



Dat de Veluwe hard op weg is om de nummer 1 positie op de ranglijst van de populairste binnenlandse vakantiebestemmingen te veroveren, blijkt wel uit de activiteitenkalender van het Veluws Bureau voor Toerisme. De boekingsite www.develuwe.nl scoorde in het eerste kwartaal van dit jaar 8% hoger dan in dezelfde periode in 2008.

Tekst: Bert van den Berg

Fotografie: Veluws Bureau voor Toerisme

Wilco de Jong: “De huidige recessie mag dan voor velen vervelend of zelfs dramatisch zijn, het is echter ook een reden te meer om aan te pakken, initiatieven te ontplooiën en om vooral niet bij de pakken neer te gaan zitten. Met allerlei activiteiten willen we de Veluwe op plaats 1 van de binnenlandse vakantiebestemmingen krijgen.



In gesprek met...

Wilco de Jong (50), directeur Veluws Bureau voor Toerisme en het Congresbureau Veluwe

Niet bij de pakken neer gaan zitten

Bovenop ons budget hebben wij voor dit jaar € 200.000 extra ter beschikking gekregen om de Veluwe als vakantiebestemming te promoten, niet alleen in eigen land, maar ook in Vlaanderen en in de Duitse aangrenzende deelstaat Westfalen”.

De Nederlandse bedrijven en instellingen, die regelmatig buiten de deur vergaderen en incentives organiseren, wor-

den er op allerlei manieren op geweest, dat *‘de Veluwe zo gek nog niet is’*. Speciale voor de MICE-markt is er de vergader- en congressite www.congresbureauveluwe.nl

Langs een aantal drukke snelwegen in de randstad zullen billboards met rustgevende foto’s van de Veluwe de aandacht gaan trekken van de in de files zuchtende automobilist.

“Tot de vele activiteiten om nog meer aandacht te vragen voor de Veluwe of om de reeds aanwezige bezoeker nog beter te bedienen, behoort bijvoorbeeld onze campagne *‘Veel Luwe’*, waarbij nu eens niet de directeur van het Veluws Bureau voor Toerisme aan het woord is, maar de 70 deelnemende Veluwse ondernemers. Zo praat de kaasboer niet alleen over zijn eigen product, maar veel meer over *‘Veel Luwe’*, waaraan enthous-



siaste Veluwe promotors zich stuk voor stuk gecommitted hebben. Het unieke aan deze campagne is, dat elke deelnemer afzonderlijk op zijn of haar manier, de Veluwe nog bekender bij het grote publiek wil maken”, aldus de Jong die verwijst naar www.veelluwe.nl

Een sterk op de toeristische service verhoging gerichte activiteit is de actie **‘De Veluwe digitaal’**.

De Jong: “We leven in een 24-uurs economie. De huidige consument vertoont in toenemende mate een zogenaamd zap-gedrag, dat wil zeggen wij consumeren op het moment waarop het ons uitkomt. Om op elk gewenst tijdstip te kunnen voorzien in de behoefte aan actuele informatie, worden er over de hele Veluwe verspreid toeristische informatiezuilen geplaatst. In plaats van stapels brochures en flyers te moeten verzamelen, hoeft de toerist alleen nog maar de informatiezuil te raadplegen om online direct en op elk willekeurig moment de gewenste informatie te krijgen.

De zuilen-gebruiker kan zelfs zijn eigen

gegevens intoetsten om voortaan te worden geïnformeerd over de Veluwe op het gebied van vakantie en vrije tijd”.

De digitale Veluwe-infozuilen worden geplaatst op locaties, waar doorgaans veel bezoekers komen, zoals bijvoorbeeld bij VVV-kantoren, op een camping of bij een attractie.

De zuil is er in een drietal uitvoeringen: de buitenzuil, de binnenzuil en de inbouwversie. Deze laatste wordt vaak in de buitenmuur bij een VVV-kantoor



aangebracht, zodat de toerist zich ook buiten de openingstijden van de nodige informatie kan voorzien.

Het is de bedoeling, dat er dit jaar toch al een dertigtal zuilen geplaatst zullen worden. Nu kan er al op 17 plaatsen gebruik worden gemaakt van dit fenomeen, waarmee maar weer eens bewezen is, dat de Veluwe koploper is bij de toeristische dienstverlening.

“Het hele project kost een slordige € 300.000, waarvan de helft wordt opgebracht door de deelnemende bedrijven en instellingen, de andere helft komt uit subsidies van de EU en de Provincie Gelderland. Na een zeer zorgvuldige openbare aanbesteding werd de opdracht voor de technische uitvoering gegeven aan de firma Centric. Ons streven is om de Veluwe in 2010 met al onze acties weer de meest populaire vakantiebestemming te laten zijn”, besluit Wilco de Jong

Meer info: www.develuwe.nl

