

PERSBERICHT

7-2-2019

Mediahuis Limburg start nieuwe campagne

'U de koffie, wij de vlaai!'

Limburgers vinden zich een apart volkje en zijn trots op hun cultuur, tradities, taal en natuur. Hun dagelijkse leven is echter niet anders dan dat van andere Nederlanders. Werken, wonen, leven, lezen, kijken, kiezen, kopen. Bij nogal wat van die dagelijkse activiteiten zijn de producten van Mediahuis Limburg voor hen al decennia trouwe en betrouwbare vrienden. Bij het concern proberen ze die kwaliteiten van het 'huis' nu over te brengen naar de rest van Nederland met de campagne 'U de koffie, wij de vlaai!'

The truth is in the eye of the beholder, of, in krampachtig Nederlands: de waarheid zit in het oog van de kijker. Dus als je wilt kun je Limburg zien als de provincie die erbij hangt, het schetsen als de te missen appendix van Nederland; daar waar weinig te halen valt. Maar je kunt Limburg ook met een realistischere blik bekijken: zien als de provincie waar ruim 1,1 miljoen mensen wonen; na de Randstad de dichtstbevolkte regio van het land.

Leading

"Er is in Limburg zoveel bedrijvigheid dat ze er het personeel niet weten te vinden, en er is zoveel geld dat ze zich afvragen waaraan ze het moeten uitgeven." Bram Stams, Manager Salesteam Nationale Markt bij Mediahuis Limburg, moet erom lachen, maar zijn boodschap heeft een serieuze ondertoon. "Onbekend maakt vaak onbemind", vervolgt hij. "En daar willen we wat aan doen. Verbindend, nieuwsgierig en ondernemend. Het zijn de kernwaarden van Mediahuis Limburg en het zijn de redenen waarom we op veel fronten in het Limburgse medialandschap leading zijn. Op ons presenteerblaadje brengen wij de smaak van Limburg."

Het lijstje met superlatieven liegt er niet om. De Limburger is het grootste regionale dagblad van Nederland, het huis aan huis verspreide VIA Limburg met 17 edities is het meest gelezen, het zakelijke WijLimburg het enige B2B-platform (met een website en een magazine), Limburgvac de populairste vacaturesite. Wil je weten wat er lokaal speelt, dan is er dé nieuwssite Limburger.nl en als je erop uit wilt gaan, kies je voor UitTipsLimburg.nl.

Hyperlokaal

Stams schetst dat alleen door hyperlokaal te acteren je pas echt weet wat er speelt bij de doelgroep. "Dat doen wij dag in dag uit met een team van 275 medewerkers. Allemaal mensen die hier wonen en werken, die de taal spreken en weten wat 'ons' raakt. Wij kennen onze provincie en haar veranderde medialandschap tot in de haarvaten en weten daarom dat er vele wegen zijn die naar Maastricht leiden."

Kortere lijnen

De nieuwe campagne van de Limburgers is ook ingezet omdat ze van de slalomconstructies van het verleden af willen. Stams: "Kortere lijnen leveren meer rendement op voor de echt belanghebbenden; dus voor zowel de klant als voor ons. Mediavragen kunnen nu rechtstreeks aan ons gesteld worden; uitdagingen die zich aandienen pakken we graag op." Stams en zijn collega's - ze zijn met vieren - hopen dat ze langs mogen komen om nader kennis te maken. De vlaai nemen ze graag mee. "Maar alleen als de klant voor koffie zorgt", sluit Stams grappend af.

Noot voor redactie (niet voor publicatie). Contact:

Bram Stams, Manager Salesteam Nationale Markt
bram.stams@mediahuislimburg.nl | 06-11953863
www.bereiklimburg.nl/vlaai