

# Bekendheid van het Limburgsymbool

## Onderzoeksresultaten

donderdag, 14 februari 2013

### Het Limburggevoel

Limburg onderscheidt zich van andere provincies door haar unieke karakter en door de buitengewone prestaties van de Limburgers. Uit onderzoek is gebleken dat het “Limburggevoel” geen mythe is en wel degelijk bestaat. Het is in feite een omschrijving om de verbondenheid met Limburg aan te duiden; een verbondenheid die voor de meest Limburgers een evidentie is en sterker scoort dan de verbondenheid met het land waar men woont. Daarmee gepaard gaan gevoelens van betrokkenheid, samenhangigheid en een positief wij-gevoel en typisch Limburgse waarden zoals warmte, gastvrijheid, het aangename, het sociale, gezelligheid, levensvreugde, positivisme, bescheidenheid, gemoedelijkheid,...

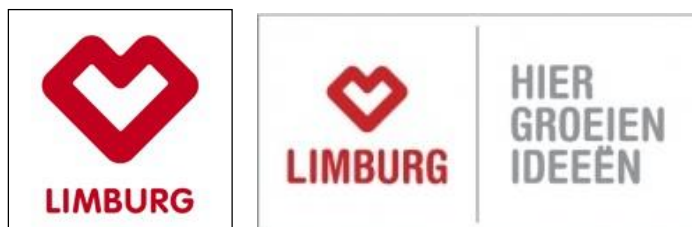


Ruim 80 procent van de Limburgers, zowel Nederlands- als Belgisch-Limburgers willen dat er meer over de grens wordt samengewerkt. Met name toerisme en recreatie, cultuur en natuur scoren hoog, blijkt uit een op 22 januari 2009 door de Limburgse kranten gepubliceerd onderzoek *Grenzeloos Limburg*. Aan het onderzoek deden om en bij de 6200 inwoners van beide Limburgen mee.

### Het Limburgssymbool

Het LIMBURGSYMBOL geeft uitdrukking aan deze positieve Limburgse waarden en wil zoveel mogelijk Limburgers aanzetten om hun fierheid uit te dragen.

Op 7 april 2009 lanceerden de beide provincies Limburg een kenteken dat symbool staat voor Limburg, al haar inwoners en het Limburggevoel.



Ontwerper van het Limburgsymbool is de Nederlands-Limburger **Marc Vossen**, toen tewerkgesteld bij het bureau Vermeulen uit Landgraaf.

”Het is gesteund op het principe van de mond en het hart waarbij het idee voor die mond uit twee ‘L’-en samen te stellen origineel is.

Vooraf in de provincie Belgisch Limburg is het symbool verwerkt in alle producties. Het staat op *toeristische boekjes*, stickers, vlaggen, banners, t-shirts, kristallen, paraplu’s en zelfs lippenbalsem. Kortom, het komt terug in alle communicatie-uitingen. Zo maken de

institutionele en commerciële organisaties zoals: Trots op Limburg, Limburg Sterk Merk, Limburg: Huis van de Limburgse Ondernemer, allemaal gebruik van dit symbool.



## Merkbekendheid

In november 2012 liet de provincie Belgisch Limburg een nieuwe studie over het Limburgsymbool uitvoeren door onderzoeksbureau iVox om de effectiviteit van de voorbije campagnes te meten. De studie is uitgevoerd bij 1.000 Limburgers boven de 18 jaar. De steekproef was representatief voor leeftijd, geslacht en de 5 Limburgse regio's. De resultaten zijn vergeleken met deze van 2011 en de conclusies zijn positief!

### Belangrijkste conclusies:

#### **1. Merkbekendheid gestegen: 9 op 10 Limburgers kent het Limburgsymbool**

86 % van de Limburgers herkent het Limburgsymbool. Opvallend is de grote herkenbaarheid van het Limburgsymbool - 96%! - bij jongeren tot 29 jaar. Ook in de leeftijdsgroep 30 – 49 jarigen ligt de herkenbaarheid boven het gemiddelde.

#### **2. Gebruik gestegen: 63 % van de Limburgers wil Limburgsymbool gebruiken; zo'n 51.000 Limburgers hebben een autosticker op hun nummerplaat**

63 % van de Limburgers wil het Limburgsymbool zelf gebruiken om te tonen dat zijn fier zijn om Limburger te zijn. Dit is een stijging van 4 % ten opzicht van 2011. Significant meer vrouwen willen het Limburgsymbool gebruiken (74 %) in vergelijking met mannen (52 %).

Top 3:

- 41 % wil de sticker gebruiken
- 30 % wil een sticker gebruiken op de nummerplaat van de wagen
- 16 % wil gratis promotiemateriaal zoals een spandoek gebruiken

Al 51.000 Limburgers (6 %) hebben een autosticker op hun wagen. Dit is significant meer dan in 2011 (2 %).