gemeenteSLUIS

26.0002838

Inkomende documenten Gemeente Sluis

Postadres:
Postbus 27
4500 AA Oostburg

Bezoekadres:
Nieuwstraat 22
4501 BD Oostburg

Telefoon 140117
Telefoon +31 (0)117 457 000

IBAN: NL33INGB0661900169
BIC code: INGBNL2A
BTW-nummer: 811046321B01

www.gemeentesluis.nl
info@gemeentesluis.nl

Gemeente Sluis
ingekomen
01 -10- 2026

ons kenmerk : 26.2710
uw brief d.d. :
uw kenmerk :
behandeld door : A. Rijsdijk
doorkiesnummer : 140117
onderwerp : Rapportage SGZV 2026
bijlage(n) : één

Oostburg, - 2 OKT 2026

Geachte raadsleden,

Hierbij ontvangt u ter informatie de rapportage als bijlage 1 van Stichting Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen (SGZV) over gedane werkzaamheden tot augustus inclusief een vooruitblik op de resterende maanden van 2026, conform de afspraak.

Vanuit de prestatieafspraken heeft de Stichting onder andere de opdracht de promotie te voeren vanuit de belofte We Zien Je Hier Graag. Hiermee wordt lading en inhoud gegeven aan gastheerschap en de ambassadeursrol van inwoners, ondernemers en bezoekers vanuit intrinsieke motivatie. In het kader hiervan is o.a. de onlinecampagne Van Hier opgestart en is in samenwerking met HISWA-RECRON voor de inwoners fietstocht Trap & Toer georganiseerd.

De rapportage is conform de prestatieafspraken met SGZV.

We gaan ervan uit u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

BURGEMEESTER EN WETHOUDERS VAN SLUIS,

De secretaris,

S.I. de Kievit-Minnaert

De burgemeester,

mr. M.M.D. Vermue

Rapportage
West-Zeeuws Vlaanderen

Periode
augustus-2025 t/m juli-2026

Versie: 10 september 2026 | Stichting Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen

West Zeeuws Vlaanderen

gastvrijzeeuwsvlaanderen.nl

Inleiding

In deze rapportage blikken we terug op het afgelopen uitvoeringsjaar binnen onze meerjarige opdracht voor bestemmingsmanagement en gastheerschap in de gemeente Sluis. We geven een overzicht van de belangrijkste werkzaamheden en resultaten over de periode augustus 2025 tot en met juli 2026 en kijken vooruit naar ontwikkelingen die in de resterende maanden van 2026 spelen.

In 2025 hebben we onze marketingstrategie aangescherpt als basis voor de verdere ontwikkeling van onze werkzaamheden. Daarbij zijn drie prioriteiten uitgewerkt:
1. Een scherpere doelgroepkeuze op basis van Leefstijlvinder™
2. Een betere aansluiting van aanbod en content op seizoen en doelgroep
3. Een aanscherping van het streekmerk West-Zeeuws-Vlaanderen

Dit resulteerde onder meer in drie doelgroepen: de Stijlzoeker, Plezierzoeker en een combinatie van Harmonie- en Verbindingzoeker.

In deze rapportageperiode hebben we deze aangescherpte strategie verder vertaald naar de praktijk. Zo vernieuwden we onze socialmediastrategie, richten we onze persbewerking gerichter op de gekozen doelgroepen en doorliepen we een rebrandingtraject. Tegelijkertijd zetten we bestaande activiteiten voort en werkten we aan nieuwe projecten en samenwerkingen.



Social Media

gastvrijzeeuwsvlaanderen.nl

De in 2025 aangescherpte marketingstrategie was aanleiding om ook onze social-mediastrategie tegen het licht te houden. Op basis van de doelgroepanalyse en de samenstelling van onze volgers kozen we per februari jl. voor een duidelijke positionering per kanaal. Facebook richt zich primair op *inwoners*, Instagram op (potentiële) *gasten*, met inwoners als secundaire doelgroep. Deze keuze vertaalt zich in een gerichtere contentstrategie: Facebook legt de nadruk op herkenbare gezichten en lokale verhalen. Instagram op sfeer, beleving en inspiratie.

Facebook (organisch)

Primaire doelgroep: inwoners West-Zeeuws-Vlaanderen



Aug-25 t/m jul-26 vs aug-24 t/m jul-25

Facebook laat een positieve ontwikkeling zien. Het aantal volgers groeide met 4,4%, terwijl het aantal weergaven met bijna 50% toenam tot 2,3 miljoen. Met name die sterke groei in weergaven sluit aan bij onze doelstelling om inwoners met onze content te inspireren en laat zien dat onze berichten veelvuldig worden bekeken.

Instagram (organisch)

Primaire doelgroep: (potentiële) gasten



Aug-25 t/m jul-26 vs aug-24 t/m jul-25

Het bereik op Instagram ligt lager dan in de voorgaande periode. Mogelijk speelt mee dat vanaf maart geen betaalde campagnes meer zijn ingezet, die mede gericht waren op het vergroten van het bereik. Daar staat tegenover dat onze content in deze rapportageperiode ruim 1 miljoen weergaven realiseerde. Vergelijkbare weergavecijfers over 2025 zijn niet beschikbaar.

Organisch LinkedIn

Primaire doelgroep: stakeholders



Aug-25 t/m jul-26 vs apr-25 t/m jul-26 (sinds apr-25 actief op LinkedIn)

LinkedIn laat sinds de start in april 2025 een sterke ontwikkeling zien. Het aantal volgers groeide naar 523 en het aantal weergaven nam in de huidige rapportageperiode toe tot ruim 78.000. Een directe vergelijking met de voorgaande periode is beperkt mogelijk, omdat we LinkedIn pas sinds april 2025 actief inzetten. Sinds de start publiceerden we 42 berichten, waarmee LinkedIn zich ontwikkelt tot een belangrijk kanaal voor onze communicatie richting stakeholders.

Contentthema's

Met de aanscherping van onze socialmediastrategie werken we sinds dit voorjaar vanuit een aantal vaste contentthema's. Deze vormen de basis voor onze content-planning en zorgen voor meer samenhang in onze communicatie.

Contentthema	Voorbeeld
Kust & Zeewind	Strand, natuur, zee, strandsport
Buiten & Bewegen	Fiets- en wandelroutes, natuur
Food & Smaak	Zilt, zoet, Foodregio, Smakelijke Zwinstreek
Dorpen, makers & Cultuur	Kernen, ambachten, erfgoed, musea
Gastvrij verblijven & Trots	Logies
Ondernemers uitgelicht	Nieuwe ondernemer, nieuw initiatief, seizoensgericht
Agenda & Inspiratie	Evenementen, seizoensactiviteiten

Het thema 'Zwinstreek' is geen apart thema, maar de verbindende rode draad die binnen alle thema's terugkomt.

Betaalde socialmediacampagnes

Tot en met de winterperiode hebben we aanvullend op onze organische content seizoensgebonden betaalde campagnes op Facebook en Instagram ingezet, met name gericht op bereik en groei van het aantal volgers. Met de aanscherping van onze socialmediastrategie is deze inzet vanaf het voorjaar naar de achtergrond verschoven. We bekijken opnieuw welke rol betaalde content kan spelen en welke KPI's het beste aansluiten bij onze doelstelling om inwoners en gasten te inspireren.

Paid campagne | winter

19 december t/m 21 februari

Volgers

+130

+592

Bereik

31.032



Binnen deze campagne werd op beide kanalen één video ingezet met een gevarieerde selectie van seizoensgebonden beelden om de doelgroep te inspireren en enthousiasmeren over een bezoek of verblijf in de winter.

Campagne Gastvrij Aan Tafel

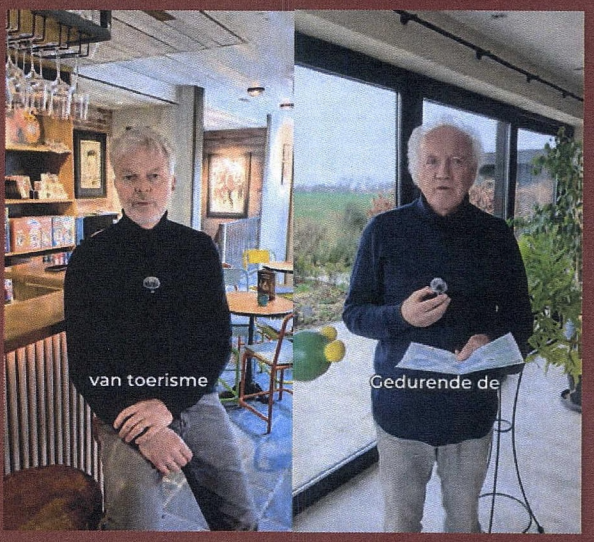
13 februari t/m 7 maart

Bereik

53.941

Klikken op link

100



Deze campagne werd opgezet ter promotie van de nieuwe netwerkbijeenkomst *Gastvrij aan Tafel* (zie pagina 13) en bestond uit één video waarin twee panelleden met verschillende perspectieven op toerisme tegenover elkaar worden gezet. Het doel was de doelgroep te informeren over en te stimuleren zich aan te melden voor de bijeenkomst.

Website

gastvrijzeeuwsvlaanderen.nl

Onze website blijft een belangrijk inspiratie- en informatieplatform voor inwoners en gasten, maar is toe aan vernieuwing. De wens om een nieuwe website te ontwikkelen vormde aanleiding om eerst kritisch te kijken naar onze positionering en visuele identiteit. Dit resulteerde in een volledige rebranding van Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen, met een vernieuwd beeldmerk, toegankelijkere typografie en een eigentijds, WCAG-proof kleurenpalet. De nieuwe huisstijl is inmiddels doorgevoerd in het merendeel van onze dagelijkse communicatiemiddelen. Ook de huidige website is op onderdelen aangepast.

Tegelijkertijd is de oorspronkelijke vraag naar een nieuwe website verbreed. Volgens de prestatieafspraken is de website te allen tijde overdraagbaar aan de gemeente Sluis. Deze dient daarom te voldoen aan de voor de overheid geldende wet- en regelgeving. Om deze redenen onderzoeken we, samen met de gemeente, hoe we tot een toekomstbestendige website kunnen komen. Daarbij wordt ook gekeken naar de mogelijkheid om de thema's wonen, werken en studeren een plek te geven, zodat de website aansluit bij de groeiambities van de gemeente Sluis. In de vooruitblik (vanaf pagina 17) gaan we hier verder op in.



Aug-25 t/m jul-26 vs aug-24 t/m jul-25

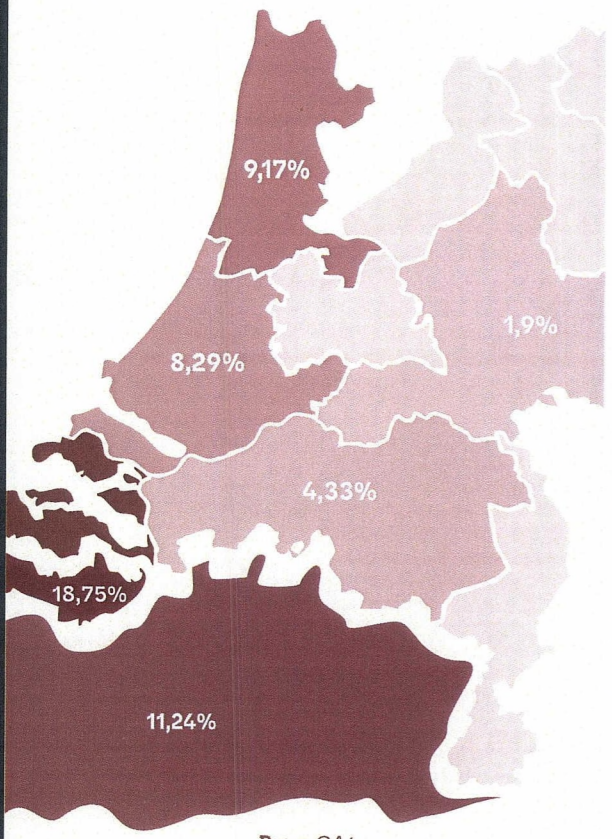
De website trok in deze rapportageperiode 38% meer actieve gebruikers dan een jaar eerder. Hoewel het totale aantal bezoeken met circa 12% afnam, nam de gemiddelde bezoektijd sterk toe: van bijna 8 naar bijna 12 minuten. Daarmee bereikten we niet alleen een grotere groep unieke gebruikers, maar verbleven bezoekers gemiddeld ook aanzienlijk langer op het platform. Dit wijst op een intensiever gebruik van de website.

Best bezochte pagina's

2026	2025
1 /evenementen	1 Home pagina
2 home pagina	2 /evenementen
3 /gravelroutes	3 /attracties

Top 10 herkomst websitebezoekers	2026	2025
Zeeland	11.850	13.150
Vlaanderen	7.099	7.007
Noord-Holland	5.796	6.197
Zuid-Holland	5.237	6.680
Noord-Brabant	2.738	3.720
Noordrijn-Westfalen	1.763	1.577
Brussel	1.398	1.247
Gelderland	1.208	1.454
Hessen	688	845
Onbekend	23.745	2.686

De stijging van 'onbekend', onder meer door privacyinstellingen, kan de daling bij afzonderlijke herkomstbronnen verklaren, terwijl het totale aantal bezoekers wel is gestegen.



Bron: *GA4*

Visitekaartjes

- >140 locaties
- Oplage: 100.000
- Scans:
  - 1.098 2026
  - 1.772 2025



Zonnebrandpalen

- Oplage: 6
- Scans:
  - 68 2026
  - 338 2025

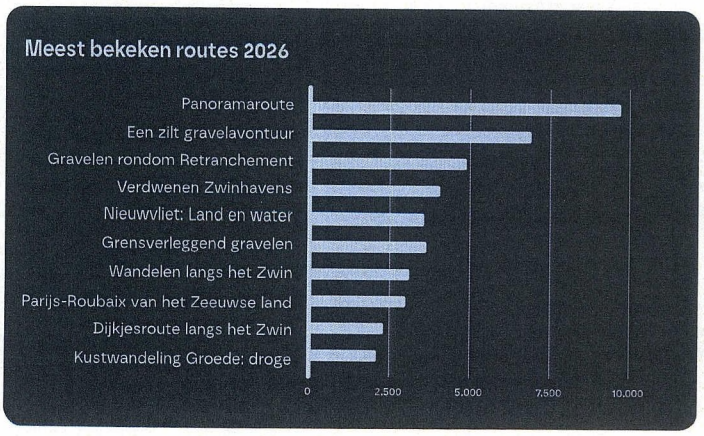


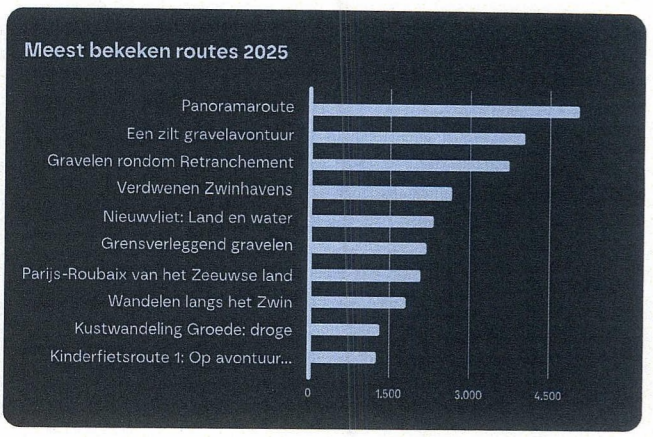
Zowel de visitekaartjes als de zonnebrandpalen zijn voorzien van een QR-code die verwijst naar onze website.

RouteYou

Ons RouteYou-platform blijft een belangrijk middel om inwoners en gasten te inspireren de regio actief te ontdekken. Via het platform bieden we een uitgebreid aanbod aan gratis fiets- en wandelroutes, dat we onder andere ook onder de aandacht brengen via de gemeentelijke pagina van het Zeeuws-Vlaams Advertentieblad (ZVA). Een uitschieter is de **Panoramaroute**, die door gebruikers van RouteYou werd uitgeroepen tot *Route van het Jaar 2025.* RouteYou publiceerde hierover een interview met SGZV. In juli 2026 steeg het aantal weergaven van de route opvallend: van gemiddeld 200 tot 400 naar ruim 1.000. Ook de eind 2024 gelanceerde **gravelroutes** blijven populair en behoren nog altijd tot de meest bekeken routes op ons platform. Daarnaast voegden we de nieuwe luisterroute **Smokkelroute Zwinstreek** toe, een initiatief dat is voortgekomen uit het Gastheerschapsnetwerk van de Zwinstreek. Deze route werd in de eerste maanden na livegang al 169 keer bekeken, wat de belangstelling voor verhalende routeconcepten onderstreept.









Persbewerking

In samenwerking met mediabureaus uit binnen- en buitenland nodigen we schrijvers en fotografen van zowel online als offline media uit voor een verblijf in West-Zeeuws-Vlaanderen in ruil voor een artikel of blog. De mediabureaus zijn gebrieft op onze gekozen doelgroepen en benaderen gericht relevante media, journalisten en contentmakers.



O.a.

Wandelmagazine · **Linda** · KH Magazine · **De Telegraaf** · **Plusmagazine** · Nature Scanner · Cultuursmakers · **Het Nieuwsblad** · Markant · Hollands Glorie · Outdoor Dichtbij · **Margriet** · **VAB Magazine** · Luxemburger Wort · **Libelle** · **Omroep Max** · So Soir · **Het Laatste Nieuws** · **Touring Magazine** · Cycling Destinations · Passar · Boer zoekt Vrouw · **De Zondag** · Grijs op reis · **Talkies** · Sabato (De Tijd) · **Salt Magazine** · De Reisreporter · Zeeland Reisgids (DE) en vele titels meer.

Bij de invulling van persbezoeken brengen we bewust verschillende plekken, verhalen en momenten in het jaar onder de aandacht. Zo zetten we persbewerking ook in om spreiding in tijd en ruimte te stimuleren.

Oplage	2026	2025
	>2.414.890	>4.481.440

Bereik	2026	2025
	>20.870.860	>39.512.940

Mediawaarde*	2026	2025
	>€205.830	>€684.300

Aug-25 t/m jul-26 vs aug-24 t/m jul-25

*De geschatte advertentiewaarde van gerealiseerde journalistieke publicaties.

De cijfers geven een indicatie van de geregistreerde media-aandacht en zijn niet één-op-één vergelijkbaar met voorgaande jaren. Niet van alle publicaties zijn gegevens over oplage, bereik en mediawaarde beschikbaar. Bovendien kan de impact per jaar sterk verschillen door het type en de omvang van de media waarin publicaties verschijnen. De cijfers omvatten zowel online als offline publicaties.

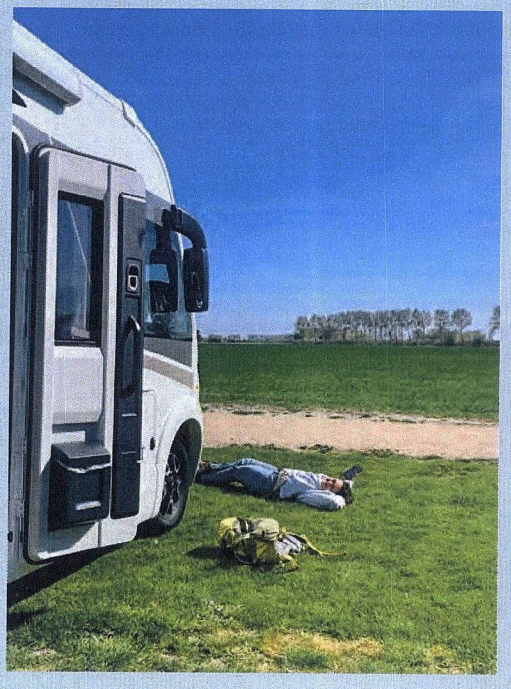
Uitgelicht

Een aantal persactiviteiten verdienen extra aandacht en/of toelichting.

Dankzij een **gesponsorde camper** konden we in april vier verschillende media ontvangen voor een kampeerervaring in West-Zeeuws-Vlaanderen. Vier mini-campings boden een camperplaats aan. Gebaseerd op de locatie van de mini-camping en de wensen van de desbetreffende gast/medium werd een programma op maat samengesteld. We verwachten dat de artikelen komend voorjaar verschijnen.

Daarnaast verzorgden we de organisatie van het bezoek van circa veertig leden van de **Vlaamse Journalistenvereniging**, inclusief locatie, afstemming met partners en een begeleide bustour door de streek. Zo maakten journalisten uit uiteenlopende vakgebieden eind mei kennis met de natuur, historie en recreatieve mogelijkheden op verschillende plekken in West-Zeeuws-Vlaanderen. Daarmee legden we een waardevolle basis voor toekomstige publicaties en extra zichtbaarheid van de streek.

In het voorjaar ontvingen we de uitgever van de **Duitse reisgids Zeeland** ter voorbereiding op de editie 2028 en verstuurde onze mediapartner twee gerichte **persnieuwsbrieven** met openingspercentages van 59% en 60%. Dit resulteerde in meerdere aanvragen voor een persontvangst op maat.





Productontwikkeling

Fiets- en wandelkaart Zwinstreek

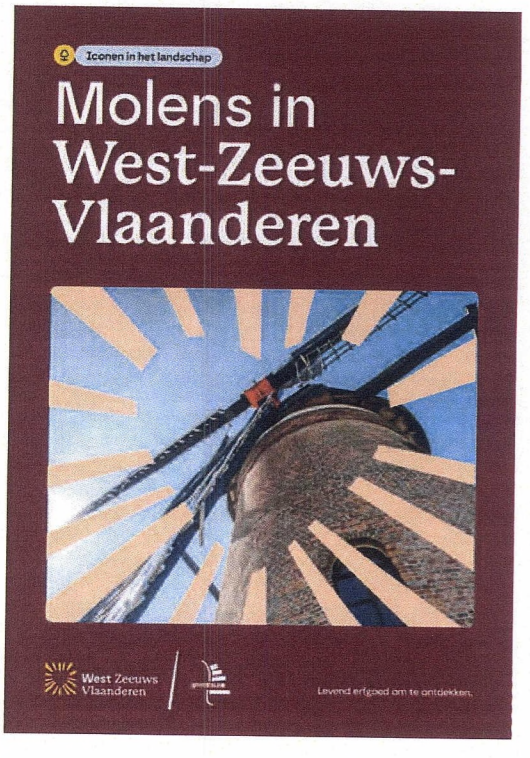
Al jarenlang brengen we samen met de Zwin-partnergemeenten Knokke-Heist, Damme, Sint-Laureins, Maldegem en Sluis een grensoverschrijdende fiets- en wandelkaart uit. Ook dit jaar werkten we aan een geactualiseerde editie. De kosten worden volledig gedekt uit advertentie-inkomsten van ondernemers en de verkoop van kaarten aan onder meer toeristisch-recreatieve ondernemers en de Vlaamse partnergemeenten. De fietskaart verscheen in het voorjaar, de wandelkaart verschijnt eind november vanwege de vernieuwing van het Vlaamse wandelnetwerk.



Oplage:
76.500
Ntb

Molenfolder

In opdracht van de gemeente Sluis ontwikkelden we een nieuwe molenfolder ter vervanging van de verouderde uitgave. Hierin worden alle zeven molens in de gemeente uitgelicht, aangevuld met een recreatieve fietsroute die ook via ons Route-You-platform beschikbaar is. Dankzij een QR-code is de folder bovendien in het Duits te raadplegen. De oplage bedraagt 5.000 exemplaren.



Van inwoner naar ambassadeur

Toerisme draagt bij aan de leefbaarheid van West-Zeeuws-Vlaanderen. Onder de noemer *Van inwoner naar ambassadeur* zetten we verschillende middelen in om inwoners te informeren, te betrekken en met elkaar in gesprek te gaan over de betekenis van toerisme voor onze regio. De online campagne *Van Hier*, de inwoners-fietstocht *Trap & Toer* en de deelname aan de *Balanstafel* zijn hier onderdeel van.

Online campagne Van Hier

De online campagne *Van Hier* vormt een belangrijk onderdeel van deze aanpak. Via Facebook, Instagram en LinkedIn laten we gedurende het hele jaar zien hoe toerisme direct en indirect bijdraagt aan werkgelegenheid en leefbaarheid in West-Zeeuws-Vlaanderen. Niet alleen ondernemers en medewerkers uit de vrijetijdssector komen aan het woord, maar ook mensen uit andere sectoren die met toerisme verbonden zijn. In de aanloop naar *Trap & Toer* stonden daarnaast de zeven deelnemende bedrijven centraal.

	2024	2025	2026
Bereik interview FB & IG	66.909	50.930	
Bereik reel (organisch) FB		5.576	
Bereik betaalde Meta campagne (FB & IG)	43.878	10.988	
Impressies (weergaven) DPG	115.422		
Weergaven interviews toeleveranciers FB & IG		92.434	208.457
Weergaven LinkedIn		13.446	11.638

*2026 betreft de cijfers tot en met 31 juli; Van Hier loopt door tot en met december.

De cijfers over 2026 zijn niet volledig vergelijkbaar met voorgaande jaren door wijzigingen in de statistieken van Facebook. In 2024 en 2025 rapporteerden we op basis van bereik: het aantal unieke personen dat een bericht zag. In de loop van 2026 is Facebook gestopt met de klassieke wijze van bereik en tonen we nu de weergaven: het totaal aantal keer dat een bericht is verschenen, waarbij één persoon meerdere keren kan meetellen.

De ontwikkeling naar een jaarronde communicatieaanpak via *Van Hier* zorgt ervoor dat de boodschap niet alleen rondom één activiteit aandacht krijgt, maar gedurende het jaar kan worden herhaald en onder een veel grotere groep inwoners kan worden verspreid.

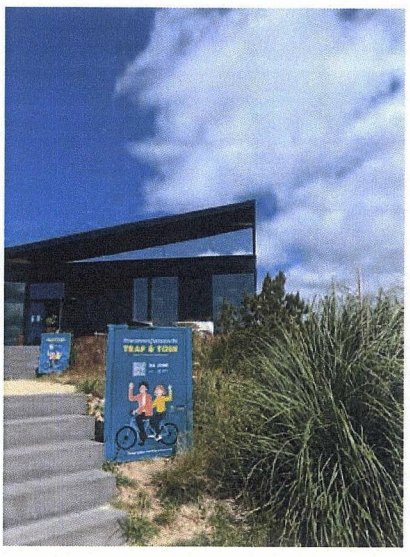
Inwonersfietstocht Trap & Toer

In juni organiseerden we samen met HISWA-RECRON voor de derde keer een inwonersactiviteit. Naast recreatiebedrijven namen in 2026 voor het eerst twee hotels deel. Inwoners konden verschillende bedrijven bezoeken, een kijkje achter de schermen krijgen en persoonlijk in gesprek gaan met ondernemers.

	2024	2025	2026
Gemiddeld aantal bezoeken per locatie	21	52	18

De evaluatie over drie jaar laat zien dat deelnemers en ondernemers de persoonlijke ontmoetingen waarderen, maar ook dat het fysieke bereik beperkt is in verhouding tot de benodigde organisatie en inspanning. Bovendien namen in 2025 en 2026 grotendeels dezelfde recreatiebedrijven deel. Daarom evalueren SGZV en HISWA-RECRON na de afgesproken periode van drie jaar niet alleen de resultaten, maar ook of *Trap & Toer* in de huidige vorm nog het meest passende middel is om inwoners te bereiken en te betrekken.







Balanstafel

Als deelnemer aan de *Balanstafel* (maart '26) bracht SGZV kennis en ervaringen vanuit bestemmingsmanagement, gastheerschap en communicatie in. De inzichten uit *Van Hier* en *Trap & Toer* sluiten aan bij het bredere gesprek over de balans tussen toerisme en leefbaarheid en de rol van inwoners daarin. De opbrengsten van deze bijeenkomst worden gebruikt als input voor het vervolg van beleid en uitvoering.

Stakeholdermanagement

Landelijk

- Kennisuitwisseling tijdens landelijke netwerkbijeenkomsten voor destinatie-marketeers, waaronder Netwerk Citymarketing

Provinciaal

Lid van Kernteam Toeristische Marketing Zeeland, onderdeel van Zeeland & Partners

- Zeswekelijks overleg
- Organisatie workshop *Online Communicatie:* juni en november 2026
- Bezoek alle 13 Zeeuwse gemeenten: december 2025
- Organisatie workshop *Stranden*: mei en oktober 2026
- Inspiratiesessie met team Zeeland.com: april 2026
- Netwerkbijeenkomst *Club Zeeland*: april 2026
- Partnerschap Unesco Geopark ScheldeDelta

Gemeente Sluis

Periodiek overleg met diverse afdelingen:

- Beleidsadviseur(s): één keer per maand
- Portefeuillehouder: twee keer per jaar
- Communicatie: één keer per kwartaal
- Ondernemersloket: naar behoefte
- Samen Sluis: naar behoefte

Landschapspark Zwinstreek

Zie verder op pagina 14.

Musea Sluis

Zie verder op pagina 16.

Lokale partners: ondernemers(verenigingen), dorps- en stadsraden

- Gastvrij aan Tafel
- LinkedIn en stakeholdernieuwsbrieven
- Individuele gesprekken en aanwezig tijdens diverse bijeenkomsten
- Onbegrensd Zeeuws-Vlaanderen

Gastvrij aan Tafel

Samen met de gemeente Sluis organiseerden we in maart de eerste editie van de netwerkbijeenkomst. *Gastvrij aan Tafel.* Ruim 130 ondernemers, inwoners, bestuurders en andere betrokkenen gingen met elkaar in gesprek over de kansen en uitdagingen van toerisme in de gemeente Sluis. De grote opkomst en de waardevolle gesprekken onderstrepen het belang van een open gesprek over de toekomst van toerisme in onze regio. Deze positieve eerste editie geeft aanleiding om *Gastvrij aan Tafel* ook in 2027 te organiseren.

Landschapspark Zwinstreek

Gastheerschap van de Zwinstreek

Vanzelfsprekend investeerden we de voorbije periode in de verdere ontwikkeling van het netwerk Gastheerschap van de Zwinstreek. Hoewel er dit jaar geen nieuwe basiscursus werd georganiseerd, bleef het bestaande netwerk actief via netwerkbijeenkomsten, een gebiedssafari en verdiepingsmodulen. Daarnaast werd in juni de vernieuwde website zwinstreek.eu gelanceerd door Westtoer als promotieplatform voor de toeristische bestemming Zwinstreek. Binnen dit platform is ook aandacht voor het gastheerschaps-programma, met een doorverwijzing naar de gastheerschapspagina op de website van SGZV. In het najaar volgen nog een verdiepingsmodule en een netwerkbijeenkomst.

Nieuwe gastvrouwen en -heren: 0

In 2026 werd geen nieuwe opleiding aangeboden.

Alle gastvrouwen en -heren: 126

Netwerkbijeenkomst 2 (+1 in voorbereiding)

Nov-25: locatie Damme
Mrt-26: onderdeel van Gastvrij aan Tafel (IJzendijke)
Nov-26: locatie ntb

Gebiedssafari 1

Mei-26: Domein Bonem (Damme)

Verdiepingsmodule 2 (+1 in voorbereiding)

Nov-25: De Zilte en Verdronken Zwinstreek (Sluis)
Mrt-26: De Natuurlijke Zwinstreek (Nieuwvliet)
Nov-26: De Bevochten Zwinstreek (Oostburg)

Nieuwsbrief

Nieuwsbrieven 3

Abonnees 134

% **Openingsrate** 57,2

Uit in de Zwinstreek

Ieder jaar in oktober wordt de unieke Zwinstreek in al haar veelzijdigheid in de kijker gezet. Gastvrouwen en gastheren uit de Zwinstreek bundelen dan hun krachten om verrassende arrangementen en activiteiten aan te bieden rond natuur, erfgoed en gastronomie.



3 oktober tot en met 8 november 2026

Aantal activiteiten 33

Aantal gastheren 59

Coördinatie: Toerisme Knokke-Heist ondersteund door SGZV.

Toeristische productontwikkeling

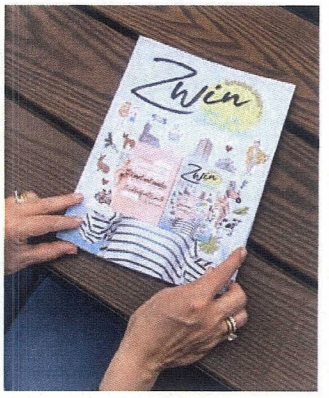
In 2026 is het grensoverschrijdende project *Toeristische productontwikkeling door Zwinstreek gastvrouwen en -gastheren* afgerond. Binnen het project (aanvang in 2024) kregen 122 gastvrouwen en -gastheren uit de vijf Zwinstreekgemeenten de mogelijkheid om in werkgroepen toeristische producten te ontwikkelen. Dit resulteerde in vier nieuwe producten: het *Zwin doe- en beleefboek* (oplevering in 2025), *Het Mysterie van de Boerekreek*, *Grenzeloos Proeven* en de luisterroute *Smokkelroute Zwinstreek* (oplevering in 2026). Deze producten versterken de (be)leefbaarheid van de Zwinstreek en de samenwerking over de landsgrens.

Grensoverschrijdend project met steun van Euregio Scheldemond, een samenwerkingsverband van de provincies Zeeland (NL), Oost-Vlaanderen en West-Vlaanderen (BE).









Toeristisch Inspiratie Punt (TIP)

Een TIP is een inspiratiepunt waar inwoners en bezoekers via een touchscreenzuil informatie vinden over West-Zeeuws-Vlaanderen, de Zwinstreek en Zeeland. Voorwaarde voor plaatsing is dat de betrokken gastvrouw of gastheer de basiscursus en alle verdiepende modules heeft gevolgd. De zuilen zijn momenteel nog uitgevoerd in de oude huisstijl. In het kader van de herziening van het gastheerschapsplan (zie ook pagina 18) wordt eerst het gebruik en de toekomstige rol van de TIP's geëvalueerd. Op basis daarvan wordt bepaald of en op welke wijze opnieuw wordt geïnvesteerd in de uitstraling van de zuilen.

Nieuw in 2026

Nieuwe tijdelijke locatie per 15 juli: Retranchement *Foodhub Tafel van de Zwinstreek.*
(via gastvrouw Odile)

*Door een technisch probleem worden niet alle gegevens volledig gemeten in Google Analytics. De gerapporteerde weergaven zijn daarom indicatief.



De Tijdreis

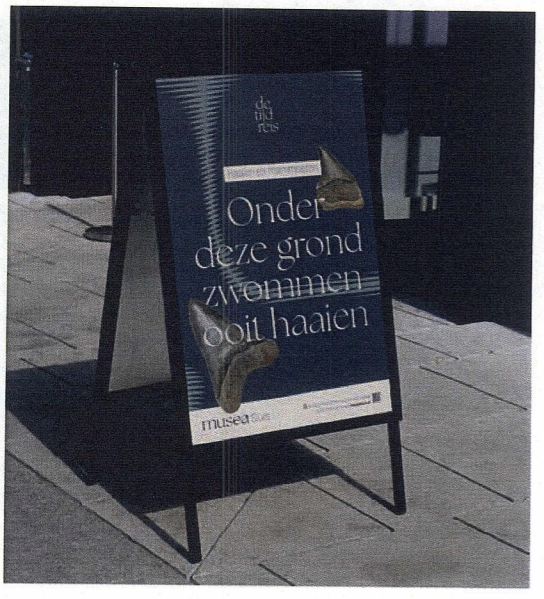
Stichting Musea Sluis

Naast onze reguliere opdracht voor bestemmingsmanagement en gastheerschap voeren we in opdracht van Stichting Musea Sluis een aanvullende opdracht uit voor de ontwikkeling van *De Tijdreis*. Deze opdracht valt buiten de prestatieafspraken waarop deze rapportage betrekking heeft, maar vanwege de inhoudelijke samenhang met onze werkzaamheden geven we hieronder kort de voortgang weer.

De Tijdreis is een publieksgericht promotieconcept voor de collectieve promotie van het museale aanbod in West-Zeeuws-Vlaanderen. Aan de hand van een overkoepelende verhaallijn wordt de geschiedenis van de regio – van de Romeinse tijd tot heden – ontsloten via de vijf kernmusea en zes relevante thematische partners. Hiermee wordt ingezet op versterking van het cultuurtoerisme, seizoensverlenging en een groter publieksbereik.

In het eerste semester van 2026 zijn belangrijke stappen gezet met de ontwikkeling van een nieuwe visuele identiteit voor Musea Sluis, de overkoepelende verhaallijn, het creatieve concept *De Tijdreis*, het marketing- en communicatieplan en een gezamenlijke werksessie met de deelnemende musea. In september en oktober verwachten we de oplevering van de concrete vertaling naar verschillende communicatiemiddelen, waaronder de website, socialmediakanalen, posters, ansichtkaarten en een mediakit voor de aangesloten musea.





Vooruitblik

Augustus t/m december 2026

We Zien je Hier Graag

In de resterende maanden van 2026 zetten we onze lopende werkzaamheden voort. Tegelijkertijd werken we aan verschillende plannen en vervolgtrajecten die van invloed kunnen zijn op onze werkzaamheden en rol in de komende jaren. Daarbij gaat het onder meer om de mogelijke verbreding van onze werkzaamheden, de structurele borging van bestaande projecten en nieuwe verbindingen tussen toerisme, cultuur, erfgoed en andere gemeentelijke domeinen. Hieronder lichten we de belangrijkste ontwikkelingen kort toe.

Van nieuwe website naar regioplatform

De oorspronkelijke ambitie om de website van Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen te vernieuwen, heeft zich inmiddels verbreed. In aansluiting op de gemeentelijke ambities binnen Zeeland 2050 en de groeiambitie van de gemeente Sluis zelf wordt onderzocht of een gezamenlijk regioplatform kan worden ontwikkeld waarin recreëren, wonen, werken en studeren samenkomen.

Vervolg De Tijdreis - Stichting Musea Sluis

Na afronding van de ontwikkelfase van *De Tijdreis* zoals omschreven op pagina 16 ontstaat mogelijk een vervolg voor SGZV. We zijn gevraagd een voorstel uit te brengen voor de verdere uitvoering en borging van het concept, waaronder de coördinatie van de gezamenlijke communicatie, het beheer en de doorontwikkeling van de online kanalen en de bewerking van pers en partners.

Daarnaast wordt met Stichting Musea Sluis verkend of SGZV een bredere rol kan vervullen in de gezamenlijke marketing van de aangesloten musea. Deze mogelijke uitbreiding gaat verder dan de uitvoering van *De Tijdreis* en richt zich op de structurele versterking en gezamenlijke positionering van het museale aanbod. Naar verwachting wordt hierover in het najaar 2026 een besluit genomen.

Binnen ZwinQuest wordt ingezet op het versterken van de samenwerking tussen musea en erfgoedsites in de Zwinstreek. Onderdeel daarvan is de ontwikkeling van een overkoepelende communicatie- en promotiestrategie rond het thema 'Reizen door de tijd'. Omdat dit nauw aansluit op het concept van *De Tijdreis*, zijn we dit najaar uitgenodigd om onze aanpak te delen met de werkgroep Erfgoed van ZwinQuest.

Gastheerschap van de Zwinstreek

De borging van het Gastheerschapsnetwerk van de Zwinstreek op lange termijn, binnen het Landschapspark Zwinstreek, maakt onderdeel uit van ZwinQuest. Binnen dit programma wordt gewerkt aan een meer structurele inbedding van het gastheerschap binnen het Landschapspark Zwinstreek. Samen met Gemeente Sluis en de projectpartners werken we aan een langetermijnstrategie die de huidige projectmatige aanpak moet vervangen. In het najaar van 2026 denken we als als coördinator van het gastheerschapsnetwerk actief mee over deze verdere ontwikkeling en de borging van het gastheerschapsnetwerk voor de komende jaren.

Financiële voortgang

De uitvoering van onze werkzaamheden verloopt conform begroting. Op basis van de huidige stand verwachten we voor 2026 geen tekort.