

# Logeren en onthaasten in authentieke limburgse stijl

**Overmachten in een eeuwenoude hoeve in de sfeer van Napoleon. Of in een kasteel spiritueel onthaasten met muziek en literatuur. Dat kan in Limburg, waar de Samenwerkende VV's het project 'Karakteristiek logeren' hebben opgestart. De kleinschalige horecaondernemer in de toeristenbranche doet er zijn voordeel mee.**

Gasten vertellen Jacqueline Senden, eigenaresse van het St. Gillishof in het Zuid-Limburgse Bocholtz, vaak dat ze niet meer verder hoeven te reizen omdat ze qua landschappelijk schoon eigenlijk al in Frankrijk zijn. Deze gewaarwording wordt nu nog intenser beleefd in de sfeervolle 'Napoleonsuite'. Deze vakantie woning in de monumentale hoeve is namelijk geheel ingericht in de stijl van de legendarische Franse keizer. Compleet met hemelbed met een beddensprei van de favoriete stof van Napoleon, tegeltjes met Napoleontische spreuken aan de wand, literatuur over Napoleon binnen handbereik en een meelint op de muur volgens het metrische stelsel dat hij invoerde. „Een aantal vakantieappartementen wordt gerestyled in de sfeer die past bij het gebouw. Met een knipoog naar de rijke historie van de boerderijhoeve”, vertelt Senden. „Daarnaast zijn er bijvoorbeeld ook plannen voor een themakamer in boerenstijl.“ Als activiteit voor de gasten gaat zij schilderweken organiseren. „Mensen zijn tegenwoordig heel erg vluchtig en willen snel geïnterdain worden. Daar is het concept 'Karakteristiek logeren' heel geschikt voor.”

## Concurrerend vermogen

Limburg is rijk aan opvallende plekken zoals kastelen, landgoederen, monumentale boerderijen, herenhuisen en herbergen, waar kleinschalige horecaondernemers hun gasten ontvangen. Deze bedrijven hebben vaak maar weinig financiële middelen om hun authentieke accommodatie te promoten bij een groot publiek. Bovendien kan hun product vaak verder geprofessionaliseerd worden. Dat is de gedachtegang achter het project 'Karakteristiek logeren', een initiatief van Pascal Schreurs, namens de Samenwerkende VV's Limburg.

Het project komt voort uit beleid van de Provincie Limburg om met nieuwe producten meer overnachtingen en bestedingen te realiseren. Projectcoördinator Pascal Schreurs: „Daarmee wil Limburg zich onderscheiden van de rest van Nederland en het concurrerend vermogen vergroten.”

Het netwerk van aangesloten toerismebedrijven wordt gezamenlijk gepromoot en organiseert gezamenlijk activiteiten voor toeristen. Schreurs: „De veelal kleinschalige ondernemingen kunnen meeliften op een collectief marketingconcept. Dat is goedkoper en doeltreffender. Bovendien kunnen zij informatie met elkaar uitwisselen.”

De samenwerking is niet vrijblijvend: de aangesloten ondernemers tekenen voor



**LIMBURG**  
Karakteristiek logeren



drie jaar. Daar staat tegenover dat de provincie de helft van de totale projectkosten ophoest: 75.000 euro in drie jaar. De ondernemers brengen de andere helft op. Het is de bedoeling dat op den duur het bedrijfsleven het project zelf oppakt.

## Hogeschool Zuyd

Uniek bij het uitwerken van deze productmarktcombinatie is dat aangesloten ondernemers voor het verwezenlijken van hun plannen een beroep kunnen doen op studenten en docenten van de Hogeschool Zuyd. De hogeschool heeft speciaal daarvoor een leerbedrijf opgericht, dat zich overigens niet beperkt tot klanten van 'Karakteristiek logeren'. Schreurs: „Een abonnement op de studentmodule kost 200 euro per jaar. Op deze manier moet een structurele samenwerking tussen deze ondernemers en Hogeschool Zuyd ontstaan.”

Jacqueline Senden heeft al gebruik gemaakt van deze optie. Haar themakamers in het St. Gillishof richt zij in op advies van een binnenhuisarchitect in spe van Hogeschool Zuyd. En studenten van het Conservatorium Maastricht verzorgen bijvoorbeeld concerten op de speciale locaties van de horecaondernemers. Schreurs: „Met deze activiteiten proberen we de toerist te lokken. We draaien eigenlijk het verhaal om: aan de hand van bijzondere activiteiten, 'bijzondere ontmoetingen' geheten, promoten we de speciale locaties. Het promoten van de 'bijzondere ontmoeting' staat voorop. Muziekvoorstellingen, schilderweken, culinaire presentaties, Artventure, een combinatie van kunst en avontuur, noem maar op.”

## Activiteiten

Ook Ger Meijers, bedrijfsleider van Landgoed Kasteel Daalenbroeck in het Midden-Limburgse Herkenbosch, maakt dankbaar gebruik van het aanbod. Vooral om ook door de week gasten te trekken, wil hij arrangementen organiseren met muzikale en literaire programma's. „We kunnen zelf wel concerten gaan organiseren, maar daarvoor hebben we niet genoeg gasten in huis. Nu krijgen we ook bezoekers die op andere locaties ondergebracht zijn. Dat heeft een meerwaarde.”

In het voorjaar gaat de concertenreeks van start. Of het storm gaat lopen weet Meijers nog niet. „Maar ik verwacht in ieder geval dat we bavuestere gasten krijgen, die specifiek komen voor de oude gebouwen in combinatie met de activiteiten.”

Kasteel Daalenbroeck maakt ook op andere terreinen gebruik van studenten van Hogeschool Zuyd. Meijers: „Samen met pr&marketing studenten hebben we afgelopen jaar bekenen of de Duitse markt bereikt kan worden. En we gaan een toren opnieuw aanbouwen aan het kasteel. De vergunning is inmiddels binnen en studenten zullen de themakamers gaan inrichten.”

## Geïnteresseerde ondernemers

Momenteel tellt het project 'Karakteristiek logeren' al meer dan 20 deelnemers. Als het aan Pascal Schreurs ligt worden dat er op termijn 30 tot 35. „Alle begin is moeilijk, maar het concept wordt snel opgepakt door de branche. Nu de kop eraf is, gaan we ook actief werven.”

*Ondernemers die mee willen doen, kunnen zich melden bij Pascal Schreurs, tel: 077-3982591 of e-mail: p.schreurs@partnerinleisure.nl. Meer informatie over het project is te vinden op [www.karakteristieklogeren.nl](http://www.karakteristieklogeren.nl)*

