

PERSBERICHT – Heerlen, 7 april 2023

Nieuwe toeristische campagne voor Parkstad

Op 6 april 2023 is de vernieuwde campagne ‘Dit is Parkstad’ gelanceerd tijdens een drukbezochte bijeenkomst op Kasteel Amstenrade in Gemeente Beekdaelen. Toeristische ondernemers, bestuurders, Stadsregio Parkstad Limburg en Visit Zuid-Limburg toonden zich enthousiast, om samen de campagne tot een succes te maken en Parkstad als toeristische bestemming nadrukkelijk op de kaart te zetten.

De partijen werken samen vanuit de volgende filosofie: Parkstad heeft een bijzondere geschiedenis en een boeiend verhaal. Door dit verhaal als collectief te vertellen, wordt massa gemaakt en worden meer mensen bereikt dan wanneer ieder als eenling alleen zijn eigen verhaal vertelt. Gemeenschappelijk succes creëren door naar elkaar door te verwijzen is de overtuiging. De website www.ditisparkstad.nl en de toeristische plattegrond ‘Dit is Parkstad’ zijn hier de eerste communicatie-uitingen van.

Achtergrond

Na het winnen van de WTTC Tourism for Tomorrow Award door regio Parkstad in 2016 brak er een fase van bezinning aan. Eric Geurts, portefeuillehouder Toerisme van de Stadsregio Parkstad Limburg: “Er bleek vanuit de toeristische sector grote behoefte aan een toeristische marketingcampagne voor Parkstad. Samen hebben we hier de schouders onder gezet en dit resulteert nu in de meerjarige campagne ‘Dit is Parkstad’. Deze campagne en het effect op de regio wordt het grootst als alle ondernemers, bestuurders en andere belanghebbenden het samen uitdragen. We hebben goud in handen: laten we het verzilveren!”

Er volgden stakeholders- en alliantiebijeenkomsten, waarna in de periode 2020-2022 een aantal uitgangspunten geformuleerd zijn. Het DNA van Parkstad komt tot uiting via vijf dominante tijdperken, die de regio tekenen en ook visueel tot uitdrukking brengen. Anya Niewierra, algemeen directeur Visit Zuid-Limburg: “Parkstad is veel meer dan een verzameling attracties. Het is een gebied met ruim 2000 jaar geschiedenis en dus met een serieus verhaal. In deze campagne haken we daarop in en vertellen we over de Romeinen, de ridders en rovers, de mijnen, de transitiejaren en het nieuwe elan van nu. Bijna elke attractie in Parkstad past wel in één van deze vijf tijdperken. Met dit verhaal kunnen we gasten boeien en daarmee dus aan het gebied binden”.

Positionering Dit is Parkstad

Parkstad wordt gepositioneerd via een uniform profiel dat in de beleving en uitstraling wordt herkend als ‘typisch Parkstad’ en waar toeristische ondernemers en organisaties eenvoudig op kunnen inhaken. Het zwaartepunt van de communicatie ligt bij de toeristische ondernemers in Parkstad en bij Visit Zuid-Limburg. Via de quote ‘Dit is Parkstad’ tonen ze gezamenlijk naar hun gasten wat er in de regio te zien is. De woorden ‘Dit is Parkstad’ duiden op trots en zijn neutraal. Ze conflicteren niet met gemeentelijke en regionale campagnes. De toevoeging ‘Limburg’ wordt alleen gebruikt indien dit relevant is voor de (inter-)nationale doelgroep.

Toekomst

In 2023 is de basis gelegd en wordt ingezet op regionale promotie. Ook zijn er voorbereidingen getroffen voor promotie over de grens, in Duitsland, Nordrhein-Westfalen met de Duitstalige website dasistparkstad.de. In de komende jaren wordt de campagne verder uitgebouwd.

Noot voor de redactie, niet voor publicatie.

Meer informatie: Iris Bakker – Visit Zuid Limburg

Corporate PR functionaris - Telefoon +31 (0)43 6098531

Email: iris.bakker@visitzuidlimburg.nl