

**PERSCONFERENTIE- CONFERENCE DE PRESSE  
 PRESSCONFERENCE**

**VERTEL- EN KLEURBOEK: EERSTE SAMEN-  
 WERKING TOERISME LIMBURG EN STUDIO 100**

**Provincie Limburg**

Plopsaland Hasselt, 16.03.16

Jempi Welkenhuyzen

Limburg, na fiets- nu nog meer inzetten op kinderparadijs  
 Toerisme Limburg en Studio 100 maken samen een vertel- en kleurboek.

Toerisme Limburg profileert de provincie dit jaar nog nadrukkelijker als kindvriendelijke bestemming. Zo verdeelt het onder alle Limburgse logies een inspiratiegids met kindvriendelijke tips. Samen met Studio 100 en een aantal toeristische partners lanceert Toerisme Limburg nu ook een vertel- en kleurboek dat een aantal gezinsvriendelijke toppers van de provincie in de kijker zet. Hans Bourlon CEO van Studio 100 overhandigde daarom in Plopsa Indoor Haselt het allereerste exemplaar van het vertel- en kleurboek dat een aantal gezinsvriendelijke Limburgse toppers creatief in de kijker zet.



CEO Studio 100 Hans Bourlon: “ We namen Meli park in De Panne over in 2005. Dat was een moeilijke start. Maar er kwam meteen interesse uit Hasselt. Stad en provincie wilden samenwerken en een indoor park opzetten. Een jaar later was dit al een feit!” Bourlon gelooft in de economische impact van vrije-tijd. Zeker als je van oorsprong een mediabedrijf bent. “ Maar door de digitalisering is er een hoge graad van versnippering. Daarenboven stellen we vast dat de kids vaak individueel geanimeerd worden door de laptop of de Ipad. Dus willen ouders en grootouders terug naar echte beleving van hetgeen hun kinderen virtueel ervaren. En daarom is het zo belangrijk dat de parken er zijn. “ Bourlon spreekt van een kruisbestuiving.

Dat heeft het provinciebestuur goed begrepen. Al jarenlang is Limburg een kindvriendelijke bestemming. Denk maar aan het openluchtdomein Bokrijk, het GRM, de kwaliteitsvolle vakantie- en themaparken, de speelbossen, de subtropische zwemparadijzen, het blote voetenpad, kindvriendelijke logies. Steeds meer musea pakken trouwens uit met speciale kinderroutes en kidsproof workshops. De gezinsattracties serveren beleving op maat van kinderen.

“Wij willen als Toerisme Limburg dit kindvriendelijke karakter extra in de kijker plaatsen en gelijk de Limburgse toeristische ondernemer helpen gericht in te spelen op de wensen van de kinderen en hun ouders, “ legt Igor Philtjens uit. “ Om te beginnen willen we meer communiceren in de taal van het kind. En dus lanceren we samen met Horeca Vlaanderen het



boekje 'Kinderen Welkom'. Dit is een inspiratiegids met concrete tips om logies nog kindvriendelijker te maken. Het zijn kleine details die geen geld kosten, maar zeer waardevol zijn. Ik denk bv aan een welkomsattentie voor kinderen in de B&B's, aan scherpe kleurpotloodjes bij de kleurplaten, aan een klaarstaand kinderbedje, .. allemaal kleine puntjes die attent zijn en nu net dat verschil maken bij het onthaal. Maar wel belangrijk, want als de kinderen het leuk vinden, dan zijn ook ouders en grootouders zeer tevreden. En dus keren ze graag terug. Het is onze optie om Limburg 365 dagen in het jaar aan te bieden. Vandaar ook onze 'vakantieguide', een boek dat haast als de bijbel van de provincie wordt aanzien.”

Om het groeipotentieel nog te vergroten heeft Toerisme Limburg een aantal partners onder de arm genomen voor de uitgave van een vertel- en kleurboek. Het boek koppelt de Studio 100 – helden aan gezinsvriendelijke Limburgse toppers. Het verschijnt gratis bij een populair weekblad in een oplage van 300.000 exemplaren. Daarnaast zal het ook te vinden zijn in alle logiesverstrekkende bedrijven van de provincie. Leuk is dat de attracties geïntegreerd zijn in een verhaal of kleurplaat. Zo fietsen de meisjes van K3 o.a. door het water op het fietsroutenetwerk, vind je o.m. Maya de bij tussen de bloesems van St. Truiden, gat Piet Piraat op schattenzoektocht in Bosland en verkennen Samson met Gert het Nationaal Park Hoge Kempen. Uiteraard hebben al deze organisaties hun pagina's meegefinancierd. Het hele kostenplaatje, subsidie van de Toerisme Limburg inclusief, bedraagt 243.000 euro. Maar dat is absoluut een goede investering, want door de media-exposure is dit een win-win-verhaal en worden ouders, grootouders en kinderen geïnspireerd om de kindvriendelijke attracties en bestemmingen te bezoeken.

“ Een kruisbestuiving waar alle partijen voordeel uit halen, “ besluit gedeputeerde voor toerisme Igor Philtjens.

Persinfo: Leentje Verlinden, [leentje.verlinden@limburg.be](mailto:leentje.verlinden@limburg.be)