GENK

Toerisme stijgt dankzij samenwerking private en publieke ondernemers

Samenwerking in de toeristische sector van Limburg is niet enkel een must, maar werpt ook haar vruchten af. Dat bleek gisteren in Hangar 58 in Bokrijk. Daar kwamen zo'n 450 uitbaters van hotels, B&B's, fietscafés en dagattracties, maar ook vertegenwoordigers van gemeenten in de provincie samen op het jaarlijks sectormoment.

Toerisme Limburg heeft een model uitgewerkt waarbij gemeenten en private ondernemers uit de toeristische branche kunnen instappen in campagnes die Limburg en haar toeristische troeven nog meer op de kaart zetten. Daarbij bepalen ze zelf hoeveel geld ze uitgeven voor de campagnes die Toerisme Limburg opzet in samenwerking met de private en publieke partners uit de sector. En dat model werkt.

Limburgse Vakantiegids

«Alle gemeenten doen mee, samen met 157 andere partners die actief zijn in het toerisme», stelt Igor Philtjens, gedeputeerde voor toerisme. «Het verhoogt de slagkracht van de sector. Overheden en ondernemers vinden elkaar. Ze zorgen voor economische meerwaarde en stimuleren de econcomie van de vrije tijd. Dat leidt tot extra tewerkstelling.» Een mooi voorbeeld van de samenwerking is de uitgave van de Limburgse Vakantiegids (350.000 exemplaren) die de toeristische sector geen windeieren legt.

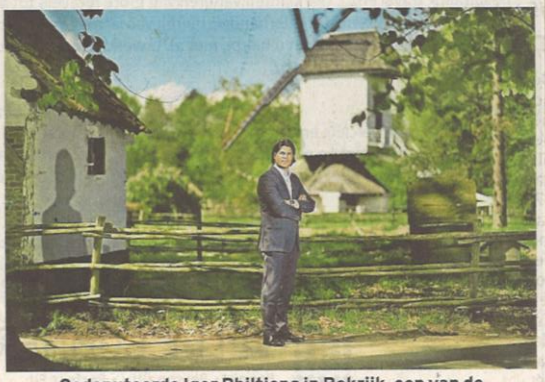
«Zo boekten 1 op de 5 toeristen een meerdaagse vakantie in Limburg nadat ze de gids doornamen», vult Philtjens aan. «En 1 op de 3 deed een daguitstap». Bovendien heeft elke euro die in campagnes wordt geïnvesteerd een waarde van 4 euro.

«De gemeenten hebben dit jaar 34 procent meer geld besteed aan campagnes dan vorig jaar», getuigt Philtjens. «En de private ondernemers gaven viermaal meer uit dan voorheen.»

Online boekingen

Gisteren werd het huidig aanbod van campagnes uitgebreid. Zo zal Toerisme Limburg nog meer inzetten op online boekingen. Ook de inspanningen om het toeristisch seizoen te verlengen, worden verdergezet. Nieuw is dat toeristische partners tegen voordelige tarieven publiciteit kunnen maken op de kusttram.

Ook mobiele units, waar mensen tijdelijk kunnen logeren, worden op strategische, toeristische locaties in Limburg geplaatst. *(LXB)*



Gedeputeerde Igor Philtjens in Bokrijk, een van de toeristische trekpleisters van de provincie. Foto Borgerhoff

Toeristische sector Limburg enthousiast over nieuw samenwerkingsmodel

DOOR REDACTIE - 29 SEPTEMBER 2015 - 3600 - ACTUEEL

Gister verzamelden meer dan 450 Limburgse toerismeprofessionals in Hangar 58 in Bokrijk. Ze maakten er kennis met de plannen van Toerisme Limburg vzw om de samenwerking in 2016 verder te versterken. Een belangrijke pijler hierin is het samenwerkingsmodel met instapcampagnes. Dat geeft via schaalvoordelen ook kleinere partners de kans om deel te nemen. "Want door samenwerken maken we het verschil voor Limburg", weet gedeputeerde Igor Philtjens.

In 2014 kende het aantal aankomsten en overnachtingen in Limburg opnieuw een stijging ten opzichte van 2013. Die stijgende lijn lijkt zich in 2015 verder te zetten. In een recente enquête geeft 87,6 procent van de bevraagde logiesuitbaters aan dat de eerste acht maanden van 2015 even goed of zelfs beter waren dan dezelfde periode vorig jaar.

Voor 2016 blijft de doelstelling de groei van het toerisme stimuleren via onder meer het samenwerkingsmodel met de instapmogelijkheden. Met die positieve boodschap pakte Toerisme Limburg vzw uit op haar jaarlijkse sectormoment, waar zo'n vierhonderd toeristische partners aanwezig waren.

"De hoge aanwezigheidsgraad bewijst nog maar eens hoe betrokken de Limburgse toeristische partners zijn bij hun sector en bij Toerisme Limburg vzw. Dat toont dat het geloof in de vrijetijdseconomie in Limburg heel groot is. En dat de wil tot samenwerking meer dan ooit leeft", aldus Philtjens.

Luisteren naar partners

De partnercatalogus 2016, die tijdens het sectormoment werd gepresenteerd, bevat naast de vaste waarden ook nieuwe samenwerkingsmogelijkheden. Hiervoor legde Toerisme Limburg vzw haar oor te luister bij de partners zelf. Die feedback resulteerde onder meer in de keuze voor extra campagnes in het buitenland, meer tv-campagnes, meer digitale communicatie en bijkomende opties voor kleinschalige ondernemers.

Vakantiegids daverend succes

Hét paradepaardje van de partnercatalogus is natuurlijk de Limburg Vakantiegids 2016. Deze stijlvolle gids bundelt op wervende wijze alle toeristische troeven van Limburg en maakt de toerist ter plekke wegwijs. De editie van 2015 kende een enorm succes, met een verspreiding van 350.000 exemplaren en heel positieve reacties van lezers én toeristische ondernemers. Uit een uitgebreide bevraging blijkt dat meer dan 9 op 10 van de ondervraagden de Limburg Vakantiegids nog altijd in hun bezit hebben. De lezers gaven de gids een gemiddelde score van 8,4 op 10. Bijna 95% van de bevraagde personen gaf aan dat ze de gids zullen aanbevelen aan anderen.