je logies, hoe populairder en hoe hoger je in principe de prijs kan zetten.

Deze tabel geeft een overzicht:

DE JUISTE BEZETTINGSGRAAD

De bezettingsgraad = hoe vaak per maand/jaar is je logies bezet?

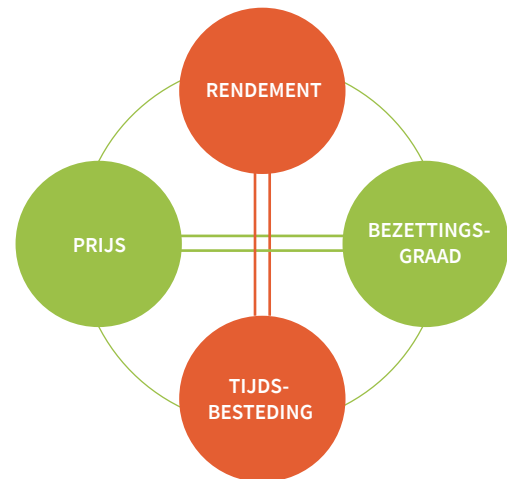
LAGE BEZETTINGSGRAAD	HOGE BEZETTINGSGRAAD
Bij een hoge prijs	Bij een lage of aangepaste prijs.
Voordeel: minder werk.	Voordeel: meer inkomsten, meer succes.
Nadeel: minder inkomsten.	Nadeel: je steekt meer tijd in onthaal, lakens verversen, poetsen ... en je hebt minder rust.

4.3 ZORG VOOR EVENWICHT

Je zal een evenwicht moeten vinden tussen de verschillende factoren van prijszetting en bezettingsgraad. Dit is geen gemakkelijke oefening, het vraagt enig denkwerk. Je zal ook gewoon een paar keer iets moeten uitproberen om te zien of het al dan niet werkt voor jou. Zoek een evenwicht:

- ▶ tussen (gemiddelde) prijs en (gemiddelde) bezettingsgraad,
- ▶ tussen (eigen) tijdsbesteding/inspanningen en rendement.

Bedenkt ook dat je de tijdsbesteding voor het hoevertoerisme nog zal moeten combineren met andere werkzaamheden op je bedrijf.



4.4 DIT IS HET BEELD VAN JE UITGAVEN

Aan de andere kant van je inkomsten, staan natuurlijk je uitgaven. We gieten die even in een overzicht:

VASTE KOSTEN	VARIABELE KOSTEN	TIJD
Dit zijn vaste maandelijkse of jaarlijkse bedragen die maar erg weinig variëren in verhouding tot de omzet. Of je nu veel of weinig omzet draait, deze kosten maak je toch. Vb. afbetalingen, verzekeringen ...	Reken hier de extra kosten bij elk verblijf. Je kan ze uitdrukken in een percentage ten opzichte van de omzet. Deze kosten variëren naargelang de bezettingsgraad en omzet. Denk aan kosten voor onthaal, schoonmaak, verversen van linnen, commissie aan het verkoopkanaal ...	Vergeet niet: jouw tijdsbesteding als uitbater waar je vermoedelijk ook een vergoeding voor wenst te krijgen.

4.5 RENDEMENT OP VASTGOED

Je boekt vermoedelijk nog een extra rendement doordat je vastgoed dat je opwaardeert tot vakantieverblijf meer waard wordt. Bijvoorbeeld: een weinig waardevolle stal is nu een volwaardige wooneenheid en dus meer waard als vastgoed. Hou ook hier rekening mee.

4.6 DE FISCALE ASPECTEN VAN LOGIES

Je zal rekening moeten houden met verschillende vormen van belasting:

- ▶ inkomstenbelasting,
- ▶ belasting op de toegevoegde waarde (BTW),
- ▶ vennootschapsbelasting,
- ▶ onroerende voorheffing,
- ▶ lokale belastingen (provincie en gemeente) zoals de toeristentaks of citytaks ...
- ▶ Voor jeugdlogies zijn andere regels van kracht. Wij verwijzen hiervoor naar www.cjt.be.

TIPS:

- huur een goede boekhouder in, om te vermijden dat je fouten maakt bij de belastingaangifte en om correct gebruikt te maken van de aftrekmogelijkheden.
- Als land- of tuinbouwer wordt je vermoedelijk forfaitair belast en dat is niet altijd combineerbaar met andere zelfstandige inkomsten. Vraag aan je boekhouder of de belastingdienst of zij bereid zijn om het landbouwforfait te blijven toepassen voor het gedeelte land- of tuinbouw en daarnaast een eenvoudige jaarrekening te aanvaarden voor het gedeelte toerisme.
- Richt je voor je toeristische activiteit een aparte vennootschap op, dan wordt deze ook apart belast. Win advies in van specialisten (boekhouder, fiscalist ...) om te weten of het interessant is om een vennootschap te beginnen.
- Bekijk ook de belastinggids voor kleinschalige logies van Toerisme Vlaanderen op: www.toerismevlaanderen.be/publicaties/belastingaangifte-voor-jouw-logies-een-leidraad
- Ben je lid van een landbouworganisatie, vraag ook hen om advies.

Je vindt nog meer info bij het Agentschap Ondernemen: www.vlaio.be

4.7 SUBSIDIES

Het Vlaams Landbouwinvesteringsfonds (VLIF) ondersteunt land- en tuinbouwers die starten met een logiesuitbating in het kader van hoevetoerisme.

4.7.1 Verbouwingen

Je kan 30% VLIF-subsidie krijgen voor investeringen voor het verbouwen, uitrusten en inrichten van bestaande landbouwbedrijfsgebouwen voor een functiewijziging naar verblijfseenheid.

Daarbij gelden volgende bepalingen:

- ▶ het gaat het om hetzelfde volume en dezelfde fundering als de oorspronkelijke bebouwing,
- ▶ gemeenschappelijke ruimtes en sanitair komen ook in aanmerking,
- ▶ een ‘verblijfseenheid’ is bijvoorbeeld een kamer met slaapgelegenheid, een studio of een klein appartement met zithoek, een slaapkamer, een badkamer of keuken met verankerde uitrusting, een ontspanningsruimte ...
- ▶ beveiligingsapparatuur tegen brand en inbraak wordt ook gesubsidieerd.

Nieuwbouw (uitbreiding van je gebouwen) en verblijfseenheden voor permanente bewoning komen niet in aanmerking.

4.7.2 Materieel

Je mag ook rekenen op 30% VLIF-steun voor de investeringen die je doet om je verbouwde verblijf in te richten in het kader van hoevetoerisme. Het gaat dan om duurzame basisuitrusting (met een minimale levensduur van 5 jaar) zoals bedden, tafels, stoelen, zetels, nachttafels, gordijnen ... Worden niet gesubsidieerd: kook- en eetgerei, bad- en bedlinnen, tv, computer ...

4.7.3 Organisatie

Het VLIF geeft ook 30% steun als je evenementen of educatie organiseert op je bedrijf. Denk aan boerderijklassen, hoevebezoek, workshops, proeverijen, demonstraties ...

Je vindt nog meer informatie over hoevetoerisme in deze infofiche, vanaf pagina 2:

www.lv.vlaanderen.be/sites/default/files/attachments/fiche_vlif_verbreiding.pdf

Let op: check of je aan de algemene VLIF-voorwaarden voldoet om steun te krijgen:

www.lv.vlaanderen.be/nl/subsidies/vlif-steun/vlif-investeringssteun-voor-land-en-tuinbouwers

4.7.4 Extra subsidies

In sommige regio's kan je gebruik maken van subsidies voor plattelandsontwikkeling. Voorwaarde is wel dat toerisme in één van de programma's weerhouden is als klemtoon. Meer informatie krijg je bij www.plattelandslotket.be

Als je reeds erkend bent als logies, dan heeft **Toerisme Vlaanderen** ook nog subsidies voor jou.

Voorwaarden: je voldoet aan de bepalingen van het Logiesdecreet, je dient je offertes in en je bent je nog niet aan de werkzaamheden begonnen.

De criteria veranderen jaarlijks, kijk voor een actuele lijst op www.toerismevlaanderen.be/logiessubsidies

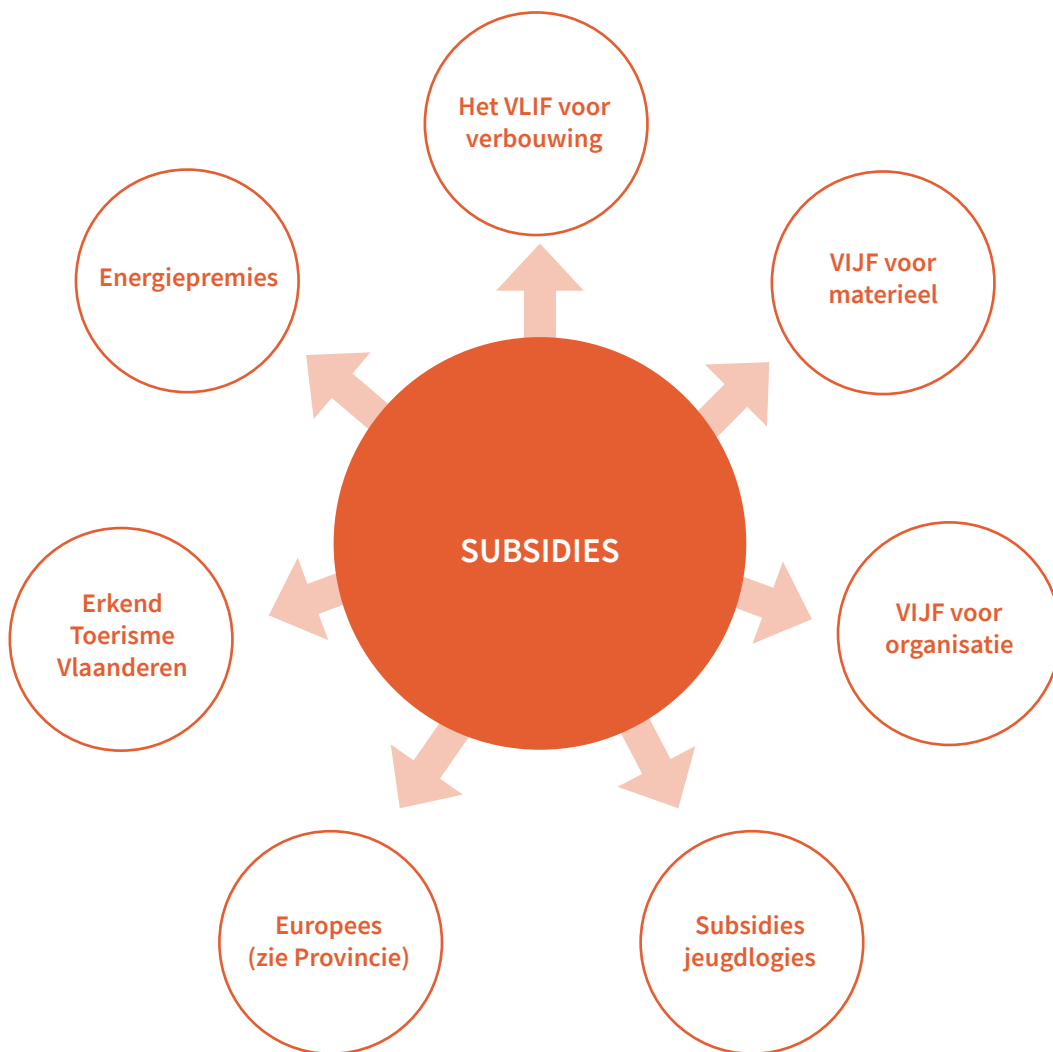
Denk ook aan premies en steun voor **energiezuinige investeringen**:

- ▶ premies van netbeheerders,
- ▶ belastingvoordeel door het Vlaams Gewest,
- ▶ gemeentelijke premies,
- ▶ ecologiepremie (alleen voor grotere bedrijven),
- ▶ verhoogde investeringsaftrek voor energiebesparende maatregelen,
- ▶ groenestroomcertificaten voor zonne-energie.

Ga naar de pagina 'subsidies' op de website www.energiesparen.be, voer je woonplaats in en je krijgt een overzicht van de premies.

Via het Agentschap Ondernemen krijg je alle mogelijke subsidies op een rij: www.vlaio.be/subsidi databank

En wil je een overzicht van alle (tijdelijke) subsidies van Toerisme Oost-Vlaanderen en haar partnerorganisaties, surf dan naar: www.sector.tov.be/premies-subsidies





5 MARKETING EN COMMUNICATIE

5.1 HOE PROFILEER JE JE LOGIES?

De profilering van je logies bepaalt mee wat je later beslist op het vlak van inrichting, prijszetting, promotie, deelnemen aan acties en manier van communiceren.

Eerste vraag hierbij is: wie is je doelgroep?

Koppels die houden van charme en luxe? Gezinnen met kinderen? Mensen met een beperking? Jeugdgroepen? Kies je doelgroep volgens wat je zelf wil realiseren, bij wie je aansluiting vindt en toets alles wat je doet eerst af aan je doelgroep. Is wat je doet ook goed voor je doelgroep?

Tweede vraag: wat is jouw USP (Unique Selling Proposition)?

Wat maakt je logies bijzonder en anders dan andere logies? Waarom moeten mensen net bij jou komen logeren? Hou bij het kiezen van een USP ook rekening met de profilering van de regio waar de uitbating ligt. Wanneer er in je regio enorm geïnvesteerd wordt in bijvoorbeeld fietstoerisme, sluit hier dan bij aan met jouw USP. Op die manier versterk je jouw USP en pluk je de vruchten van een globale marketingaanpak vanuit Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Vlaanderen en Logeren in Vlaanderen. Wij verwijzen hiervoor naar hoofdstuk 2.4 Toerismescan.

Maak voor jezelf een lijstje met de sterke en de zwakke(re) punten van je logies (zie hoofdstuk 2.8.3 over SWOT-analyse). Zet de sterke kanten van je logies ‘in de etalage’. Hou de zwakke punten in je achterhoofd en bekijk hoe je ze eventueel kan ombuigen tot een sterk punt.

Bijvoorbeeld ‘afgelegen ligging’ lijkt een zwak punt, maar kan heel sterk zijn omdat het logies heel rustig en ver van alle drukte ligt.

Een enquêteformulier dat je klanten invullen bij hun vertrek, kan bij dit alles wonderen verrichten, en een totaal ander licht werpen op je eigen verwachtingspatroon gerelateerd aan je klanten. Dit is meteen ook een prima document voor een algemene evaluatie achteraf.

Bekijk de brochure van Toerisme Vlaanderen rond het belang van profilering: www.toerismevlaanderen.be/publicaties/hoe-zet-je-jouw-toeristisch-verblijf-succesvol-op-de-markt-het-belang-van-profilering

5.2 ENKELE IDEEËN TER INSPIRATIE

5.2.1 Verblijf met zorgomkadering

Steeds meer mensen met een zorgbehoefte gaan op vakantie. Toerisme Vlaanderen ondersteunt uitbaters met interesse voor deze doelgroep. Je vindt praktische informatie en tips in deze publicatie:

- www.toerismevlaanderen.be/vakantieverblijfzorgomkadering

5.2.2 Toegankelijkheidslabel

Het toegankelijkheidslabel dat Toerisme Vlaanderen toekent is een troef in je communicatie.

Kijk voor de criteria van het A en A+ label naar hoofdstuk 3.3.2 en op deze websites:

- www.toegankelijkkreizen.be/index.php?L=0&id=890
- www.toerismevlaanderen.be/toegankelijkheidslabel

5.2.3 Vakantieparticipatie

Het Steunpunt Vakantieparticipatie is een dienst van Toerisme Vlaanderen met als doel vakantie toegankelijk te maken voor mensen met een laag inkomen. Als logies kan je je inschrijven op het aanbod en mensen met een beperkt inkomen tegen een extra voordelig tarief van vakantie laten genieten.

- www.iedereenverdientvakantie.be

5.2.4 Duurzaam logies

Hoe profileer je jouw logies als een duurzaam verblijf? Duurzaam is meer dan aandacht voor het milieu. Duurzaam toerisme streeft naar een economisch, ecologisch en socio-cultureel evenwicht. Het is een eerlijke vorm van logiesuitbating waar natuur en cultuur behouden blijven en sociaal engagement belangrijk is.

- www.toerismevlaanderen.be/profileringduurzaamverblijf

5.2.5 Ecolabel Green Key

De Green Key is een internationaal keurmerk voor milieuvriendelijke toeristische accommodaties (gesteund door Toerisme Vlaanderen en GoodPlanet Belgium). Om dit label te krijgen, is het nodig om een ambitieus milieubeleid te voeren, duidelijke actieplannen op te stellen en het milieu zo weinig mogelijk te belasten. Bekijk de voorwaarden waaraan moet voldaan worden om een Green Key te verdienen (uitgereikt voor 1 jaar):

- www.green-key.be

5.2.6 Familievriendelijk logies

Hoe stem je jouw logies nog beter af op families met kinderen? Toerisme Vlaanderen ontwikkelde een brochure rond familievriendelijkheid, met tal van tips & tricks. Dit gaat van eenvoudige ingrepen aan de kamer, over het inrichten van een speelhoek tot je aanbod volledig afstemmen op deze doelgroep. Zeer interessant!

- www.toerismevlaanderen.be/familievriendelijkheid

5.2.7 Fietsvriendelijk logies

Vlaanderen is zeer aantrekkelijk voor recreatieve fietsers. Het knooppuntennetwerk biedt heel wat aantrekkelijke en vooraf in te plannen thematische routes. Hoe maak je jouw verblijf extra aantrekkelijk als fietsbestemming?

- ▶ www.toerismevlaanderen.be/fietsvriendelijkverblijf
- ▶ www.toerismevlaanderen.be/publicaties/een-fietsvriendelijk-verblijf-voor-wielertoeristen-zo-doe-je-dat
- ▶ www.sector.tov.be/wegwijzer-fietsvakanties-voor-de-vakantiemaker

5.3 HERHAALBEZOEKEN EN KLANTENADRESSEN

Tevreden klanten zijn de beste reclame voor je logies, zij raden 'hun' logeeraf adresje aan bij vrienden en familie. Gasten zijn als het ware 'ambassadeurs' van je zaak. Vaak komen ze zelf ook nog eens terug. Onderzoek wijst uit dat volgende factoren het meest bijdragen tot 'extra tevredenheid' van je gasten:

- ▶ een vriendelijke, persoonlijke service,
- ▶ een lekker, uitgebreid ontbijt,
- ▶ netheid.

Je houdt de adressen van je klanten bij? Dat is goed om hen te leren kennen en het is ook een interessant marketinginstrument. Via e-mail of de gewone post hou je contact met je klanten. Je brengt hen op de hoogte van speciale acties, stuurt een kerstkaartje, verwent trouwe klanten ...

Het is belangrijk om je klanten op goed gekozen momenten te 'herinneren' aan je logies en hen te prikkelen om opnieuw een bezoekje te brengen.

Denk vooraf na over de distributie van je promotiemateriaal. Wordt jouw visitekaartje of folder verdeeld via de toeristische diensten, bij restaurants of een fietsverhuur in de buurt ...?

Zorg dat mogelijke gasten interesse en 'goesting' krijgen om bij jou te logeren door mooie beelden, vlotte teksten en algemene kwaliteit van je drukwerk of digitale communicatie.

Hou rekening met de wetgeving op de bescherming van privacygegevens, zoals ook mailadressen van klanten. Check hiervoor eerst de regels over GDPR! We verwijzen hiervoor naar hoofdstuk 3.6.3.

5.4 SECTORWEBSITE TOERISME OOST-VLAANDEREN

Via de sectorondersteunende website www.sector.tov.be kan je volgen wat Toerisme Oost-Vlaanderen voor de logiessector kan betekenen. Ben je partner van Toerisme Oost-Vlaanderen, dan bestel je voordelig brochures, pas je de logiesgegevens aan die op de website komen, raadpleeg je de agenda voor netwerkmomenten, infodagen, studietrips ... Neem hier geregeld een kijkje voor het laatste nieuws vanuit Toerisme Oost-Vlaanderen en haar regio's.

- ▶ www.sector.tov.be/toolkit

5.5 NOG ENKELE MARKETINGTIPS

Je vindt verder nog tips via: www.kwaliteit.toerismevlaanderen.be/sales-marketing. We geven een overzicht.

5.5.1 Promotie: gebruik verschillende kanalen

Leg nooit al je eieren in dezelfde mand, maar kies verschillende kanalen om je logies bekend te maken: folders, website, sociale media, advertentie, banners ... Alle communicatiekanalen werken aanvullend. Maak er ook een gewoonte van je klanten te vragen hoe ze bij jou terecht kwamen.

Jij beslist zelf hoeveel budget je spendeert aan marketing en promotie. Veel hangt af van de keuzes die je maakt: welke artikels of online banners plaats je, bouw en onderhoud je je website zelf of neem je een websitebouwer in de arm, hoeveel folders laat je drukken en verspreiden ...?

Organiseer ook eens een evenement om de aandacht te trekken. Dit kan free publicity opleveren als er artikels in de lokale pers verschijnen. Denk aan een openingsevent, een 'open dag', lancering van een eigen product, een workshop ... Nogig lokale bewoners, de toeristische dienst van je gemeente, lokale bedrijven, pers en beleid uit.

Hier vind je een aantal voorbeelden van veelgebruikte kanalen door logiesuitbaters, vul gerust zelf aan:

www.sector.tov.be/informatie-en-kenniscentrum

5.5.2 Eigen website en sociale media: onontbeerlijk

Een eigen website en/of profielpagina op sociale media (Facebook, Instagram, LinkedIn ...) voor je logies is onontbeerlijk. Klanten leren je logies kennen via vrienden, kennissen, een brochure, een online boekingssysteem, een krantenartikel ... Veel mensen nemen een kijkje op internet voor ze boeken. Ze willen meer informatie vinden, een eerste indruk krijgen, de sfeer opsnuiven, prijzen checken, nagaan of er speciale arrangements zijn en vergelijken.

Je website én sociale media zijn je visitekaartje. Zij trekken de klant al dan niet over de streep om te boeken.

Zorg daarom dat je website en sociale media steeds de meest actuele info bevatten en zo veel mogelijk linken naar toeristische diensten, restaurants, attracties, culturele en sportieve elementen.

Engageer een specialist om je website en sociale media op poten te zetten en te onderhouden. Je kan het natuurlijk ook zelf doen. Een nieuwe website registreer je bij www.register.be

Alle informatie over wat adverteren via FB kost en hoe je een advertentie kan maken vind je op: www.facebook.com/ads/create

Om meer bezoek naar je website te leiden kan je er ook voor kiezen te investeren in Google Adwords. Met AdWords adverteer je in de zoekmachine van Google. Maak op voorhand een grondige zoekwoordanalyse en stel een vast budget in. Meer informatie: www.adwords.google.com

INTERNETTIP

Foto's zijn zeer belangrijk, besteed veel aandacht – zelf of door een fotograaf - aan mooie sfeervolle foto's (kamers, ontbijtruimte, omgeving, foto van jezelf en familie als gastheer en gastvrouw ...).

Subsidies vanuit Toerisme Oost-Vlaanderen zijn hiervoor mogelijk voor erkende logies tot en met 15/06/2021: www.sector.tov.be/professionele-fotoshoot-in-je-logies

5.5.3 Online boekingsites

Meer en meer klanten boeken hun verblijf via online boekingsites (online travel agencies ofwel OTA's).

Je kan op deze sites verschijnen, maar daar hangt een prijskaartje aan vast. Ofwel betaal je een forfaitair bedrag voor een maand of jaar, afhankelijk van de OTA. Ofwel wordt een commissie in rekening gebracht, het percentage varieert per OTA en kan oplopen tot 15 % te betalen per boeking via de betreffende OTA-site.

Je bereikt een brede waaier aan potentiële klanten en maakt heel wat nieuwe klanten, vaak een jongere en universele doelgroep en ook zakelijke toeristen. Werk je met verschillende boekingsites, dan is een channelmanager interessant, een softwarepakket waarmee je alle kanalen tegelijkertijd beheert. Zo vermijd je tijdverlies en overboekingen. Het is een aanrader om dan ook een beschikbaarheidskalender en een onlinereservatieknop of -formulier te hebben.

TIP VOOR BOEKINGSSITES

Ook op een boekingsite willen klanten een goed overzicht krijgen van wat ze van je accommodatie mogen verwachten.

Kies daarom niet enkel voor detail- en sfeerfoto's, maar ook voor functionele overzichtsfoto's.

En toon zeker de (nette, goed ingerichte) badkamer, uit onderzoek blijkt dat die belangrijk is bij het kiezen van een logies.

www.horecavlaanderen.be/omgaan-met-boeking-en-reviewsites

Naast je eigen website met bookingmodule, sociale media en nieuwsbrieven zijn er nog externe digitale promotiekanalen specifiek voor de toeristische sector.

Hierbij een beperkte lijst van de meest voorkomende kanalen:

- ▶ [Booking.com](#) - boekingskanaal voor vergunde logies.
- ▶ [Tripadvisor](#) - reviewsite voor toeristische ondernemingen.
- ▶ [AirBnB](#) - boekingsite voor vergunde logies en verblijfplaatsen.
- ▶ [Expedia](#) - boekingswebsite voor vergunde logies.
- ▶ [UITinVlaanderen](#) - de grootste evenementenverzamelsite van Vlaanderen.



5.6 COMMUNICATIE EN MARKETING ONDERSTEUNING VANUIT DIVERSE TOERISTISCHE ORGANISATIES

5.6.1 Toerisme Vlaanderen

Via de buitenlandkantoren van Visit Flanders en de websites komen enkel de erkende logies in de kijker te staan die een label 'toegankelijkheid' hebben.

► www.visitflanders.com

5.6.2 Toerisme Oost-Vlaanderen en haar regio's

Als aanvulling op je eigen online aanwezigheid, mag je steeds doorverwijzen naar de websites en sociale media van lokale toeristische diensten en die van Toerisme Oost-Vlaanderen en regio's.

Haal uit die kanalen de meest actuele en relevante info om je eigen website te verrijken. Er zijn gratis routeplanners om fiets- en wandeltochten uit te stippelen, je kan brochures of kaarten bestellen ... allemaal via onze websites of sociale mediakanalen.

► www.routen.be

Ieder aangemeld en erkend logies wordt via de routes van Toerisme Oost-Vlaanderen en haar regio's aangeduid op onze websites op basis van de Google kaart.

► Meer info: www.sector.tov.be/logiesgegevens-aanpassen

Wil je extra in de kijker gezet worden via onze offline en online kanalen?

Vul dan je promotionele gegevens aan via de sectorwebsite van Toerisme Oost-Vlaanderen of haar regio's:

► www.sector.tov.be/promotie-van-je-logies

Dit kan enkel als (erkend) logiespartner.

5.6.3 Logeren in Vlaanderen Vakantieland

Logeren in Vlaanderen vzw, het vroegere 'Plattelandstoerisme in Vlaanderen' is een samenwerking tussen de vijf Vlaamse Provincies, Horeca Vlaanderen en de Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme vzw.

Logeren in Vlaanderen is enerzijds een ledenorganisatie voor uitbaters van kleinschalig logies en anderzijds een marketingorganisatie.

De vzw verdedigt de belangen van uitbaters, geeft vorming en advies en zorgt voor netwerking. Voor aangemelde en erkende Vlaamse logies wordt promotie gevoerd onder de campagnenaam 'Logeren in Vlaanderen Vakantieland'. Voorwaarden en tarieven om deel te nemen aan de marketingacties vind je hier:

► www.logereninvlaanderenvakantieland.be/nl/over-logeren-in-vlaanderen

► www.logereninvlaanderenvakantieland.be/nl/info-voor-uitbaters





VLAAMSE
LAND
MAATSCHAPPIJ



Vlaanderen
is open ruimte



Platteland Plus: Vlaanderen en provincie Oost-Vlaanderen investeren in hun platteland.

WWW.TOERISMEBOEREN.BE