



DE LEUVEN EXPERIENCE

*TOEKOMSTVISIE VOOR HET INTERNATIONAAL
VERBLIJFSTOERISME IN LEUVEN 2019-2024*

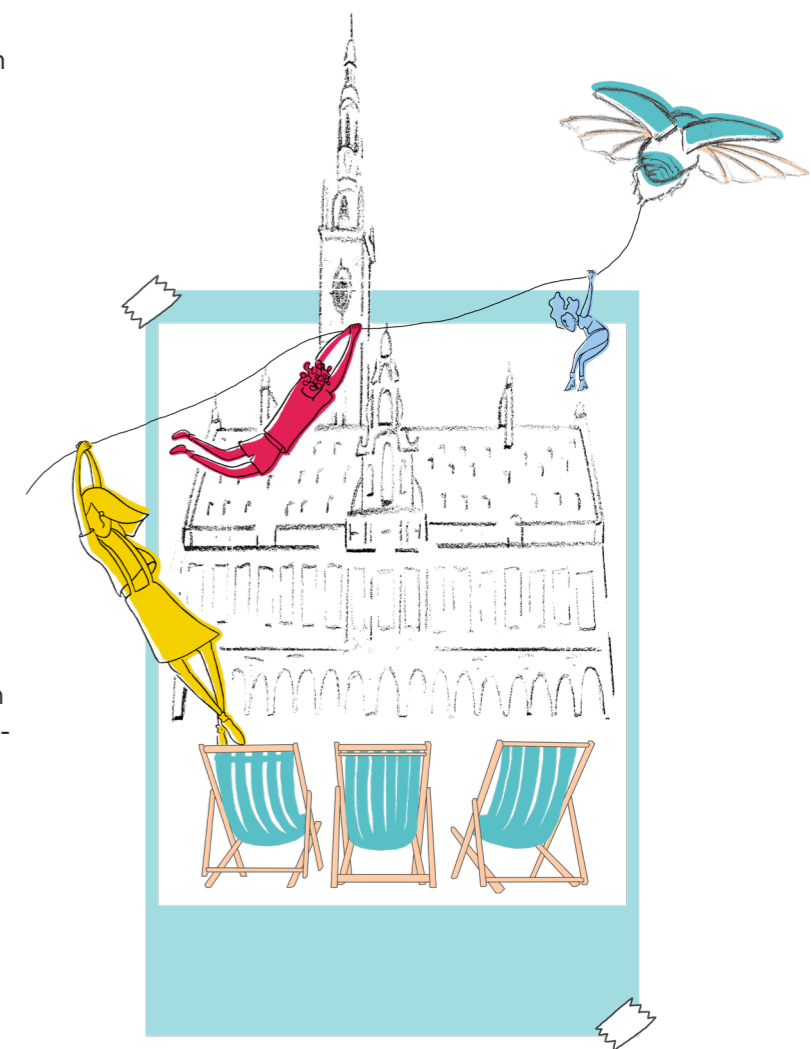
VISITLEUVEN

STADSTOERISME IN LEUVEN VANDAAG

BELEVING IS DE MOTOR VAN HET TOERISME

In toerisme draait vandaag alles om de beleving van de plek. Steden die toeristen op een duurzame manier aantrekken, hebben een krachtige identiteit en stralen deze ook uit, dopen internationale bezoekers onder in de lokale sfeer en brengen ze in contact met bewoners. Bezoekers beleven er de stad als 'tijdelijke bewoner' en keren terug naar huis met rijke herinneringen en emoties. Thuis of al tijdens hun bezoek delen ze hun ervaringen enthousiast met vrienden en familie, vaak ook online. Deze verhalen prikkelen anderen om dezelfde plek te bezoeken en zijn zo een belangrijke motor voor het toerisme.

Visit Leuven heeft als beleidsdoelstelling Leuven als citytripbestemming op de kaart te zetten. We doen dat duurzaam: vanuit een langetermijnvisie, met respect voor de draagkracht van de stad, en met de focus op het verblijfstoerisme. Deze aanpak werkt. Het aantal bezoekers is de voorbije jaren gestegen. Leuven geniet vandaag meer bekendheid en ons aanbod is verbreed en verbeterd. Ook zijn we met meer ondernemers en partners dan ooit tevoren actief in het toerisme.



De volgende jaren werken we verder op de ingeslagen weg. Onze aandacht ging al naar belevingsontwikkeling, de creatie van verhalen en onthaal op maat, maar nu leggen we daar helemaal de nadruk op. Drie elementen zijn daarbij cruciaal: de identiteit van de stad is ons vertrekpunt, we werken altijd doelgroepgericht, en we gaan maximaal voor samenwerking met partners.

**IN TOERISME DRAAIT
VANDAAG ALLES OM
DE BELEVING.**

Nieuw is dat we niet alleen met professionele organisaties samenwerken maar de volgende jaren bewoners en studenten nauwer bij het toerisme in onze stad gaan betrekken.

Onze doelgroep blijft bestaan uit culturele meerwaardezoekers. Zij houden van kwaliteit, verkennen Leuven in de diepte en zijn nieuwsgierig naar ons erfgoed, onze kunst, onze universiteit of ons bier. Ze komen als koppel naar onze stad of in kleine vriendengroepjes. De identiteit die we in deze strategie voor Leuven als internationale bestemming naar voren schuiven, vormt de basis van een totale bezoekerservaring die we de *Leuven experience* noemen. Deze *experience* is ook de motor voor verhalen die internationale bezoekers naar Leuven doen komen. Zij staat dan ook centraal in onze werking.

**DE LEUVENSE IDENTITEIT VERTAALD
NAAR INTERNATIONALE BEZOEKERS**

DE STAD ALS EMOTIONELE TOTAALERVARING



Wat wil Leuven voor internationale bezoekers precies zijn? Om het verblijfstoerisme verder te ontwikkelen, schuiven we onze identiteit naar voren. In Leuven zijn traditie en vernieuwing altijd hand in hand gegaan. *Traditie in innovatie* is de ziel van Leuven en die willen we uitademen. Niet rationeel, maar emotioneel. Omdat emotie de motor van het toerisme is.

Voor Visit Leuven zijn daarbij vier waarden richtinggevend. Allereerst willen we voor onze internationale bezoekers *baanbrekend* zijn. We willen dat ze onze creativiteit en onze drang naar innovatie voelen. Daarnaast is *openheid* essentieel. We zijn een compacte stad met een kosmopolitisch karakter. Door de mix van (buitenlandse) studenten, kenniswerkers en nieuwe Leuvenaars stralen we vanzelf gastvrijheid en verdraagzaamheid uit. In Leuven mag iedereen zichzelf zijn, dat is evident. We zijn ook een *verfijnde* stad. Verfijning wijst op de verblijfskwaliteit in onze stad, de sfeer die er heerst, en hoe we de dingen met veel zin voor kwaliteit aanpakken. Tenslotte is Leuven een stad waar verbinding centraal staat. Waarbij sociaal contact en ontmoetingen leiden tot wederzijds begrip en vertrouwen. Dit versterkt de levenskwaliteit van de inwoners.

LEUVEN EXPERIENCE

De Leuven experience is een emotionele ervaring, een gevoel van bewondering en verwondering, een wauw-effect dat voortvloeit uit de intense beleving van de stad. Bezoekers ervaren Leuven als een compacte stad waarin kwaliteit, innovatie, een open mindset en verfijning de toon zetten. Deze totaalervaring is de Leuven experience. Ze grijpt aan en doet daardoor spreken over de stad. De Leuven experience is zo de motor voor stadsverhalen die onze uitstraling versterken en die aanzetten tot bezoeken en herhaalbezoeken. Interactie tussen bezoekers en bewoners maakt de Leuven experience authentiek. Deze ontmoetingen kunnen verschillende vormen aannemen, van vluchtig tot intens persoonlijk. Ze spelen zich af op verschillende plekken, in bezienswaardigheden of tijdens events. Onze focus ligt op het stimuleren, faciliteren en initiëren van deze interacties.

**IN LEUVEN MAG
IEDEREEN ZICHZELF
ZIJN, DAT IS EVIDENT.**

Als internationale bezoekers die waarden en de identiteit van onze stad emotioneel beleven, ervaren ze de echte *Leuven experience*. Die *Leuven experience* zetten we centraal in vier domeinen: erfgoed, kunst & cultuur, kennis en bier. Het zijn domeinen waarin we sterk zijn. Ze passen helemaal bij wie we zijn als stad. Cross-overs tussen de domeinen zijn verrijkend en moedigen we aan. Andere domeinen vallen buiten onze scope.

DE ROL VAN VISIT LEUVEN

CURATOR VAN BELEVINGEN EN VERHALEN

Belevingen en verhalen voor verblijfsbezoekers kunnen van iedereen komen. Iedereen kan dan ook onze partner zijn.

Visit Leuven zit samen met professionele organisaties om tot co-creatie van nieuwe belevingen te komen. De reissector, journalisten, bloggers en influencers zien we als onze geprivilegieerde communicatie- en promotiepartners. Als bron van authentieke stadsbelevingen zijn bewoners een belangrijke partner bij de creatie van de belevingen en de verhalen.

Al deze partners zijn voor Visit Leuven cruciaal. Ze staan centraal in onze werking. We willen ze inspireren, samenbrengen en faciliteren. Het is daarnaast onze taak om de *Leuven experience* te bewaken en te promoten. Dit wil zeggen dat we enkel belevingen en verhalen van partners ondersteunen die aansluiten bij de Leuvense traditie in innovatie en die onze waarden – baanbrekend, open en verfijnd – voeden en versterken. We zien onszelf als een curator van deze verhalen.

Als we merken dat Leuven belangrijke belevingen of verhalen mist om internationale bezoekers aan te trekken, gaan we zelf aan de slag. Waar mogelijk werken we samen met Toerisme Vlaanderen en Toerisme Vlaams-Brabant met Leuven als uitvalsbasis.



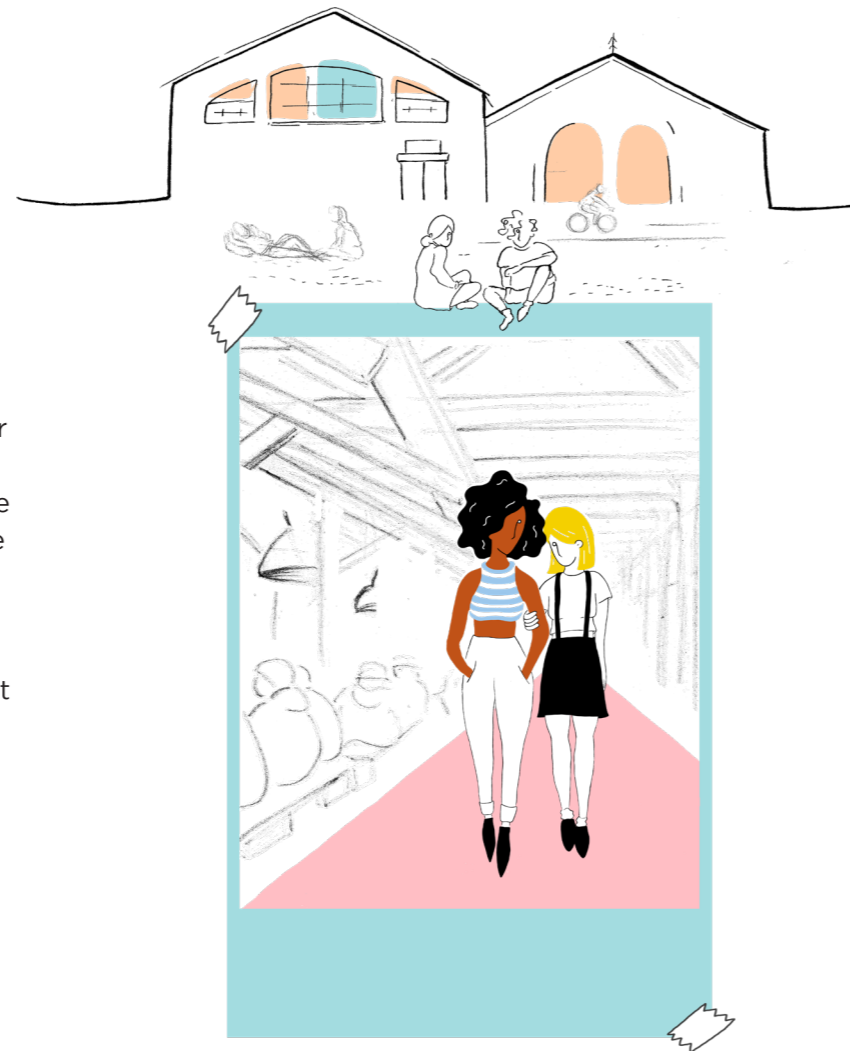
BELEVINGEN VOOR DE INTERNATIONALE BEZOEKER

DRIE SOORTEN BELEVINGEN MAKEN DE LEUVEN EXPERIENCE

De *Leuven experience* is een krachtige totaalervaring. Ze krijgt concreet vorm in drie soorten belevingen. Deze zijn allemaal even belangrijk en maken samen de *Leuven experience*.

Visit Leuven is op verschillende manieren betrokken bij de stadsbelevingen, maar is er niet de maker van. Dat zijn de partners van Visit Leuven. Het kan gaan om professionele organisaties, zowel van binnen als buiten de toeristische sector, maar ook om bewoners en studenten.

Sommige belevingen komen spontaan voort uit het dagelijkse leven in de stad, andere worden georganiseerd.



Dit zijn de drie soorten belevingen:

- 1 **365 heroes** staat voor de stad van elke dag: de dagdagelijkse sfeer van Leuven met onze winkeltjes, cafés, restaurants, pleinen, parken en leuke zitplekjes. Ook de studenten en inwoners zelf zijn een wezenlijk/cruciaal onderdeel van deze sfeer.

De monumenten, musea, kerken en abdijen, horen ook bij 365 net zoals de talrijke festivals en het Leuvense zomer- en winteraanbod.

Bij 365 gaat het om de verblijfskwaliteit en de lokale sfeer. Niet alles wat 365 is, strookt met de identiteit en de waarden van Leuven als internationale bestemming. Maar wat wel klopt, is mooi meegenomen.
- 2 **Small heroes** hebben minder internationale uitstraling dan heroes en hun schaal is kleiner. Maar net als heroes kloppen ze helemaal met onze identiteit. Small heroes zijn het product van organisatoren die voor vernieuwing willen gaan en internationale ambitie hebben.
- 3 **Heroes** zijn die zeldzame topevents die Leuven de gepaste internationale uitstraling geven, in lijn met onze identiteit en waarden. Door hun grote schaal werken ze als een hefboom voor onze reputatie en geven ze het toerisme een echte boost op lange termijn. Typisch voor heroes is dat ze op zich-zelf een reden vormen om naar Leuven te komen. Ze doen de hele stad opleven. Grote organisaties zijn trekkende partners.

**SOMMIGE BELEVINGEN
KOMEN SPONTAAN
VOORT UIT HET
DAGELIJKSE
LEVEN IN DE STAD,
ANDERE WORDEN
GEORGANISEERD.**

VERHALEN EN HUN VERTELLERS

AUTHENTIEKE VERHALEN

Visit Leuven wil de juiste verhalen bij de juiste doelgroep brengen via het juiste kanaal. Vertellers van straffe verhalen die onze identiteit weerspiegelen, beschouwen we als ambassadeurs. Zij wekken de *Leuven experience* tot leven. Ambassadeurs zijn bewoners, studenten, proffen, ondernemers, chef-koks of andere talenten uit Leuven. Ook werken we met professionele ambassadeurs samen, zoals internationale bloggers, influencers, journalisten en de reissector.

Visit Leuven pikt de interessante verhalen over de *Leuven experience* van bewoners, bezoekers en partners op en verspreidt ze via de eigen kanalen of die van partners. Als we merken dat sommige onderwerpen niet of onvoldoende aan bod komen, brengen we zelf een verhaal. Bij wijze van uitzondering, want verhalen van onze ambassadeurs komen authentiek over. Onze rol is om verhalen over de *Leuven experience* te zoeken, te stimuleren, te versterken en te verspreiden.

**EEN VERHAAL DAT
MENSEN EMOTIONEEL
RAAKT, KAN ZICH
SNEL EN SPONTAAN
VERSPREIDEN.**

Een verhaal dat mensen emotioneel raakt, kan zich snel en spontaan verspreiden. Soms zetten we ook betaalde campagnes in om onze verhalen over de *Leuven experience* bij de doelgroep te krijgen. Dat doen we om ons publiek van internationale bezoekers te activeren met *heroes* of bijvoorbeeld om in dalperiodes het aantal overnachtingen te verhogen.

We richten ons in de eerste plaats tot de culturele meerwaardezoekers. Binnen de culturele meerwaardezoekers onderscheiden we nog verschillende nichegroepen, zoals bijvoorbeeld liefhebbers van polyfone muziek of ambachtelijke bieren.

Daarnaast bakenen we ons terrein ook geografisch af. We richten ons vooral op Nederland, Frankrijk, Duitsland, Groot-Brittannië en Spanje. Nieuwe markten die we in functie van niches benaderen, zijn Italië, Scandinavië en de Verenigde Staten. Als er opportuniteiten zijn, kunnen we andere landen aan het lijstje toevoegen.



ONTHAAL

HET MOET JUIST ZITTEN, VAN BIJ HET BEGIN VAN ELK BEZOEK



Waar bezoekers ook arriveren in Leuven, ze voelen meteen dat ze op een plek met een rijke traditie in innovatie zijn aanbeland. In een innovatieve, open en verfijnde stad.

Ons eigen internationaal bezoekersonthaal op de Grote Markt wordt volledig op die waarden en identiteit afgestemd, zodat nieuwkomers meteen de *Leuven experience* ervaren. Ook elders in de stad zorgen we voor het juiste onthaal. Niet alleen in samenwerking met professionele partners uit de cultuur-, kennis-, horeca- of transportsector, maar ook met inwoners.

Goede signalisatie ondersteunt het onthaal, en ook digitale tools zien we als een middel om het onthaal in de stad te versterken. Als alles perfect op mekaar is afgestemd, wordt de *Leuven experience* een totaal-ervaring die vanaf het begin tot het einde van het bezoek klopt en blijft hangen.

ORGANISATIE

VISIT LEUVEN REVISITED

Visit Leuven concentreert zich op drie activiteiten: belevingen creëren, verhalen verspreiden en bezoekers onthalen. Nieuw is dat we ons bij deze activiteiten sterk richten op de samenwerking met partners, en dat we bewoners ook tot deze groep rekenen, naast professionele organisaties.

We willen al onze partners stimuleren, faciliteren en inspireren. Het bewaken en promoten van de Leuvense identiteit en

waarden, vertaald naar internationale bezoekers, loopt als een rode draad doorheen dit werk. En natuurlijk: de bezoekers zelf staan altijd centraal. Zij moeten de *Leuven experience* ten volle ervaren.

Wij werken altijd vanuit de vraagzijde, de kant van bezoekers, hun noden en behoeften. Het doel is de bezoeker een totaalervaring te bieden die kwaliteitsvol is en onze waarden concreet in praktijk brengt.

NIEUW IS DAT WE ONS BIJ DEZE ACTIVITEITEN STERK RICHTEN OP DE SAMENWERKING MET PARTNERS, EN DAT WE BEWONERS OOK TOT DEZE GROEP REKENEN.

Om dit mogelijk te maken, sturen we onze eigen werking waar nodig bij, gaan we partnerships aan in Leuven en over de stadsgrenzen heen, zoals met de andere Vlaamse kunststeden waarmee we een hechte band hebben.

Onze organisatie en de rollen, taken en verantwoordelijkheden van individuele medewerkers worden afgestemd op de drie basisactiviteiten (belevingen, verhalen en onthaal), de samenwerking met onze partners en de focus op onze identiteit (traditie in innovatie) en waarden (baanbrekend, open en verfijnd).



TOT SLOT

DE 6 AMBITIES VAN VISIT LEUVEN

Dit document gaf je een overzicht van hoe we Leuven als internationale bestemming verder willen ontwikkelen. Wanneer zijn we nu geslaagd in de opdracht? We vatten het antwoord in zes ambities samen:

- 1 **Alles draait om de Leuven experience, de emotionele beleving van onze stad, haar identiteit en waarden.** We zijn een stad van traditie in innovatie, baanbrekend, open en verfijnd. Dat voelen internationale bezoekers in ons erfgoed, onze kunst&cultuur, onze universiteit en ons bier.
- 2 **De Leuven experience creëren we samen** met professionele en niet-professionele partners. Met kleine en grote organisaties binnen en buiten de toeristische sector maken we van een bezoek aan Leuven een krachtige totaalbeleving die klopt met onze identiteit en waarden.
- 3 **Betrokken bewoners versterken de Leuven experience.** Zij geven internationale bezoekers een authentieke lokale ervaring.
- 4 **Authentieke verhalen over de Leuven experience versterken onze internationale uitstraling. Zij prikkelen buitenlandse bezoekers en overtuigen ze Leuven te bezoeken.** Visit Leuven fungeert als curator van deze verhalen.
- 5 **Het onthaal in de stad moet kloppen met onze identiteit en waarden.** Waar bezoekers de stad ook binnenkomen, ze worden meteen in de Leuven experience ondergedompeld.
- 6 **De werking van Visit Leuven is gericht op een kwaliteitsvolle totaalervaring van de bezoeker en brengt onze kernwaarden - baanbrekend, open en verfijnd - in praktijk.**



WWW.VISITLEUVEN.BE



@visitleuven



Visit Leuven



#seemyleuven

