

Provincie Limburg breekt toeristische records met haar uniek partnermodel

DOOR REDACTIE - 27 SEPTEMBER 2016 - 0000 - TOERISME

Vandaag, op World Tourism Day, geeft Toerisme Limburg vzw het startschot voor het nieuwe toeristische seizoen 2017. Onder het thema 'Troeven verbinden, impact versterken' maken meer dan 400 toeristische partners in HANGAR58 in Bokrijk kennis met de toeristische instapcampagnes voor 2017. "Voor het derde jaar op rij werken we samen met de sector volgens een uniek partnermodel. Dat bewijst de jongste jaren zijn nut. Sinds 2015 breken we toeristische records. Recente cijfers van Toerisme Vlaanderen tonen ook voor de eerste helft van dit jaar opnieuw een stijging, dit als enige provincie in Vlaanderen", zegt deputy. Igor Philtjens.



Foto's: archiefbeeld/Provincie Limburg

Het samenwerkingsmodel van Toerisme Limburg vzw werd geïntroduceerd eind 2014. Steden, gemeenten en toeristische ondernemers kunnen instappen bij campagnes die Toerisme Limburg vzw voorstelt, uitwerkt en ondersteunt. Middelen die anders versplinterd worden ingezet, kunnen zo gericht worden geïnvesteerd. Hierdoor genieten de toeristische partners van schaalvoordelen en winnen de campagnes aan slagkracht. Die campagnes worden vandaag voorgesteld tijdens de jaarlijkse sectorbijeenkomst met meer dan 400 aanwezigen.

"Verschillende partners die het eerste jaar de kat uit de boom keken, stapten vorig jaar mee in. We hopen dit jaar nog meer partners aan boord te krijgen. De hoge aanwezigheid vandaag bewijst alvast hoe betrokken de Limburgse toeristische partners zijn – zowel bij hun sector als 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", stelt Philtjens.



"Het is intussen ook duidelijk dat het samenwerkingsmodel werkt. In 2015 steeg het aantal aankomsten en overnachtingen met 10,5 en 9,2 procent. Een Limburgs record. De eerste zes maanden van dit jaar steeg het aantal overnachtingen nog eens met 3,5 procent. Daarmee is Limburg de enige provincie in Vlaanderen met positieve cijfers."

Inspelen op de sectornoden

Ook voor 2017 zal Toerisme Limburg vzw alleen campagnes uitvoeren, waar voldoende interesse voor is vanuit de sector. De focus ligt voor 2017 op nog grotere oplages en ondersteuning van de campagnes via massamedia zoals radio en tv. Een strategische oefening bevestigt de eerder gemaakte keuzes. Zo blijft Toerisme Limburg zich richten op 50+ers en gezinnen met kinderen – zowel offline als online. Ook worden er campagnes op de Nederlandse en Duitse markt opgezet. Cijfers uit 2015 en 2016 bevestigen dat die markten groeien. "De Duitse markt benaderen we in partnerschap met Nederlands-Limburg."



Derde Limburg Vakantiegids

Hét paradepaardje blijft de Limburg Vakantiegids. De oplage van 2016 (350.000 exemplaren) is intussen zo goed als 'uitverkocht'. De reacties zijn heel positief. Uit een onderzoek vóór de zomer blijkt dat 92 procent van wie de gids in handen heeft gehad, hem ook leest of doorbladert. 65 procent bewaart het boek. Dat aantal stijgt tot 97 procent voor wie de gids heeft aangevraagd via de website, en tot 99 procent voor wie de gids heeft afgehaald in een infokantoor met een krantenbon.

De gids inspireert niet alleen maar spoort ook duidelijk aan tot Limburg-bezoeken. Meer dan 50 procent van de lezers had in juni al een daguitstap in Limburg achter de rug. Een op vier boekte al een kort verblijf, drie op vier had nog een uitstap naar Limburg in het vooruitzicht en bijna 1 op 2 nog een kort verblijf.

Genk

Stijgend aantal overnachtingen in Limburg

Limburg telde vorig jaar 4,2 miljoen overnachtingen, een stijging met 9,2 procent ten opzichte van 2014. Dat aantal steeg de eerste zes maanden van dit jaar met nog eens 3,5 procent.

Toerisme is sinds de sluiting van Ford Genk een van de speerpunten van Limburg Sterk Merk (LSM). En dat lijkt te lonen. Volgens gedeputeerde voor Toerisme Igor Philtjens (Open VLD) heeft de stijging te maken met verschillende factoren.

'We werken al drie jaar met de sector samen volgens een partnermodel', zegt Philtjens. 'Toeristische trekpleisters bekijken we niet meer als een aparte entiteit, maar als deel van een geheel. Door de krachten te bundelen, kunnen we ons sterker profileren. In 2014 hadden we 107 ondernemers in de toeristische sector die meewerkten aan de campagne en aan de promotie van onze provincie als toeristisch trekpleister.'

'Vorig jaar waren er dat al 333. Hun investering in de campagne is gestegen van 240.000 euro naar 530.000 euro. Dat maakt dat we ook als overheid een tandje kunnen bijzetten. Alles samen trekken we 1,26 miljoen euro uit, 35 procent meer dan vorig jaar. Niet onbelangrijk: Limburg is de enige provincie in Vlaanderen met positieve cijfers.'

Philtjens wil de actieradius van toeristisch Limburg uitbreiden. 'We zullen meer focussen op de Euregio en gaan samenwerkingen aan met Nederland, zoals we al doen met Fietsen over de Maas. We zullen ook samen met onze noorderburen adverteren in Duitsland, want daar ligt nog heel wat potentieel.'

Opmerkelijk is dat ook Limburgers steeds meer hun weg vinden naar toeristische trekpleisters in eigen regio. (cn)

Toerisme Limburg breekt records

BOKRIJK • Op dinsdag 27 september, op World Tourism Day, gaf Toerisme Limburg vzw het startschot voor het nieuwe toeristische seizoen 2017.

Onder het thema 'Troeven verbinden, impact versterken' maakten meer dan 400 toeristische partners in HANGAR58 in Bokrijk kennis met de toeristische instapcampagnes voor 2017. "Voor het derde jaar op rij werken we samen met de sector volgens een uniek partnermodel. Dat bewijst de jongste jaren zijn nut. Sinds 2015 breken we toeristische records. Recente cijfers van Toerisme Vlaanderen tonen ook voor de eerste helft van dit jaar opnieuw een stijging, en dit als enige provincie in Vlaanderen", wist Igor Philtjens, gedeputeerde van Toerisme en voorzitter van Toerisme

Limburg vzw.

Steden, gemeenten en toeristische ondernemers kunnen instappen bij campagnes die Toerisme Limburg vzw voorstelt, uitwerkt en ondersteunt. Middelen die anders versplinterd worden ingezet, kunnen zo gericht worden geïnvesteerd. Hierdoor genieten de toeristische partners van schaalvoordelen en winnen de campagnes aan slagkracht. Die campagnes werden voorgesteld tijdens deze jaarlijkse sectorbijeenkomst met meer dan 400 aanwezigen.

Igor Philtjens: "Partners die het eerste jaar de kat uit de boom keken, stapten vorig jaar mee in. We hopen dit jaar nog meer partners aan boord te krijgen. De hoge aanwezigheid op deze bijeenkomst bewijst alvast hoe betrokken de Limburgse toeristische partners zijn, zowel bij hun sector als bij Toerisme Limburg vzw." (RaPo/foto Toerisme Limburg)



Gedeputeerde Igor Philtjens en directeur Toerisme Limburg Carmen Willems.