

Hatelijk welkom in Limburg

De jarige VVV Zuid-Limburg hield einde maart het charmeoffensief rond de officiële opening van haar eigen jubileumjaar. VVV en Limburg mochten zich terecht verheugen in veel nationale en internationale publiciteit. Pas haalde Nederlands oudste toeristenorganisatie opnieuw de regionale, provinciale en zelfs nationale media. Alleen de aanleiding daartoe was ditmaal een ongewenste primeur.



VVV Zuid-Limburg had na de grote winst van de PVV na de Tweede Kamerverkiezingen van 9 juni tientallen haatmails ontvangen van meestal onbekend gebleven personen. Sommige afzenders associeerden Limburg, waar Wilders' partij procentueel de grootste vooruitgang geboekt had, zelfs met racisme en Nazi's.

De schrik zat er bij de VVV goed in gezien de reactie van directrice Anya Niewierra. Ze vreesde dat de oproep van haatzaaiers om Limburg te mijden Nederlandse gasten zal afschrikken om het bronsgroen eikenhout te bezoeken. Ze betrok hierbij in één adem de economische afhankelijkheid van twintigduizend arbeidskrachten in de toeristensector in Zuid-Limburg.



Paniek

Ofschoon de verkiezingsuitslag legitiem was, valt het niet goed te praten dat personen, onder wie laffe anonieme, Limburg over één kam scheren met racisme en Nazi's. De VVV heeft part nog deel aan politiek en het is daarom onjuist om deze organisatie als een afvalputje voor frustraties te gebruiken.

Los van de wellicht ingrijpende emotionele gevolgen, lijkt het erop dat de VVV in een vlag van paniek heeft gehandeld. Men zag de bui al hangen: een anticampagne tegen Limburg zou uiteindelijk leiden tot werkloosheid in de toeristenbranche.

Gelukkig voor Limburg en VVV Zuid-Limburg is er tot nu toe sprake van storm in een glas water, want van een haatcampagne tegen Limburg valt niets te merken. De paniecreactie van de VVV lijkt op de huid verkopen voordat de beer gevangen is.

Dit neemt niet weg dat er een uitgebreid onderzoek moet komen naar de herkomst van de haatmails en de motieven van de afzenders ervan. Een herhaling van zulke onverantwoorde e-mails kan echter niet worden voorkomen.

Behoedzaamheid

Het WK voetbal in Zuid-Afrika en in mindere mate de informatie rond een toekomstig kabinet bepalen het dagelijkse nieuws in de landelijke media. Dat ook voetbalanalisten gewone mensen zijn, die soms in 'paniek' raken, blijkt uit hun ongegronde angst over de komende tegenstander van Oranje.

Ze vreesden dat het Nederlands elftal in zijn achtste finale zou moeten aantreden tegen het moeilijk te bespelen Italië of het relatief onbekende Paraguay. Echter WK-debutant Slowakije wordt 'onze' eerstvolgende tegenstander. Ook hier geldt het gezegde over de verkoop van de huid van de beer. Ik ben benieuwd of de voetbalkenners geleerd hebben van hun voorbarige conclusies.

VVD-leider Mark Rutte doet de eerder genoemde zegswijze eveneens alle eer aan. Hij brulde

de dag na de verkiezingen dat, als het aan de VVD lag, er vóór 1 juli een nieuw kabinet zou zijn, maar de actualiteit heeft hem ingehaald.

Om paniekvoetbal te voorkomen, hebben de liberalen hun tactiek bijgesteld. De fris ogende aanval heeft plaatsgemaakt voor behoedzaam penetreren in de vijandelijke linies. Bondscoach Bert van Marwijk kan hierover meepraten, want het doel heiligt de middelen.

Tekst: Jos Schols

25 juni 2010