



BOER *zoekt* TOERIST

Draaiboek voor landbouwverbreding
als hefboom voor toerisme in de Rupelstreek



Sheela Farm, Rumst



COLOFON

Deze digitale brochure is een aangepaste versie van de oorspronkelijk digitale brochure 'ToerismeBoeren' van Toerisme Oost-Vlaanderen uit 2025. De originele brochure is te raadplegen via <https://toerismeoostvlaanderen.be/ondersteuning/ondersteuning-voor-logies/starten-met-een-logies>

Daarnaast werd ook beroep gedaan op de inhoud van de startersgids van vzw Logeren in Vlaanderen die te raadplegen is via <https://www.vlaanderenvakantieland.be/nl/starten-meteen-toeristisch-logies>

Interessant is ook de beknopte handleiding van Toerisme Vlaanderen die terug te vinden is via: <https://toerismevlaanderen.be/nl/publicaties/wegwijzer-voor-startende-logiesuitbaters>

Deze brochure omvat grotendeels dezelfde inhoud maar werd aangepast in functie van het project "Landbouwverbreiding als hefboom voor toerisme in de Rupelstreek".

REDACTIE: Patrick Pasgang (Boerenbond Projecten), Stefaan D'Hauwers (Toerisme Provincie Antwerpen), Karin De Mulder (Toerisme Rupelstreek)

FOTOGRAFIE: Beeldenbank Toerisme Oost-Vlaanderen, David Samyn, David Stockman, Yannick De Pauw, Ludo Goossens, Bas Van Oort, Jesse Willems, Logeren in Vlaanderen & Horeca Partners; beelden vanuit POV Dienst Landbouw & Platteland; beeldenbank Boerenbond & Landelijke Gilden; beelden van studenten uit het tweede jaar interieurvormgeving Luca School of Arts 2018-2019, Sheela Farm, 't Hertsveld, Germaine & Hortense, Toerisme Rupelstreek, Paardenmelkerij De Beck

LAYOUT: GreWart GCV

Met dank aan Provincie Antwerpen dienst Platteland, Toerisme Vlaanderen, Toerisme Provincie Oost-Vlaanderen en de partners van het project "ToerismeBoeren" & al onze pilots.

Dit draaiboek is met de grootst mogelijke zorg samengesteld door bovenstaande projectpartners. De opgenomen informatie is verzameld in de periode januari 2018- maart 2020 en werd herwerkt in de periode juli-augustus 2024. Begin 2025 werd de info aangepast voor de Rupelstreek. De verantwoordelijke uitgevers kunnen op geen enkele manier aansprakelijk gesteld worden voor fouten, onnauwkeurigheden of wijzigingen.

DEPOTNUMMER: D/2015/12.159.1

V.U.: Toerisme Rupelstreek, Schommelei 1, 2850 Boom



INHOUD

VOORWOORD	6
1 Landbouwverbreding als hefboom voor toerisme in de Rupelstreek	8
1.1 Drie partners werken samen aan één doel	8
1.2 Doel en aanpak	9
1.3 Resultaten en impact	11
2 De noodzaak van een draaiboek rond landbouwverbreding als hefboom voor toerisme	13
2.1 Voor en positieve kijk op het platteland	13
2.2 Voorwaarde voor toerisme als totaalbeleving	13
2.3 Wat biedt dit draaiboek?	13
3 Stappenplan voor de opstart van kwalitatief en innovatief hoevetoerisme	15
3.1 Stap 1: Wat is je motivatie?	15
3.2 Stap 2: Hou rekening met de vergunningsplicht en ruimtelijke ordening	17
3.3 Stap 3: Doe een plattelandsscan	20
3.4 Stap 4: Tijd voor een toerismescan	26
3.5 Stap 5: Laat je inspireren om te innoveren	29
3.6 Stap 6: Kies voor belevingsvolle activiteiten	39
3.7 Stap 7: Overweeg MICE, meetings, incentives, congressen en events	43
3.8 Stap 8: Start van een stevig bedrijfsplan	44
4 Wetgeving	50
4.1 Verschillend logiestypes, verschillende regels	50
4.2 Het Vlaams logiesdecreet	51
4.3 Brandveiligheid	56
4.4 Verzekeringen	57
4.5 Nog meer wetgeving	58
5 Het budget	64
5.1 Rendement: Hoeveel ga je verdienen met een kleinschalig logies?	64
5.2 Twee factoren bepalen je inkomsten	65
5.3 Zorg voor evenwicht	66
5.4 Dit is een beeld van je uitgaven	67
5.5 Rendement op vastgoed	67
5.6 De fiscale aspecten van logies	67
5.7 Subsidies	68
6 Marketing en communicatie	73
6.1 Hoe profileer je logies?	73
6.2 Enkele ideeën ter inspiratie	74
6.3 Herhaaladressen en klantenbezoeken	75
6.4 Nog enkele marketingtips	75
6.5 Communicatie en marketing ondersteuning vanuit diverse toeristische organisaties	78





Beste,

Als voorzitter van Toerisme Rupelstreek ben ik fier op de verwezenlijking van **dit draaiboek als hefboom voor toerisme in de Rupelstreek**.

Niet alleen omdat dit project direct verband houdt met verschillende beleidsvelden maar vooral omdat er op het terrein nieuwe samenwerkingen ontstaan tussen diverse sectoren.

Vakanties dicht bij huis, met een belevingselement, winnen aan populariteit. Steeds meer mensen zoeken authentieke plekken in eigen land om tot rust te komen, verbinding te maken met de natuur en het platteland.

Een ideale kans voor landbouwers en tuinbouwers in de Rupelstreek die hun activiteiten willen verbreden door kwalitatieve logies of recreatieve activiteiten aan te bieden. Maar waar hebben de bezoekers nood aan? Kennen we ons huidig aanbod van overnachtingsmogelijkheden en wat zijn "belevingsvolle activiteiten"? Is het mogelijk om dit alles te realiseren op een actief landbouwbedrijf in de Rupelstreek en is dit rendabel?

Gedurende het project "**Landbouwverbreding als hefboom voor toerisme in de Rupelstreek**" werden landbouw- en tuinbouwbedrijven begeleid, met op maat gemaakte ondersteuning, om zo tot innovatieve en duurzame toeristische projecten te komen. Alle opgedane ervaringen en inzichten zijn verzameld in dit praktische draaiboek, een handig instrument voor iedereen die met dit idee aan de slag wil in de Rupelstreek en met uitbreiding de provincie Antwerpen.

Wij willen in het bijzonder onze partners Boerenbond, Rurant, Provincie Antwerpen, Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Vlaanderen bedanken voor de samenwerking binnen dit project.

Wij wensen de ondernemers alvast veel succes!

Axel Boen

Voorzitter Toerisme Rupelstreek



1. Landbouwverbreding als hefboom voor toerisme in de Rupelstreek

VOORSTELLING PROJECT

Van september 2023 tot maart 2025 stond de Rupelstreek in het teken van het project “Verbreding van landbouwactiviteiten als hefboom voor toerisme in de Rupelstreek”. Dit initiatief bood landbouwers inspiratie en begeleiding bij het ontwikkelen van beleavingsgerichte nevenactiviteiten. De veranderende economische en klimatologische context en de verstedelijking van de regio maakten het noodzakelijk om ‘out of the box’ te denken en nieuwe mogelijkheden te verkennen.

1.1 DRIE PARTNERS WERKEN SAMEN AAN ÉÉN DOEL



1.1.1 TOERISME RUPELSTREEK VZW

Toerisme Rupelstreek is een bovenlokaal toeristisch samenwerkingsverband dat ontstaan is tussen de gemeenten uit de Rupelstreek (Hemiksem, Schelle, Niel, Boom en Rumst), en het Hombeeks Plateau (westrand van Mechelen). Toerisme Rupelstreek vzw staat in voor de bevordering, ontwikkeling en promotie van toerisme en recreatie in de Rupelstreek. Daarnaast ondersteunt Toerisme Rupelstreek de visie en de acties van de toeristische regio Scheldeland, waartoe de cluster behoort. Het centrale infokantoor bevindt zich in het centrum van Boom. Samen met de gemeenten, Toerisme Scheldeland, Toerisme Provincie Antwerpen en onze talrijke andere partners werken we het toeristisch aanbod in onze cluster optimaal uit en zetten we de Rupelstreek en het Hombeeks Plateau op de toeristische kaart.

www.toerismerupelstreek.be

1.1.2 TOERISME PROVINCIE ANTWERPEN

We promoten en ondersteunen een kwaliteitsvol toerisme waar iedereen (lokale overheden, ondernemers, bezoekers en bewoners) in de provincie Antwerpen beter van wordt met oog voor de impact op de lokale gemeenschap en onze leefomgeving.

DE DUURZAME ONTWIKKELINGSDOELEN VAN DE VN EN HET CONCEPT FLOREERENDE BESTEMMING ZIJN ONS KOMPAS.

1. We bouwen een hecht netwerk van partners en verbinden de toeristische sector met elkaar. We zijn hét aanspreekpunt voor het toeristische werkveld in de provincie Antwerpen.
2. De merken Kempen, Scheldeland en Vlaanderen Vakantieland zijn top of mind als aantrekkelijke
3. We verbreden onze toeristische kennis en data en delen deze expertise met ons netwerk.
4. We stimuleren en ondersteunen de evolutie naar een duurzaam toerisme (economisch, ecologisch en sociaal-maatschappelijk).

5. We verhogen de vakantieparticipatie door zoveel mogelijk drempels (fysiek, mentaal, sociocultureel, financieel,...) weg te werken.
6. We ontwikkelen ons verder tot een performante en wendbare organisatie die zich met passie inzet voor het binnenlands toerisme.

<https://www.provincieantwerpen.be/aanbod/dvt/toerisme-provincie-antwerpen.html>

1.1.3 BOERENBOND

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. Boerenbond Projecten is actief op drie terreinen: technische ontwikkeling, bedrijfsontwikkeling en plattelandsontwikkeling. De innovatieconsulenten informeren en inspireren over nieuwe kansen en uitdagingen. Bovendien ondersteunen ze de ontwikkeling en uitrol van concrete innovatieprojecten. Boerenbond Projecten biedt ook vormingen aan, toetsen pilootprojecten op hun haalbaarheid en demonstreren goede voorbeelden aan andere geïnteresseerden.

www.boerenbond.be

1.2 DOEL EN AANPAK

Het project had als doel landbouwbedrijven te ondersteunen bij het versterken van hun economische positie door activiteiten zoals dagrecreatie, kleinschalige overnachtingen, korte keten-verkoop en educatieve workshops te ontwikkelen. Hiermee wilde men niet alleen bijdragen aan het voortbestaan van deze bedrijven, maar ook de Rupelstreek versterken als toeristische bestemming.

DE AANPAK WAS GRONDIG EN BESTOND UIT VERSCHILLENDE STAPPEN:

1. MARKTVERKENNING EN INVENTARISATIE

In de eerste fase werd de lokale situatie in kaart gebracht. Er werd onderzocht welke landbouwbedrijven actief waren, welke nevenactiviteiten al plaatsvonden en welke bedrijven potentieel hadden om deel te nemen.

2. INFORMATIESESSIE

Op 18 oktober 2023 vond een inspirerende infosessie plaats voor geïnteresseerde ondernemers. Hier werden voorbeelden van succesvolle verbredingsactiviteiten gedeeld en werden de voordelen van verbreding toegelicht.

3. PITCHMOMENT: 'SCHATTEN OP HET PLATTELAND'

Op 17 februari 2024 kregen ondernemers de kans om hun ideeën te presenteren aan een panel van experts. Twee projecten werden geselecteerd voor intensieve begeleiding:

- Workshops bij bloemenplukweide Germaine & Hortense in Reet
- Hoevetoerisme bij Sheela Farm in Rumst

Ondernemers die niet geselecteerd werden, konden deelnemen aan een lerend netwerk en andere inspirerende activiteiten binnen het project.

4. WORKSHOP BUSINESS MODEL CANVAS

Op 7 maart 2024 startten de geselecteerde ondernemers met een workshop BMC waarin zij hun ideeën verder uitwerkten in een businessmodel. Dit model vormde de basis voor de concrete uitwerking van hun plannen.

5. PERSOONLIJKE BEGELEIDING

Gedurende 2024 kregen de twee geselecteerde projecten intensieve één-op-één begeleiding. Dit omvatte ondersteuning bij conceptontwikkeling, zakelijke planning, wetgeving en marketing. Waar nodig werd externe expertise ingeschakeld.

6. INSPIRATIETRIIP NAAR NEDERLAND

Op 4 juni 2024 werd een inspiratietrip georganiseerd naar Noord-Brabant, Nederland. De deelnemers bezochten vijf innovatieve bedrijven die een succesvolle combinatie hebben ontwikkeld van landbouw, toerisme en beleving:

Boerderij 't Schop in Hilvarenbeek, met unieke logiesmogelijkheden en een focus op educatieve beleving.



Winery & Herbs in Schijndel, een wijngaard met kruidenbeleving en korte keten-verkoop.



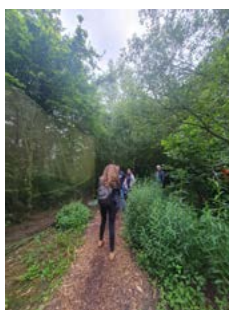
Van 't Zandeind in Riel, waar boerderijactiviteiten gecombineerd worden met verblijfsaccommodaties, evenementen.



Glamping De Bosweide in Alphen, een luxe glampinglocatie te midden van de natuur.



Menmoerhoeve in Etten-Leur, waar landbouw, horeca en recreatie samenkomen.



Tijdens deze busreis werd intensief genetwerkt. Alsook werden de ondernemers geïnspireerd door deze voorbeelden en kregen ze de kans om ervaringen en inzichten uit te wisselen met de eigenaars. Daarnaast werd een presentatie verzorgd door regio-organisatie Visit Brabant, die toelichtte hoe zij bedrijven ondersteunen bij marketing en regiopromotie.

7. FINANCIËLE IMPULS EN NETWERKOPBOUW

De geselecteerde projecten ontvingen een startbudget om hun activiteiten op te zetten.

8. HET LEREND NETWERK

Het lerend netwerk biedt een platform voor uitwisseling en samenwerking tussen agrarische bedrijven en toeristische organisaties. Dit netwerk bestaat uit de deelnemers aan het project Schatten op het platteland, aangevuld met andere collega's en bedrijven uit de provincie Antwerpen. Door regelmatige bijeenkomsten, workshops en netwerkmogelijkheden blijft het netwerk actief bijdragen aan kennisdeling en de ontwikkeling van nieuwe ideeën.

1.3. RESULTATEN EN IMPACT

Het project heeft bijgedragen aan een beter economisch perspectief voor landbouwbedrijven in de Rupelstreek. Door ondernemers concrete handvatten te geven, konden zij nieuwe belevingsgerichte activiteiten ontwikkelen en een bredere doelgroep aanspreken. Bovendien werd de toeristische aantrekkingskracht van de regio versterkt, waardoor de Rupelstreek zich meer profileert als een bestemming voor kortverblijven en unieke belevingen. Met het lerend netwerk als blijvende erfenis van dit project, blijft de regio verder bouwen aan een duurzame en bruisende toekomst voor landbouw en toerisme.



2. De noodzaak van een draaiboek rond landbouwverbreding als hefboom voor toerisme

2.1 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 feeling 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.

2.2 VOORWAARDE VOOR TOERISME 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.

2.3 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 afdoelen. De initiatiefnemers verzamelden informatie over wat wel en niet mag op het vlak van recreatieve verbreding op actieve land- en tuinbouwbedrijven.

NAUWE SAMENWERKING MET BELEIDSMAKERS

In overleg met de Oost-Vlaamse provinciale diensten Ruimte, Landbouw & Platteland en Ruimtelijke Vergunningen, Toerisme Vlaanderen en het Agentschap Landbouw & Zeevisserij 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?

DIALOOG EN SAMENWERKING MET LANDBOUW- EN PLATTELANDS- EN TOERISMEORGANISATIES.

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



3. Stappenplan voor de opstart van kwalitatief en innovatief hoevetoerisme

3.1 **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 werklust 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 B&B? Je kan er ook voor opteren om externe diensten in te huren of om meer werkkraft in te schakelen.

→ **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, recreatie, workshops,...

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? Geef je graag informatie over je bedrijf? Ben je graag omringd door mensen? 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. Of neem deel aan een gelijkaardig project indien beschikbaar.

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 werklust? 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 en beperkte 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 4 'Wetgeving'.
- **Lees meer hierover:** 'Tijdelijke handelingen zijn niet vergunningsplichtig' in de brochure '**Jouw logies en ruimtelijke ordening**' van Toerisme Vlaanderen.



3.2 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 OMGEVINGSCHECK

Om te weten in welke zone je perceel gelegen is, doe je de omgevingscheck:

www.omgevingsloketvlaanderen.be/omgevingscheck

3.2.1 WANNEER IS HOEVETOERISME TOEGELATEN?

Hoevetoerisme is de term die gebruikt wordt voor het aanbieden van toeristische activiteiten op een actief agrarisch bedrijf in agrarisch gebied. Dit wil zeggen dat:

- ▶ je bedrijf voldoet aan de criteria voor 'minimum verdien capaciteit'
- ▶ de land- of tuinbouwactiviteit steeds de hoofdactiviteit blijft.

OFFICIËLE OPENING

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



3.2.2 MOGELIJKE PISTES

Het Agentschap Landbouw & Zeevisserij 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 Agentschap Landbouw & Zeevisserij.

► 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.

Voor wie een jeugdverblijfscentrum (= gebouwen) wil opstarten zijn er bovenop de bestaande regels een aantal versoepelingen toegestaan in gebouwen bestemd voor landbouw. Sinds 2007 kan een (hoofdzakelijk) vergund, niet-verkrot en reeds bestaand gebouw in landbouwgebied als jeugdverblijf ingericht worden. Het gebouw moet wel 'bouwfysisch geschikt' zijn voor de nieuwe functie, het moet gelegen zijn aan een voldoende uitgeruste weg en de inrichting als jeugdverblijf moet mogelijk zijn zonder uitbreiding of herbouw van het bestaande gebouw. De volledige voorwaarden vind je in het besluit over de zonevreemde functiewijzigingen.

Opgelet: deze functiewijziging is geen recht. Het is nog altijd de gemeente die beslist of de functiewijziging wordt toegestaan en daarbij de 'goede ruimtelijke ordening' afweegt.

Voorbeeld: een jeugdverblijf inrichten in een bestaande stal in landbouwgebied is toegestaan op voorwaarde dat deze stal 'bouwfysisch geschikt' is (bijv. een te lage kippenstal) en deze functiewijziging de goede ruimtelijke ordening niet schaadt. Een stal uitbreiden om er een volwaardig jeugdverblijf te realiseren, is niet toegestaan.

[Meer info in de brochure van het CJT \(Centrum voor Jeugdtoerisme\)](#)

3.2.3 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: <https://oost-vlaanderen.be/werken-en-ondernemen/publicaties/van-alle-markten-thuis.html>
- Brochure 'Jouw logies en ruimtelijke ordening' Jouw logies en ruimtelijke ordening | Toerisme Vlaanderen

Advies en begeleiding over wetgeving:

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



Sheela Farm, Rumst

3.2.4 AANVRAGEN VAN EEN OMGEVINGSVERGUNNING

Het Agentschap Landbouw & Zeevisserij 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.

TIP: 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 Agentschap Landbouw en Zeevisserij 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. Geef duidelijk aan waar je toeristisch aanbod een meerwaarde kan bieden voor je eigen landbouwactiviteit en/of landbouw in brede zin.

Licht dit uitgebreid toe in de nota die je mee indient met de aanvraag voor een omgevingsvergunning.

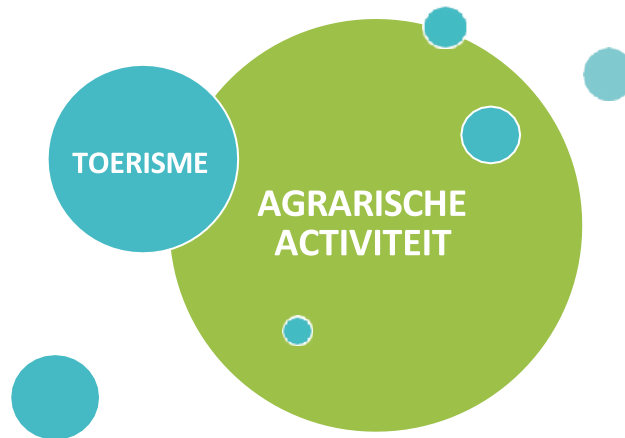
3.3 STAP 3: DOE EEN PLATTELANDSSCAN

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

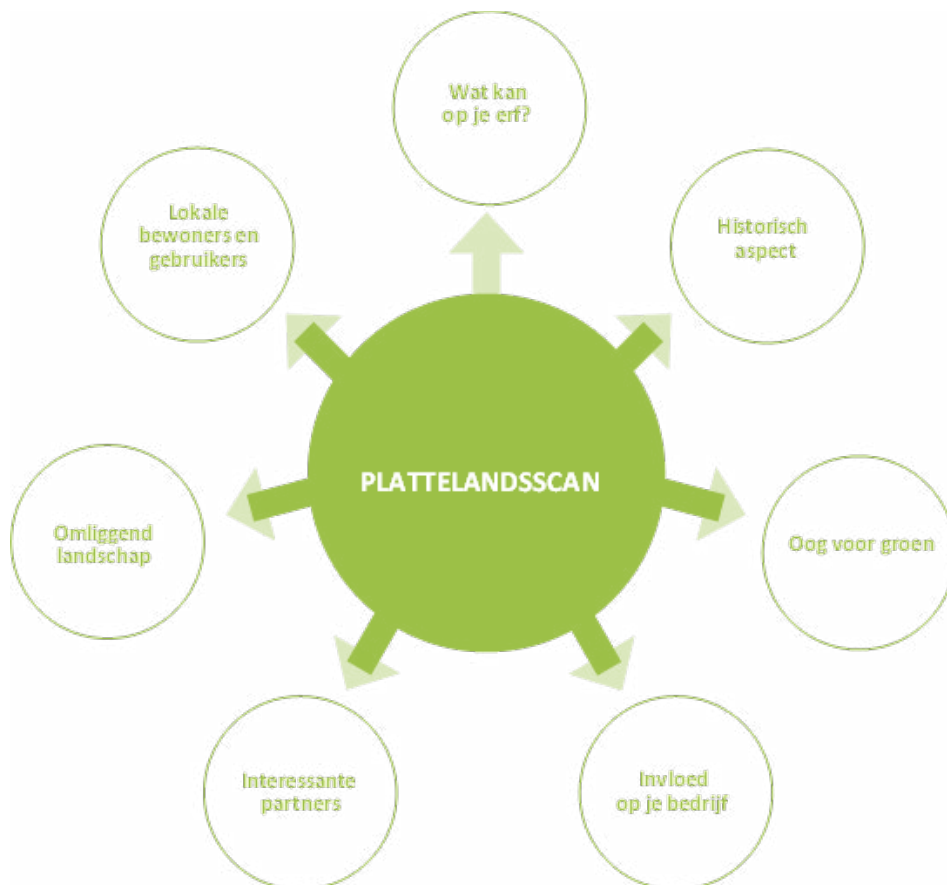
Deze vragen zijn cruciaal binnen hoevetoerisme. Immers, als toerisme de draagkracht van de omgeving overschrijdt, dan komt de authenticiteit in het gedrang. En authenticiteit is nu net de sterkte van hoevetoerisme.



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?



3.3.1 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 3.5 '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 uitgebaat 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.

3.3.2 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. Hou er rekening mee dat het vergunnen van bijkomende verharding voor parking slechts bij uitzondering gebeurt.

3.3.3 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.

3.3.4 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!

3.3.5 KEN DE INTERESSANTE PARTNERS

De dienst Landbouw & Platteland van provincie Antwerpen 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.

[Landschapsintegratieplan - Provincie Antwerpen](#)

Voor de werking rond **agrarische herontwikkeling** kan u hier terecht: [Agrarische herontwikkeling - Provincie Antwerpen](#)

Landbouwers in **provincie Antwerpen** kunnen gebruik maken van het **landbouwkompas** om potentieel voor **agrarische herontwikkeling** in kaart te brengen.

Provincie Antwerpen zet zich in om de ruimte voor landbouw toekomstgericht te versterken en (her)ontwikkelen. Dat doen we door het instrument landbouwkompas aan te bieden aan landbouwers en gemeenten om te komen tot de **juiste landbouwfunctie op de juiste plek** voor een productie in harmonie met de omgeving.

Meer info op: **Provinciaal landbouwkompas - Provincie Antwerpen**

contact: landbouw@provincieantwerpen.be

3.3.6 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 meebepaald 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 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.

Antwerpen telt vier Regionale Landschappen: Schelde-Durme, Rivierenland, de Voorkempen en Grote en Kleine Nete. Rupelstreek is aangesloten bij Rivierenland. Contacteer jouw Regionaal Landschap en kijk wat jullie voor elkaar kunnen betekenen.

www.regionalelandschappen.be

GEPUNT 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.

3.3.7 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.
- ▶ 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 voederen 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.

TIPS

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

Een overzicht van streekproducten kan je hier vinden: <https://streekproduct.be/zoeken/provincie/Antwerpen>

Naast Boerenbond is ook Rurant vzw een belangrijk, ondersteunend platform voor rurale ontwikkeling in de provincie Antwerpen: <http://www.rurant.be/>

EENS RAADPLEGEN

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

‘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 ‘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.



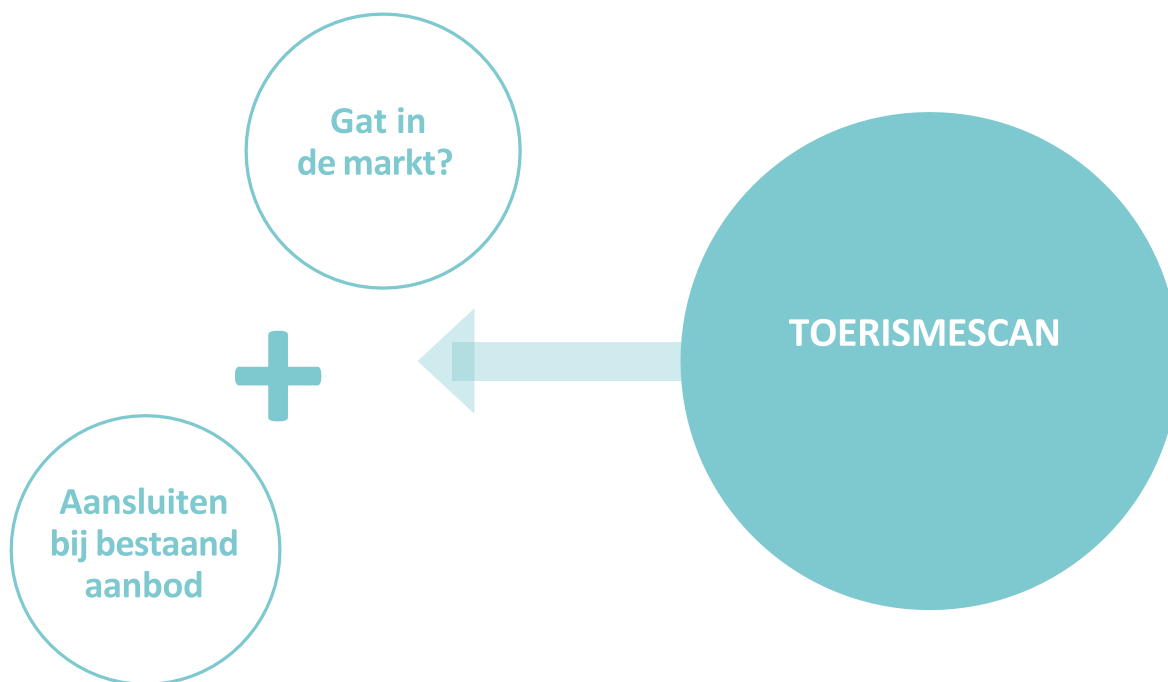
Hoewwinkel 't Herveld, Mechelen

3.4 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.



3.4.1 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 de logiesbarometer van Toerisme Vlaanderen <https://toerismevlaanderen.be/nl/cijfers/barometers/logiesbarometer> vind je actuele cijfers en statistieken over de bezettingsgraad in commercieel logies in het Vlaamse Gewest.
- 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:
<https://toerismevlaanderen.be/nl/cijfers/onderzoek/recreatieve-toerist>

3.4.2 SLUIT AAN OP HET BESTAANDE TOERISTISCHE AANBOD

- Fietsen en wandelen zijn 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 fiets- of wandeltocht samenstellen voor je gasten en bestel Routekaartjes op maat :
<https://www.provincieantwerpen.be/aanbod/dvt/toerisme-provincie-antwerpen/routes.html>
- Een volledig aanbod van het Routenbureau vind je hier :
<https://www.provincieantwerpen.be/aanbod/dvt/toerisme-provincie-antwerpen/routes.html>
- Hoe promoot je optimaal je fiets- en wandelaanbod? Door kwaliteitsvolle producten aan te bieden op de populairste routeplatformen.
Het Routebureau van Toerisme Provincie Antwerpen werkt samen volgende routeplanners: [Fietsknooppunt.be](https://fietsknooppunt.be) en [Wandelnknooppunt.be](https://wandelnknooppunt.be) en [RouteYou.com](https://routeyou.com).
- Neem contact op met de lokale Toeristische partner, Toerisme Rupelstreek. Zij kunnen je ondersteunen en wegwijs maken in het toeristisch netwerk. Daarnaast beschikken zij over de nodige communicatiedragers die zij ter beschikking kunnen stellen. Meer info via www.toerismepropaganda.be

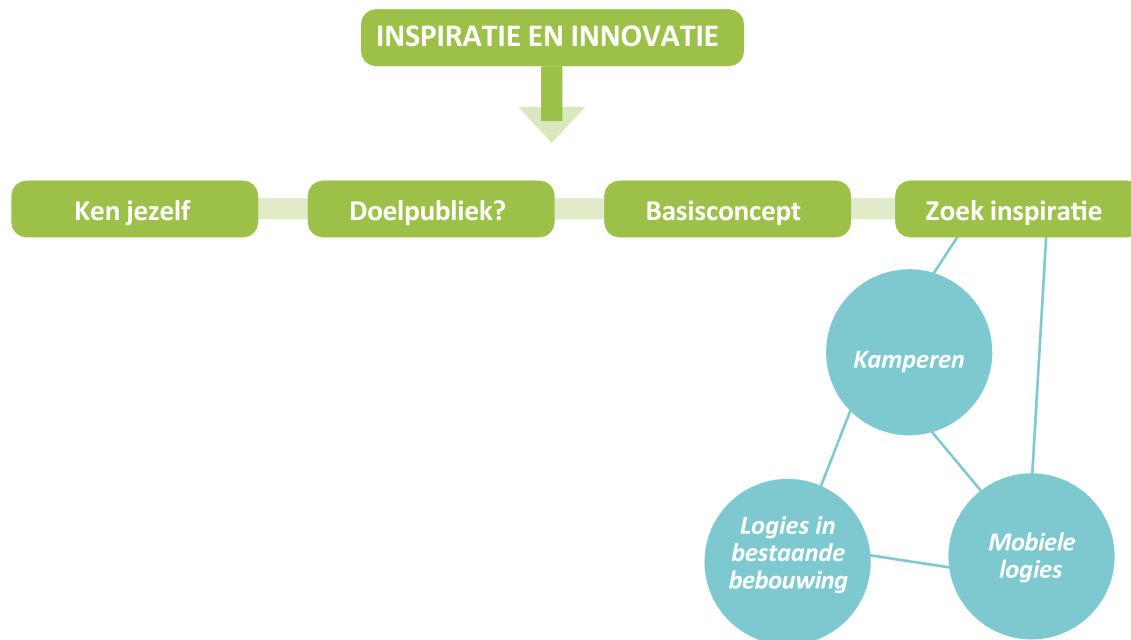




3.5 STAP 5: LAAT JE INSPIREREN OM TE INNOVEREN

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 hoevetoerisme?

Vaak zit vernieuwing in een klein hoekje. 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.



3.5.1 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.

3.5.2 KEN JE DOELPUBLIEK

Sta stil bij wie je doelpubliek precies is. Toerisme Vlaanderen heeft ook interessante toolkits rond persona's en gastvrijheid.

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. Of ga eens langs bij collega's en vraag wat zij te bieden hebben!

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.

3.5.3 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.

3.5.4 ZOEK INSPIRATIE

Je hoeft het warm water niet opnieuw uit te vinden, maar zomaar copy-pasten werkt meestal ook niet. Zeker niet binnen hoevetoerisme 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;
- ▶ geloof in je eigen concept; pas dan zal je mensen overtuigen om er in mee te gaan.

Besef dat nieuwe ideeën en/of inspiratie door bestaande initiatieven elders, niet noodzakelijk ook bij jou kunnen. Het blijft noodzakelijk je idee af te toetsen met de verantwoordelijke overheden en aan te passen aan de geldende wetgeving.

3.5.4.1. WAAR VIND JE INSPIRATIE?

In dit draaiboek bundelen we enkele inspirerende voorbeelden van belevingsvol (hoeve)toerisme.

Binnen hoevetoerisme 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.

Kan je inzetten op één van deze drie types logies? Combineren is ook een optie om meerwaarde te creëren.

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 Toerisme Oost-Vlaanderen begeleidden.

3.5.4.2. 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.
- ▶ **Hihahut** biedt belevingsvolle arrangementen voor twee personen in unieke hutten. Eén 'hut' is een tentenconstructie in een bestaande serre met eigen sanitair en kookegelegenheid.
- ▶ In Nederland vind je het **Stroohotel** waar je op strobedden slaapt op een echte hooizolder:

INSPIRERENDE VOORBEELDEN - INDOOR KAMPEERPLEK



www.treckhostel.be



www.hihahut.nl



www.hayemaheerd.nl



Luca School of Arts - Kristien De Brul

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 openschuur 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



3.5.4.3. 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 3.2 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.
- ▶ Hou er rekening mee dat deze zich best maximaal 30 meter van bestaande vergunde gebouwen bevinden. Deze afstand wordt gehanteerd door het Agentschap Landbouw en Zeevisserij in zijn adviezen. Het gaat echter niet om wetgeving, afwijken kan maar mits voldoende en gefundeerde argumentatie.
- ▶ 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:

► Saffraanboerderij Morkhoven met BOW

We heten u welkom in onze B&B Art. 14, het logementsgedeelte van onze saffraanboerderij “Belgische Saffraan” in het landelijke Morkhoven. Wij hebben 2 ruime gastenkamers op de eerste verdieping van het woonhuis. Daarnaast hebben wij naast de woning het voormalige bakhuis ingericht als gastenverblijf, compleet met eigen keuken, badkamer en terrasje met zicht op de saffraanvelden.

Het BOW (Bed on Wheels) is voor de avontuurlijke romanticus en kadert in het concept ‘alternatieve logies’, met steun van Toerisme provincie Antwerpen. De voormalige hooiwagen werd omgebouwd tot slaapplek voor de zomerperiode.

<https://www.art14.be/over-ons/>

► Landgoed Omorika

LoGeren waarbij de grote G van genieten op kop staat; tijd voor jezelf maken; onder vrienden of met je gezin? Of denk je eerder aan een unieke glamping locatie voor een familie weekendje of vrijgezellen? Ga even terug naar de basis, logeer in ingerichte tipi-tenten, of onze Yurt, en geniet van het buitenzijn, spelende kinderen en van gezellige babbels aan het kampvuur (mét marshmallows en poppende popcorn). Duik tenslotte in de hot-tub voor een verwarmend, ontspannen gevoel!

<https://www.lgomorika.be/>

► Kiekeboetje glamping op de boerderij

Glamping op de boerderij.

Een leuke en rustgevende sfeer bieden wij met het verblijf in de glamping tent met daarnaast een uitdagende portie beleving en avontuur op onze boerderij!

Aan (groot)ouders bieden wij de mogelijkheid de landelijke omgeving te ontdekken (wandelen of met de fiets) of tot rust te komen in de gezellige tent terwijl wij extra activiteiten voorzien voor de kinderen.

<https://kiekeboetje.be/>

► Op de Krekelweide, een ecoglamping in Limburg, slaap je in een volledig ingerichte Bell Tent met een zomerkeuken, vuurput, buitendouche en komposttoilet: www.dekrekelwei.be

► De website van **Hipcamp.com** bundelt een aantal inspirerende kampeerplekken in Europa. Er is ook een aparte categorie ‘Farm Stay’.

► Voor tenten op een fruitweekbedrijf 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.

INSPIRERENDE VOORBEELDEN KAMPEREN



3.5.4.4 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 beleevingsvol zijn en tot de verbeelding spreken.

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

Wist je dat dergelijke mobiele logies heel wat mogelijkheden bieden in agrarisch gebied? Je mag ze tijdelijk 4 x 30 dagen uitbaten zonder omgevingsvergunning. Bovendien heb je als land- of tuinbouwer het materiaal om dergelijke constructies te verplaatsen en te stockeren. Hierbij mag de landbouwfunctie niet in het gedrang komen. Wanneer het een permanent aanbod wordt en/of logies blijven staan, dien je over te gaan tot de aanvraag van een omgevingsvergunning.

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 4 '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 beleevingsvolle 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':
'Moohtel' 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.



INSPIRERENDE VOORBEELDEN MOBIELE LOGIES



3.6 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 inkijsk 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 3.3 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.

3.6.1 TIPS OM RECREATIE EN UITBATING GOED TE COMBINEREN

3.6.1.1 LAAT JE RECREATIE AANSLUITEN OP JE RURALE ACTIVITEITEN EN ZET DEZE IN DE KIJKER

- 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.



3.6.1.2 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 belevingsvolle 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 3.3 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

3.6.1.3. WERK MET ORGANISATIES VOOR KINDEREDUCATIE

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

- **Landbouweducatie:** (vroeger 'plattelandsklasse 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.
- **Beleef de boerderij** is actief in provincie Antwerpen en promoot actieve land- en tuinbouwbedrijven die openstaan voor scholen en verenigingen.
- **Melk4kids** is een educatief project dat kinderen van 3 tot 12 jaar kennis laat maken met het verhaal van de koe en de melk.



3.6.2 HOU REKENING MET VERSCHILLENDE DOELGROEPEN

Hou bij de belevingsvolle 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.

Een andere belangrijke doelgroep waarop je je kunt richten, zijn jeugdgroepen. Zij zijn vaak op zoek naar geschikte locaties voor hun meerdaagse activiteiten. Meer hierover later in dit draaiboek (3.2.4 Jeugdverblijf of kampeerweide op de boerderij)

Hou ook rekening met **personen met een beperking**. Met een beetje creativiteit bedenk je ook voor deze diverse groep heel wat leuke belevingsvolle 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 belevingsvolle locaties voor vergaderingen of teambuilding. In het volgende hoofdstuk kom je hier alles over te weten.



Paardenmelkerij De Beck, Mechelen

3.7 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 ...

3.7.1 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.



3.8 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.

3.8.1 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 [Business model canvas: voor nieuwe starters in land- en tuinbouw | Boerenbond](#) en het werkboek 'Uitzicht door Inzicht, kompas voor sleutelmomenten'.

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.



Bloemenweide Germaine & Hortense, Rumst

3.8.2 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

<i>Bedrijf</i>	<i>Datum</i>	☒ <i>Primary canvas</i> ☐ <i>Alternate Canvas</i>
----------------	--------------	---

<i>Strategische Partners</i>	<i>Kernactiviteiten</i>	<i>Mijn Aanbod</i>	<i>Klantenrelaties</i>	<i>Klantengroepen</i>
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?
	<i>Mensen en middelen</i> Welke mensen en middelen heb ik intern in mijn bedrijf nodig om mijn aanbod voor de klant te realiseren?		<i>Kanalen</i> Hoe kan ik mijn klanten bereiken? Zowel inzake communicatie als afleveren product of dienst.	
<i>Kostenstructuur</i>		<i>Inkomsten</i>		
Wat zijn de kosten voor het ontwikkelen van mijn product of dienst ? Welke zijn de belangrijkste vaste en variabele kosten na introductie? VAST VARIABEL		Hoe kan ik geld verdienen met mijn concept? Waarvoor zijn mijn klanten bereid te betalen?		

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

- 1 x VALUE PROPOSITION - WAARDENPROPOSITIE: wat is mijn aanbod?
- 2 x CUSTOMER SEGMENTS - KLANTENGROEPEN: wie zijn mijn belangrijkste klanten?
- 3 x CUSTOMER RELATIONSHIPS - KLANTRELATIES: hoe leg ik relaties met de klanten?
- 4 x CHANNELS – KANALEN: hoe kom ik in contact met mijn klanten?
- 5 x REVENUE STREAMS – INKOMENSSTROMEN: waarmee ga ik geld verdienen?
- 6 x KEY ACTIVITIES – KERNACTIVITEITEN: wat moet ik doen om het aanbod waar te maken?
- 7 x KEY RESOURCES – MENSEN EN MIDDELEN: wat heb ik nodig om het aanbod waar te maken?
- 8 x PARTNERS: welke externe partners heb ik nodig om tot succes te komen?
- 9 x COST STRUCTURE – KOSTENSTRUCTUUR: met welke kosten moet ik rekening houden?

VOORBEELDEN

1 x 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 x Klantengroepen:

Vakantiewoning: families (met kinderen), vrienden (wandelaars/fietsers), clubs wielertoeristen, tijdens week: bedrijven en 'actieve' 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 x Klantenrelaties:

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

4 x Kanalen:

Brochure Logeren in Vlaanderen, website Toerisme provincie Antwerpen en Nationaal Park Scheldevallei, brochures en website Toerisme Rupelstreek, Vlaamse Wandelfederatie, eigen website / sociale media, geassocieerde bookingsites, en aanverwante evenementen, ...

5 x Inkomsten:

Verhuur vakantiewoning midweek / lang weekend, verhuur vakantiewoning dagbasis tijdens week in kalme periodes, verhuur speciaal tarief tijdens evenementen (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 x 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 x Mensen en middelen:

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

8 x Strategische partners:

Toerisme provincie Antwerpen, Toerisme Rupelstreek, Gemeente Dienst RO, architect, booking partners o.a. Airbnb, Booking.com..., bank (financiering), Boerenbond (advies), kok/traiteurdienst, ...

9 x Kostenstructuur:

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

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



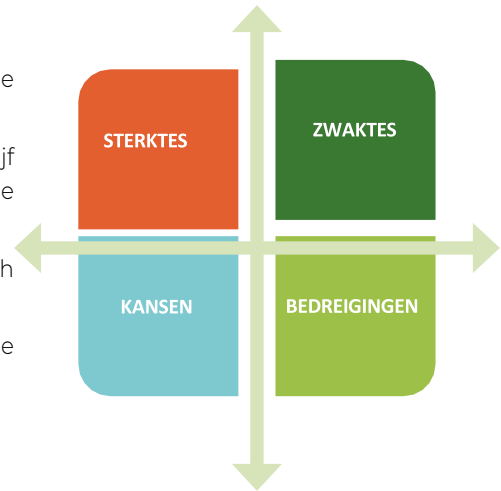
Ons Dagelijks Groen © Yannick De Pauw - TOV

3.8.3 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.



3.8.4 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?

3.8.5 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.

HET VLAAMS LOGIESDECREET IN ÉÉN OOGOPSLAG

TOERISMEVLAANDEREN

VERSIE JANUARI 2023

4. Wetgeving

4.1 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, familiehôtelletjes, 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.

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

TIP VOOR STARTERS

Starters kunnen bij Toerisme Provincie Antwerpen terecht voor individueel advies en begeleiding.

Contacteer hiervoor: Martine Vinck, logiesconsulent

martine.vinck@provincieantwerpen.be

T 03 240 63 63

4.2. HET VLAAMS LOGIESDECREET

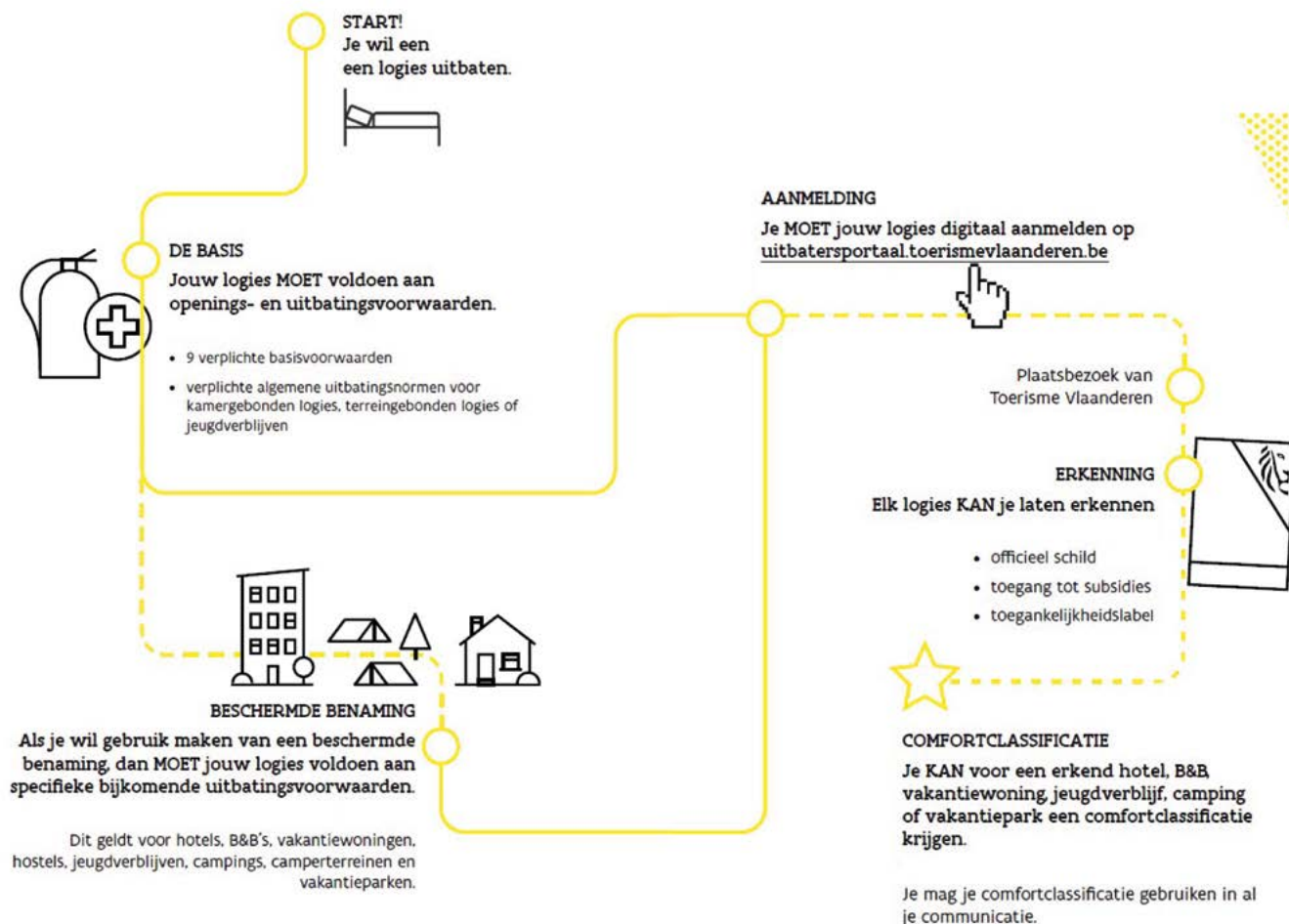
Het Vlaamse logiesdecreet, van kracht sinds 1 april 2017 en herwerkt in 2023, vereenvoudigt de administratieve regels voor wie toeristen tegen betaling laat overnachten in Vlaanderen en daarvoor promotie maakt via eigen of externe kanalen. Of je het logies professioneel aanbiedt of slechts af en toe, maakt daarbij niet uit. Veiligheid en kwaliteit blijven essentieel.

4.2.1 DIT ZIJN DE REGELS IN GROTE LIJNEN:

- Je logies voldoet aan de **basisnormen** voor (brand)veiligheid, verzekering en hygiëne.
- Ook de meer **specifieke uitbatingsnormen** 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 **beschermde benaming** zoals hotel, B&B, vakantiewoning of camping en wil je ook een sterrenclassificatie? 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 beschermde benaming kan je hier [Het Vlaamse Logiesdecreet | Toerisme Vlaanderen](#) terugvinden.





4.2.2 AFWIJKINGEN ZIJN TOEGELATEN

Het logiesdecreet laat creativiteit en innovatie toe. Zo kan 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.

4.2.3 ER ZIJN CONTROLES EN ZELFS... BOETES

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

- ▶ aangemeld is,
- ▶ 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 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 of vaststelt dat je logies niet beschikt over de nodige documenten en attesten, kan het bevelen om het logies meteen te sluiten. Dan krijg je een zogenaamd 'stopzettingsbevel'.



4.2.4 JEUGDVERBLIJF OF KAMPEERWEIDE OP DE BOERDERIJ

Sinds 1 januari 2023 vallen Jeugdverblijven eveneens onder het Logiesdecreet.

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 kampterreinen achterblijft op de vraag.

OPMERKING: GEEN CAMPING

Een **kampterrein voor jeugdgroepen is geen camping!** Kampterreinen die minder dan 75 dagen per jaar gebruikt worden door jeugdgroepen (of andere georganiseerde groepen onder begeleiding) zijn bovendien vrijgesteld van de regels van het Logiesdecreet. Het gebruik van het terrein moet door de eigenaar wel gemeld worden bij de gemeente. Kampterrein bij een jeugdverblijf kunnen door Toerisme Vlaanderen eventueel wel opgenomen worden in de toeristische erkenning van het jeugdverblijf. Voor een jeugdverblijf zijn er in het Logiesdecreet andere specifieke voorwaarden dan voor een camping en camperterrein.

TIP: OVERZICHT

Op de website www.kampas.be staan alle Vlaamse jeugdverblijven en kampterreinen.

Voor alle actuele informatie rond het uitbaten van een jeugdverblijf of kampterrein 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 jeugdverblijfcentra specifieke uitzonderingen voor functiewijzigingen gelden. De uitgelezen partner dus!

Meer info:

- ▶ www.cjt.be
- ▶ www.cjt.be/themas/nieuwe-uitbater/
- ▶ info@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 jeugdverblijfcentra en kampterrein 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.

4.2.5 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 kinderwagen, 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.toegankelijkkreizen.be



Het vakantieverblijfscoort 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

4.3 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:



4.3.1 SOORTEN ATTESTEN EN HOE JE ZE VERKRIJGT

Om te mogen uitbaten heb je een brandveiligheidsattest A of B nodig.

Attest B is een tijdelijk attest.

Attest C wil zeggen dat je logies niet voldoet aan de specifieke brandveiligheidsvoorwaarden, deze tekorten een gevaar zijn voor logerende toeristen en dat je het logies niet mag uitbaten.

Je vult het aanvraagformulier in dat je vindt op de website van Toerisme Vlaanderen.

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

4.4 VERZEKERINGEN

4.4.1 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 gebouw en uitbating (dit is niet hetzelfde als een BA voor jouw persoonlijke situatie). Voor een vakantiewoning is een BA uitbating niet verplicht.

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

4.4.2 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.

4.4.3 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.

4.5 NOG MEER WETGEVING ...

4.5.1 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



Abdijpark, Hemiksem

4.5.2 OVER ETEN EN DRINKEN

4.5.2.1. 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 zelf gebrouwen bier of je zelfgemaakte cider. Vraag hierover zeker en vast meer info bij je gemeente.

4.5.2.2. 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.favv-afscab.nl/themas/mijn-activiteiten-aangeven-bij-het-favv



't Hertsveld, Mechelen

4.5.3 EN TOT SLOT NOG DIT!

4.5.3.1 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

3.5.3.2. 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

4.5.3.3 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 voorlogiesuitbaters 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/nl/tools/toolkit/regelgeving-pakketreizen

► www.toerismevlaanderen.be/sites/toerismevlaanderen.be/files/file_attach/Pakketreizen_okt2018.pdf

4.5.3.4 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.

4.5.3.5 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, zodat je goed voorbereid bent als startend logiesondernemer (zie hoofdstuk 3.4 Toerismescan).

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

4.5.3.6. 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!

Vraag informatie en/of dien een aanvraag in:

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

4.5.3.7 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







5. Het budget

5.1 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.



Sheela Farm, Rumst

5.2 TWEE FACTOREN BEPALEN JE INKOMSTEN

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

5.2.1 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	VARIABLE 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 €15, luxe ontbijt €25.</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.

5.2.2 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 belevingsvoller 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	HOGЕ 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.

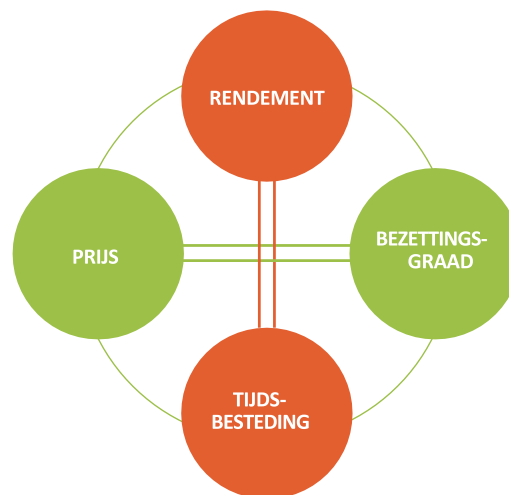
5.3 ZORG VOOR EVENWICHT

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.

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



5.4 DIT IS EEN BEELD VAN JE UITGAVEN

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

VASTE KOSTEN	VARIABLE 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.

5.5 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.

5.6 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 word 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 bij 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/nl/publicaties/jouw-logies-en-je-belastingaangifte
- Ben je lid van een landbouworganisatie, vraag ook hen om advies.

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

5.7 SUBSIDIES

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

5.7.1 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.

5.7.2 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 ...

5.7.3 DAGRECREATIE/EDUCATIEF TOEGANKELIJK MAKEN

Het VLIF geeft ook 30% steun* wanneer je naast hoevetoerisme (inclusief minstens één overnachting) ook investeringen doet die noodzakelijk zijn om dagrecreatie (hoofddoel 'ontspanning', zonder overnachting) te kunnen aanbieden. Denk bijvoorbeeld aan de inrichting van een degustatieruimte. Ook investeringen voor het 'educatief toegankelijk' maken van je landbouwbedrijf kunnen worden gesubsidieerd. Bij het educatief toegankelijk maken is het hoofddoel educatie (dit kan wel over meerdere dagen verspreid zijn). Indien er mogelijkheid is om kinderen te laten slapen op de hoeve (=hoeveklassen) dient het aantal verblijfsgelegenheden in verhouding te staan tot de grootte van het bedrijf en bedraagt maximaal 50 slaapplekken. Voor dit laatste is VLIF-steun eveneens mogelijk.

Alle details hierover lees je in de fiche rond landbouwverbreding:

https://lv.vlaanderen.be/sites/lv/files/2024-05/Pl%20Fiche_verbreding.pdf

Meer informatie over het Vlaams Landbouwinvesteringsfonds vind je hier:

<https://lv.vlaanderen.be/subsidies/vlif-steun/vlif-investeringssteun-voor-land-en-tuinbouwers>

* Er is ook 40% (30% + 10%) steun mogelijk wanneer minstens één van de bedrijfsleiders voldoet aan de definitie van jonge landbouwer:

- Jonger zijn dan 40 jaar voor 1 januari van het jaar van de steunaanvraag,
- Vakbekwaam zijn,
- Voldoende zeggenschap hebben.

5.7.4 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.plattelandloket.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 Provincie Antwerpen en haar partnerorganisaties, surf dan naar: <https://www.provincieantwerpen.be/provinciebestuur/subsidieloket/subsidies.html>

Specifiek voor subsidies op het platteland kan je hier terecht:

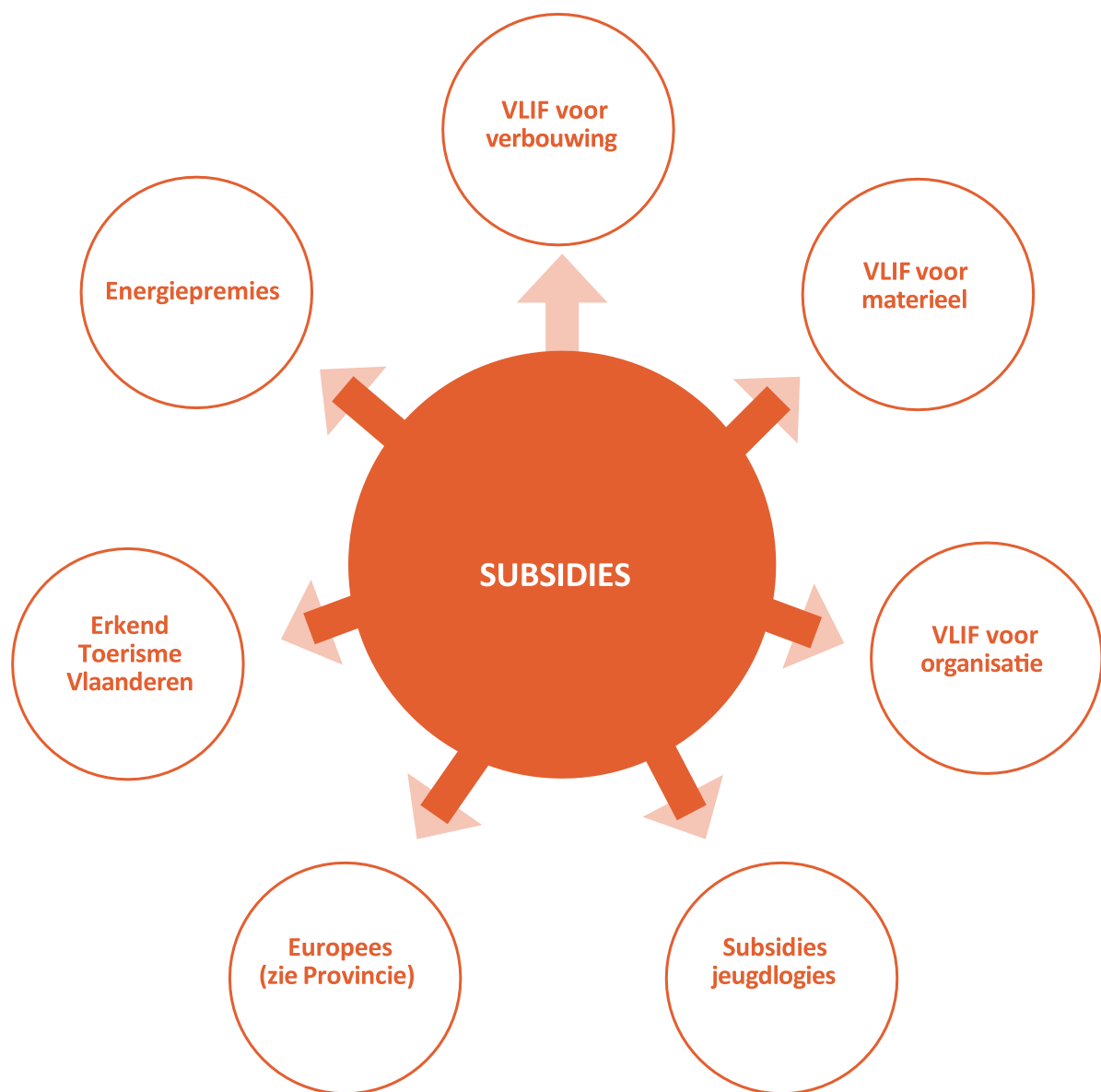
Subsidies provinciale Landbouwkamer

<https://www.provincieantwerpen.be/aanbod/dese/dlp/land--en-tuinbouwbeleid-/provinciale-landbouwkamer.html>

Subsidies Platteland

<https://www.provincieantwerpen.be/aanbod/dese/dlp/plattelandsbeleid/subsidies-platteland-.html>

Voor jeugdverblijven gelden nog een aantal bijkomende subsidiemogelijkheden: <https://cjt.be/themas/financieel/subsidies/>







6. Marketing en communicatie

6.1 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 3.4 Toerismescan.

Maak voor jezelf een lijstje met de sterke en de zwakke(re) punten van je logies (zie hoofdstuk 3.8.3 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.

<https://toerismevlaanderen.be/nl/publicaties/hoe-zet-je-je-toeristisch-verblijf-succesvol-op-de-markt-het-belang-van-profilering>

6.2 ENKELE IDEEËN TER INSPIRATIE

6.2.1 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

6.2.2 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 4.3.2 en op deze websites:

► www.toegankelijkkreizen.be/index.php?L=0&id=890

► www.toerismevlaanderen.be/toegankelijkheidslabel

6.2.3 IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

'Iedereen verdient vakantie' (vroeger '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

6.2.4 DUURZAAM LOGIES

Hoe profileer je jouw logies als een duurzaamverblijf? Duurzaam is meer dan aandacht voor het milieu. Duurzaamtoerisme 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

6.2.5 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

6.2.6 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

6.2.7 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.icoonfietsroutes.be

6.3 HERHAALADRESSEN EN KLANTENBEZOEKEN

Tevreden klanten zijn de beste reclame voor je logies, zij raden 'hun' logeeradresje 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 4.6.3.

6.4 NOG ENKELE MARKETINGTIPS

6.4.1 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 ... Nodig lokale bewoners, de toeristische dienst van je gemeente, lokale bedrijven, pers en beleid uit.

6.4.2 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 arrangementen 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 ...).

6.4.3 ONLINE BOEKINGSSITES

Meer en meer klanten boeken hun verblijf via online boekingssites (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 boekingssites, dan is een channel manager 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 online reserveratieknop of -formulier te hebben.

TIP VOOR BOEKINGSSITES

Ook op een boekingssite 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:

- [www.Booking.com](https://www.booking.com) - boekingskanaal voor vergunde logies.
- Tripadvisor <https://www.tripadvisor.be/> - reviewsite voor toeristische ondernemingen.
- AirBnB <https://www.airbnb.be/> - boekingssite voor vergunde logies en verblijfplaatsen.
- Kampas.be <https://www.kampas.be/nl> – promotie- en boekingswebsite voor alle Vlaamse jeugdverblijven en kampeerterreinen
- Expedia <https://www.expedia.be/> - boekingswebsite voor vergunde logies.
- UITinVlaanderen/ de grootste evenementenverzamelsite van Vlaanderen.
https://www.uitdatabank.be/login/nl?referer=https%3A%2F%2Fwww.uitdatabank.be%2Fdashboard%3Ftab%3Devents%26page%3D1%26sort%3Dcreated_desc



6.5 COMMUNICATIE EN MARKETING ONDERSTEUNING VANUIT DIVERSE TOERISTISCHE ORGANISATIES

6.5.1 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

6.5.2 TOERISME PROVINCIE ANTWERPEN 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, Nationaal Park Scheldevallei en die van Toerisme Provincie Antwerpen en regio's.

► <https://www.scheldeland.be/>

► <https://www.kempen.be/>

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.

6.5.3 LOGEREN IN VLAANDEREN VZW

Logeren in Vlaanderen vzw is een publiek-private samenwerking tussen de vijf Vlaamse Provincies (Provincie Antwerpen, Vlaams-Brabant, Oost-Vlaanderen, Limburg en West-Vlaanderen) en private (logies)sectoren (CPSP België, Horeca Vlaanderen, Kempen Campings, Landelijke Gilden, Pasar en Recread).

Logeren in Vlaanderen vzw is eigenaar van de merknaam Vlaanderen Vakantieland. Onder deze noemer ondersteunt en promoot Logeren in Vlaanderen vzw i.s.m. de Provinciale Toeristische Organisaties vakantiebeleving en kortbij vakanties in eigen land. Aangemelde en erkende logies kunnen aansluiten aan één vast jaarlijks aansluitingstarief.

Logeren in Vlaanderen vzw ondersteunt logies zowel op vlak van marketing als ondernemerschap vanuit deskundigheid, betrokkenheid, bereikbaarheid en persoonlijk contact.

Meer informatie over het aanbod en om aan te sluiten vind je hier:

► <https://www.vlaanderenvakantieland.be/nl/welkom-bij-het-logiesnetwerk-vlaanderen-vakantieland>

6.5.4. TOERISME RUPELSTREEK

Als lokale partner kan Toerisme Rupelstreek je opnemen in haar communicatie en je aanbod zo extra in de kijker zetten. **Enkele voorbeelden van hun communicatiedragers:**

Social media / Nieuwsbrief / Website / Infokantoor / zomerpocket

Daarnaast kan je ook, daar waar mogelijk, deelnemen aan hun evenementen en zo meer visibiliteit creëren en een netwerk opbouwen met lokale partners.

Bied je lokale producten te koop aan? Neem dan zeker contact op met de collega's van deze dienst om na te gaan of ze mee aangeboden kunnen worden in de streekmanden die verkocht worden in het infokantoor en op beurzen.

Contactgegevens en meer info vind je op www.toerismerupelstreek.be





Rupeldijk, Boom



Contactgegevens Toerisme Rupelstreek:
info@toerismerupelstreek.be
www.toerismerupelstreek.be

 Toerisme Rupelstreek
 [toerisme_rupelstreek](https://www.instagram.com/toerisme_rupelstreek)