



Vlaanderen
is toerisme

Inspiratiebrochure

KWALITEIT LOGIES



INHOUD

Voorwoord	3
Gastvrijheid	4
Human resources	8
Management	12
Financieel management	17
Marketing en sales	22
Wetgeving en infrastructuur	30
Colofon	39



VOORWOORD

Vlaanderen staat synoniem voor kwaliteit. En dat dragen wij uit naar al onze bezoekers. Om deze belofte waar te maken, speelt jouw logies een cruciale rol. De ervaring van het verblijf is maar een deel van de bezoekerscyclus. Toch vervul jij een sleutelrol.

Je creëert een goed (thuis)gevoel. En helpt je gasten tegelijk om iets nieuws te ontdekken.

Zeker als je weet dat er in 2016 méér dan 29 miljoen overnachtingen in Vlaanderen waren.

Hebben wij geluk. Want jij bent goed bezig. Heel goed, zelfs. Zo blijkt uit onze Trust You-databank dat de algemene tevredenheidsscore van logies in Vlaanderen maar liefst 86 bedraagt. En voor gastvrijheid laten we bijna heel Europa ver achter ons met een score van 95.

Reden te meer om nog een stapje verder te gaan. Alles kan beter, alles moet beter. Zeker in tijden van toenemende concurrentie, veranderende klantverwachtingen en nieuwe technologieën. Vandaag moet je je bezoeker net dat tikkeltje tevredener maken. Alleen dan komt die terug en beveelt die je aan.

Nog meer uitblinken in gastvrijheid? Het zit 'm in de kleine dingen: je gast een beetje beter kennen, je net iets scherper profileren, je personeel wat meer betrekken ... Toerisme Vlaanderen wil je inspireren om te blijven werken aan de kwaliteit van je logies Via deze gids en zeker ook via kwaliteit.toerismevlaanderen.be: een dynamische toolkit voor logiesuitbaters.

Inspirerende groeten!

Peter De Wilde
administrateur-generaal
Toerisme Vlaanderen



Gastvrijheid

De kwaliteit van je logies staat of valt met je gastvrijheid. Dat weet je. Als logiesuitbater zit gastvrijheid waarschijnlijk zelfs in je DNA. Maar zijn al je medewerkers net zo ingesteld? En is de hele werking van je logies opgebouwd rond gastvrijheid?

Het loont de moeite om dat onder de loep te nemen. Want dit is het terrein bij uitstek waarop je de grootste return on investment behaalt. Je hebt geen zak met

geld nodig om slimme stappen vooruit te zetten, terwijl verbeteringen wél je omzet de hoogte in jagen.

Bovendien maakt een 'gastvrijheid eerst'-benadering het gemakkelijker om andere keuzes te maken. Verhoogt een opleiding 'Klantvriendelijkheid' de gastvrijheid van je personeel? Doen! Bedreigt een besparingsvoorstel diezelfde gastvrijheid? Opletten geblazen.

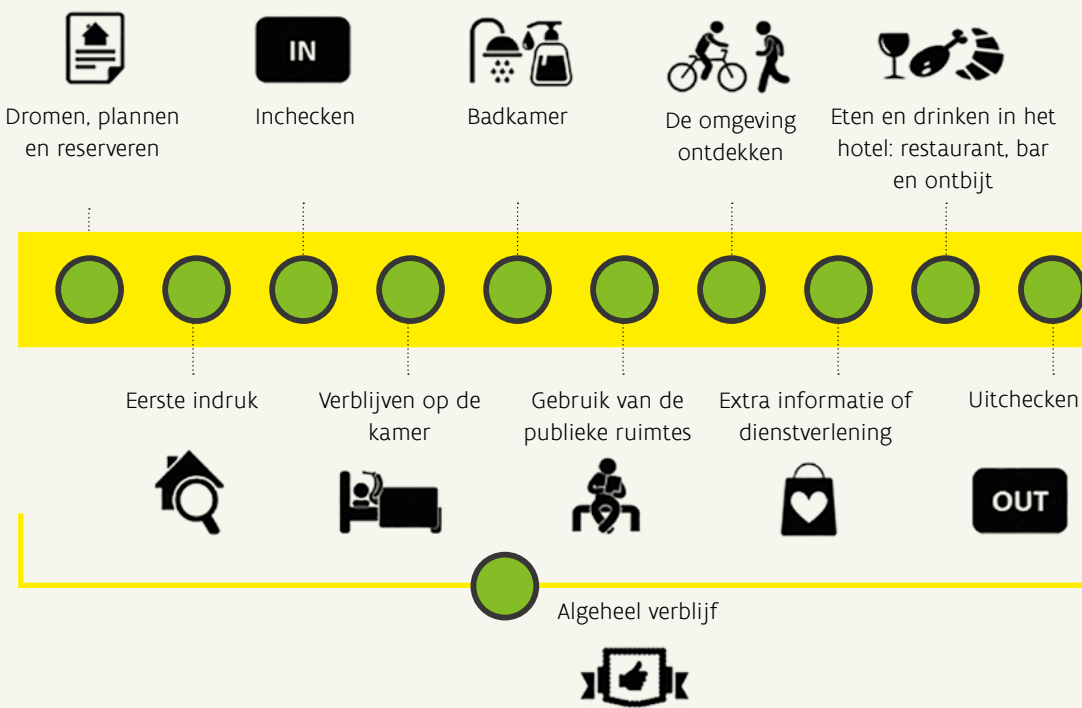
Hoe vaak raakt je gast onder de indruk van je gastvrijheid?

Een hartelijke ontvangst bij aankomst en persoonlijke bediening tijdens het diner. Zo. Tien op tien voor gastvrijheid? Eerder twee op twee. Want je gast komt veel vaker in contact met je logies. Zo ziet de 'customer journey' van de meeste logiesgasten eruit:



Geven je gasten elk contactpunt een positieve, groene waardering? Dan heb je samen met je personeel iets te vieren.

Customer Journey



The extra mile

Je gasten een onvergetelijke vakantie bezorgen? Dat doe je door die ene bijzondere restauranttip te onthullen of door vooraf de vlotste parkeeroptie uit te leggen. Lever dus niet alleen je beste service tijdens het verblijf van je klant, maar ook vooraf en nadien.

Met de handen in het haar over wat je dan precies kunt doen? Ontdek onze gerichte tips in de brochure ['Je gasten informeren en inspireren? Dat is meewerken aan een leuke vakantiebeleving.'](#)

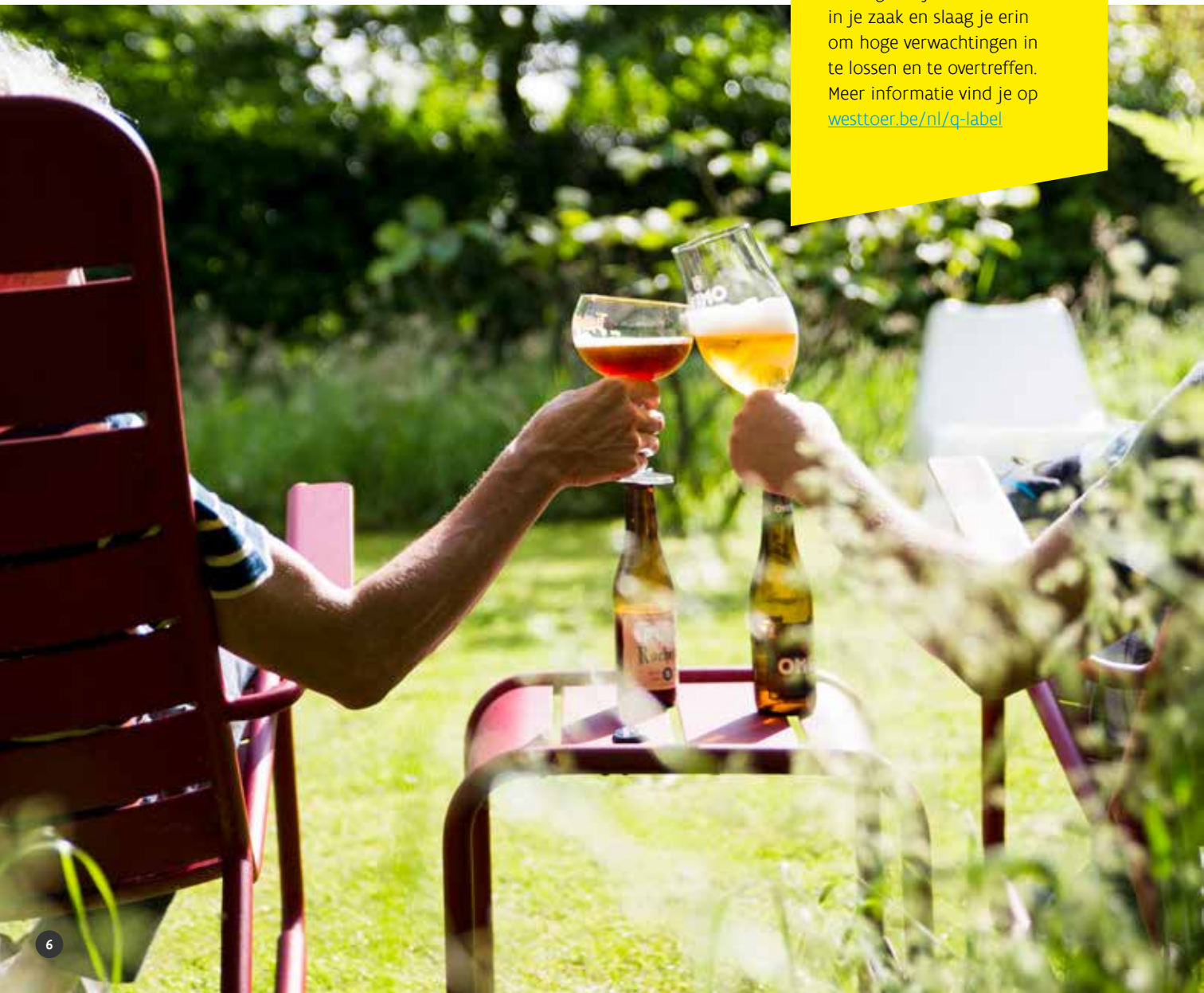
Ken je gast vanbinnen en vanbuiten

De zakenvrouw die bij je logeert voor een congres, het gezin dat er een weekje tussenuit knijpt, de groep vrijgezellen die op zoek is naar plezier, ... Iedere gast is anders. Leef je dus zoveel mogelijk in zijn behoeften in. Speel in op zijn liefhebberijtjes, neem mogelijke ergernissen preventief weg, zorg voor een persoonlijk extraatje, ... En blijf bij met de trends uit je sector – weet welke mogelijkheden er op de markt zijn. En maak er handig gebruik van.

WIST JE DAT ...

... toeristische ondernemers in West-Vlaanderen een Q-label kunnen behalen? Dat is niet alleen een keurmerk voor kwaliteit, maar ook een opleidingstraject met de nadruk op gastvrijheid.

Zo vergroot je het vertrouwen in je zaak en slaag je erin om hoge verwachtingen in te lossen en te overtreffen. Meer informatie vind je op westtoer.be/nl/q-label



KlantenONTevredenheid in kaart

Natuurlijk weet je graag of je klanten tevreden naar huis gaan. Dus vraag je bij het afscheid aan je gasten of ze genoten van hun verblijf. Het meest gehoorde antwoord? "Ja hoor, dank u." Die feedback is positief maar niet leerrijk.

Probeer liever de klantenontevredenheid in kaart te brengen. En formuleer je vraag anders. Bijvoorbeeld: "Was er iets dat we een volgende keer beter kunnen aanpakken?" Zo kun je ook echt aan de slag met je tevredenheidsonderzoek.

Like! Gasten op sociale media

Een share op Facebook, hartje op Pinterest, story op Instagram, ... Jouw logies staat vandaag meer dan ooit in de (online)schijnwerpers. Op sociale media liggen miljoenen klanten voor het grijpen. Speel daarop in: nodig gasten uit om hun mening over hun verblijf te delen op jouw socialemediakanalen.

Hostmanship: gastvrije professional

Een bezoeker die zich méér dan welkom voelt bij jou: dat is ultieme gastvrijheid. Dit soort mensgerichte dienstverlening noemen we ook hostmanship: een samentrekking van **hospitality en craftmanship**. Maak van jouw open armen dus een echte kunst.

MEER WETEN OVER KLANTENBEVRAGINGEN EN TEVREDENHEIDSMETINGEN?

Ontdek extra info, tools en voorbeelden op kwaliteit.toerismevlaanderen.be/gastvrijheid



Mysteryguest over de vloer

Sleutel jij, als zelfkritische logieshouder, altijd maar aan je service? En hoor je graag hoe het nóg beter kan? [Schrijf je dan in voor een mysteryguestbezoek](#). Een expert komt anoniem en onaangekondigd bij jou op bezoek. En bezorgt je achteraf zijn deskundige beoordeling. Zo werk jij je service tot in de puntjes af.

“ Dit initiatief heeft mijn verwachtingen niet alleen ingelost, maar zelfs overtroffen. De twee mysteryguests gingen zeer grondig te werk. Hun verslag is dan ook uitgebreid en gedetailleerd. En geeft bovendien veel concrete tips waarmee ik meteen aan de slag kan. ”

Luce Vandenmeersschaut, B&B

Cimbarsaca (Semmerzake)

over haar mysteryguestervaring



Human resources

Kleur buiten de lijntjes

De beste reclame voor je logies? Jouw blijde en behulpzame medewerkers. Maar hoe hou jij hén tevreden en dus gemotiveerd? Simpel: betrek hen bij het hele gebeuren. Zo laat Rino Soeters, manager van La Bèrgere Group en innovatieve hotelontwikkelaar, zijn medewerkers vier keer per jaar zelf hun eigen outfit kiezen. Resultaat? Zij voelen zich goed in hun vel én stralen dat af op de gasten. “Of lanceer een wedstrijd voor de origineelste ‘Niet storen’-deurhanger. Zo betrek je alle medewerkers bij je team, waardoor ook zij ongedwongen met je gasten omspringen.”

“Het zit in de kleine details”

Lieselotte Cavyn werd in 2016 verkozen tot [Beste Toeristische Medewerker van Vlaanderen](#). Samen met haar man baat zij De Zeekameel in Westende uit. Vol liefde en altijd enthousiast. De speciale wensen van haar gasten? Die noteert ze in haar agenda zodat ze die zeker niet uit het oog verliest. Klantvriendelijk ten voeten uit!

Iedereen betrokken? Dan is je kwaliteitszorg vertrokken!

Betrek ál je medewerkers bij je kwaliteitstrajecten. Want zij zorgen voor waardevolle input en cruciale output: je medewerkers zien elke dag wat er beter kan én ze zetten nieuwe ideeën en verbeteringen zelf om in de praktijk.

Er zijn verschillende manieren om je personeelsbeleid te laten samensmelten met kwaliteitszorg.

Enkele voorbeelden:

DENKEN	BELEVEN	LEREN
<p>Warm welkom</p> <p>Laat je medewerkers nadenken over de ideale invulling van een 'warm welkom'. Hoe ontvang je gasten het best, welke vragen stellen ze het vaakst, en hoe voorkom je de meest voorkomen- de ergernissen?</p>	<p>Inspiratietour</p> <p>Stuur je medewerkers op verkenning bij een ander bedrijf. En vraag hen om hun ervaringen te delen. Hoe pakken die bedrijven de ontvangst, het verblijf en het afscheid aan? Hoe waken zij over de kwaliteit?</p>	<p>Kennismarkt</p> <p>Schaaf de productkennis van je medewerkers bij met een kennismarkt. In samenwerking met leveranciers bied je een baristatraining, tapcursussen en/of cocktails-workshop aan.</p>
<p>Notitieboekje</p> <p>Geef je medewerkers een notitieboekje en vraag hen om voorbeelden van uitstekende en ondermaatse kwaliteit in jouw hotel op te schrijven.</p>	<p>Degustatie</p> <p>Organiseer een degustatie voor je team. Zo weet iedereen echt welke gerechten je aanbiedt, en welke wijnen daarbij passen.</p>	<p>Feedbackcultuur</p> <p>Stimuleer positieve opbouwende feedback bij iedereen in je team. Dat zorgt op termijn ook voor meer zelfsturing.</p>
<p>Kwaliteitsaanpak</p> <p>Leg de invulling van je 'kwaliteitsaanpak' in de handen van je personeel. En creëer ruimte voor een creatieve uitwerking, zoals een stripverhaal of toneelvoorstelling. .</p>	<p>Gast voor 1 dag</p> <p>Nodig je medewerkers één dag en nacht uit in je hotel. Zo beleven ze een verblijf voor 100 procent door de ogen van je gasten.</p>	<p>Opleidingen</p> <p>Stel je mensen relevante externe opleidingen voor. Zo ontwikkelen zij zich en haal jij nieuwe kennis in huis.</p>



FAN VAN KORTE CURSUSSEN

“Ik ben fan van korte cursussen, zoals die van de Horeca Academie. Zulke opleidingen zijn altijd up-to-date en meteen toepasbaar in de praktijk. En wanneer ik uitgebreider wil bijscholen, neem ik een kijkje in het aanbod van Horeca Vorming Vlaanderen.”

Sara Pollers,

Park Inn by Radisson (Leuven)

Op kwaliteit.toerismevlaanderen.be maar liefst 31 manieren om je medewerkers te betrekken bij je kwaliteitszorg. Daarmee stel je à la carte je eigen kwaliteitstrajecten samen.



Competentiemanagement vs. talentmanagement

Wat is het verschil tussen competentiemanagement en talentmanagement? En welke plaats krijgen ze in jouw personeelsbeleid?

We plaatsen beide HR-domeinen tegenover elkaar:

COMPETENTIEMANAGEMENT	TALENTMANAGEMENT
Vertrekt vanuit de organisatie	Vertrekt vanuit het individu
Ontbrekende vaardigheden centraal	Aanwezige sterktes centraal
Bedrijfs groei als doel	Persoonlijke ontwikkeling als doel

De verschillen zijn duidelijk. Maar hoe moet het nu verder? Tijd om 'kant te kiezen'? Niet echt. Want zet je uitsluitend in op competentiemanagement? Dan verkilt je personeelsbeleid. Concentreer je je alleen op talentmanagement? Dan verlies je de bedrijfsdoelstellingen uit het oog.

Terwijl beide domeinen complementair zijn. Vertrek vanuit de grootste gemene delers tussen je medewerker en je organisatie. werk aan zwakkere competenties én benut de aanwezige sterktes van je team. En ga op zoek naar de overlap tussen persoonlijke ontwikkeling en strategische bedrijfsdoelstellingen. Zo boek je de beste resultaten op korte én lange termijn.



Opleidingen in de kijker

Dat je wilt blijven bijleren staat vast? Mooi zo! Maar welke opleidingen bieden je de crème de la crème? Wie leert jou de nieuwste methodes en waar doe je de origineelste ideeën op? Toerisme Vlaanderen schotelt je enkele kwaliteitsvolle opleidingen voor:

- **ACADEMIEOPLEIDINGEN VOOR HORECAONDERNEMERS**

Hoe beheer je het best je website en digitale media? Hoe anticipeer je op voedselintoleranties? En hoe stel je contracten correct op? De [Horeca-academie](#) maakt je wegwijs in de horecawereld.

- **HORECA- EN TOERISMEOPLEIDINGEN SYNTRA**

Wil jij een kleinschalig logies opstarten? Of ambieer je een carrière in de horeca? Van baktechnieken over drankenkennis tot grootkeukenmanagement: [Syntra](#) helpt je aan de juiste opleiding.

- **HORECAVORMING.BE**

Zelf een opleiding volgen of een inhoustraining organiseren voor je medewerkers? [Horecavorming Vlaanderen](#) biedt je een waaier aan kwalitatieve cursussen. Van gastvriendelijkheid over sales en marketing tot keuken en bediening.

- **LOGEREN IN VLAANDEREN**

Belangenorganisatie Logeren in Vlaanderen staat logiesuitbaters over heel Vlaanderen bij met o.a. advies, informatie en vormingen. Ontdek snel alle [voordelen van lidmaatschap](#).



Management

Als manager ga jij over alle aspecten van jouw logies. Financiën, personeelsbeleid, hygiëne, ... Maar ook het menu en het concept van de zaak. Elk logies is uniek en jij bouwde dus ook een specifieke expertise op. Maar blijf niet hangen in wat je kent. Durf tijd in te lassen om jezelf en je gastenverblijf te evalueren. Zoek nieuwe trends op en ga ermee aan de slag.

Zo ligt de focus nu meer en meer op lokale samenwerkingen, ambachtelijke en gezonde producten, mooi en simpel design, kleinschaligheid, ... Klanten verwachten flexibele dienstverlening en digitale tools, maar wat ze vooral willen, is een persoonlijke en eerlijke aanpak.



EEN STAP VOOR OP JE CONCURRENTEN?

Steek hen de loef af door regelmatig in de vakliteratuur te duiken.

Logiesmanager? Eeuwige student

Baat je een logies uit?

Ga dan van het begane pad af. Verdiep jezelf in nieuwe tendensen. Kopieer niet klakkeloos maar pluk eruit wat aanleunt bij het concept van jouw logies.

Hoe je blijft?

Heel wat onderwijsinstellingen, vakverenigingen en privébedrijven helpen je daarbij. Zij volgen voor jou de recentste evoluties op de voet, en serveren je hun conclusies in [trendrapporten](#), [nieuwsberichten](#) en blogs. Abonneer je op de belangrijkste en het nieuws vindt jou!





Helikoptervlucht over het Vlaamse hotellandschap

Als logiesmanager hou je voortdurend the bigger picture van je logies in het oog. Af en toe moet je zelfs nog meer afstand nemen. En een blik werpen op de hele Vlaamse logiessector. Want zo leer je je gasten beter kennen, net als je eigen sterktes en zwaktes.

Bij Toerisme Vlaanderen brachten we eerder al het hele hotellandschap in kaart, onderverdeeld in de kust, de kuststeden en de Vlaamse regio's. Op www.toerismevlaanderen.be/cijfers-en-statistieken vind je cijfers die deze vragen beantwoorden:

- **Wie boekt het meest overnachtingen: Belgen of buitenlanders?**
- **Wat is de gemiddelde verblijfsduur van een hotelgast?**
- **Hoe evolueerde de bezettingsgraad de voorbije jaren?**

De cijfers vormen een benchmark. Ze vertellen je hoe jouw logies het doet in vergelijking met je concurrenten. En ze leren je in welke landen je het grootste aantal potentiële gasten bereikt met een advertentiecampaigned.

Vlaanderen doet het goed

Tijdens de eerste acht maanden van 2017 mocht Vlaanderen 8 procent meer toeristen verwelkomen dan in 2016. Dat zijn 637.000 extra aankomsten. Ook het aantal overnachtingen steeg: dat waren er 833.000 meer dan in 2016 (+ 4 procent). Let wel: in 2016 leed het toerisme in de referentieperiode onder de aanslagen in Brussel die de luchthaven tijdelijk lamlegden.

Aantal inrichtingen en capaciteit van 2012 tot 2016 (Vlaams Gewest)

AANTAL	2012*	2013	2014	2015	2016
Hotels	975	916	904	882	870
Gastenkamers	968	1182	1451	1610	1748
Campings	226	199	189	174	172
Jeugdlogies	-	-	579	448	464
Vakantie-parken en volwassenen-centra	-	-	75	48	57
Vakantie-parken	12	13	-	-	-
Logies voor doelgroepen	588	587	-	-	-
Vakantielogies	-	-	84	214	259
Vakantie-woningen	n.b/n.a.	n.b/n.a.	n.b/n.a.	n.b/n.a.	n.b/n.a.

* Nieuwe categorie gastenkamers

CAPACITEIT (ZONDER VAKANTIEWONINGEN)	2012	2013	2014	2015	2016
Hotels	65.336	63.784	64.392	67.925	67.369
Gasten-kamers	8129	10.035	10.129	11.267	11.873
Campings	46.373	45.403	41.070	51.848	50.486
Jeugdlogies	-	-	58.052	44.728	43.883
Vakantie-parken en volwassenen-centra	-	-	35.172	27.518	26.849
Vakantie-parken	23.425	25.105	-	-	-
Logies voor doelgroepen	63.109	62.886	-	-	-
Vakantie-logies	-	-	1686	3029	3401
Vakantie-woningen	n.b/n.a.	n.b/n.a.	n.b/n.a.	n.b/n.a.	n.b/n.a.

Bron: FOD Economie, Algemene Directie Statistiek. Let wel: tot 2014 werden jeugd- en volwassenencentra als één categorie gezien. Vanaf 2014 splitsten we die categorie op in twee aparte categorieën (jeugd en volwassenen).

Van hotel naar spiegelpaleis

Efficiënt management bestaat voor een groot stuk uit meten en reflecteren. Zet jezelf en je logies daarom gereflecteerd voor de spiegel. Dat kan op verschillende manieren:

ZELFSCAN	MVO-SCAN	SWOT-ANALYSE
De zelfscan is een vragenlijst die peilt naar jouw troeven en verbetermogelijkheden als logiesuitbater en als logies.	De MVO-scan brengt je inspanningen op het vlak van maatschappelijk verantwoord ondernemen in kaart. Misschien sta je wel verder dan je denkt? Dan ontdek je niet alleen je actiepunten maar ook kansen om je duurzaamheidsbeleid in de kijker te zetten.	Een SWOT-analyse zet sterktes, zwaktes, opportuniteiten en bedreigingen tegenover elkaar. Ze helpt je om to do's te prioriteren. Update de analyse jaarlijks. Want hopelijk werk je elke twaalf maanden een zwakte weg. Of ontdek je nieuwe opportuniteiten.

TIP: kwaliteit.toerismevlaanderen.be/instrumenten-0 bevat meer informatie over deze en andere analyse-instrumenten.



Bevindt jouw hotel zich in een economisch microklimaat?

LEES HET AF OP DE HOTELBAROMETER!

Vandaag checken hoteluitbaters in de onlineapplicatie 'Hotelbarometer' de maandelijkse bezettingsgraden van hotels in het Vlaams Gewest. Maak in de app de vergelijking met hotels uit jouw regio, provincie of prijsklasse. En krijg zo een accuraat beeld van de algemene situatie. Daarnaast bieden de cijfers een houvast om plotse stijgingen of dalingen in je bezetting te analyseren. Wij hebben trouwens goed nieuws voor jou. Want we willen voortaan alle logies opnemen in de barometer. Zodra **de logiesbarometer** helemaal op punt staat, hoor je van ons!

Stijgt de bezetting alleen in jouw logies? Dan heb je wellicht kwaliteitsverbeteringen uitgevoerd of succesvolle promotiecampagnes opgestart. Daalt de bezetting bij alle hotels in je omgeving? Dan zoek je de **oorzaak** maar beter buitenshuis, bijvoorbeeld bij de economie, het weer of een belangrijke gebeurtenis.

GRATIS TOEGANG TOT DE BAROMETER

Als logiesuitbater geef je je aantal overnachtingen elke maand verplicht door aan de FOD Economie. Geef je daarbij ook toestemming om de gegevens te delen met Toerisme Vlaanderen en de provinciale toeristische organisaties? Dan krijg je gratis toegang tot de barometer.

Honderden hotels nemen deel aan de hotelbarometer. Zo kan het systeem representatieve percentages voorleggen. Individuele cijfers maken we nooit openbaar.

MEER WETEN?

kwaliteit.toerismevlaanderen.be/hotelbarometer

WIST JE DAT ...

131.506 MENSEN IN 2016 VAN EEN ZORGELOZE VAKANTIE GENOTEN VIA VAKANTIEPARTICIPATIE?

Niet iedereen kan er zomaar even tussenuit. Steunpunt Vakantieparticipatie helpt personen in armoede of met een beperking een fijne vakantie te bezorgen. Het initiatief verenigt logies die gedurende bepaalde periodes kamers vrijhouden of tegen een lagere prijs aanbieden voor mensen die het minder goed hebben.

ONDERSTEUNING TOT IN DE KLEINSTE DETAILS

Een van de Vakantieparticipatie-logies is **Mid-delpunt**: hier kunnen 88 personen verblijven in toegankelijke, prikkelarme kamers. En komen het Wit-Gele Kruis en een kinesist langs voor verzorging. De ondersteuning is dus tot in de puntjes geregeld. Frequente gasten? Woonzorgcentra, medisch-pedagogische instituten (mpi's) en patiëntenverenigingen. Maar ook mensen die geen zorg nodig hebben, zijn hier welkom. Uitbaatster Tamara: "Onze gasten vinden het prettig dat we een gemengd publiek hebben, dat ze hier niet op vakantie zijn als zieken onder elkaar."

SLIM SOCIAAL ENGAGEMENT

Vakantie mogelijk maken voor mensen die het door (sociale) drempels wat moeilijker hebben. Toerisme Vlaanderen steunt jou als logiesuitbater om actie te ondernemen, met **subsidies voor zorg en toegankelijkheid**, via het 'Lerend netwerk zorgverblijven' en het **netwerk Iedereen verdient vakantie**. Leer hoe je slim en sociaal kan engageren; je filosofie en engagement versterken zonder financieel in de problemen te raken. Bovendien draag je een bijzonder waardevol steentje bij aan de maatschappij.

MEER WETEN? kwaliteit.toerismevlaanderen.be/in-de-kijker/kamerlogies



Financieel management

De kans is groot dat je meer investeringsplannen hebt dan budget. Dat is een gezonde situatie voor iedere ambitieuze ondernemer. In je financieel management komt het erop aan om inkomsten en uitgaven nauwkeurig af te wegen. En om investeringen slim te plannen. Zo waak je over je financiële gezondheid op korte

termijn én over je groei op langere termijn. Eenvoudig is dat niet. De logiesector kampt nu eenmaal met zware personeelskosten en kleine winstmarges. Daartegenover staan interessante steunmaatregelen van allerlei instanties en overheden. Die kansen grijpen is meteen het halve werk ...

Blijf op de hoogte met Guidea

De regelgeving rond tewerkstelling blijft niet stilstaan. Blijf het bos door de bomen zien, dankzij Guidea: het kenniscentrum voor toerisme en horeca. Volg het nieuws op de voet via de Guidea-website. Of schrijf je in voor de Guidea-nieuwsbrief (onderaan de pagina). Op [Guidea.be](https://www.guidea.be) vind je trouwens ook cijfers en analyses, o.a. over de financiële structuur van horecaondernemingen en het horecalandschap in België en buurlanden.



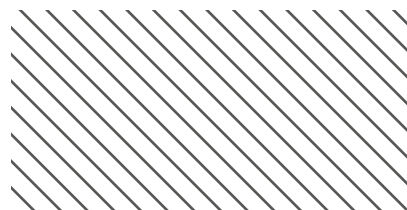
Waar stroomt jouw geld naartoe?

Een grote kostenpost voor een horecaonderneming is het energieverbruik. Weet jij hoeveel je exact uitgeeft aan stroom en andere energiebronnen? En heb je het al eens met minder of op een andere manier geprobeerd?

Horeca Vlaanderen heeft samen met het Agentschap Innoveren en Ondernemen een brochure ontwikkeld met 10 concrete cases van horecaondernemers die succesvol hebben geïnvesteerd in energiebesparende maatregelen. We geven u ook een ruim aantal tips & tricks die u zo kan implementeren om energie, en dus geld te besparen.

MEER INFO OVER DUURZAME MAATREGELEN IN DE HORECA:

[kwaliteit.toerismevlaanderen.be/instrumenten-0](https://www.kwaliteit.toerismevlaanderen.be/instrumenten-0)





Subsidies en steunmaatregelen

Kwaliteitsverbeteringen verdienen kwaliteitsvolle hulp

Logiesuitbaters in Vlaanderen en Brussel vragen via verschillende instanties steunmaatregelen aan. Zo blijven je investeringen in je hotel en je medewerkers betaalbaar.

Jouw enige opdracht? Weten welke subsidies er bestaan en waar je ze kunt vinden. Wij stellen alvast enkele interessante maatregelen aan je voor.

LOGIESSUBSIDIE

Toerisme Vlaanderen kent jaarlijks subsidies toe voor investeringen in logies. De toekenningsvoorwaarden leggen de nadruk op verbouwingswerken, met familievriendelijk en toegankelijkheid voor personen met een handicap als belangrijkste criteria.

KEEP

Laat je via KEEP, een project van VLAIO, als Vlaamse kmo begeleiden voor je energie-efficiëntie. Een energiebureau licht jouw energieverbruik door en geeft je advies over hoe je energie, geld en het milieu spaart. En welke investeringen een optimale energie-efficiëntie opleveren. Hulp nodig bij de implementatie? Ook dat kun je voor 40% laten subsidiëren.

KMO-ORTEFEUILLE

Via de kmo-portefeuille biedt het Agentschap Ondernemen subsidies aan voor opleidingen, advies en coaching. Vlaamse kmo's en vrije beroepers kunnen zo jaarlijks tot 40.000 euro subsidies krijgen om onder andere hun technologische kennis, strategische expertise en internationale ervaring uit te bouwen. Daarvoor schakel je erkende dienstverleners in. Die herken je aan het label van de kmo-portefeuille.

MEER WETEN OVER SUBSIDIES VOOR LOGIESUITBATERS?

www.toerismevlaanderen.be/logiessubsidie

kwaliteit.toerismevlaanderen.be/financiële-ondersteuning-kleinschalige-logies/kamerlogies

INTERESSE IN HET KEEP-TRAJECT?

www.vlaio.be/themas/keep

Koala: geslaagde strijd tegen broeikasuitstoot

KOALA, het begeleidingstraject dat toeristische ondernemers gratis ondersteunde bij maatregelen om de CO²-uitstoot te verminderen, liep eind oktober 2017 definitief af. In augustus 2017 waren er 88 energiescans uitgevoerd met een goedgekeurd energiescanrapport: 52 hotels, 13 jeugdcentra, 9 MICE (Meeting-, Incentive-, Convention-, Exhibition-centra), 7 vakantiecentra en 7 attractieparken. Daarnaast zijn er 23 aanvragen toegewezen voor het uitvoeren van een implementatie-advies.

Was het een succes? "Vast en zeker", beaamt Werner Bogaerts, hoofd van de technische dienst in Elewijt Center. Zij lieten de gratis energiescan uitvoeren.

“En die opende onze ogen. Zelf neem je de dingen voor waar. Maar ik raad iedereen aan om los te komen van die routine. Volgens mij kan dat alleen via een buitenstaander. De expert van het studiebureau heeft de knowhow én het gereedschap. Je krijgt iemand aan je zijde die oplossingsgericht meedenkt en doet. En dankzij de Vlaamse overheid is het nog gratis ook. Je bent trouwens niet verplicht om te verbetervoorstellen te implementeren. Nu geen budget maar over drie jaar wel? Haal het rapport boven en je bent vertrokken!” ”

Werner Bogaerts,

hoofd van de technische dienst in Elewijt Center

Energie-efficiëntie is ook een uithangbord

“Energie-efficiëntie is niet alleen een ideale manier om de werkingskosten te drukken. Het is ook een belangrijk uithangbord. Want steeds meer mensen zoeken actief naar hotels die milieuzorg hoog in het vaandel dragen.” ”

Carl Watteeuw,

Hotel Marcel (Brugge)

Zowel het Agentschap Ondernemen als Toerisme Vlaanderen ondersteunen je op nog meer manieren. kwaliteit.toerismevlaanderen.be bevat extra tips en tools om je financieel management te optimaliseren. En het Agentschap Ondernemen bundelde alle beschikbare steunmaatregelen in een subsidiedatabank.







Station Racour,
familievriendelijk verblijf,
meer tips in de [Kinderen
Welkom gids](#).

Marketing en sales

Scoren op de logiesmarkt? Zorg dat je opvalt. Zo blijf je op lange termijn de juiste gasten aantrekken. [Verzeker de toekomst van je logies door te investeren in een sterk concept](#). En durf daarbij tegen de stroming in te gaan.

Trek eerst naar de tekentafel. Baken je doelpubliek af en breng in kaart waarvoor jouw logies staat. Hoe zie je de toekomst en vooral: hoe wil je dat jouw klanten jou zien? Als een fietsvriendelijk logies bijvoorbeeld? Een plek die extra zorg draagt voor mensen met een beperking? Of als een familievriendelijk of een duurzame verblijfplaats?



TIP: Pas je advies aan je publiek aan. [Wielrenners willen kilometers malen en bergen bedwingen](#). Ze leven op bij wielermusea, wielerbijtjes en wedstrijden in de regio. En de fietstoerist? Die wil gezapig peddelen en de buurt ontdekken.

Ring ring! Fietzers welkom!

Vlaanderen? Fietsland! Alsmar vaker klimmen toeristen in het zadel om onze Vlaamse wegen te verkennen. Onderweg stoppen ze graag in een comfortabel logies. [Wees slim en verwen jouw fietsfans](#).

Enkele tips:

- **Verhuur zelf fietsen (denk ook aan de populaire e-bikes!).**
- **Zorg voor een veilige fietsenstalling.**
- **Voorzie bagagevervoer van locatie naar locatie.**
- **Geef info over herstellocaties, leuke haltes, bezienswaardigheden, ... in de streek.**

Speel de fietskaart uit: vermeld alle extra's duidelijk op je website. En zet ze op je sociale media in de kijker. Zorg zeker ook voor een heldere wegbeschrijving naar jouw logies.



Zorgzaam verblijf

Bied jij als logiesuitbater extra faciliteiten aan voor mensen met een beperking? Fantastisch, want de nood daaraan groeit. Kathleen De Meyere, uitbaatster van [B&B Altijd Genieten](#) in Damme, ondervond vanop de eerste rij hoe moeilijk het is om een aangepast verblijf te vinden: haar echtgenoot had een mobiele beperking. Toen hij in 2008 overleed, besloot ze om de loods bij hun huis om te vormen tot een vakantieverblijf. De kamers zijn volledig uitgerust voor mensen die extra zorg nodig hebben. En Kathleen werkt samen met de lokale arts, thuisverpleegkundigen en kinesist, die op haar aansturen langskomen. B&B Altijd Genieten kreeg dan ook het A+-label omdat het zelfstandig toegankelijk is voor personen die beperkt mobiel zijn

HOE PROFILEER JIJ JOUW LOGIES ALS EEN VERBLIJF DAT ZORG AANBIEDT?

[Ontdek onze tips.](#)



Loods klanten vlot naar je logies: online

Met mond-tot-mondreclame alleen kom je er vandaag niet meer op de logiesmarkt. Een professionele website, doordachte socialmedia-aanpak en reviewsysteem zijn onontbeerlijk.

Steel met je ogen

Online Travel Agencies of OTAs: ze zijn er bij de vleet. Deze derdepartijagentschappen doen dienst als doorgeefluik voor reizen, overnachtingen, citytrips, ... Doordat zij een percentage op de verkoop nemen, romen ze na-





WIST JE DAT ... bijna 100 procent van alle gasten een review lezen voor ze iets boeken? Het loont dus de moeite om je gasten te vragen om een review achter te laten op je website, Facebook, TripAdvisor, ...

tuurlijk jouw winst af. Wees ze te slim af en kijk, bestudeer en kopieer als een pro. Bespeel net als de OTA's gericht je doelpubliek en haal zo rechtstreeks boekingen binnen:

- **Spreek de taal van je klant – gebruik een andere tone of voice voor families en zakenmensen.**
- **Beperk de actie in de tijd en verleid zo je klant.**
- **Maak het boekproces snel, simpel en helder.**
- **Vraag om de boeking te delen op de sociale media.**

Als vanzelf: geautomatiseerde marketing

Maak jij al gebruik van **geautomatiseerde marketing**? Haal meteen alles uit je inspanningen: segmenteer de e-mails en berichten die je stuurt, voor verschillende doelgroepen. Pas tekst, beeld en timing aan. Een knusse e-mail voor families, een strakkere stijl voor zakenlui. Trek geregeld aan de virtuele mouw van je klant. En beloon loyaliteit met kortingen op nieuwe trips.

MEER TIPS?

[kwaliteit.toerismevlaanderen.be/
how-to-increase-website-bookings/kamerlogies](http://kwaliteit.toerismevlaanderen.be/how-to-increase-website-bookings/kamerlogies)

Logeer lief voor het milieu

In de Conscious-hotels ontbijt je aan een tafel die gemaakt is van gerecycleerde yoghurtpotjes. Op de tafel? Appelsap van lokale appelbomen. 's Avonds drink je dan weer een biertje van de plaatselijke brouwerij. Op het ecodak hebben wilde bijen een thuis en alle energie komt uit hernieuwbare bronnen. Hier logeer je **subtiel duurzaam** dus, zónder dat er met het vingertje wordt gewezen!

Slapen in het postkantoor

In Gent gaan gasten onder zeil in een wel heel charmant kader. 1898 The Post, **boetiehotel** en telg van de Zannier Hotels-familie, biedt zicht op de Sint-Michielsbrug en legt de Graslei en Leie aan je voeten. Om de geschiedenis van het voormalige postgebouw kun je niet heen: de kamers dragen namen zoals The Envelope, The Stamp en The Postcard. Antieke curiosa zoals postopeners, boeken en foto's dompelen je onder in de sfeer van weleer. En in de luisterrijke bar krijg je oldskoolcocktails voorgeschoteld. **Perfect voor nostalgici die op comfort staan.**

Versmelting van stad en jungle: Bikini Berlin

Aan de rand van de Zoologischer Garten in Berlijn vind je het 25hours-hotel Bikini Berlin. Wie een **avontuurlijke trip** wil, is hier aan het goede adres. Samen met fietsgidsen verkennen reizigers van hieruit de stad op een tweewieler. Of ze kiezen voor heerlijke rust in de sauna, mét zicht op apen en olifanten in de aanpalende zoo. Honger van al die nieuwe indrukken? Dan trekken de gasten naar het dakrestaurant NENI, om af te sluiten met een drankje in de Monkey Bar. **Een gesmaakt totaalconcept!**



Speel de duurzame kaart uit

Baat jij op duurzame manier jouw logies uit? Fantastisch, want je doet er zowel je klanten, je omgeving en het milieu een plezier mee. Bovendien trek je op die manier ook gelijkgezinde gasten aan en bouw je aan een sterk merk op lange termijn. En je zit vrijwel zeker gebeiteld, want **vandaag wil meer dan een derde van alle toeristen ecovriendelijk reizen.**

Schoei alles op duurzame leest

Zet je jouw verblijf in de kijker als duurzaam logies? Trek dan de lijn door en maak consequente keuzes. Gloeilampen boven tafel en exotische vruchten op de kamer? Jij loopt al snel ... tegen de duurzame lamp. Lees je grondig in en ga all the way voor ecologisch. Dat kan op verschillende vlakken:

- **infrastructuur:** bouw je verblijf met duurzame materialen, installeer lichtsensoren, ...
- **dienstverlening:** kies fairetradelinnen, leg buitenlandse gasten uit hoe recycleren werkt, ...
- **samenwerking:** schotel je gasten lokaal lekkers voor, hang kunst van plaatselijke artiesten op, ...
- **eten en drinken:** maak zelf confituur of brood, serveer geen bedreigde vissoorten, ...
- **communicatie:** maak heldere afspraken, bijvoorbeeld, handdoek op de grond = voor de was, handdoek op het rek = je gebruikt hem nog een keer, ...

Concentreer op de 4 c's

Tot voor kort waren de 4 p's bepalend voor iedere logiesuitbater: product, prijs, plaats en promotie. Maar vandaag volstaan de p's niet langer. Het model van de 4 c's treedt op de voorgrond:

1. CUSTOMER SOLUTION:

welk ongemak los jij voor de klant op? (handige locatie, uitgebreid menu, snelle bediening, ...).

2. COST TO CONSUMER:

wat is het volledige kostenplaatje? Hoe berekent de klant dat, op basis van zijn eigen waarden? (ecologische kosten, winst voor de maatschappij, ...).

3. CONVENIENCE:

hoe neem je de klant zoveel mogelijk uit handen? En bespaar je hem dus zoveel mogelijk tijd – een schaars goed.

4. COMMUNICATION:

hoe ga je de interactie met je klant aan – zonder dat die eenzijdig wordt? Welke communicatiekanalen bied je hem?

Hou de vinger aan de pols en (her)valueer je businessmodel op basis van de vier c's. Is er bij jou werk aan de winkel? Of ben je net goed bezig?



Eendracht maakt macht: partnerschappen

Marketing en sales is een verhaal van 'iedereen uniek' én van 'samen sterker'. Zeker in het kleine Vlaanderen.

Je kunt de handen in elkaar slaan met tal van andere toeristische organisaties. En als je écht uniek bent, heb je niet eens concurrenten. Dan bundel je zelfs de krachten met hotels die het net iets anders aanpakken dan jij.

Een goede eerste stap voor hotels met internationale ambities is een samenwerking met Toerisme Vlaanderen. Zo open je de deur naar heel wat zichtbaarheid in binnen- en buitenland:

- Ga een brand partnership aan met het VisitFlanders Visitor Information Centre in Brussel
- Promoot je hotel op internationale handelsreizen, workshops en roadshows
- Bouw je expertise en netwerk uit tijdens horecabeurzen in het buitenland





Tot ziens?

Volkswijsheid in marketing: het is vijf keer duurder om een nieuwe klant binnen te halen dan om een bestaande klant opnieuw te doen bestellen.

Paradox in marketing: zo goed als iedere marketeer is het eens met deze stelling maar toch investeert bijna niemand meer in klantenbehoud dan in klantenwerving.

Nochtans bestaan er heel wat tools die je helpen om:

- **je (potentiële) gasten beter te leren kennen**
- **hen rechtstreeks te laten boeken op jouw website**
- **hen vaker opnieuw te doen boeken**

Driestappenplan naar meer rechtstreekse nieuwe én terugkerende klanten:

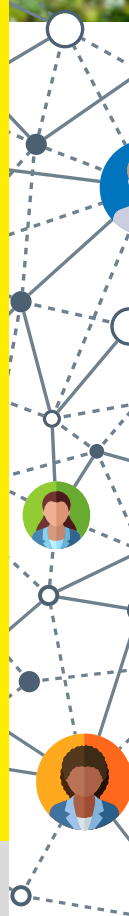
STAP 1: vóór je klanten kunt doen terug komen, moeten het natuurlijk jóúw klanten zijn. Zorg er dus voor dat gasten je beste aanbod op je eigen website kunnen boeken – en niet via onlinereisbureaus zoals Expedia. Zo verzamel je rechtstreeks klantgegevens

STAP 2: verhoog het conversiepercentage van je bookingsysteem. Dat doe je met manuele verbeteringen en dankzij tools zoals Triptease. Die toepassing verrijkt je website onder andere met een prijsvergelijker en gepersonaliseerde boodschappen voor bezoekers

STAP 3: verzamel zo veel mogelijk data van je gasten, bijvoorbeeld met Revinate. Dat is een krachtig 'customer relationship management'systeem. De software bundelt al je gegevens en interacties met een gast op één profielpagina en biedt de mogelijkheid om doelgerichte marketing campagnes op te zetten.

DE RODE DRAAD IN ELKE STAP?

Ken je klant. Zo ga je van "Tot ziens?" vanzelf naar ... "Welkom terug!"



Sociale media

Ook op sociale media leer je je klant beter kennen. Het Hotelrapport 2014 onderzocht de aanwezigheid en het belang van sociale media in de hotels van de vijf Vlaamse kunsteden (Antwerpen, Brugge, Gent, Leuven en Mechelen).

83% 

83% van de ondervraagden is **professioneel actief op sociale media**.



Facebook en TripAdvisor zijn veruit de meest populaire kanalen



Slechts een **minderheid** van de hotels gebruikt cijfer- gegevens om het **rendement van de socialmediaactiviteiten** te berekenen



Wetgeving en infrastructuur

Op wetgevend vlak is het nieuwe logiesdecreet de grote blikvanger, met aangepaste kwaliteits en veiligheidsvereisten voor iedereen die mensen tegen betaling te slapen legt. Verderop nemen we het decreet onder de loep. Zo ken je het speelveld waarin jij én je concurrenten zich mogen bewegen. Voldoet je infrastructuur aan de minimale voorwaarden van het logiesdecreet? Maak dan het verschil door de volgende stappen te zetten:

- **TOEKOMST:** speel in op vooruitstrevende trends die jouw hotelkwaliteit vandaag al verbeteren
- **TOEGANKELIJKHEID:** pas je hotel aan minder validen aan
- **MILIEU:** kies voor energiezuinige installaties en duurzame materialen. Op de volgende pagina's doe je alvast ideeën op bij toegankelijke, groene en innovatieve collega's!

Het hotel van de toekomst

Onderzoeksinstituut Fraunhofer Society bracht de mogelijkheden van het hotel van de toekomst in kaart. In het project FutureHotel namen wetenschappers enquêtes af bij meer dan 4000 zakenreizigers en vakantiegangers. Zo konden ze verwachtingen koppelen aan mogelijkheden.

Reis mee naar jouw hotel in de toekomst!

- **CHECK-IN:** je gast checkt vooraf in met een app. Stapt hij daarna je hotel binnen? Dan wordt hij via die app meteen herkend. Daarnaast fungeert zijn smartphone als kamersleutel, afstandsbediening en betaalkanaal.
- **COMMUNICATIE EN INTERACTIE:** hotelkamers herkennen gasten bij het binnenkomen en passen de kamerverlichting meteen aan op basis van individuele voorkeuren. Daarnaast houden de 'slimme kamers' de voorraad van de minibar realtime bij. Kunnen de kamers een schoonmaakbeurt gebruiken? Dan roepen ze zelf de poetsdienst erbij, zodra hun gasten de kamer verlaten.
- **INFORMATIE:** tips over de omgeving en zijn bezienswaardigheden toon je niet in een foldertje maar op een aanraakscherm in de hotelloobby. Of in 3D met virtualrealitybril.

En dan hebben we het nog niet gehad over de robotjes die rondzweven over je hoteltapijt.

WIL JE BLIJVEN TIJDREIZEN NAAR MORGEN? ZET JE ONTDEKINGSTOCHT DAN VERDER IN HET VOLLEDIGE FUTUREHOTEL-RAPPORT OP kwaliteit.toerismevlaanderen.be.



WIST JE DAT ...

... horecatrends.com een wekelijkse trendmail verzendt? Het webmagazine focust op design en duurzaamheid. Je krijgt dus elke zeven dagen nieuwe inspiratie voor je eigen accommodatie.



Nieuw logiesdecreet van kracht

Start je een nieuw logies op? Doorloop dan zeker eerst het nieuwe logiesdecreet – sinds 1 april 2017 van toepassing. Het bevat alle administratieve regels voor wie toeristen tegen betaling laat overnachten. Het decreet is eenvoudiger geworden ten opzichte van de vorige versie. Maar veiligheid en kwaliteit blijven vooropstaan. Zorg er dus voor dat de basismatregelen voor (brand)veiligheid, verzekering en hygiëne in orde zijn.

Check ook of je voldoet aan de specifieke uitbatingssnormen voor jouw logiestype. En vergeet je logies niet aan te melden en vraag je comfortclassificatie (sterren) aan.. Dat doe je via: www.toerismevlaanderen.be/logiesdecreet/aanmelden.

In het basisregister grasduin je door het volledige Vlaamse logiesaanbod. www.toerismevlaanderen.be/logiesdecreet/basisregister

Ruimtelijke richtingaanwijzer

In welke bestemmingszone hoort jouw toeristische verblijf thuis? Welke stedenbouwkundige voorschriften moet je aanvragen? En wat met de omgevingsvergunning? Want vaak is niet alleen je gebouw gebonden aan vergunningen, maar ook de functie ervan! Duik voor je start zeker eerst even in de brochure '[Jouw logies en ruimtelijke ordening](#)'. Die maakt je wegwijs in de ruimtelijke ordening voor je logies.

MEER INFO VOOR STARTENDE LOGIESUITBATERS?

kwaliteit.toerismevlaanderen.be/informatie-voor-starters/kamerlogies



Alle klanten moeten zich bij ons op hun gemak voelen:

“Het komt eropaan om op het juiste moment aan aanpassingen te denken. Verbouwingen aan je vakantieverblijf zijn het ideale moment om je ruimtes ook toegankelijker te maken. Qua budget verandert dat niets, maar voor onze gasten betekent het een wereld van verschil.”

Geert Defevere

B&B Buytenshuys, Hoogede-Gits

(Infra)structurele troeven

Infrastructuurwerken bieden je de kans om structurele troeven op te bouwen. Vanzelfsprekend is dat niet, want aanpassingen of uitbreidingen van je hotel zijn zware investeringen. Bovendien pluk je de vruchten vaak pas op de lange termijn.

Gelukkig bestaan er steunmaatregelen en erkenningslabels die dat rendement versnellen en verhogen.

1. TOEGANKELIJKHEIDSLABEL

Is jouw hotel aangepast aan gasten met een beperking, zoals rolstoelgebruikers? Vraag dan het toegankelijkheidslabel aan. Een commissie met vertegenwoordigers van de handicapbeweging en de toeristische sector beslist na een onderzoek ter plaatse of je gebouw een label verdient. Je bereidt je daarop voor dankzij de technische fiches die 'toegankelijkheid' vertalen naar specifieke maatregelen per ruimte (toilet, trap, parkeerplaats, noem maar op).

Het label A (basistoegankelijk) of A+ (heel toegankelijk) maakt je hotel meteen bijzonder interessant voor mensen met een beperking. Bovendien levert het je promotie op: je krijgt een bordje voor aan de ingang, je verschijnt in een brochure over toegankelijke vakantieverblijven, en je wordt opgenomen in de databanken van Toegankelijk Vlaanderen en visitflanders.com.

Daarnaast score je ook bij je andere gasten met het toegankelijkheidslabel:

- **je inspanningen dragen bij tot het gastvrije imago van je hotel**
- **je aanpassingen helpen ook gasten die wat minder goed te been zijn**
- **je label vertelt aan gasten dat ze levenslang in goede handen zijn bij jou, wat er ook gebeurt**





Groene Sleutel
Green Key

2. GROENE SLEUTEL

De Groene Sleutel is een internationaal keurmerk voor milieuvriendelijke toeristische bedrijven. Ontvang je een Groene Sleutel? Dan is die één jaar geldig.

Met het label trek je uiteraard gemakkelijker milieubewuste bezoekers aan. Bovendien besparen energiezuinige installaties je handenvol geld. De trend is daarom duidelijk: op een dag pronken alle hotels in Vlaanderen en Brussel met de Groene Sleutel.

Ben jij liever niet de laatste om die troef uit te spelen? Bekijk op www.groenesleutel.be meer informatie over de voorwaarden en voordelen van de Groene Sleutel.

OVERTUIGD? [Vraag nu je Groene Sleutel of Green Key aan.](#)

Warmtepompen, grijswatercircuit en klimaatbeheersysteem

“ Pillows Brussels is een nieuw hotel met allerlei milieuvriendelijke en energiebesparende oplossingen, zoals warmtepompen en een grijswatercircuit. Bovendien is het volledige hotel uitgerust met een hypermodern klimaatbeheersysteem. Voor ons is het belangrijk dat personeel en gasten steeds bewuster omgaan met onze leefomgeving. De Groene Sleutel is een beloning voor onze inspanningen en motiveert ons om nog verdere stappen te ondernemen voor een beter milieu. ”

Peter Hesp,
General Manager Sandton Pillows Brussels

Verbruik, uitstoot en afvalproductie

“ NH Hotels heeft bijna 400 vestigingen over de hele wereld. Die zijn allemaal uitgerust met milieuvriendelijke oplossingen die van NH Hotels dé benchmark maken in toeristische ‘corporate responsibility’. Dankzij baanbrekende inspanningen realiseerden we vier belangrijke doelstellingen: het stroomverbruik per gast en per nacht is met 25% gedaald, de kooldioxide-uitstoot is met 44% afgenomen, en het waterverbruik en de afvalproductie werden met respectievelijk 30% en 34% gereduceerd. ”

Jens Lambrecht,
Hotel Director NH Brugge



KASTEELHOEVE WANGE RIJFT INTERNATIONALE AWARD VOOR DUURZAAM TOERISME BINNEN

Het internationale label voor duurzaam toerisme 'Groene Sleutel' lanceerde in het voorjaar van 2017 voor de tweede keer een wereldwijde wedstrijd. Deelnemers werden geëvalueerd op hun 'Partnerschappen en lokaal engagement'. 2600 accommodaties in 56 landen konden zich kandidaat stellen. Het gaat om hotels, attracties, vergaderlocaties, gastenkamers, vakantiewoningen, restaurants en campings. 28 ambitieuze accommodaties uit 12 verschillende landen gingen de uitdaging aan.

Philip Van Kelst, bezieler van de Kasteelhoeve, wilde het lokale, hechte netwerk rond zijn hotel herstellen. "Op alle vlakken halen we de banden met onze nabije omgeving aan. We kweken zelf groenten en fruit op ons domein in samenwerking met lokale boeren. Een plaatselijke imker zorgt voor honing van de Kasteelhoeve. Op de weilanden rond de hoeve grazen dubbeldoelkoeien: zeldzame dieren die zowel vlees als melk voor onze gasten leveren. Andere producten kopen we exclusief bij lokale leveranciers, en daarbij houden we rekening met hun ecologische voetafdruk, met sociale tewerkstelling, dierenwelzijn en de principes van de circulaire economie."



Uitzonderlijke uitjes, unieke logies

Met je logies uit de band springen? Goed idee! Meer en meer gasten willen ontsnappen aan het doordeweekse leven. En gaan bewust op zoek naar originele verblijfplaatsen. Hou er wel rekening mee dat creatief geen synoniem is voor onverzorgd of oncomfortabel. Inspiratie nodig? Deze logies geven het goede voorbeeld!



In het Gentse Treck Hostel slaan gasten tijdelijk hun bivak op in een **indoorcamping**. De gezellige loods naast het sfeervolle Treck Café telt negen themacaravans. De Hawaï-uitvoering, de retroversie of de Jungle-caravan: de bezoeker kiest zelf in welk decor hij slaapt. Heerlijk kamperen, zonder een druppel regen!



Op de Nieuwpoortse HomeBoat Loft zul je misschien wel al eens een spetter voelen. Op dit **drijvende verblijf – een luxueus privéponton** – blijf je heerlijk dobberen. Of je trekt ermee door de Westhoek, langs pittoreske plekjes en het fascinerende oorlogsverleden.



Glamping is dé nieuwe kampeertrend. Deze trend richt zich op de iets minder doorgewinterde avonturier. Weg met die veel te kleine tent, slaapmatjes en klapstoelen! Je hoeft je niet langer te wassen in een beek of te koken in gamellen. Glamping is glamoureuze kamperen in alle luxe en comfort. Bij 'Aan de Vleterbeke' verblijf je in een grote, beige safaritent. De tent straalt een heel gezellige kampeersfeer uit en is volledig ingericht om jou alle comfort te bieden.



Eten, drinken en ... wifi

Anno 2017 kunnen we er niet meer omheen. Wifi hoort bij de basisbehoeften van je gasten. Net zoals voedsel en warm water minimumvereisten zijn, wil de gemiddelde bezoeker nu ook een fatsoenlijke, snelwerkende wifiverbinding in het gebouw. Om vlot te kunnen werken of om leuke vakantiemomenten te delen met het thuisfront.

Geen sinecure. want je gasten gebruiken vaak op hetzelfde moment de verbinding. En het netwerk moet goed vertakt zijn over veelal grote oppervlakten. Toch loont het om te investeren in een kwalitatieve verbinding, en die goed te onderhouden. Omdat wifi vandaag incontournabel is, en het je dus sowieso goede punten oplevert!





Meer info vind je op
kwaliteit.toerismevlaanderen.be
de online toolkit voor de hotelier!

Voor alle vragen over de toolkit
of meer algemeen over Kwaliteit in logies
neem je contact op met Griet Geudens

griet.geudens@toerismevlaanderen.be



COLOFON

Verantwoordelijke uitgever

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen, Grasmarkt 61, 1000 Brussel

Meer informatie

www.toerismevlaanderen.be

Wettelijk depot

D/2018/5635/6/1

Copyrights

Vlaamse Jeugdherbergen, Martin's Hotels SA, Arno Aston, Hotel Heritage, La Mancha Studio - Joris Prikken, Aan de Vleterbeke, Eveline Van Vlaenderen, Harry Heuts, Homeboat.eu, Verbeke Foundation en Joep Van Lieshout, Daniel De Kievith, Zannier Hotels, Kris Snoeck, Westtoer, FARMBOY Jan Opdekamp, flaticon.com en Istock
Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen

mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welk wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever



kwaliteit.toerismevlaanderen.be

TOERISMEVLAANDEREN