



# Leisure Port

Maatschappij voor  
vrijtijdsbestedingen



# Hoe ontstaan?

2008 met groot deelnemersveld strategische visie en missie ontwikkeld voor toerisme en recreatie

om

- Noord-Limburg zichtbaar te maken voor toeristen, recreanten en eigen bewoners
- Belang van de sector toerisme en recreatie te laten zien, in bestedingen en fte maar ook voor - het maken van een regio waar het aangenaam wonen en werken is





# Belang van de sector

Er zijn **341** verblijf toeristische bedrijven, uitgedrukt in toeristische slaappleaatsen zijn dit **50.000** plekken.

Er zijn circa **4,85** miljoen overnachtingen in de regio Venlo. Circa **71%** van de overnachtingen vond plaats in bungalowparken. De regio is goed voor ongeveer **10%** van alle overnachtingen in bungalowparken in Nederland.

Er zijn **27,5** dag bezoeken in de regio, voornamelijk route gebonden buitenrecreatie en recreatief winkelen.

Met ruim **€ 825** miljoen toeristisch recreatieve bestedingen, is het aandeel in het BBP van de regio **9,6%** (landelijk 4,8%).

Dit zijn **12.500- 14.500** banen.

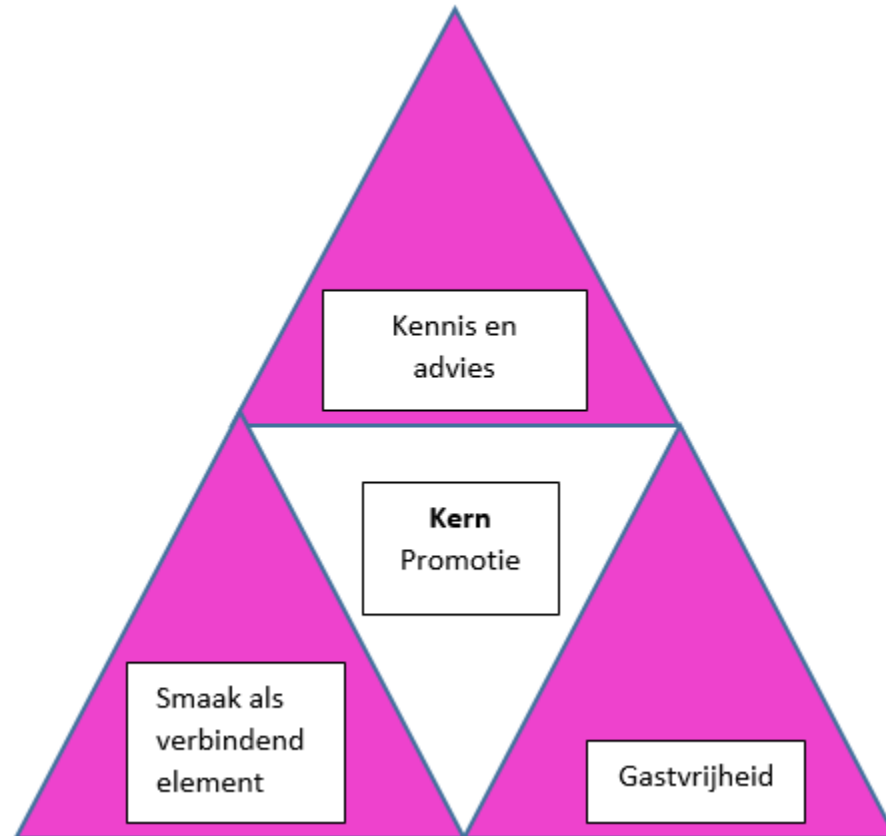
Organisatie  
aangestuurd door 6  
platforms met 397  
deelnemende  
organisaties die  
samen ong.  
€ 200.000,- op tafel  
leggen voor  
regiopromotie  
versus  
€ 650.000,-  
subsidies van 8  
gemeenten



Dit  
staat  
5  
jaar  
na  
dato

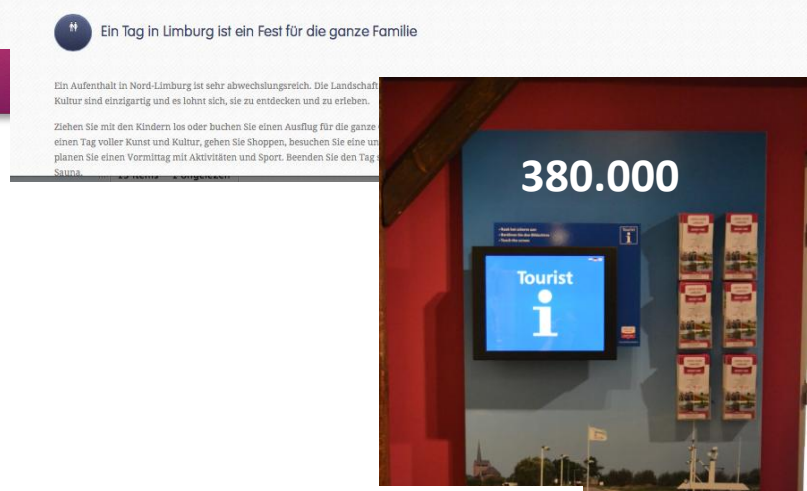
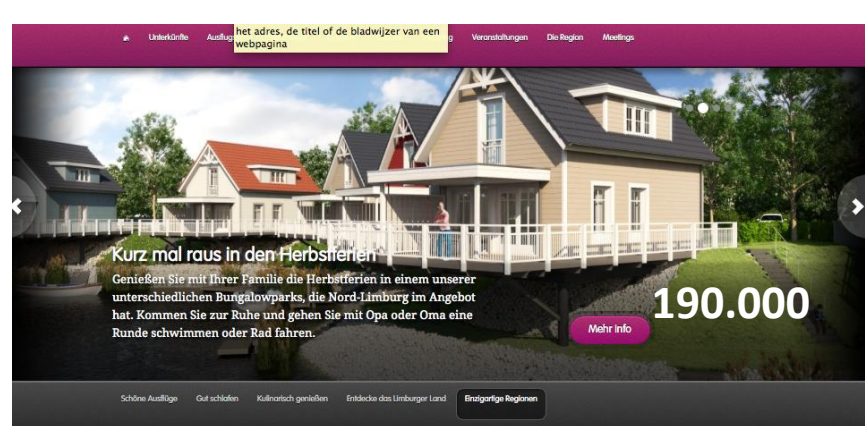
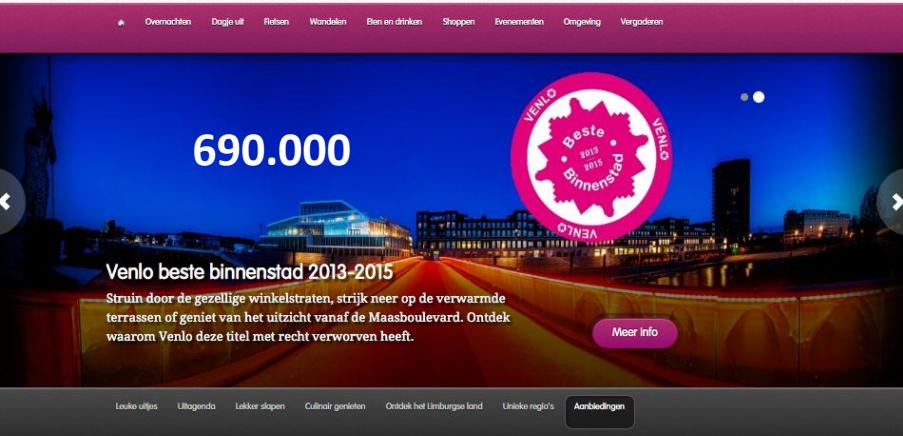
\* Venlo is excl. Arcen/ Velden

# Dienstenpakket

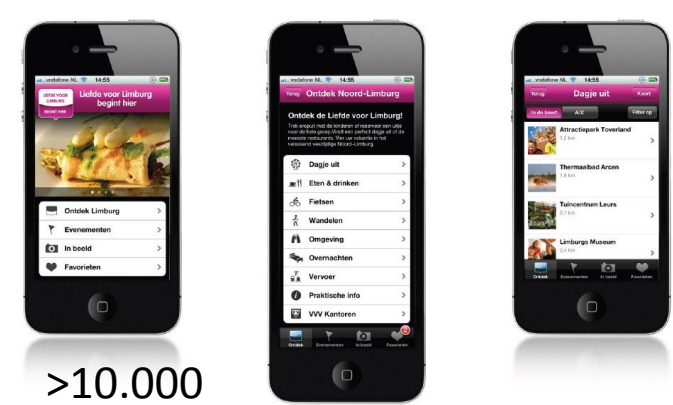


LIEFDE VOOR  
LIMBURG

BEGINT HIER

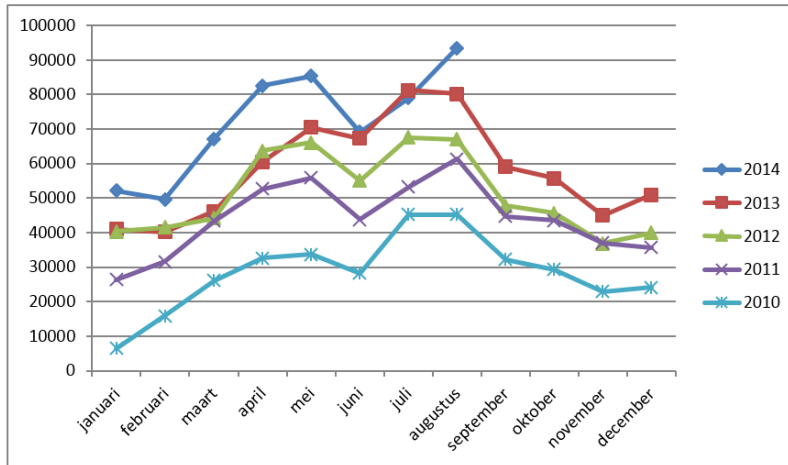


Alleen in 2013 al: 1.250.000 bezoekers – vanaf het begin al meer dan 3.500.000 bezoekers

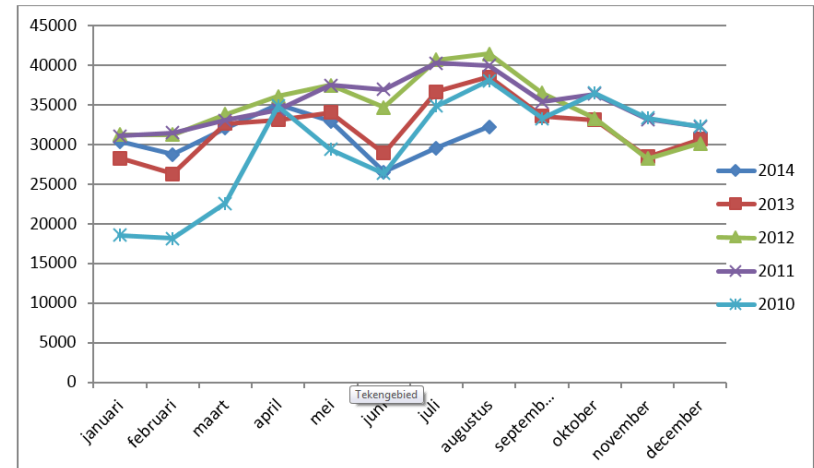


# Rendement

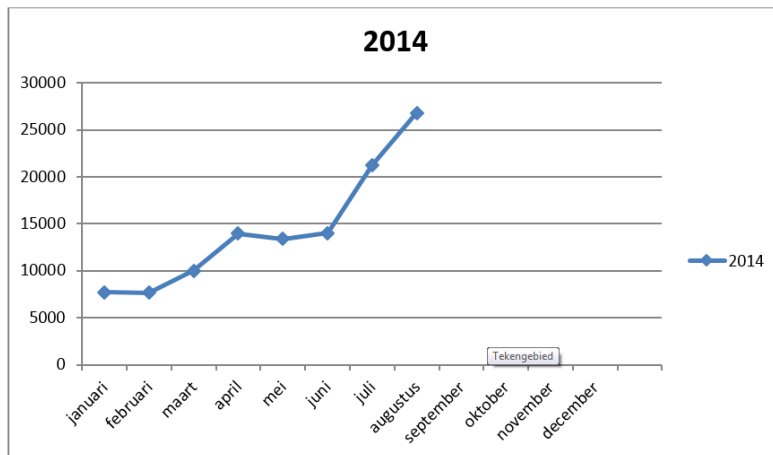
Bezoeken website Liefde voor Limburg Nederlands



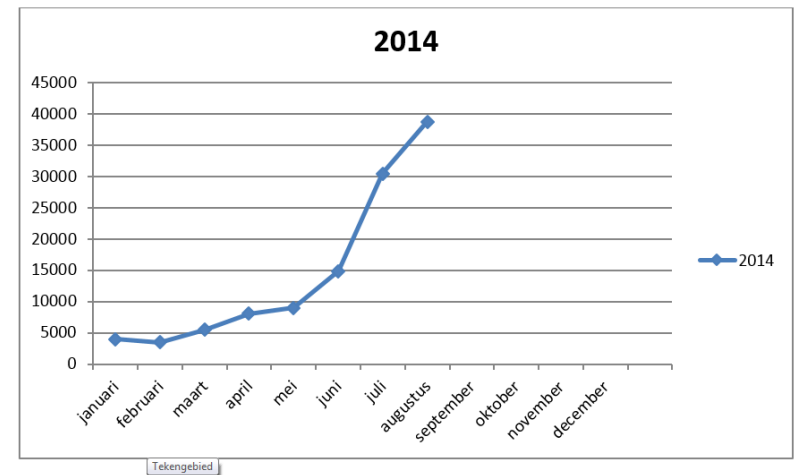
Bezoeken i-punten Nederlands



Schermweergaven i-Phone



Schermweergaven Android



# Tijd om een nieuw platform te onderzoeken





# Waarom Google Glass?

- Volgende stap in gebruikersgemak, je hoeft niets vast te houden
- Heden, toekomst en verleden is in een oogopslag zichtbaar
- Makkelijk in gebruik, 'swipen'
- Audio met video is dichterbij elkaar verbonden
- Je persoonlijke experience





# Impressie pers dag juni 2014

<https://www.youtube.com/watch?v=nUA7qbM4NhQ&feature=youtu.be>



# De uitdagingen

- De bril is nog steeds niet te koop in Europa
- Er zijn nog veel updates
- Afstand is beperkt door batterij duur
- Straal van en tussen bezienswaardigheden
- Signaal van telefoon in buitengebied niet overal even sterk
- Content verzameling kost veel tijd
- Kostbare bril
- Handling van de vraag



# Toekomst

- Leren van 'live' gaan eerste volledige route
- Wachten op verkrijgbaarheid Google Glass in Europa
- Introductie 6 andere fietsroutes mogelijk in april 2015
- Blijft het een gadget of wordt het een algemeen goed zoals de iPad?
- Dan doorontwikkeling met mogelijk wandelroutes, aanbiedingen, suggesties, etc.

