

Regio pronkt met rijke historie

Op de Vakantiebeurs in Utrecht probeert de Stadsregio Arnhem-Nijmegen met een zeer luxe stand over de spannende geschiedenis toeristen te lokken.



door
Geert Willems

geert.willems@gelderlander.nl

De rijke historie van de Stadsregio Arnhem Nijmegen is het tafelzilver voor het toerisme. Op de Vakantiebeurs, die vandaag begint in de Utrechtse Jaarbeurs en duurt tot en met zondag 16 januari, presenteert het Regionale Bureau voor Toerisme (RBT) van het Kan zich dan ook met het project spannende geschiedenis.nl.

„We hebben de oudste stad van Nederland, de Romeinen zijn er geweest, we struikelen over de kastelen en de streek heeft een prominente rol gespeeld bij Market Garden in de Tweede Wereldoorlog”, somt directeur Jurriaan de Mol van het RBT KAN op. „Dan moeten we geen nieuwe dingen op toerismegebied gaan verzinnen, maar de geschiedenis spannend maken.”

‘Het Historisch Belevens Netwerk’ werd enkele maanden geleden officieel geopend door prinses Margriet, op de Vakantiebeurs pakt de RBT KAN er nu groot mee uit. Er is zo’n 30.000 euro in nieuw expositiemateriaal gestoken. Er hangen drie strakke flatscreens waarop voortdurend filmpjes te zien zijn over historische bezienswaardigheden in de regio: de koorstroom van Sint Walrick in Overasselt, de godenpijler op



Kelfkensbos in Nijmegen en het oude Romeinse fort Carvium in De Bylandt bij Tolkamer. „Wat een geweldige plek, hè”, toont directeur De Mol zich erg in de nopjes met de prominente locatie in hal 11, zeer zichtbaar aan het eind van de centrale as. „Dan staat De Veluwe daar, toch het belangrijkste toeristische gebied in Gelderland, maar een beetje weggestopt. We vallen op, ook al omdat we ons niet richten op wandelen en fietsen in de natuur. Dat heeft iedereen.”

Hij is trots op de website spannende geschiedenis.nl. „Daar komen

als het ware 122 brochures en 81 websites bij elkaar. Nu zie je ineens de samenhang. De spannende verhalen kun je downloaden op je mobiel. De toeristenindustrie kan er op inspelen met arrangementen.”

Het oogappeltje is de Liberation Route, een Europese trail die uiteindelijk van Engeland naar Berlijn moet gaan lopen. Onderweg kunnen de toeristen ook bij luisterkeien de mooiste verhalen van de bevrijding horen. Recent zijn er weer achttien keien bij gekomen. De Mol: „Onze regio gaat daar van profiteren.”

De herdenking van de strijd die in WO II in en rond Arnhem werd gestreden, een publiekstrekker bij uitstek.
archieffoto **Hans Broekhuizen/DG**

Maar is al die historie niet vooral interessant voor senioren? De Mol: „Nou en? Er komen er de komende jaren 500.000 potentiële klanten bij in Nederland. Babyboomers die met pensioen gaan. Geweldig toch?”

„Voor jongeren is er heus ook genoeg te doen in de stadsregio”, vult RBT-collega Sharon Suppers aan. „De Vierdaagsefeesten, Living Statues en de Mode Biennale.” De stadsregio heeft ook een opvallende tweede plek op de vakantie-

beurs, in de hal van de ‘Verre Bestemmingen’. Daar is gewoontegetrouw het Afrika Museum van Berg en Dal neergestreken. ‘Prachtige guerrillamarketing’ heet het. „De meeste bezoekers vinden het heel grappig dat we hier staan”, vertelt Marieke Pompe van het museum. „Sommigen zeggen dan: ‘kijk, we hoeven helemaal niet zo ver weg’. We delen ook kortingskaarten uit en dat heeft ons de afgelopen jaren toch flink wat extra bezoekers opgeleverd.”