



Vlaanderen
is toerisme

BEGRIJP HET FLOREND EVENT MODEL

in 20 minuten!



Meerwaarde
voor de
BEWONERS



Meerwaarde
voor de
BEZOEKERS



**FLOREND
EVENT**

Meerwaarde
voor de
PLEK



Meerwaarde
voor de
ONDERNEMERS



Ga meteen aan de slag en gebruik deze brainstormtemplate om het model toe te passen op je eigen event

**HET FLOREREND EVENT MODEL WERD ONTWIKKELD DOOR EVENTFLANDERS
IN SAMENWERKING MET DE VOLGENDE FESTIVALS:**

1830 - MUSICALSPEKTAKEL
AFRO LATINO FESTIVAL / BREEKOUT!
ALCATRAZ
ANTWERP PRIDE
BAR BRICOLAGE
BIJLOKE WONDERLAND
BLOEMENCORSO
BOMBOCLAT FESTIVAL
BOOMTOWN
BOOTY RAVE FESTIVAL
BOTANIEK LIVE
BROSELLA FESTIVAL
CAMPO SOLAR
CIRCUS CRAVINGS
COPACOBANA FESTIVAL
COULEUR CAFE PRESENTS: GATE
CRAMMEROCK
CRISTAL OPEN AIR
EXTREMA EXTRA
FACTORY OF SWEETNESS
FESTIVAL DRANOUTER

FLANDERS OPEN RUGBY
FLASHBACK FESTIVAL
GENT JAZZ
GLADIOLEN
HET VELD
HET ZOMERKWARTIER
HIPS DON'T LIE FESTIVAL
HORST ARTS & MUSIC FESTIVAL
JAZZ MIDDELHEIM
KOMPASS XXL OPEN AIR
LAMPÚR
LEFFINGELEUREN
LICHTFESTIVAL GENT
LOKERSE FEESTEN
LOLANDS
NA FIR BOLG
OSTEND BEACH FESTIVAL
PARADISE CITY FESTIVAL
PARADISE DOWN BY THE LAKE
PARK POÉTIK
PARKIES

PASS2021
PLEINAIR BY FUSE
RAMPAGE FREE PARTY
RETRO SUR MER
ROCK HERK
ROCK TERNAT
SFINKS
STUDENT KICK-OFF
SUNSET FESTIVAL
THE DAY BEFORE TOMORROW
THEATER AAN ZEE
TRIËNNALE BRUGGE
UBUNTU FESTIVAL
VOLTAGE FESTIVAL
VOODOO VILLAGE
VREILAND
WECANDANCE
WERCHTER PARKLIFE
W-FESTIVAL
WONDERWEEKEND
YEKE YEKE

Heb je zelf sprekende en inspirerende voorbeelden die passen binnen het Florerend Event Model? Of heb je opmerkingen over dit model? Laat het ons zeker weten via fem@eventflanders.com

Wil je meer info over florerende events of de werking van EventFlanders? Surf dan naar www.eventflanders.com

Toerisme Vlaanderen heeft heel wat onderzoek gedaan en ontwikkelde een eigen visie en strategie om van Vlaanderen een florierende bestemming te maken. Daarop geïnspireerd, hebben we vanuit EventFlanders, samen met de eventsector, een Florerend Event Model uitgewerkt dat kan toegepast worden op de organisatie van alle events (waaronder festivals, congressen, sportmanifestaties).

Wat bedoelen we met 'florerend'? Florerend betekent dat er door een event op **een evenwichtige manier een economische, maar vooral ook maatschappelijke meerwaarde** wordt gecreëerd voor vier actoren: **bewoners, bezoekers, ondernemers en de plek**. Deze meerwaarde is optimaal als ze het tijdelijke van het event overstijgt en dus een **blijvende positieve impact** heeft op de bewoners, de bezoekers, de (lokale) ondernemers en de plek.

In het Florerend Event Model zijn de vier actoren in een apart kwadrant ondergebracht waarbinnen zogenaamde inspiratievelden vermeld worden. Zo bepaalden we finaal twintig inspiratievelden die jou kunnen helpen om je eigen event in zijn belevenissen en activiteiten voor de vier actoren florerender te maken. Bij het gebruik van dit model voel je waarschijnlijk overlappingen aan tussen de inspiratievelden. Dat is op zich normaal. De ideeën die voortkomen uit dit model zijn dan ook belangrijker dan het model op zich. Nog belangrijker zijn uiteraard de praktische uitwerkingen van deze ideeën binnen belevenissen en activiteiten op en rond het event.

FLOREND BETEKT EVENWICHTIGE MEERWAARDE VOOR BEWONERS, BEZOEKERS, ONDERNEMERS EN PLEK

Hoe meer inspiratievelden er worden verwerkt, hoe beter. Het goede nieuws: elke meerwaarde, gecreëerd door de invulling van een inspiratieveld, maakt een event alweer iets florerender!

HEB JE DE BASICS ONDER DE KNIE?

Ga dan vooral verder met het openplooiën van deze flyer. Ter inspiratie vulden we zelf een aantal sprekende voorbeelden in bij de inspiratievelden.



Hoe kun je inspiratievelden invullen? En hoe pas je dit toe op je eigen event?
Enkele voorbeelden:

Deze input kwam van de festivalsector zelf, waarvoor dank!
Nog meer goede voorbeelden vind je terug op www.eventflanders.com



FLOREND EVENT

1 BEWONERS



1 VOORZIENINGEN DIE 'BLIJVEND' ZIJN VOOR DE BEWONERS



Kunstwerk krijgt permanente plek

De installatie *Collonade* van het architectenduo Gijs Van Vaerenbergh was niet enkel te bewonderen tijdens het kunstfestival *Triennale Brugge*, maar krijgt ook een permanent plekje in het Baron Ruzettenpark. Hierdoor kunnen de bewoners er onbeperkt van blijven genieten.

2 TEWERKSTELLING VOOR EN DOOR LOKALE ORGANISATIES



Integratie van vluchtelingen

Quasi alle festivals werken met lokale vrijwilligers en verenigingen, wat heel sterk de band met het event versterkt. Via Refu Interim kun je ook vluchtelingen inschakelen als vrijwilligers. Steeds meer festivals doen dat ook, zoals bijvoorbeeld Boomtown of Yeke Yeke. Op de foto zie je de *Yeke Yeke*-crew van Hisham Al Qubbanchy. Hij werd ondertussen regiocoördinator bij Refu Interim.

3 CONNECTIE BEWONERS MET HET EVENT



Kunst voor, en ook door bewoners

Het *Lichtfestival Gent* nam een aantal beslissingen om de connectie met de Gentenaars te vergroten. Voor het kunstwerk 'Lockdown Lights' kregen 500 mensen een lampje waar ze zelf creatief mee aan de slag konden. Voor een aantal andere installaties werden er gezichten van Gentenaars geprojecteerd.

4 CONNECTIE BEWONERS MET BEZOEKERS



Lokale kapper op het festivalterrein

Heel wat festivals zien er de meerwaarde van in om samen te werken met lokale handelaars. *Rock Herck* nodigt zelfs een lokale kapper uit op het terrein waardoor de klant/bezoeker en de kapper/bewoner automatisch in gesprek gaan met elkaar en connecteren.

5 VEILIGHEID/OVERLAST



Koptelefoons verlagen geluidsoverlast

Het eerste waar buurtbewoners het doorgaans wat moeilijker mee hebben, is de geluidsoverlast die een event zou kunnen veroorzaken. De silent disco-feestjes van *Bar Bricolage* en *Fonkel* in Gent, zorgen er alvast voor dat dat euvel van de baan is.

6 (DRUK) LOKALE LEEFOMGEVING



Beter dan voordien

Ervoor zorgen dat het terrein waarop het event plaatsvindt er beter aan toe is NA je event, zorgt voor een meerwaarde voor de buurt en goodwill bij de bewoners. *Extrema Outdoor* zeef elk jaar grondig het strand in Houthalen waar de podia opgebouwd werden, zodat er nadien een properder strand achterblijft dan ervoor. Een paar dagen luide muziek neem je er dan graag bij.

7 EXTRA'S BEWONERS



Bewoners stelen de show

Lokale bewoners konden zich kandidaat stellen om te figureren in het groots opgezette *musicalspektakel 1830* in het kasteel van Wijngaarde-Torhout. Zo maakten ze zelf deel uit van het event wat de band enorm versterkte.

8 LOKALE BELEVENISSEN



Lokale lekkernijen

Geen betere manier om mensen een lokale beleving te laten ervaren dan lekkers uit eigen streek voor te schotelen. Op *Leffingeleuren* serveren ze met de eigen food stand *Lenny Crevettes* al sinds 2015 zelfgemaakte garnaalkroketten. Die worden door vrijwilligers bereid met lokale producten (melk, boter, eieren van de boer uit het dorp en verse garnalen van een Oostendse kustvisser). Zo proeven de bezoekers een duurzaam product dat bovendien een culinair uithangbord is van de Vlaamse kust.

9 BELEVENISSEN GELINKT AAN ANDERE THEMA'S



Culinair toerisme

WECANDANCE werkt jaarlijks samen met lokale chef Sergio Herman. Dit jaar ging de samenwerking nog verder en werd er op het strand van Zeebrugge met *MOULES // FRITES* een succesvol pop-up restaurant neergepoot. Dat zorgde voor een extra dimensie aan de strandbeleving en dus ook voor een meerwaarde voor Zeebrugge.

2 BEZOEKERS



10 EXTRA'S BEZOEKERS



Alles kapot!

Bij *GATE van Couleur Café* hebben ze in 2021 een wel erg originele manier gevonden om opgehoopte Covid-19 frustraties te kanaliseren. Je kon er namelijk met basebalknuppels autowrakken te lijf gaan om zo letterlijk alle agressie van je af te slaan.

11 DUURZAME ORGANISATIE



Innovatie in duurzaamheid

Boomtown in Gent heeft al jaren een erg sterke reputatie op het vlak van duurzaamheid. Dit jaar gingen ze een samenwerking aan met de Universiteit van Eindhoven om de GEM-tower neer te poten op het terrein. Deze opvallende 21 meter hoge toren wekte zonne- en windenergie op en voorzag het bijhorende StuBru-podium van groene stroom.

12 DUURZAME ONDERNEMERS



Korte keten

Hoe 'dichter' de producenten met wie je samenwerkt, hoe lager de ecologische impact doorgaans. Zo werkt het Brusselse *Brosella Festival* enkel met foodstands die lokale en seizoensgebonden producten serveren en streven naar zero waste.

13 LOKALE ONDERNEMERS



Lokale handelaars op het terrein

Voor festivals is het voor de hand liggend om lokale horecazaken toe te laten op hun event. Dat geeft de lokale economie een boost. Men kan echter ook ruimer denken dan horeca alleen. De Gentse platenzaak *Music Mania* verkoopt bijvoorbeeld vinyls op *Vreiland* in Gent. Zo kan je muzikaal grasduinen met gras tussen je tenen.

14 SECTOR GROEI/SAMENWERKING



Groepad medewerkers

De eerste mensen die je als event kunt doen groeien zijn je eigen medewerkers. *Crammerock* in het Oost-Vlaamse Stekene stimuleert eigen medewerkers om opleidingen te volgen gerelateerd aan vaardigheden en competenties die nuttig zijn voor de festivalwerking (bijvoorbeeld heftruck- en hoogtewerker, VCA veiligheidsopleidingen, grafische vormgeving...). Op de foto staat het als Mario Bros verklede eco-team, een initiatief dat perfect onder inspiration field 11 valt.

15 ECONOMISCH RENDEMENT



Samenwerken

Een goede manier om rendement te verhogen is om je kosten te laten dalen. Een aantal festivals werken daarom productieel samen voor bijvoorbeeld het delen van podia. Dat is zo het geval bij *Bomboclat-WECANDANCE*, *Brosella-Couleur Café* en *Rock Werchter - Maanrock - Botaniek Live*.

16 EXTRA'S ONDERNEMERS



Het goede voorbeeld

Door met je event te kiezen voor goede initiatieven die opvallen, verspreid je mee goede praktijken en werk je zo ook mee aan een positieve verandering. Doordat *Ostend Beach* bijvoorbeeld aantoonde dat het werken met herbruikbare bекers logistiek haalbaar is, zijn alle eventorganisatoren in Oostende vandaag verplicht herbruikbare bекers te gebruiken.

17 VERSTERKING EVENT/PLEK



Inspiratie en creatie

Horst Arts & Music Festival profileert zich al jaren als meer dan een muziekfestival, de organisatoren presenteren ook een tentoonstelling die zich op de festivalsite manifesteert. De kunstwerken zijn site-specifiek, spelen in op de lokale context en voegen een nieuwe beleving toe aan het publieke domein. Door de site op deze manier op te laden met de tentoonstelling kunnen buurtbewoners en bezoekers het terrein op een unieke manier ontdekken.

18 BIJDRAGE EVENT TOERISME



Zelf een attractie worden

Events trekken mensen aan en dus leveren ze vaak een toeristische bijdrage. *Festival Dranouter* probeert die aantrekkingskracht het hele jaar door verder te zetten met een indoor attractie in zijn gebouwen. Het is een soort spelenparcours rond klank en muziek dat zo een extra toeristische attractie wordt voor de streek.

19 MACRO-ECONOMISCHE EFFECTEN



Meer mensen die meer uitgeven

Mensen geven niet enkel geld uit op het event zelf, maar ook rond de plek waar het event plaatsvindt. Als kwaliteitsfestival met internationale uitstraling trekt *Gent Jazz* ook toeristen aan, zowel dagjesmensen als verblijfstoerisme. Dit heeft een directe impact op de lokale horeca, hotels, inkomsten voor de stad via parkeerheffingen, openbaar vervoer...

20 EXTRA'S PLEK



Trots op de plek

Antwerp Pride gebruikt de stad Antwerpen als groot speelterrein. Zo was er op de jongste editie een uitgestippelde stadswandeling met verhalen en werd er een Pride Street geïnstalleerd met regenbooglopers voor winkels. Zo kon de Stad Antwerpen zich nog duidelijker profileren als LGBTI+-friendly bestemming.

4 PLEK



Ben je voldoende vertrouwd met de 20 inspiratievelden? Ga dan zelf aan de slag met de brainstormtemplate!

MAAK JE EIGEN EVENT FLORENDER MET DEZE BRAINSTORMTEMPLATE!

DE REGELS ZIJN SIMPEL: **1** Bedenk een nieuwe of neem een bestaande belevenis of activiteit voor jouw event en schrijf die op een post-it. Het is handig als je per kwadrant een andere kleur van post-it gebruikt. **2** Kijk of je aan de hand van één of meer van de inspiratievelden de belevenis/activiteit nog net dat tikkeltje florender kan maken.

