



**WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN**  
**WE ZIEN JE HIER GRAAG**

# Stichting Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen

## Tussenrapportage

Streekpromotie & Gastheerschap  
Gemeente Sluis

30 september 2022

Versie: 7 oktober

Stichting Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen  
[info@bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl](mailto:info@bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl)  
Regiocoördinator Ilse de Smit | 06-55348203



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

### Inhoud

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 1. Aanleiding .....                          | 5  |
| 2. Strategie.....                            | 5  |
| 2.1. Marketingplan en regiobranding.....     | 5  |
| 2.2. DAS Buro.....                           | 5  |
| 2.3. Onderzoek .....                         | 5  |
| HZ Kenniscentrum Kusttoerisme.....           | 6  |
| Doelstelling onderzoek.....                  | 6  |
| Enquêteresultaten.....                       | 6  |
| Resultaten.....                              | 6  |
| Bijdrage ondernemers.....                    | 7  |
| Kosten .....                                 | 7  |
| 2.4. Kwartaaloverleg en advies .....         | 7  |
| 2.5. Huisstijlhandboek.....                  | 7  |
| 2.6. Budget marketingplan en streekmerk..... | 8  |
| 3. Communicatiemiddelen .....                | 8  |
| 3.1. Social media .....                      | 9  |
| Contentmarketing.....                        | 9  |
| Paid campagnes .....                         | 9  |
| Advies / training .....                      | 10 |
| Social take-over .....                       | 10 |
| 3.2. Communicatie regionaal .....            | 10 |
| Inwoners en ondernemers .....                | 10 |
| Ondernemers.....                             | 10 |
| Gasten en inwoners .....                     | 11 |
| 3.3. Website.....                            | 11 |
| 3.3.1. Evenementenkalender.....              | 11 |
| 3.3.2. Tegelpagina .....                     | 12 |
| 3.3.3. Routeyou.....                         | 12 |
| 3.3.4. Beschikbaarheid.....                  | 12 |



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| allyourz .....                                                           | 12 |
| 3.3.5. FOODREGIO WZV .....                                               | 13 |
| 3.3.6. Uitbreiding content .....                                         | 13 |
| 3.3.7. Meertaligheid objecten .....                                      | 13 |
| 3.3.8. Overig .....                                                      | 13 |
| 3.3.9. Statistieken.....                                                 | 13 |
| Doelgroep .....                                                          | 13 |
| Gedrag.....                                                              | 14 |
| Doorontwikkeling.....                                                    | 15 |
| 3.3.10. Budget doorontwikkeling toeristisch platform .....               | 15 |
| 3.4. Persbewerking .....                                                 | 15 |
| Persontvangst.....                                                       | 15 |
| Retro bus .....                                                          | 16 |
| Bijdrage ondernemers.....                                                | 16 |
| 3.5. Productontwikkeling .....                                           | 16 |
| 3.5.1. Fietskaart .....                                                  | 16 |
| Bijdrage ondernemers.....                                                | 17 |
| 3.5.2. Wandelkaart .....                                                 | 17 |
| Bijdrage ondernemers.....                                                | 17 |
| 3.5.3. Toeristische krant Zeeuws-Vlaanderen .....                        | 17 |
| Bijdrage ondernemers.....                                                | 17 |
| 3.5.4. Toeristische infomarkt 'Ontdek West Zeeuws-Vlaanderen e.o.' ..... | 17 |
| Bijdrage ondernemers.....                                                | 18 |
| 3.6. Fotografie .....                                                    | 18 |
| 3.7. Videografie .....                                                   | 18 |
| 3.8. Samenwerking .....                                                  | 18 |
| 3.9. Ambassadeurschap .....                                              | 20 |
| 3.10. Budget streekpromotie .....                                        | 20 |
| Toelichting .....                                                        | 20 |
| Aanvulling .....                                                         | 20 |
| 4. Gastheerschap van de Zwinstreek .....                                 | 21 |



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Verdiepingsmodules en netwerken ..... | 21 |
| Toeristisch Informatie Punt .....     | 22 |
| TOP Cadzand .....                     | 22 |
| Vervolg 2023.....                     | 22 |
| 4.1. Budget gastheerschap.....        | 23 |
| Toelichting .....                     | 23 |
| 5. Dashboard.....                     | 24 |
| 6. Plan 2023 .....                    | 24 |

### BIJLAGEN

|     |                            |
|-----|----------------------------|
| I   | Perslijst 2022             |
| II  | Budget streekpromotie 2022 |
| III | Plan 2023                  |



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

### 1. Aanleiding

Voor je ligt de tussenrapportage naar aanleiding van de uitvoering van de toeristische streekpromotie en het gastheerschap in de regio West Zeeuws-Vlaanderen door Stichting Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen (SGZV) in de periode januari t/m september 2022.

De tussenrapportage volgt dezelfde opbouw als het werkplan 2022\*.

Aangezien het boekjaar 2022 nog niet ten einde is, zijn nog niet alle prestatieafspraken behaald. Hetzelfde geldt voor de activiteiten benoemd in het werkplan 2022; met nog een kwartaal te gaan, wordt nog volop gewerkt aan de uitvoering hiervan.

In een separaat document geven we bovendien een grove doorkijk naar het plan voor 2023.

\*Conform prestatieafpraak 2.1.

### 2. Strategie

Voor strategievorming heeft gemeente Sluis een budget beschikbaar gesteld à € 12.500. SGZV heeft dit ingezet voor onderstaande activiteiten. Per paragraaf wordt aangegeven wat de stand van zaken is t/m september 2022.

1. Marketingplan en regiobranding
2. DAS buro
3. Onderzoek
4. Kwartaaloverleg en advies
5. Huisstijlhandboek

#### 2.1. Marketingplan en regiobranding

In samenwerking met Diederick Janssens van [Janssens today](#) is de marketingstrategie en de koers voor regiobranding ontwikkeld. De marketingstrategie werd toegevoegd als bijlage I bij het Werkplan 2022.

#### 2.2. DAS Buro

Diverse overleggen met [DAS buro](#) hebben bijgedragen aan enerzijds het beleidsplan en anderzijds de visie op de uitvoering.

#### 2.3. Onderzoek

Juni jl. heeft SGZV een uitgebreid vrijetijdsonderzoek uitgezet onder inwoners van de gemeente Sluis. Het onderzoek geeft inzicht in waar inwoners wel of geen gebruik van maken en waarom, waaraan zij behoefte hebben en wat nog mist. De resultaten zijn zeer waardevol in relatie tot de algemene doelstelling van SGZV: het verbeteren van de



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

vrijtijdseconomie (VTE) in combinatie met een verbetering van het draagvlak bij de eigen inwoners.

### HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

In overleg met HZ Kenniscentrum Kusttoerisme is besloten een eigen onderzoek uit te voeren. Hetgeen SGZV wilde onderzoeken, valt precies tussen het inwoners- en bezoekersonderzoek van HZ Kenniscentrum Kusttoerisme in.

### Doelstelling onderzoek

Doelstelling van het onderzoek is het recreatieve aanbod dichterbij de meest bereikbare en effectieve doelgroep (inwoners) te brengen. De onderzoeksresultaten stellen ons in staat zaken in gang te brengen; relevante partijen aanreiken dat wat nodig is om uiteindelijk te groeien bij de inwoners.

### Enquêteresultaten

In totaal zijn 2.500 huishoudens aangeschreven in de gemeente Sluis. Vooraf is bepaald dat minimaal 300 respondenten de vragenlijst dienden in te vullen voor een representatief onderzoeksresultaat. In totaal is de vragenlijst 305 keer ingevuld. Zodra de resultaten van het inwonersonderzoek naar het draagvlak voor toerisme (uitvoering door HZ Kenniscentrum Kusttoerisme) en de evaluatie van het strandbeleid (uitvoering door Gemeente Sluis) bekend zijn, worden deze naast de enquêteresultaten van het Vrijtijdsonderzoek inwoners gemeente Sluis gelegd.

### Resultaten

Onze doelstellingen met betrekking lokaal draagvlak en betrokkenheid zijn **actiegericht** in plaats van resultaatgericht. SGZV doet de belofte zaken neer te leggen bij de desbetreffende partij(en). SGZV is niet de partij die de ideeën van de inwoners daadwerkelijk kan realiseren.

1. Aangedragen kansen, ideeën en interesses brengen we onder de aandacht bij de juiste partij(en). Gedurende het jaar vragen we de partij(en) naar de stand van zaken.
2. De input uit vraag 1-Wat is jouw favoriete plekje in West Zeeuws-Vlaanderen, vraag 2-Wat vind jij karakteristiek aan West Zeeuws-Vlaanderen en aanvullende enthousiaste opmerkingen nemen we mee in onze externe communicatie.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

3. De resultaten geven inzicht in hoeverre het vrijetijdsaanbod bekend is bij en gebruikt wordt door de inwoners. Op basis hiervan kunnen we de promotie gericht inzetten; datgene voor het voetlicht brengen wat nog niet (voldoende) bekend is. We streven ernaar dat inwoners zich meer bewust worden van de vele voorzieningen die de streek, dankzij toerisme, rijk is.

### Bijdrage ondernemers

Aan het onderzoek werd een winactie gekoppeld. Onder de deelnemers heeft de stichting verschillende lokale uitjes verloot, zoals een verblijf van vrijdag tot maandag in een VW-oldtimer camper op een camping in Sint Kruis, een verblijf van vrijdag tot maandag in een Dunetent op een camping in Groede, een midweek in een slaapstrandhuisje in Nieuwvliet, een middagje op een e-solex of e-chopper, een luxueus ontbijt bij een hotel in Cadzand en drie flessen Hierbas de las Dunas. De prijzen werden ter beschikking gesteld door ondernemers en vertegenwoordigden een waarde van in totaal € 2.750.

De onderzoeksresultaten 'Vrijetijdsonderzoek inwoners gemeente Sluis' worden in de loop van oktober aangeleverd.

### Kosten

Gezien de omvang van het onderzoek bleek het budget niet toereikend. Op het moment van oplevering van deze tussenrapportage zijn nog niet alle facturen ontvangen. Dit betekent dat het tekort nog circa € 500 oploopt. Ook zijn de kosten voor de inzet van de regiomarketeer en/of uitvoerende niet meegerekend. Het tekort en de ureninzet wordt betaald vanuit het budget 'streekpromotie'.

### 2.4. Kwartaaloverleg en advies

Om een goede start te maken met de uitvoering van de marketingstrategie en regiobranding en voor de begeleiding van het onderzoek heeft regelmatig overleg plaatsgevonden met Diederick Janssens.

### 2.5. Huisstijlhandboek

Om onze huisstijl beter te kunnen waarborgen en consistent toe te (laten) passen, is een huisstijlhandboek ontwikkeld.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN WE ZIEN JE HIER GRAAG

## 2.6. Budget marketingplan en streekmerk

|                                    | beschikbaar        | uitgegeven to date |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Kosten (excl. BTW):</b>         |                    |                    |
| <b>MARKETINGPLAN EN STREEKMERK</b> | € 12.500,00        |                    |
| 2021 Marketingplan regiobranding   |                    | € 2.560,00         |
| 2021 DAS Buro                      |                    | € 1.500,00         |
| 2022 Onderzoek                     |                    |                    |
| - Mailing                          |                    | € 1.121,74         |
| - Inhuur marketingexpertise        |                    | € 2.415,00         |
| - Social advertising               |                    | € 257,23           |
| - Drukwerk                         |                    | € 750,00           |
| 2022 Kwartaaloverleg en advies     |                    | € 2.520,00         |
| 2022 Huisstijlhandboek             |                    | € 1.500,00         |
| <b>Totaal geraamde kosten</b>      | <b>€ 12.500,00</b> | <b>€ 12.623,97</b> |
|                                    | Tekort             | € -123,97          |

## 3. Communicatiemiddelen

Om onze doelstellingen te bereiken, zetten we een evenwichtige mix van meerdere mediatypen in\*. Per paragraaf is terug te lezen wat in de periode januari t/m september 2022 is gerealiseerd.

1. Social media
2. Communicatie regionaal
3. Website
4. Persbewerking
5. Productontwikkeling
6. Fotografie
7. Videografie
8. Samenwerking
9. Ambassadeurschap

\*Conform prestatieafspraken 2.2., 2.3., 2.4., 2.6. en 6.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN WE ZIEN JE HIER GRAAG

## 3.1. Social media

SBZV zet zowel Facebook als Instagram in om de doelen te bereiken. Beiden zijn belangrijke kanalen om tegen relatief lage kosten een goed bereik te behalen. We zetten met name in op contentmarketing, doelgerichte paid campagnes en social media take-over.

De eerste helft van 2022 lag de focus met name op organische groei.

**Facebook** – januari t/m september 2022

- Aantal volgers: 4.969
- Aantal vind-ik-leuks: 4.427
- Bereik: 574.483

**Instagram** – januari t/m september 2022

- Aantal volgers: 1.696
- Bereik: 34.491

## Contentmarketing

In de zomermaanden is een Social Media Strategie (SMS) ontwikkeld met als doelen:

- Vastleggen hoe SGZV optimaal gebruik kan maken van de voordelen die social media biedt.
- Eénduidigheid en houvast creëren voor de uitvoering binnen een organisatie die nog volop in ontwikkeling is.

De SMS heeft geresulteerd in actieplan gericht op het vergroten van exposure, engagement, influence en 'action'. Content vormt het toverwoord op basis waarvan we groei kunnen realiseren. Op het moment van schrijven wordt nog gewerkt aan het bepalen van de contentthema's die vervolgens onderdeel worden van de contentkalender.

De contentthema's worden bepaald aan de hand van:

- Visie Streekpromotie en Gastheerschap
- Marketingstrategie
- Onderzoekresultaten 'Vrijtjidsonderzoek inwoners gemeente Sluis'
- Strategiethema's Zeeuwse Marketing Organisatie

## Paid campagnes

Van januari t/m augustus jl. hebben we tweemaal een paid campagne ingezet. Daarmee hebben we een betaald bereik van 449.403 gerealiseerd goed voor 3.868.280 weergaven.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

- De eerste campagne vond plaats in maart '22 met als doel awareness voor West Zeeuws-Vlaanderen en traffic naar [bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl](https://www.bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl) vergroten.
- De tweede campagne vond plaats in juli '22 om inwoners van gemeente Sluis te motiveren de vragenlijst in het kader van 'Vrijtijdsonderzoek inwoners gemeente Sluis' in te vullen.

### Advies / training

Aansluitend op de Social Marketing Strategie en met het oog op de uitvoering heeft een medewerker een hands-on social media workshop gevolgd.

### Social take-over

Om te groeien binnen onze doelgroepen in België en Duitsland willen we vanaf oktober a.s. een deel van de social media uitbesteden aan gerenommeerde mediabureaus in de desbetreffende landen. Op het gebied van persbewerking werken we al met beiden samen. Door onze (potentiële) gasten in de eigen taal aan te spreken, ontstaat verbinding.

Uitgangspunt bij het creëren van content door de mediabureaus is vanzelfsprekend de contentkalender. Qua tekst en foto's wordt rekening gehouden met de cultuur(verschillen).

### 3.2. Communicatie regionaal

Publiceren in regionale huis-aan-huisbladen draagt bij aan het bereiken van de inwoners en ondernemers van West-Zeeuws-Vlaanderen.

De communicatie via regionale media is gericht op zowel inwoners als ondernemers, en draagt bij aan de volgende doelen: inwoners van de gemeente als trotse [ambassadeurs](#) van de regio en ondernemers als trotse [gastheer](#) / [gastvrouw](#) van de regio.

Tot en met september zijn we in verschillende regionale media zichtbaar geweest: Zeeuws-Vlaams Advertentieblad, Rondje West en diverse dorpsbladen.

### Inwoners en ondernemers

In het Zeeuws-Vlaams Advertentieblad zijn we gemiddeld één keer per maand zichtbaar via een periodieke column. Via de column geven we achtergrondinformatie over de activiteiten die we als stichting uitvoeren en het waarom erachter. Nieuwswaardige berichten versturen we als persbericht naar regionale media zoals o.a. PZC, Rondje West, Badkoerier, Via Vivo en de dorpsbladen in gemeente Sluis. Daarnaast bereiken we de inwoners en ondernemers ook via onze social media platformen.

### Ondernemers

Voor het creëren van draagvlak en betrokkenheid onder de ondernemers verschijnt periodiek een digitale nieuwsbrief. Daarnaast heeft SGZV bij de ondernemersvereniging van



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

Nieuwvliet, Oostburg en Recron-HISWA een presentatie gegeven tijdens de Algemene Ledenvergadering.

### Gasten en inwoners

De samenwerking met de Badkoerier was er afgelopen seizoen op gericht de wetten en regels over het gebruik van het strand te communiceren. In het straatbeeld zijn we herkenbaar middels onder andere de bestickering van de bushaltes van de voormalige kustbus en via de entreeborden bij de kernen. Momenteel onderzoeken we de kosten voor eenduidige welkomstborden bij de Veerhaven, via verschillende toegangswegen en de entreeborden bij de kernen. Dit naar aanleiding van de vraag van de directeur van de Westerschelde Ferry om bij aankomst op de Veerhaven van Breskens een 'warmer' welkom te voorzien.

### 3.3. Website

Voor de doorontwikkeling van het toeristisch platform heeft gemeente Sluis een budget beschikbaar gesteld à € 20.000. SGZV heeft dit ingezet voor onderstaande activiteiten. Per paragraaf wordt aangegeven wat de stand van zaken is t/m september 2022.

1. Evenementenkalender
2. Tegelpagina
3. Routeyou
4. Beschikbaarheid
5. Foodregio WZVL
6. Uitbreiding content
7. Koppeling allyourz
8. Meertaligheid objecten
9. Social sharing
10. Statistieken

#### 3.3.1. Evenementenkalender

Sinds maart 2022 is de evenementenkalender live. Via <https://www.bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl/evenementen> worden gasten en inwoners geïnformeerd over evenementen in de gemeente Sluis. Naast de homepage is de evenementenkalender de best bezochte pagina van de website.

Evenementenorganisatie hebben in maart jl. een mailing ontvangen waarin ze werden opgeroepen hun evenement voortaan aan te leveren. Organisaties dienen hun evenement(en) zelf op te voeren door een account aan te maken.

Door een samenwerking met de gemeente wordt iedere organisatie die melding doet van of een vergunning aanvraagt voor een evenement gewezen op de evenementenkalender.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

Evenementen kunnen geëxporteerd worden en naar wens aangeleverd worden aan derden.

### 3.3.2. Tegelpagina

Om de uitstraling van landingspagina's als [www.bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl/foodregio](http://www.bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl/foodregio) en [www.erfgoedwestzeeuwsvlaanderen.nl](http://www.erfgoedwestzeeuwsvlaanderen.nl) te verbeteren, is een tegelpagina ontwikkeld.

### 3.3.3. Routeyou

Door de integratie met Routeyou kunnen we routes digitaal ontsluiten via onze en/of de Routeyou site. Hetzelfde geldt voor de wandelkaart. De 'enterprise' optie biedt de meest uitgebreide mogelijkheden. Door de integratie ontstaat tevens een interactieve kaart.

De eerste stappen zijn gezet, maar zijn nog niet voor externen zichtbaar. De doorontwikkeling ('enterprise account') en livegang volgt dit najaar.

### 3.3.4. Beschikbaarheid

Het platform [www.recroz.nl](http://www.recroz.nl) geeft een overzicht van beschikbare capaciteit in West Zeeuws-Vlaanderen betreffende kamperen en verhuuraccommodaties (Recron-HISWA), zodat gasten eenvoudig 'intern' doorverwezen kunnen worden. Deze functionaliteit is in opdracht van Recron-HISWA Zeeuws-Vlaanderen ontwikkeld. Gezien zij echter geen gezamenlijk platform hebben, heeft Recron-HISWA SGZV benaderd. De coördinatie en communicatie richting de leden wordt sinds juli jl. door SGZV verzorgd.

In het najaar gaan we met de Recron-HISWA leden in gesprek om te achterhalen hoe we de tool gebruiksvriendelijker kunnen maken en kunnen doorontwikkelen naar een platform\* met een groter boekingsaanbod op het gebied van verblijf, en waar mogelijk en wenselijk vanuit de gast, vervoer en vermaak.

### allyourz

Een koppeling tussen tussen allyourz.nl en BezoekWestZeeuwsVlaanderen.nl voor wat betreft een 'boek nu-knop' stuit op weerstand bij de verhuurkantoren in West Zeeuws-Vlaanderen. De visie van allyourz wordt enthousiast ontvangen. De weerstand zit met name in het feit dat de verhuurkantoren niet mee kunnen met de provisie die allyourz rekent in relatie tot de provisie die de verhuur- en bemiddelkantoren rekenen. Saverka is van mening dat de verhuurkantoren online, bij samenwerking tussen allyourz en SGZV, achtergesteld worden op de rest van de accommodaties. TOP Cadzand vreest tevens voor verminderd draagvlak onder haar leden. Zoals hierboven vermeld ziet SGZV mogelijkheden in het uitbreiden van het platform recroz.nl met meerdere accommodatietypen. Meer onderzoek is nodig.

\*Conform prestatieafpraak 2.5.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

### 3.3.5. FOODREGIO WZV

Het project Foodregio WZVL heeft als doel om het korte keten gebruik door inwoners, bezoekers en ondernemers te bevorderen. Via de website van SGZV worden de streekproducenten en horeca in kaart gebracht en wordt informatie gedeeld over de streekproducten en welke recepten hiermee gemaakt kunnen worden. Het weergeven van deze laatste twee thema's vraagt het nodige aan ontwikkeling. Sinds mei jl. is de informatie via ons platform ontsloten:

<https://www.bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl/streekproducten>  
<https://www.bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl/recepten>

Hoewel de ontwikkelingskosten buiten de begroting vallen, heeft SGZV qua uren een rol gespeeld in de ontwikkeling van deze pagina's en training van de medewerkers van FOODREGIO WZV om de content op te voeren.

### 3.3.6. Uitbreiding content

Najaar 2022 wordt de website uitgebreid met content over onder andere de Zwinstreek, Zeeland en Gastheerschap van de Zwinstreek en vertaald naar het Duits, Engels en Frans.

### 3.3.7. Meertaligheid objecten

De algemene content op de website is meertalig: NL, EN, DE en FR. Dit geldt echter niet voor object specifieke content. Momenteel zijn het met name de objecten van FOODREGIO WZVL, Erfgoed WZVL en geïnterviewde ondernemers waar achtergrondinformatie is ingevuld. Dit najaar wordt de functionaliteit gerealiseerd.

### 3.3.8. Overig

Om social sharing mogelijk te maken en de laadsnelheid van de website te verbeteren, zijn diverse werkzaamheden uitgevoerd: Open Graph protocol en WebP.

### 3.3.9. Statistieken

#### Doelgroep

Het toeristisch platform [bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl](https://www.bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl) telde in 2022 (t/m september):

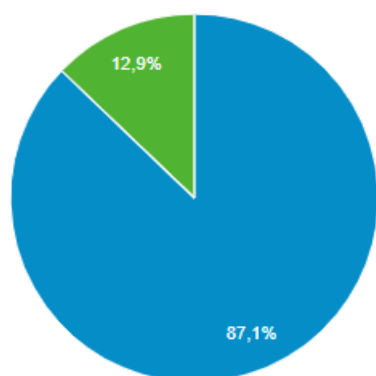
- 18.910 bezoekers, waarvan 18.805 nieuwe gebruikers.
- Gemiddeld bekeek een gebruiker 3 pagina's per sessie met een gemiddelde sessieduur van 00:02:33.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN WE ZIEN JE HIER GRAAG

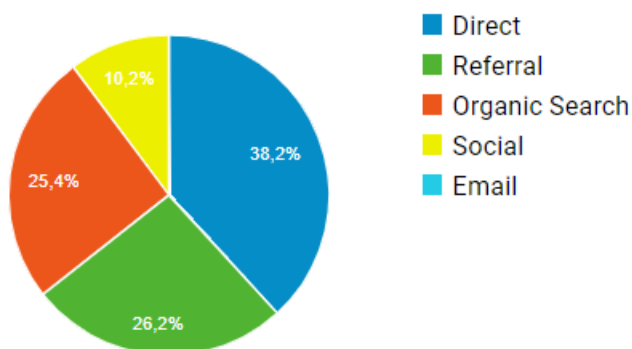
Uit onderzoek blijkt dat de eerste tien seconden van een websitebezoek cruciaal zijn. In deze tien seconden beslissen bezoekers of ze op de site blijven of niet. De gemiddelde sessieduur is per branche, bedrijf en website verschillend. Een goede gemiddelde sessieduur is 2 minuten.

■ New Visitor ■ Returning Visitor



Gebruikers komen via verschillende kanalen naar [bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl](http://bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl):

## Topkanalen



## Gedrag

Het toeristisch platform [bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl](http://bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl) kende in 2022 t/m (t/m september) 74.254 paginaweergaven, waarvan 51.755 unieke paginaweergaven.

De top-3 meest bezochte pagina's zijn achtereenvolgens de homepage, de pagina over het Museum Het Belfort en de evenementenkalender.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

### Doorontwikkeling

Er loopt momenteel een offerteaanvraag voor de aanpassing en uitbreiding van een aantal functionaliteiten met het oog op gebruiksvriendelijkheid en een synergie tussen de website en social media.

#### 3.3.10.Budget doorontwikkeling toeristisch platform

|                                                   | beschikbaar        | uitgegeven to date |
|---------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Kosten (excl. BTW):</b>                        |                    |                    |
| <b>DOORONTWIKKELING TOERISTISCH PLATFORM</b>      | € 20.000,00        |                    |
| Kleinere aanpassingen (april)                     |                    | € 1.000,00         |
| Evenementenkalender                               |                    | € 3.000,00         |
| Tegelpagina                                       |                    | € 337,00           |
| Routeyou                                          |                    | € 6.000,00         |
| Beschikbaarheid                                   |                    | € 2.000,00         |
| Re-directs                                        |                    | € 500,00           |
| Uitbreiding content                               |                    | € 2.500,00         |
| Werkbudget                                        |                    | € 1.973,00         |
| Koppeling allyourz                                |                    | pm                 |
| Meertaligheid objecten                            |                    | € 900,00           |
| Evenementenkalender: concept modus                |                    | € 950,00           |
| Open Graph protocol (i.v.m. social-media-sharing) |                    | € 240,00           |
| WebP (foto's verkleinen)                          |                    | € 600,00           |
| <b>Totaal geraamde kosten</b>                     | <b>€ 20.000,00</b> | <b>€ 20.000,00</b> |

### 3.4. Persbewerking

In samenwerking met gerenommeerde pers- en marketingbureaus bewerken we de Nederlandse, Belgische, Luxemburgse en Duitse markt.

#### Persontvangst

Via deze pers- en marketingbureaus en via ons eigen netwerk heeft SGZV 17 journalisten, influencers en bloggers van verschillende media in West Zeeuws-Vlaanderen ontvangen. Daarnaast voeden we de media met informatie over de regio onder andere in de vorm van persberichten en reageren we op informatieaanvragen vanuit de pers en/of pers- en marketingbureaus.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

Dit heeft tot op heden geresulteerd in ruim 250 uitingen die tezamen ruim 47.415.000 mensen hebben bereikt en een mediawaarde vertegenwoordigen van meer dan € 2.000.000. Een overzicht van de persuitingen is toegevoegd in bijlage I.

### Retro bus

Afgelopen voorjaar hebben we met name het kamperen in West Zeeuws-Vlaanderen getracht in de kijker te zetten. Hiervoor hebben we gedurende één maand een VW oldtimer camper gehuurd die wekelijks op een andere (mini)camping in de gemeente stond. Gedurende deze maand verbleven diverse influencers en journalisten uit binnen- en buitenland in de VW camper. Hun liefde voor en ervaringen in West Zeeuws-Vlaanderen werd gedeeld via zowel print als online media. De return is opgenomen in bijgaand persoverzicht.

### Bijdrage ondernemers

De ontvangst van de media werd gesponsord door de lokale ondernemers in de vorm van overnachting, eten, drinken, activiteiten, vervoer en streekproducten. In totaal vertegenwoordigde dit een waarde van ruim € 14.000.\*

\*Conform prestatieafpraak 5.2.

### 3.5. Productontwikkeling

In het voorjaar zijn door SGZV diverse toeristische producten ontwikkeld. Per paragraaf wordt aangegeven wat de stand van zaken is t/m september 2022.

1. Fietskaart Zwinstreek\*
2. Wandelkaart Zwinstreek\*
3. Toeristische krant Zeeuws-Vlaanderen\*
4. Toeristische infomarkt\*

#### 3.5.1. Fietskaart

Voor het zesde jaar op rij heeft SGZV in samenwerking met de (Vlaamse) Zwinstreekpartners een toeristische fietsknooppuntenkaart uitgebracht. Zowel de out of pocket kosten voor onder andere drukwerk, ontwerp en cartografie als ook de urenbesteding zijn volledig gedekt door de inkomsten van advertentieverkoop.

De fietskaart is in een oplage van 115.000 exemplaren (gratis) verspreid via recreatiebedrijven in de gemeenten Sluis, Damme, Knokke-Heist, Maldegem en Sint-Laureins.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN WE ZIEN JE HIER GRAAG

## Bijdrage ondernemers

Ondernemers en culturele instellingen wordt de mogelijkheid geboden te adverteren op de fietskaart. In totaal hebben ondernemers en culturele instellingen € 39.308,75\* bijgedragen.

### 3.5.2. Wandelkaart

Naar aanleiding van het succes van de fietsknooppuntenkaart, het toenemende wandeltoerisme naar aanleiding van COVID-19 en het wegvallen van de VVV heeft SGZV in het voorjaar van 2022 naast een fietskaart ook een grensoverschrijdende wandelkaart met knooppunten uitgeven. Het vrijgeven van het wandelnetwerk ligt bij Westtoer gevoelig, waardoor binnen deze productie niet op dezelfde wijze wordt samengewerkt met de Vlaamse Zwinpartners zoals wel het geval met de fietskaart.

De wandelkaart is in een oplage van 42.000 exemplaren (gratis) verspreid via recreatiebedrijven in de gemeente Sluis.

## Bijdrage ondernemers

Ondernemers en culturele instellingen wordt de mogelijkheid geboden te adverteren op de wandelkaart. In totaal hebben ondernemers en culturele instellingen € 16.707,25\* bijgedragen.

### 3.5.3. Toeristische krant Zeeuws-Vlaanderen

De regiomarketeers van gemeente Sluis, Terneuzen en Hulst hebben in het voorjaar een gezamenlijke toeristische krant uitgebracht met daarin aandacht voor de drie afzonderlijke regio's.

De toeristische krant is in een oplage van 100.000 exemplaren (gratis) verspreid via recreatiebedrijven in de gemeenten Sluis, Terneuzen, Hulst, via de expatbeurs van Expat Center Zeeland én bij recreatiebedrijven op Walcheren en Zuid-Beveland.

## Bijdrage ondernemers

Gezien de opzet van de krant was er slechts beperkte mogelijkheid tot adverteren. In totaal hebben ondernemers voor € 2.600\* bijgedragen.

### 3.5.4. Toeristische infomarkt 'Ontdek West Zeeuws-Vlaanderen e.o.'

In samenwerking met Speel- en bunkerpark Groede Podium hebben we in augustus een toeristische infomarkt 'Ontdek de streek' georganiseerd. Gasten en inwoners konden zich in de avonden laten informeren over de vrijetijdsbestedingen in West Zeeuws-Vlaanderen en omgeving.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

### Bijdrage ondernemers

Ondernemers en culturele instellingen hebben bijgedragen door een marktkraam te huren en animatie te sponsoren. Tezamen goed voor een bedrag van € 1.120\*.

\*Conform prestatieafspraken 5.2. en 6.4.

### 3.6. Fotografie

Bij de verhalen over mensen en initiatieven die uiting geven aan 'We volgen ons hart (en iedereen is welkom)' hoort passend beeldmateriaal.

Met het oog op spreiding in tijd en ruimte en het ambassadeurschap zijn we voornemens om dit najaar en in de wintermaanden passende beelden te laten maken.

### 3.7. Videografie

Video's vertellen verhalen en verhalen daar houden wij van. Videografie is echter geen doel op zich, maar ondersteunend. Afhankelijk van de (najaars)activiteiten wordt gekeken hoe video kan bijdragen aan onze overall strategie.

### 3.8. Samenwerking

Het succes hangt af van de steun die SGZV krijgt. De initiatieven van de stichting dienen gedragen te worden door het gezamenlijke bereik van alle deelnemers. Om draagvlak, samenwerking en verbondenheid te creëren zet SGZV in op een nauwe relatie met de onderstaande partijen.

- **Gemeente Sluis\***
  - De toeristisch ambtenaar en regiomarketeer hebben op regelmatige basis (maandelijks) overleg over lopende zaken. Waar nodig of bij projecten worden extra overlegmomenten ingepland. Daarnaast ontvangen meerdere personen binnen de gemeentelijke organisatie periodiek de nieuwsbrief van SGZV, zoals toeristisch ambtenaar, raadsleden
  - Komend najaar vind een bestuurlijk overleg plaats met de portefeuillehouder recreatie & toerisme. In juli jl. heeft ook een bestuurlijk overleg plaatsgevonden.
  - Zodra het Gemeentelijk Toeristisch Overlegplatform\* is opgericht neemt de stichting, conform afspraak, deel aan het overleg.
- **Ondernemersverenigingen\***
  - Ondernemersverenigingen in de gemeente Sluis ontvangen periodiek de nieuwsbrief van SGZV.
  - SGZV heeft een presentatie gegeven aan de leden van de OV Nieuwvliet en Oostburg en aan de leden van branchevereniging Recron HISWA. De overige (actieve) ondernemersverenigingen worden bezocht wanneer zich een



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

moment voordoet, bijvoorbeeld wanneer er een algemene ledenvergadering wordt georganiseerd.

- De ondernemersverenigingen worden actief betrokken bij niet-betalende en betalende (samenwerkings)mogelijkheden met SGZV, bijvoorbeeld over het (gratis) publiceren van evenementen op het toeristische platform van SGZV, persontvangsten, drukwerk en social media.
- **Vereniging Erfgoed West-Zeeuws-Vlaanderen\***
  - SGZV onderhoudt nauw contact met de museumcoördinator van de gemeente Sluis. We verwachten de samenwerking te intensiveren zodra de vereniging is opgericht.
  - Alle musea ontvangen periodiek een nieuwsbrief en worden actief geïnformeerd over de niet-betalende en betalende (samenwerkings)mogelijkheden met SGZV, bijvoorbeeld over het (gratis) publiceren van evenementen op het toeristische platform van SGZV, persontvangsten, drukwerk en social media.
- **Non-profit organisaties\***
  - Non-profit organisaties zoals culturele instellingen, musea en erfgoed in de gemeente Sluis ontvangen periodiek de nieuwsbrief van SGZV.
  - Ook worden ze actief betrokken bij niet-betalende en betalende (samenwerkings)mogelijkheden met SGZV, bijvoorbeeld over het (gratis) publiceren van evenementen op het toeristische platform van SGZV, persontvangsten, drukwerk en social media.
- **FOODREGIO WZV\***
  - FOODREGIO WZV heeft binnen het toeristisch platform [bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl](http://bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl) een eigen omgeving bereikbaar via [foodregiowzvl.nl](http://foodregiowzvl.nl)
  - Tot half september jl. werd de content van FOODREGIO WZV op de socials van SGZV geplaatst. FOODREGIO WZV voert voortaan een eigen kanaal.
  - Ook worden FOODREGIO WZV actief betrokken bij niet-betalende en betalende (samenwerkings)mogelijkheden met SGZV, bijvoorbeeld over het (gratis) publiceren van evenementen op het toeristische platform van SGZV, persontvangsten en drukwerk.
- **Zwinstreek\***
  - Gezamenlijke promotie van de Zwinstreek door o.a. de Week van de Zwinstreek, grensoverschrijdende fiets- en wandelkaart.
- **Zeeuwse Marketing Organisatie\*** (in wording):
  - De regiomarketeer neemt deel aan de kerngroep Toeristische Marketing Zeeland (TMZ) en is één van de beoogde themacoördinatoren die namens de kerngroep en provincie aan de slag gaat met de toeristische marketing van Zeeland.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

- De strategiethema's zoals bepaald door de kerngroep worden verwerkt in de contentkalender van SGZV.
- Achter de schermen wordt gewerkt aan een permanente organisatie en financiering van de toeristische marketing van Zeeland

\*Conform prestatieafspraken 1.4. t/m 1.8., 5.1. en 6.

### 3.9. Ambassadeurschap

Voor een regio waar toerisme van dermate (economisch) belang is, is voldoende draagvlak onder inwoners een must. Inwoners dragen bovendien bij aan de vakantiebeleving. Betrokken inwoners zijn ambassadeurs van de regio die een authentieke en belevenis- en betekenisvolle invulling kunnen geven aan lokaal gastheerschap. Om invulling te geven aan het ambassadeurschap door inwoners wordt dit najaar gewerkt aan een uitvoeringsplan.

Bij het opstellen van het uitvoeringsplan wordt rekening gehouden met informatie verkregen uit de volgende onderzoeken:

- Vrijtijdsonderzoek inwoners gemeente Sluis (zomer 2022)
- Evaluatie van het huidige strandbeleid (zomer 2022)
- Inwonersonderzoek draagvlak toerisme HZ (september)

\*Conform prestatieafspraken 4.

### 3.10. Budget streekpromotie

Het budget streekpromotie is bijgevoegd als bijlage II.

#### Toelichting

Gaandeweg het jaar heeft SGZV de financiële administratie anders ingericht, waardoor het budget anders is opgebouwd dan het budget in het werkplan 2022. Hetgeen anders is:

- Inhuur marketingexpertise is een extra post. In het werkplan 2022 waren deze kosten meegenomen in 'Uitvoering'.
- Communicatie regionaal is hernoemd en heet nu 'offline communicatie'.
- De nieuwe post 'signing' maakte in het werkplan 2022 onderdeel uit van 'communicatie regionaal'.
- De nieuwe post 'distributie' viel in het werkplan 2022 onder 'onvoorzien'.
- Persbewerking is inclusief sponsoring/bijdragen van ondernemers.

#### Aanvulling

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme doet in opdracht van Gemeente Sluis onderzoek naar de ondernemersbijdrage\* aan regiopromotie. Deze investeringen zijn minder meetbaar, maar dragen nadrukkelijk bij aan de bekendheid van de regio bij (potentiële) gasten. Omdat de gemeente erop staat dat de kosten voor promotie niet alleen voor rekening van de overheid



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

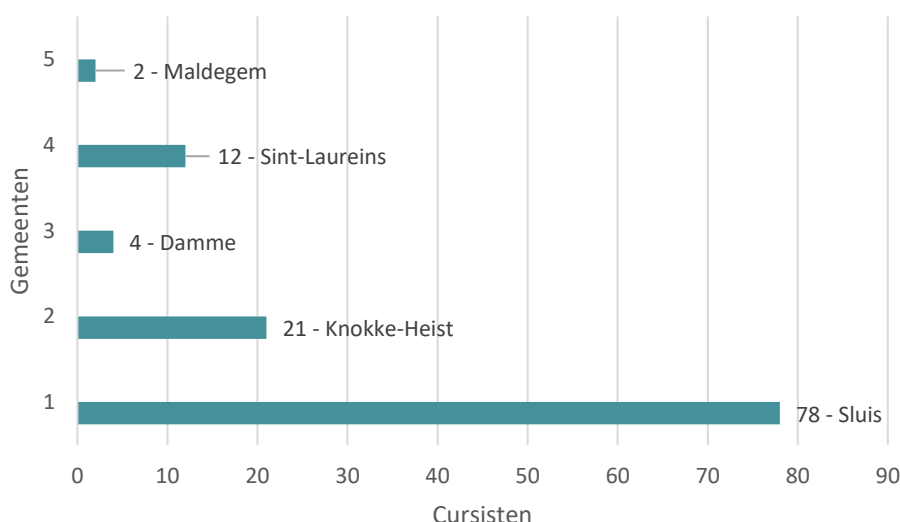
komen, is inzicht in de ondernemersbijdrage wenselijk. De uitkomsten van het onderzoek zijn in de loop van oktober bekend.

\*Conform prestatieafpraak 5.2.2.

#### 4. Gastheerschap van de Zwinstreek

SGZV is verantwoordelijk voor de (door)ontwikkeling van het gastheerschapsnetwerk van de Zwinstreek\*. De uitvoering gebeurt aan de hand van het door de gemeente Sluis opgestelde uitvoeringsplan.

Diverse wervingsacties in het voorjaar van 2022 hebben geresulteerd in 117 aanmeldingen van horeca- en toeristische ondernemers uit de Zwinstreek. In het voorjaar zijn 24 ondernemers opgeleid tot Gastheer of –vrouw van de Zwinstreek. In het najaar volgens nog eens 47 cursisten de basismodule. Voor het voorjaar van 2023 zijn er al 46 aanmeldingen. Onderstaande grafiek laat de spreiding van aanmeldingen binnen de Zwingemeenten zien.



#### Verdiepingsmodules en netwerken

Naast de basismodule worden dit najaar ook de verdiepingsmodule 'De bevochten en grenzeloze Zwinstreek' gegeven. Om de verbinding en samenwerking tussen de gastheren en -vrouwen te stimuleren wordt een netwerkbijeenkomst georganiseerd.

Voor een uitgebreide evaluatie en vooruitblik verwijzen we naar de memo 'Evaluatie en voortgang' van 26 augustus jl.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

### Toeristisch Informatie Punt

De volgende musea hebben aangegeven door te willen groeien naar Toeristisch Informatie Punt (TIP):

- Museum Aardenburg
- Visserijmuseum Breskens
- Museum Het Bolwerk in IJzendijke
- Museumcafé 't Koekoeksnest in Nieuwvliet
- Landbouwmuseum Het Klinket in Schoondijke
- Het Belfort in Sluis

Momenteel wordt nog gewerkt aan het ontwerp van de informatiezuil. De verwachting is dat bij de start van het nieuwe seizoen in 2023 bovenstaande musea zijn voorzien van een zuil. Zodra het ontwerp klaar is, wordt ook gekeken in hoeverre commerciële ondernemers (die de gastheerschapscursus gevolgd hebben) interesse hebben om door te groeien naar een TIP.

### TOP Cadzand

Met TOP Cadzand is afstemming gezocht over de verschillende programma's gastheerschap in West Zeeuws-Vlaanderen c.q. de Zwinstreek. De afspraken zijn vastgelegd in het document '220829 Afstemming TOP i.v.m. gastheerschapscursus.

\*Conform prestatieafpraak 3.1. en 6.1.

### Vervolg 2023

Naar aanleiding van het animo verwachten we in het voorjaar van 2023 twee groepen op te kunnen leiden. Om die reden is de € 8.000 voor het modulair aanbieden van de opleiding alvast gereserveerd.



# WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## WE ZIEN JE HIER GRAAG

### 4.1. Budget gastheerschap

|                                              | beschikbaar        | uitgegeven to date |
|----------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| <b>KOSTEN (excl. BTW):</b>                   |                    |                    |
| <b>GASTHEERSCHAP</b>                         |                    |                    |
| Gebiedssafari                                | € 3.000,00         |                    |
| Netwerkmoment                                | € 3.000,00         |                    |
| Infosessie toeristisch seizoen               | € 2.500,00         |                    |
| Uitvoeringsbudget                            | € 25.000,00        |                    |
| Coördinator (en ondersteuning) gastheerschap | € 29.700,00        | € 11.420,00        |
| <b>Voorjaarscursus (out-of-pocket)</b>       |                    |                    |
| Presentatie Laura de la Mar                  |                    | € 1.375,00         |
| Presentatie Foodarcheoloog                   |                    | € 281,92           |
| Representatiekosten                          |                    | € 63,01            |
| Drankjes bijeenkomst-3                       |                    | € 82,49            |
| <b>Najaarscursus (out-of-pocket)</b>         |                    |                    |
| Presentatie Laura de la Mar                  |                    | € 2.162,50         |
| Presentatie Soan Lan                         |                    | € 100,00           |
| Presentatie Eddy Matthys                     |                    | € 100,00           |
| Representatiekosten                          |                    | € 124,80           |
| Locatievergoeding Tramroute                  |                    | € 200,00           |
| Locatievergoeding Huis van de Vrije Tijd     |                    | € 75,00            |
| <b>Vervolg 2023</b>                          |                    |                    |
| Modulair aanbieden opleiding (IVN)           | € 8.000,00         |                    |
| <b>Totaal geraamde kosten</b>                | <b>€ 71.200,00</b> | <b>€ 15.984,72</b> |

#### Toelichting

2022 staat in het teken van de opstart van de (door)ontwikkeling van het gastheerschapsnetwerk in de Zwinstreek. Het begint bij het opleiden van de cursisten tot gastheren en -vrouwen van de Zwinstreek. Door het overweldigende aantal aanmeldingen vraagt dit de nodige tijd. De activiteiten zoals omschreven in het uitvoeringsplan vinden nog zoveel als mogelijk dit jaar plaats, de overige in de eerste helft van 2023.



# **WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN**

## **WE ZIEN JE HIER GRAAG**

### 5. Dashboard

Om actueel inzicht te hebben waar we staan ten opzichte van de gemaakte afspraken is een dashboard ontwikkeld. Het dashboard geeft het nodige overzicht aan de hand waarvan, indien nodig, bijgestuurd kan worden, zodat de gemaakte afspraken behaald kunnen worden.

### 6. Plan 2023

De gemeente Sluis wenst toekomstgericht met de stichting meerjarige afspraken te maken waarbij de stichting een centrale rol vervult ten aanzien van de promotie en marketing van toeristische projecten waardoor deze ook bijdragen aan de positionering van de regio en integraal onderdeel uitmaken van het verhaal van de bestemming West-Zeeuws-Vlaanderen. Het plan voor 2023 is toegevoegd als bijlage III. Dit betreft een plan op hoofdlijnen waarbij we met name een doorontwikkeling voor ogen hebben voor hetgeen we als basis in 2022 hebben neergezet.

Het daadwerkelijke werkplan wordt opgesteld aan de hand van gesprekken met de gemeente. Ook wordt gekeken naar de resultaten uit het onderzoek van het HZ Kenniscentrum Kusttoerisme naar de ondernemersbijdrage aan regiopromotie. Deelnemers kunnen via het onderzoek namelijk hun 'visie' op en wensen ten aanzien van streekpromotie aangeven.