nieuws

Limburg positioneert zich met kwaliteitsvol toerisme

nieuws

Als het van de Limburgse gedeputeerde van Toerisme, Sylvain Sleypen (sp.a), afhangt, moet de provincie Limburg tegen 2012 spontaan geassocieerd worden met "attractief, kwaliteitsvol en duurzaam" toerisme dat een perfect alternatief vormt voor de zogenaamde 'short city break'. Daarvoor heeft Toerisme Limburg een Strategisch Toeristisch Actieplan (STAP) opgesteld met de klemtoon op gastvrijheid en belevingsvol toerisme. Een van de populaire attractiepolen in Limburg is de fruitsector.

29 OKTOBER 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:01

Als het van de Limburgse gedeputeerde van Toerisme, **Sylvain Sleypen** (sp.a), afhangt, moet de provincie Limburg tegen 2012 spontaan geassocieerd worden met "attractief, kwaliteitsvol en duurzaam" toerisme dat een perfect alternatief vormt voor de zogenaamde 'short city break'. Daarvoor heeft Toerisme Limburg een Strategisch Toeristisch Actieplan (STAP) opgesteld met de klemtoon op gastvrijheid, en ontspannend en belevingsvol toerisme. Een van de populaire attractiepolen in Limburg is de fruitsector.

Toerisme Limburg zal zich de komende vijf jaar toespitsen op het uitspelen van de merknaam "Limburg" met een jong en fris imago, een verlenging van het toeristische seizoen en een spreiding van het toeristische aanbod. Ook de ontwikkeling van product-marktcombinaties voor de verschillende doelgroepen en een doorgedreven promotiecampagne behoren tot de opdracht. De promotiecampagne zal zich in hoofdzaak richten op Duitsers en Frans- en anderstaligen in België, maar ook op Nederlanders, zo luidt het.

Belangrijk instrument in de promotietactiek vormt het internet en de verdere uitbouw van eigentijdse onlinesaleskanalen voor het grote publiek. Ook het toeristisch vermarkten van het product "Limburg" in gespecialiseerde magazines en reisbrochures behoort tot één van de strategische doelstellingen in het STAP. "De uiteindelijke doelstelling is dat iedereen ervan overtuigd wordt dat Limburg voldoende te bieden

heeft om toeristen een stressloze en kwaliteitsvolle korte vakantie te bieden", aldus Sleypen.
Directeur Willy Orlandini van Toerisme Limburg wijst ook op het belang van de ecologische en economische duurzaamheid binnen het STAP. Zo moet er meer ruimte voor uitbaters van logies en campings gecreëerd worden en moeten toeristen het hele jaar door activiteiten aangeboden krijgen. Toerisme Limburg zal haar promotie in dat verband vooral richten op de nazomer, de lente en de vakantieperiodes voor het buitenland. En idealiter moet er een breed draagvlak ontstaan voor het toeristische product bij de Limburgers zelf, die dat op hun beurt in het buitenland gaan promoten, zegt Sleypen.
Wat de ecologische duurzaamheid betreft, hamert Sleypen erop dat het toeristische hefboomproject "Ecopolis" in Lanklaar (Dilsen-Stokkem) er wat hem betreft absoluut moet komen en dat het met Vlaamse middelen geëxploiteerd moet worden. De andere hefboomprojecten, zoals Plopsaland Indoor in Hasselt en de verdere uitbouw van de erfgoedlocaties, moeten dan weer de "incentives" vormen om toeristen naar Limburg te halen en ze daar vervolgens een paar dagen te houden, aldus nog de Limburgse gedeputeerde. De toeristische sector in Limburg genereert momenteel 5 procent van de totale omzet in Limburg. Tegen 2012 moet dat 7 procent worden.(KS)
Lees ook: geVILT: Op zoek naar het Limburg-imago

Bron: Belga

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/

screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page:
https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada