

Provincie Limburg wil investeren in kwaliteit en beleving

20-02-2017 10:09

Limburg staat met 13,6 miljoen overnachtingen op de derde plek als toeristische provincie in Nederland. Om die positie te behouden wil de provincie investeren in kwaliteit. Dat betekent concreet: een mooier en beter aanbod, en meer beleving. Dat moet er voor zorgen dat de bezoekers bereid zijn om meer te besteden tijdens hun verblijf in het Limburgse land.

[caption id="attachment_48209" align="alignright" width="300"]



Midden Limburg: Het aantal

campingovernachtingen werd hier tussen 2008 en 2015 bijna verdrievoudigd.[/caption] Op verzoek van de provincie Limburg is de ontwikkeling van het toerisme in de periode 2008-2015 onderzocht. De resultaten zijn een waardevolle informatiebron in de ontwikkeling en uitwerking van het toeristisch beleid 2016-2019. Als Maastricht en Valkenburg samen worden geteld als één stad, heeft alleen Amsterdam nog meer overnachtingen. De toeristische markt groeit nog steeds. Andere provincies komen dichterbij. Dat is één van de belangrijkste conclusies uit de periodieke trendrapportage. Met ruim 7 miljoen overnachtingen heeft Limburg de meeste overnachtingen in de sector vakantieparken. Wat betreft hotelovernachtingen hoeft onze provincie alleen Noord-Holland met Schiphol en Amsterdam en Zuid-Holland voor te laten gaan. Met 13,6 miljoen overnachtingen pakt Limburg een marktaandeel van 10%. Dat aandeel groeit nog steeds; vooral omdat we meer bezoekers uit Duitsland en België ontvangen. Wat de bestedingen in de toeristische sector betreft: die groeiden tussen 2008-2015 - ondanks de stevige recessie - met 4% tot € 3,9 miljard euro. Daarnaast gaven Vlaamse dagtoeristen nog bijna een half miljard euro in Limburg uit. **Investeren in kwaliteit** "We staan aan kop", zegt gedeputeerde van Toerisme Eric Geurts. "Toch kunnen we niet tevreden achterover leunen. Om ons image vast te houden moeten we blijven investeren in ons kwaliteitsniveau. Dat vergt ook een sterk (toeristisch) ondernemerschap, waar we als provincie de komende jaren op inzetten. We streven ernaar de sector toekomstvast te maken. We hoeven niet per definitie meer mensen binnen te halen; we willen juist dat mensen nog eens terug komen of bijvoorbeeld wat langer blijven in onze provincie. Dat vergt investeringen in een deel van de verblijfsrecreatie. Een ander voorbeeld is om van mooie fietsroutes zogenaamde belevingsroutes maken. Of meer gebruik te maken van creatieve ondernemers, die door samen te werken een nog mooier en kwalitatiever aanbod bieden. Dat moet bezoekers verleiden en/of leiden tot een hoger bestedingspatroon. Van het rapportcijfer 8.1 dat we nu hebben, kunnen we een 10 maken. We moeten blijven investeren want stilstaan is achteruitgaan". **Verbeterpunten** Limburg blijft met 1,9 miljoen binnenlandse vakanties de 2e provincie van Nederland. Echter, het aantal toeristische overnachtingen in dit segment is licht gedaald. Limburg staat op de kaart bij buitenlandse (verblijfs)gasten. Het aantal overnachtingen dat door

buitenlandse toeristen in 2015 in Limburg geboekt werd is gestegen met 32% tot ruim 2,8 miljoen. In vergelijking met het Nederlands gemiddelde groeit de markt voor buitenlandse gasten in Limburg minder snel. Dat komt volgens [ZKA](#) (het adviesbureau dat het onderzoek uitvoerde), deels doordat Limburg bij de buitenlandse toerist minder bekend is en andere bezoekmotieven heeft dan Amsterdam. Een belangrijk aandachtspunt vormt de zakelijke markt. De bestedingen zijn over de jaren 2008-2015 toegenomen. Echter het aantal overnachtingen is in dit segment gedaald. De wat minder decentrale ligging van Limburg en de minder sterke groei van de bedrijvigheid in onze provincie zorgen er onder andere voor dat het aantal internationale zakelijke reizigers minder groeide dan landelijk. Deze ontwikkelingen dempen groei van de bestedingen. Er wordt geïnvesteerd in de ontwikkeling van het MECC in Maastricht, zodat er meer internationale beurzen aangetrokken worden. Hotelgasten in het algemeen en zakelijke reizigers in het bijzonder, geven meer geld uit dan camping- en bungalowgasten. Onze buitenlandse gasten komen vooral uit Europa, terwijl toeristen uit de VS en Azië aanmerkelijk meer besteden. Voor wat betreft het dagtoerisme is Limburg sterk afhankelijk van de eigen inwoners. Door de bevolkingskrimp, de vergrijzing en de lagere koopkracht daalden de bestedingen tussen 2008 en 2015 met 13%. Daarentegen trekt Limburg veel Duitse en Vlaamse dagtoeristen, die samen voor € 1,6 miljard besteedden in Limburg, bijna evenveel als het binnenlands dagtoerisme (€ 1,8 miljard). **Werk aan de winkel** Het trendonderzoek maakt duidelijk dat er in Limburg veel kansen liggen om het toerisme een positieve impuls te geven. Bijvoorbeeld door het buitenlands dagbezoek te stimuleren langer te blijven dan één dag (short-break), zodat de bestedingen nog verder groeien. Gedeputeerde Geurts: "Limburg is een populaire bestemming voor mensen die erop uit willen met een groep familieleden, vrienden of collega's. Daarnaast waarderen toeristen die van gastronomie en luxe houden ons zeer. Mensen komen hier om te ontspannen, lekker te eten, te wandelen en om te shoppen, bijvoorbeeld in het Designer Outlet Centrum in Roermond. Ook de vele evenementen zijn een trekker. Dat maakt ons het jaar rond aantrekkelijk. Juist nu moeten we blijven investeren in de kwaliteit van al dat moois dat we hebben." **Kansen** Wellness en watersport zijn sectoren die nog groeien qua aantallen toeristen en waar nog groeipotentie ligt. Er zijn volop kansen om toeristen meer en op een andere manier van onze natuur te laten genieten, bijvoorbeeld door in te zetten op de e-bike. Geurts sluit af: "Recreatie en toerisme is een belangrijke sector in Limburg die ook voor veel afgeleide werkgelegenheid in andere branches zorgt. We moeten ervoor zorgen dat dat in de toekomst zo blijft. De kansen zijn er!" Meer informatie: www.limburg.nl Bewaren

Redactie