

## Nieuwe campagne 'Zeemodus' versterkt het imago van de Kust



Het provinciebedrijf Westtoer en de tien kustgemeenten presenteren vanaf 1 maart een nieuwe campagne. De originele campagne 'Zeemodus, Unieke staat van zijn aan de Kust.' toont de bijzondere troeven van de Kust. De actie versterkt het imago van de Kust in Vlaanderen, Franstalig België en de buurlanden. Minister Depraetere ondersteunt deze campagne en maakt van de Kust tot topprioriteit.

"De Kust blijft met 27,3 miljoen overnachtingen per jaar één van dé belangrijkste toeristische bestemmingen in België. Om deze status hoog te houden presenteert Westtoer voor 2025 en 2026 een originele campagne. Via 'Zeemodus' versterken we het eigentijdse imago van de Kust. Het gevoel van authenticiteit en gastvrijheid zijn daarbij de inspiratie en zorgen voor een invitatie om naar zee te reizen," aldus Jurgen Vanlerberghe, gedeputeerde en voorzitter Westtoer.

### **Zeemodus, Unieke staat van zijn aan de Kust**

Na de succesvolle Triënnale Beaufort in 2024 wordt het sfeervolle imago van de Kust het thema in 2025. De nieuwe campagne 'Zeemodus' en de baseline 'Unieke staat van zijn aan de Kust' speelt vanaf 1 maart in op de gevoelsmatige meerwaarde van een verblijf aan zee. De zee heeft de neiging ons naar zich toe te roepen, als een magneet. De 'Zeemodus' zorgt bij ieder van ons

voor een aangenaam en vrij gevoel. Eigentijdse beelden en originele verhaallijnen inspireren om naar de Kust reizen.

### **Terug naar zee**

De zee, het strand en de Kust roepen bij veel Belgen een nostalgisch gevoel op. Velen hebben persoonlijke jeugdherinneringen aan hun vakantie aan zee. 'Zeemodus' linkt ook naar deze bijzondere invalshoek. Deze herinneringen opnieuw samen beleven met de volgende generaties onderlijnt het tijdloze en veelzijdige karakter van de Kust.



### **Hedendaagse bestemming**

De Kust is een bestemming die niet alleen diverse leeftijden maar ook verschillende doelgroepen aanspreekt. Het veelzijdig aanbod van natuur, kunst en cultuur, actief beleven en culinair genieten blijft een sterke troef. De imagocampagne 'Zeemodus' heeft een eigentijdse verpakking en presenteert de gastvrije Kust als een hedendaagse bestemming voor de vier seizoenen.

De campagne 'Zeemodus' loopt in 2025 en 2026. Westtoer voorziet acties in Vlaanderen, Franstalig België en de buurlanden (Nederland, Frankrijk, Duitsland, GH Luxemburg). Naast de billboards en radiospots zullen ook (online) televisiespots en digitale campagnes een breed publiek bereiken in binnen- en buitenland. De communicatie over de Kust in het buitenland gebeurt in samenwerking met Toerisme Vlaanderen.

### **Kunst aan Zee**

Een van de sterkhouders van de Kust als veelzijdige bestemming is kunst en cultuur. Ondertussen sieren meer dan 50 beelden uit eerdere Beaufortedities permanent de kustregio. Westtoer wil deze reeks hedendaagse kunst in de open ruimte op verschillende manieren toegankelijker en kenbaarder maken. Vanaf de paasvakantie kan je deze via 13 nieuwe uitgestippelde wandelroutes verkennen. Vanaf juni verbinden vier nieuwe bewegwijzerde fietsroutes de kunstwerken. Een viertalige bezoekersgids met een overzicht van dit uitgebreide kunstpatrimonium, de nieuwe set wandel- en fietsroutes is vanaf midden juni te koop via de webshop van Westtoer en bij de diensten voor toerisme.

Het project 'Meesterwerken van de zee' legt de focus op een selectie van 57 meesterwerken, geschilderd door 12 Vlaamse Meesters die zich lieten inspireren door de zee. Via 350 viewmasters, verspreid over 130 verschillende plekken aan de Kust, wordt de bezoeker uitgenodigd om op ontdekkingsstocht te gaan in de verschillende musea en exposities aan de Kust. Een overzicht van dit aanbod is te vinden in de gratis gids die verdeeld wordt via de lokale diensten voor toerisme of via de website. Er is ook een versie voor kinderen onder de vorm van een handig doe-boekje.

### **De Kust opnieuw beleidsprioriteit**

Als minister van Toerisme, wil Melissa Depraetere, een topprioriteit van de Kust maken. Volgens haar worden de troeven van de Kust onderbelicht in Vlaanderen. De Kust kent een gigantisch economisch belang met een jaarlijkse omzet van meer dan 3 miljard en 27 miljoen overnachtingen in 2023.

"Niet iedereen kan zich een reis naar het buitenland veroorloven. Onze kust is niet alleen heel mooi en levendig, het is ook de ideale plek voor zeeklassen, jeugdkampen en iedereen die op zoek is naar een betaalbare vakantieplek dicht bij huis. Daarom wil ik als minister van Toerisme de Kust opnieuw op de kaart zetten. Want ze heeft zoveel moois te bieden, het hele jaar door", aldus Melissa Depraetere, minister van Toerisme en Jeugd.

Minister Depraetere heeft alvast enkele grote actiepunten waarmee ze aan de slag wil gaan. De vraag naar jeugdlogies groeit, maar het aanbod krimpt. "Met noodzakelijke investeringen in de jeugdverblijven en ondersteuning wil ik de factuur voor ouders én scholen, voor bijvoorbeeld zeeklassen, betaalbaar houden", aldus Depraetere. Daarnaast worden er ook middelen vrijgemaakt voor extra beleving aan de Kust. "Denk bijvoorbeeld aan een belevingscentrum rond Blauwe economie, een soort 'Technopolis van de Noordzee.' Zo wil ik van de zee een aantrekkelijke vakantieplek maken, zomer én winter. Dat is ook een win-win voor onze horeca", gaat Depraetere verder. "Ik vind het vooral belangrijk om dit te doen in overleg met de sector én studenten Toerisme", besluit de minister.

Meer info : [www.dekust.be](http://www.dekust.be) of [www.triennalebeaufort.be](http://www.triennalebeaufort.be)