

# Toeristische campagne InLimburg: ER VALT NOG VEEL TE ONTDEKKEN

De Limburgse VVV's, Noord-Limburg en de provincie Limburg lanceren met het nieuwe platform *InLimburg.com* een campagne om gasten te verleiden Limburg te ontdekken. De site, aangejaagd door diverse social mediakanalen en *influencers*, bundelt het grote aanbod aan *leisure* via inspirerende verhalen en speelt zo in op de behoeften van de bezoeker. Gedeputeerde Joost van den Akker (economie, onderwijs en sport) is er blij mee, ondernemer Luc van Engelen eveneens.

TEKST Jo Cortenraedt FOTOGRAFIE Olga van Borren

Hoewel de nieuwe campagne al langer werd voorbereid, komt die deze zomer wel zeer geroepen, want door corona is er een nieuwe situatie ontstaan voor het toerisme in heel Limburg. De oproep om vooral in eigen land met vakantie te gaan, wil deze regio met beide handen aangrijpen. „We moeten nu laten zien wat we in huis hebben.” Joost van den Akker gaat voor de gelegenheid op bezoek bij Beachclub Degreez in Panheel, waar Luc van Engelen al jaren werkt aan horecaconcepten die deels op de toeristen gericht zijn. Een mooie waterplas als resultaat van grindwinning, gelegen in een natuurlijke omgeving. Een keurig aangeharkt strand, tal van voorzieningen en een grote horecalocatie met een omvangrijk terras en binnen vele sfeervolle ruimten, die doorgaans gebruikt worden voor feesten en evenementen.

## Beach Clubbing

Van Engelen gooit het de komende maanden over een andere boeg, gezien de actuele situatie. „*Fun Beach* is altijd al te bezoeken voor dagjesmensen, zowel bewoners uit de buurt als ook toeristen. De horecagedeelten hebben we tot nu toe vooral gereserveerd voor besloten *events*, van *business meetings*, verjaardagen tot bruiloften. Maar die zijn er nu voorlopig niet door alle maatregelen. We hebben nu het concept *Beach Clubbing* ontwikkeld naar het voorbeeld van de Franse zuidkust. Een hippe club waar je van tevoren online voor reserveert. Buiten hebben we plaats voor honderdzeventig gasten, binnen voor honderd. We bieden arrangementen met cocktails, wijnen, koude en warme gerechtes, alles is mogelijk.”

## Vijf thema's

Joost van den Akker kan het ruime terras wel bekoren. „Limburg heeft zó veel te bieden, maar veel locaties zijn bij het grote publiek nog tamelijk onbekend. Daarom hebben we nu het platform *InLimburg* geopend, waarop je alle toeristische informatie van heel Limburg kunt vinden. Daarbij gaan we uit van waar de gast naar zoekt. Daarom hebben we het platform in vijf onderdelen verdeeld: rust en natuur, fietsen en wielrennen, food en gastronomie, actief en avontuur en stad en cultuur. Het beeld van met name Zuid-Limburg van rust en lekker eten is maar een van de troeven, er zijn hier veel meer mogelijkheden. Limburg is best spannend, om niet te zeggen sexy. Nog niet iedereen weet en voelt dat. We richten ons op toeristen, maar ook op de Limburgers. De campagne gaan we met name *online* en via social media uitrollen.” Hij wijst erop dat er nieuwe behoeften ontstaan, waar juist Limburg heel goed op kan inhaken. „Met name het motto genieten en gezondheid is heel actueel. Je kunt het ook gezond en gelukkig noemen. Je ziet veel mensen, zeker ook in de jongere leeftijdscategorie, naar Limburg komen om bijvoorbeeld hier een weekend lekker op de racefiets te stappen. Maar ook om 's avonds te genieten van een heerlijke maaltijd en een goed glas wijn in een comfortabele omgeving met eigentijdse service. Daarvoor hoef je echt niet naar de Midderranée.”

## Water

Luc van Engelen is blij dat de campagne Limburg-breed wordt gevoerd. „Zuid-Limburg is al lang bekend als toe-

ristische regio. Maar Midden-Limburg heeft een behoorlijke ontwikkeling doorgemaakt, vooral op het gebied van waterrecreatie. En die combineren we bijvoorbeeld met Roermond als internationale winkelstad. Gasten van vandaag blijven ook niet op één plek zitten. Dus het is goed als ze de ene dag wat doen in Noord- of Midden-Limburg, en de volgende dag in Zuid-Limburg. We versterken elkaar op die manier.”

Het feit dat Midden-Limburg het grootste aaneengesloten watersportgebied van Nederland heeft, is nog bij te weinig mensen bekend, zo stelt Joost van den Akker. „De toeristische informatie was eerst te versnipperd. Daarom is het zo mooi dat dit platform het aanbod vanuit alle regio's toont. Als je bijvoorbeeld in Midden-Limburg verblijft, moet je ook verleid kunnen worden om een avondje naar een concert in Maastricht te gaan en vice versa. Samen kunnen we veel meer. De toeristische sector is enorm belangrijk voor Limburg. Er gaat per jaar vier miljard euro in om, dat is zeven procent van onze economie. Maar liefst 38.000 mensen vinden er hun baan.”

## Routes

De website wordt bewust drietalig gevoerd: Nederlands, Engels en Duits. „We richten ons op de mensen in heel Nederland natuurlijk, maar ook op de Belgische en Duitse grensstreek. Ook voor hen zijn we een aantrekkelijk gebied met bijvoorbeeld onze wijn-, fiets- en wandelroutes. Zo staat een favoriete trainingsroute van Tom Dumoulin op de site. Ik merk gelukkig in deze coronatijd dat ook de Limburgers hun eigen streek veel meer gaan ontdekken. Zelf ga ik deze zomer het Limburgs deel van het Pieterpad lopen. Ook de landelijke cijfers spreken voor zich: twee op de vijf Nederlanders willen in Nederland op vakantie gaan. Laten we die kans benutten. Wees welkom in Limburg!, zou ik zeggen.” [InLimburg.com](http://InLimburg.com)

## Toerist gaat Noord- en Zuid-Limburg meer combineren



Joost van den Akker  
en Luc van Engelen