

A photograph of two hikers standing in a lush green field. The hiker on the left is wearing a green jacket and a red backpack, while the hiker on the right is wearing a dark jacket and a black backpack. They are surrounded by tall grass and dense green bushes. In the background, there are more trees and a cloudy sky. The foreground is dominated by a large, out-of-focus green tree branch.

**SLIMMER.
ANDERS.
SAMEN.**

Jaarplan 2025 | Visit Land van Cuijk

STRATEGIE

Visit Land van Cuijk ziet het als haar opdracht én ambitie om het Land van Cuijk te promoten als een aantrekkelijke reisbestemming voor toeristen, recreanten en inwoners.

Dat doen wij niet alleen, maar samen met vele anderen. Met ondernemers uit het gebied, met andere toeristisch-recreatieve organisaties en met gemeente Land van Cuijk. Die samenwerking verloopt, zo maken wij op uit gesprekken en enquêtes, naar volle tevredenheid.

De verleiding is groot om, als het goed gaat, zo min mogelijk te veranderen. Immers, als je doet wat je al deed krijg je ook wat je kreeg – en dat kan je als voldoende beschouwen. Niet voor ons echter. Wij willen niet op onze lauweren gaan rusten. Sterker, we kunnen het ons niet permitteren. Daarvoor verandert de omgeving waarin wij actief zijn simpelweg te snel. Wij willen nieuwe producten en onderscheidende campagnes blijven ontwikkelen. Niet alleen omdat we dat leuk vinden maar vooral ook om te kunnen blijven inspelen op toeristische trends en ontwikkelingen. Zolang wij dat doen blijven wij relevant. Voor bezoekers en inwoners van het Land van Cuijk en meer nog voor de partners waarvoor of met wie wij samenwerken.

Daar komt bij dat in twee recente onderzoeken (Tweemeting Impact Toerisme en Recreatie Land van Cuijk en Visie Toerisme en Recreatie Land van Cuijk 2024) aanbevelingen worden gedaan waar wij niet aan voorbij kunnen en willen gaan. Ook al weten we dat het bedenken en uitvoeren van steeds weer nieuwe plannen en ideeën kan gaan schuren met de bescheiden mogelijkheden (budget en menskracht) die Visit Land van Cuijk nu eenmaal heeft. In 2025 willen een nieuwe sprong voorwaarts maken. Maar hoe doen we dat?

Slimmer. Anders. Samen.

Onze strategie voor 2025 kan in drie woorden worden samengevat:

Slimmer. Anders. Samen.

Willen we meer impact maken als aantrekkelijke regio voor toeristen, recreanten en eigen inwoners, dan moeten we alles wat wij, alleen of met onze partners, aan middelen ontwikkelen en inzetten slimmer met elkaar verbinden. Het betekent ook dat wij bereid moeten zijn om afscheid te nemen van wat bij nader inzien misschien toch niet zo goed bij ons past.

We moeten het lef hebben om andere wegen in te slaan – en zo nieuw enthousiasme te laten ontstaan. Zelfs al is dat wat wij eerder hebben gedaan tot dan succesvol geweest.

De échte sprong voorwaarts maken we als we erin slagen de inhoudelijke bijdrage van ToerismePartners Land van Cuijk aan de promotie van onze regio te vergroten. Wij zien het als dé uitdaging van 2025 om hen meer in beweging te krijgen en de samenwerking tussen de partners onderling en met Visit Land van Cuijk te versterken. Lukt dat, dan maken we de promotie van toeristisch Land van Cuijk niet alleen krachtiger, maar ook effectiever en eenvoudiger. Ook voor Visit Land van Cuijk.

UITVOERINGSPROGRAMMA 2025

1. SLIMMER

Topprioriteit: een geïntegreerde marketingaanpak

Visit Land van Cuijk heeft in de afgelopen jaren veel initiatieven genomen, middelen ontwikkeld en campagnes bedacht. Kritisch als wij steeds op ons eigen functioneren zijn, hebben wij onszelf in het najaar van 2024 opnieuw de vraag gesteld of dat wat we doen goed is of mogelijk nog beter kan.

Onze introspectie heeft geleid tot de conclusie dat we veel doen, maar dat de samenhang tussen wát we doen beter kan. Zo vergeten we soms de verbinding te maken tussen hoe we ons offline en online presenteren en maken we ook niet altijd optimaal gebruik van de vele media die tot onze beschikking staan. Daarnaast kunnen wij onze partners soms nog nadrukkelijker bij de uitvoering van onze plannen betrekken.

Topprioriteit voor 2025 is het maken van een geïntegreerde marketingaanpak.

In die aanpak worden al onze marketingactiviteiten beter op elkaar afgestemd, zowel offline als online.

Om een voorbeeld te noemen van hoe we tot nu toe te werk gaan: we bieden fietsroutes aan via het Fiets & Wandelboekje, via de website fietsroutes.landvancuijk.nl, via de website visitlandvancuijk.nl, via sociale media, via samenwerkingsinitiatieven als Maas in het Midden en via evenementen als Fietsfeest Land van Cuijk. Daarbij ontbreekt nog weleens de samenhang. Routes staan niet altijd op alle platformen, er wordt niet altijd doorverwezen naar wat logische andere kanalen zijn, routes zijn niet overal gelijk, etcetera.

De geïntegreerde aanpak moet ervoor zorgen dat bezoekers en ondernemers nog sneller een overzichtelijk en actueel beeld krijgen van de mooiste fietsroutes in het Land van Cuijk.

Wat is nodig voor de geïntegreerde marketingaanpak?

- **een heldere positionering.**
De positionering wordt gebaseerd op de uitkomsten van het traject dat Spiegel Communicatie momenteel, in opdracht van de gemeente Land van Cuijk, uitvoert. De resultaten worden in november 2024 gepresenteerd;
- **een centraal online platform als basis.**
In 2024 is in samenspraak met de toeristisch-recreatieve platforms een notitie opgesteld waarin ideeën zijn geformuleerd voor een nieuw, door alle betrokken partijen gedragen centraal online platform¹. Dit platform wordt dé digitale landingsplaats voor campagnes en ontsluit het volledige aanbod op het gebied van toerisme, recreatie en activiteiten in het Land van Cuijk;

¹ Om het centrale online platform te kunnen bouwen is extra financiering nodig. De in het eerdergenoemde document voorgestelde aanpassingen kunnen niet uit de begroting van Visit Land van Cuijk alleen worden betaald. Komt er geen aanvullende financiering, dan zullen we de oorspronkelijke ideeën opnieuw tegen het licht moeten houden - of er in het uiterste geval zelfs van af moeten zien

- **een goede middelenmix.**
Wij blijven ook in 2025 kiezen voor een brede mix van offline-middelen (brochures, advertenties, etc) en onlinekanalen (website, sociale media, etc). Een deel van ons publiek heeft nu eenmaal niets met online, een ander deel laat juist de offline-middelen links liggen. Belangrijker nog: offline en online kunnen elkaar juist versterken;
- **verzamelen en analyseren van data om juiste conclusies te kunnen trekken.**
Wij willen tijd vrijmaken voor het verzamelen en analyseren van data van, om te beginnen, onze online activiteiten (centraal online platform, sociale media, SEA, etcetera). Het geeft inzicht in hoe succesvol die activiteiten zijn en welke lessen wij daaruit kunnen trekken voor volgende campagnes.

Wat doen we niet?

‘Slimmer’ is niet alleen het verbinden van bestaande initiatieven, het is ook afscheid nemen van wat -voor ons- niet meer werkt. Zo nemen we niet meer deel aan consumentenbeurzen. Wel zijn wij graag bereid om ondernemers en organisaties die collectief of individueel aan beurzen deelnemen te helpen met bijvoorbeeld het beschikbaar stellen van promotiemateriaal.

‘Slimmer’ kan ook betekenen dat je besluit iets niet te doen. Zoals inzetten op de ontwikkeling van de zakelijke markt.

In de Visie Toerisme en Recreatie Land van Cuijk 2024 wordt aangegeven dat er kansen liggen om de zakelijke markt, al dan niet in combinatie met logies (vergaderingen, incentives, congressen, studiedagen) en horeca, verder te ontwikkelen. Die kansen zien wij ook. Toch zetten we daar in 2025 niet op in. We focussen ons op de toeristen en recreanten. Bovendien is uit een eerder onderzoek van afstudeerders gebleken dat grote bedrijven (nog) niet geïnteresseerd zijn om samen met Visit Land van Cuijk op te trekken - en zo de/hun zakelijke gasten beter te bedienen.

Het vraagt ook veel capaciteit (tijd en geld) om dit goed van de grond op te zetten, capaciteit die Visit Land van Cuijk niet heeft.

2. ANDERS

Wij richten ons ook in 2025 met onze promotie op de drie publieksgroepen die ook in eerdere jaarplannen aan bod zijn gekomen:

1. Zij die hier willen komen
toeristen en dagrecreanten die overwegen om voor een of meerdere dagen naar het Land van Cuijk te komen;
2. Zij die hier zijn
de gasten op bijvoorbeeld vakantieparken, campings en in B&B's, die we proberen te verleiden om het Land van Cuijk te gaan ontdekken;
3. Zij die hier wonen
de inwoners van de gemeente Land van Cuijk, die op zoek zijn naar interessante uitjes in hun eigen omgeving, bij voorkeur op plekken waar ze nog niet eerder zijn geweest.

Bij deze driedeling houden we -impliciet- rekening met de wensen en behoeften van de drie in de Visie Toerisme en Recreatie Land van Cuijk 2024 genoemde leefstijlen.

Acties voor 2025²

Online marketing

- We willen in 2025 de website visitlandvancuijk.nl vervangen door een nieuw online platform. Mocht dat om budgettaire redenen niet mogelijk zijn dan nemen wij de huidige website technisch onderhanden en actualiseren we de content, om het toeristisch-recreatieve aanbod van het Land van Cuijk nog beter aan bezoekers en inwoners te kunnen presenteren;
- Om de kwaliteiten van het Land van Cuijk onder de aandacht te brengen bij degenen die ernaar op zoek zijn, maken we ook in 2025 buiten de regio vooral gebruik van onze sociale mediakanalen op Facebook en Instagram. Daar plaatsen we zowel betaalde als onbetaalde content.
Naast Facebook en Instagram zetten we in 2025 ook actief in op YouTube-marketing;
- We maken zo optimaal mogelijk gebruik van alle technieken die voor deze kanalen beschikbaar zijn. In 2025 starten we met een zoekwoordenonderzoek. Het onderzoek vormt de basis voor onder meer advertentiecampagnes via zoekmachines (SEA), contentontwikkeling en linkbuilding. Daarbij fungeert het centrale online platform als de landingsplek voor degenen die meer willen weten over de toeristische mogelijkheden in het Land van Cuijk;
- Ook in 2025 zetten we influencers in om de toeristische bezienswaardigheden van het Land van Cuijk bij hun brede volgersgroep onder de aandacht te brengen. Dat doen we in samenwerking met onder meer met VisitBrabant en met Libéma, eigenaar van ZooParc Overloon. Het netwerk van deze organisaties wordt ingezet om ook meer Duitse influencers met het Land van Cuijk te laten kennismaken;
- De tweewekelijkse blogs en vlogs van Eefke Peeters krijgen, op een nieuwe leest geschoeid, een prominentere rol in onze sociale media;
- Om de juiste publieksgroepen steeds op het juiste moment met de juiste boodschap aan te spreken maken we begin 2025 een contentkalender waarin wordt vastgelegd wanneer we welke campagne gaan uitvoeren. De contentkalender wordt gepubliceerd zodat ook ondernemers en organisaties op de in de kalender genoemde thema's kunnen aanhaken.

Offline promotie

- Nog meer dan in het verleden gaan we in 2025 de verhalen van het Land van Cuijk vertellen. Waar we tot nu toe vooral de droge feiten (wanneer is er wat te doen?) presenteerden, gaan we in onze middelen nu de soms verrassende, soms avontuurlijke verhalen van historische gebeurtenissen, opmerkelijke plekken en bijzondere evenementen in het Land van Cuijk vertellen. Uiteraard zoeken we daarbij aansluiting bij het merkverhaal van het Land van Cuijk.

Ook houden we rekening met de leefstijlen rustzoekers, verbindingszoekers en de

² Zie ook bijlage 1 voor een beknopt overzicht

harmoniezoekers³, die in de Visie Toerisme en Recreatie Land van Cuijk 2024 als belangrijkste doelgroepen voor de toeristische bedrijven en organisaties in het Land van Cuijk worden beschouwd. Dat doen we bijvoorbeeld door in onze campagnes en middelen toeristische activiteiten te benadrukken die passen bij deze leefstijlen. Daarnaast zorgen we ervoor dat de teksten en beelden die wij in onze uitingen gebruiken aansluiten bij de belevingswereld van de drie leefstijlen.

Wij laten bezoekers, bewoners en ondernemers het verhaal van ons Land van Cuijk vertellen. Wij gaan op pad⁴ en vragen hen wat zij van het aanbod in het Land van Cuijk vinden, wat volgens hen de bijzondere plekken in het gebied zijn en welke ondernemers en attracties zij zouden aanbevelen. Immers, 'wat anderen zeggen wordt eerder voor waar aangenomen'⁵;

- We blijven ook in 2025 bezoekers via brochures en kaarten informeren over wat er in het Land van Cuijk te beleven valt. Zo maken we ook in 2025 het magazine Eropuit in het Land van Cuijk en het Fiets & Wandelboekje. De beide middelen worden verspreid via de accommodaties en de Toeristische Informatiepunten.
- We voegen nog meer beleving aan onze routes toe. We maken niet langer routes langs bijzondere plekken, maar verbinden bijzondere plekken door routes. In 2025 voegen we bovendien een en of meer foodroutes aan ons assortiment toe. Daarmee sluiten we aan op de foodcampagnes van VisitBrabant;
- De huidige overeenkomst met de Land van Cuijk Ballon eindigt eind 2025. In de loop van 2025 wordt bepaald of en zo ja onder welke voorwaarden de overeenkomst wordt verlengd;
- Het Fietsfeest Land van Cuijk krijgt in 2025 een vervolg. Het Fietsfeest Land van Cuijk is een initiatief van de toeristisch-recreatieve platforms Verrassend PlatteLand van Cuijk, Grave Promotie, CRT Cuijk, Ontdek Mill, STER Boxmeer en Ontdek Vierlingsbeek-Overloon, in samenwerking met Visit Land van Cuijk.
- In 2025 vindt weer een Pluk & Oogstfeest plaats, op en rond Kasteel Aldendriel in Mill. Het Pluk & Oogstfeest is een initiatief van stichting Goei Leven en wordt mede gedragen door Land van Cuijk Boert Bewust en ZLTO Land van Cuijk. Visit Land van Cuijk ondersteunt bij de promotie van het evenement;
- Visit Land van Cuijk promoot de groeteractiviteiten in het Land van Cuijk. Eerder is een boekingsmodule ontwikkeld waar belangstellenden hun groeteractiviteit kunnen boeken. De huidige samenwerking wordt in 2025 gecontinueerd, waarbij de groeters zelf verantwoordelijk zijn voor de inhoud van hun activiteiten;
- Het aantal Toeristische Informatiepunten is in de afgelopen jaren fors toegenomen. Visit Land van Cuijk zorgt er ook in 2025 voor dat de Toeristische Informatiepunten worden voorzien van foldermateriaal en praat ze eenmaal per jaar bij over relevante

³ In de afgelopen jaren is uitvoerig onderzoek gedaan naar hoe Nederlanders hun vrije tijd doorbrengen. Op basis van dat onderzoek zijn zeven leefstijlen ontwikkeld. In de Visie Toerisme en Recreatie Land van Cuijk 2024 wordt geconcludeerd dat drie leefstijlen bovenmatig geïnteresseerd zijn om in hun vrije tijd in het Land van Cuijk te zijn: de rustzoekers (blijven het liefst dicht bij huis, om daar te fietsen, te wandelen of helemaal niets te doen), de harmoniezoekers (echte familiemensen, voor wie het gezin op de eerste plaats komt; hartelijke mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtaardig) en de verbindingszoekers (zetten ze graag in voor een ander of voor hun omgeving; genieten van de natuur en van elkaar; trekken graag rond, maar keren ook terug op plekken waar het ze eerder goed is bevallen). Op leefstijlvinder.nl vind je meer kenmerken van deze leefstijlen.

⁴ Hoe we dat gaan doen moet nog worden bepaald.

⁵ Bron: No Budget Marketing – Jos Burgers

ontwikkelingen. In 2025 wordt actief gezocht naar een extra Toeristisch Informatiepunt in het centrum van Boxmeer;

- Met gemeente Land van Cuijk heeft Visit Land van Cuijk al langer een bestuurlijke, een ambtelijke en een financiële relatie. In 2025 wordt onderzocht of er ook praktische relaties mogelijk zijn, zoals het gebruik van de informatieborden bij de invalswegen van een aantal kernen of het plaatsen van informatie op de gemeentepagina in de weekbladen;

Nieuw aanbod

- We onderzoeken de mogelijkheid om in 2025 een Land van Cuijk Pas uit te geven. ToerismePartners krijgen zo de mogelijkheid een aantrekkelijk aanbod te doen aan potentiële bezoekers. Omdat de bezoekers vooral uit de eigen regio komen, is de kans op herhalingsbezoek en een positieve aanbeveling bij vrienden en bekenden -en daarmee het voordeel voor de deelnemende ToerismePartners- groot. Onderdeel van de verkenning is ook hoe wij de fysieke pas kunnen koppelen aan het centrale online platform.
- In 2025 wordt extra aanbod ontwikkeld waarmee het Land van Cuijk wordt gepromoot als een aantrekkelijke fiets- en wandelregio voor fietsers en wandelaars. Daarmee haken we aan op de conclusie uit onderzoeken en rapporten dat voor veel bezoekers en inwoners van het Land van Cuijk fietsen en wandelen de belangrijkste vrijetijdsbesteding is.
Zo wordt in samenwerking met bed & breakfasts in de regio een meerdaags fietsarrangement, waarbij zoveel mogelijk alle 33 kernen in het Land van Cuijk worden aangedaan, in de markt gezet.
Gemeente Land van Cuijk en Wandelnet introduceren in het voorjaar van 2025 het Land van Cuijk Pad, een langeafstandswandeling met meerdere etappes in het Land van Cuijk;
- In de Visie Toerisme en Recreatie Land van Cuijk 2024 wordt voorgesteld om “te verkennen wat de mogelijkheden zijn voor nieuw jaarrond aanbod en/of slechtweervoorzieningen die passen bij relevante trends en ontwikkelingen en bij de huidige en toekomstige doelgroepen”. Gevoed door de resultaten van een enquête heeft bureau Ginder geconstateerd dat er in het najaar en de winterperiode minder te doen is in het Land van Cuijk. Er zijn minder evenementen die ook voor een groter publiek interessant zijn. Bovendien sluiten veel accommodaties na de herfstvakantie hun deuren en gaan ze pas in het voorjaar weer open. Daardoor komen in deze periode, zo blijkt ook uit de Tweemeting Impact Toerisme en Recreatie Land van Cuijk, significant minder toeristen en recreanten naar onze regio.
Eind 2024, begin 2025 inventariseren we het al bestaande najaars- en winteraanbod. Dat brengen we eind 2025, begin 2026 op een aantrekkelijke wijze bij de publieksgroepen onder de aandacht. Daarnaast stimuleren wij ToerismePartners Land van Cuijk om, alleen of in samenwerking met collega’s, nieuw aanbod te ontwikkelen dat wij in het najaar van 2025 in de etalage kunnen zetten.

Campagnes⁶

- Wij zetten in 2025 de campagne ‘Waarom ver weg als het ook dichtbij is’ voort. De campagne is gericht op de eigen inwoners. We leggen wel een ander accent. Was in 2024 bewustwording nog het belangrijkste doel, in 2025 leggen we nadruk op actie. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat inwoners in beweging komen en daadwerkelijk de interessante plekken en evenementen in hun omgeving gaan bezoeken? De campagne wordt ook in het najaar en de winter van 2025 doorgezet. In die periode geven we onder meer het lokale en regionale cultuuraanbod meer aandacht in de campagne. In de campagne, die wordt ondersteund met (ook) advertenties in de lokale weekbladen, speelt de Land van Cuijk Agenda een belangrijke rol, als ‘vindplek’ van informatie over de evenementen in onze regio. Samen met Cybox ontwikkelen we in 2025 acties die ervoor moeten zorgen dat de agenda zo goed, compleet en actueel mogelijk wordt gevuld en bij een breder publiek bekend wordt. We stoppen met het uitgeven van de Land van Cuijk Belevingstas. De inhoud van de Belevingstas (magazine, Fiets & Wandelboekje, eventuele andere kaarten en folders) blijft bij de Toeristische Informatiepunten verkrijgbaar. We maken via onze kanalen bekend dat ze daar gratis kunnen worden opgehaald. We onderzoeken de mogelijkheid om in 2025 in plaats van de Belevingstas een Land van Cuijk Pas uit te geven.
- We geven een vervolg aan de op Duitse toeristen gerichte campagne die wij in 2024 samen met VisitBrabant zijn gestart. Niet zonder reden; uit de in 2024 uitgevoerde Tweemeting Impact Toerisme en Recreatie Land van Cuijk blijkt dat een derde van de verblijfsgasten uit het buitenland afkomstig is. Het percentage Duitse gasten is met 13% aanzienlijk hoger dan tijdens een eerder onderzoek in 2017. We maken bovendien een tijdloze brochure die qua vorm, inhoud en toon past bij het profiel van de Duitse gasten en vooral hun specifieke behoeften (fietsroutes, water, bezienswaardigheden);
- De campagne Maas in het Midden, een gezamenlijk initiatief van Visit Land van Cuijk en Visit Noord-Limburg, wordt voortgezet en op onderdelen verbeterd en geactualiseerd;
- In 2024 heeft het Land van Cuijk zich voor het eerst aangesloten bij het evenement Pontjesdagen dat in eerdere jaren al door een aantal Maasgemeenten is georganiseerd. In 2025 haakt het Land van Cuijk opnieuw aan.

Regie recreatieve promotie Maasheggen UNESCO

In december 2023 heeft de gemeenteraad van het Land van Cuijk een document vastgesteld, waarin de ambities van het programma Maasheggen UNESCO voor de komende vijf jaar zijn toegelicht. Een belangrijke constatering in het document is dat er in de komende jaren meer aandacht moet komen voor de ‘mens’ in de UNESCO-status Mens & Biosfeer. Als reactie daarop is onder meer afgesproken dat Visit Land van Cuijk invulling geeft aan de recreatieve ontwikkelingen in De Maasheggen.

⁶ Zie bijlage 2 voor een tijdsplanning

Dat betekent onder meer dat:

- de bestuursvoorzitter namens Visit Land van Cuijk zitting neemt in de bestuurlijke stuurgroep waarin ook alle andere partners (gemeente Land van Cuijk, Staatsbosbeheer, Brabants Landschap, Vereniging Nederlands Cultuurlandschap, ZLTO, waterschap Aa en Maas, de gezamenlijke dorps- en wijkraden en Mooi Maasvallei) zijn vertegenwoordigd;
- de toeristisch manager deelneemt aan de overleggen van het programmateam en de activiteiten coördineert die tot de programmalijn Recreatie kunnen worden gerekend, waarbij de feitelijke uitvoering soms door anderen wordt gedaan. Voorbeelden van het laatste zijn de bouw van de uitkijktoren en de vervanging van informatieborden in het gebied;
- Visit Land van Cuijk de regie voert over de promotie van De Maasheggen als aantrekkelijke bestemming voor met name eigen inwoners en directe omgeving – en daarvoor ook financiële middelen beschikbaar krijgt;
- Visit Land van Cuijk met collega-organisaties, waaronder de lokale toeristisch-recreatieve platforms, afstemt of en hoe De Maasheggen een plek kunnen/moeten krijgen in gezamenlijke campagnes en andere promotionele activiteiten. Voorbeeld is de campagne Maas in het Midden, die Visit Land van Cuijk samen met Visit Noord-Limburg uitvoert;
- Visit Land van Cuijk minimaal 1x per jaar in gesprek gaat met toeristisch-recreatieve ondernemers in het Maasheggegebied. Enerzijds om hen te informeren over voor hen relevante ontwikkelingen en anderzijds om hen te inspireren aantrekkelijk aanbod te ontwikkelen.

3. SAMEN

Visit Land van Cuijk heeft in 2022 het initiatief genomen tot de oprichting van de community ToerismePartners Land van Cuijk. Inmiddels hebben 162 ondernemers en organisaties, die belang hebben bij een florerende toeristische sector in het Land van Cuijk, zich bij de community aangesloten. Visit Land van Cuijk vervult binnen de community de rol van aanjager, inspirator en -op onderdelen- facilitator.

De drempel om deel te nemen aan deze community is en blijft laag, want kosteloos. We realiseren ons dat er altijd een groep van ondernemers en organisaties is en blijft die niet aangesloten is maar wel profiteert van de inspanningen die we met elkaar doen. De vraag is of dat erg is; hoe meer partijen zich inzetten voor toerisme en recreatie in het Land van Cuijk des te beter. Zij zijn in ieder geval wel uitgesloten van de voordelen die ToerismePartners genieten en worden ook niet uitgenodigd voor de bijeenkomsten die voor en door ToerismePartners worden georganiseerd.

Wij gaan de ToerismePartners in 2025 uitdagen om nog meer in actie te komen. Om, al dan niet samen met anderen, nieuw aanbod te ontwikkelen, maar ook om zich meer bewust te zijn of te worden van hun rol als gastheer van toeristisch Land van Cuijk.

Visit Land van Cuijk biedt ze daarbij de inspiratie én de praktische tools die zij nodig hebben om eerste of volgende stappen te kunnen zetten.

Acties voor 2025⁷

Kennissessies

We organiseren ook in 2025

- een startbijeenkomst (voorjaar) en Inspiratiedag (najaar). De startbijeenkomst blijft vooralsnog voor alle ondernemers en organisaties in het Land van Cuijk toegankelijk. Voor de Inspiratiedag worden alleen ToerismePartners uitgenodigd;
- een 24uur sessie voor ondernemers en organisaties. Mogelijk laten we, bij beperkte belangstelling, ook ondernemers uit aangrenzende regio's meedoen. Zij kunnen in dat geval tegen reële kosten deelnemen. Visit Land van Cuijk is verantwoordelijk voor de uitvoering;
- een workshop reviewmanagement en een workshop internationale gastvrijheid. In 2024 waren deze thema's nog gecombineerd in één traject, maar op ons verzoek wordt dat in 2025 gesplitst. VisitBrabant verzorgt de workshops;
- een workshop Beginnen met Google Analytics. De workshop wordt verzorgd door expert Rico van Lent (Digitale Marketing Consultant) en georganiseerd door VisitBrabant en Visit Land van Cuijk. Tijdens deze workshop leer je als ondernemer te sturen op data en deze in te zetten voor groei van je onderneming.

Netwerkbijeenkomsten

Uit de resultaten van een in september 2024 verstuurd enquête en uit gesprekken met ToerismePartners is een grote behoefte aan netwerkbijeenkomsten gebleken. Vooral het 'kijkje in de keuken' bij collega-partners wordt vaak genoemd. Netwerkbijeenkomsten kunnen bijdragen aan het vergroten van de kennis over wat anderen binnen de community doen en zo de opmaat vormen naar verdergaande vormen van samenwerking. Waar dat kan of wenselijk is pakken we de organisatie samen met andere netwerkclubs in het Land van Cuijk op. Voorwaarde voor de organisatie van de bijeenkomsten is dat ze meerwaarde hebben voor ToerismePartners.

Visit Land van Cuijk organiseert in 2025:

- drie Kijkjes in de Keuken bij ToerismePartners.
Tijdens deze ongedwongen bijeenkomsten zijn we steeds te gast bij een ToerismePartner die zijn/haar onderneming wil voorstellen. Aansluitend is er gelegenheid om onder het genot van een hapje en drankje met collega-ToerismePartners bij te praten. Hiermee geven we invulling aan de behoefte van ToerismePartners om elkaar gedurende het jaar wat vaker te zien en te spreken. Visit Land van Cuijk legt de contacten met ToerismePartners die hun locatie hiervoor beschikbaar willen stellen. De invulling van de bijeenkomst wordt door de gastheer of -vrouw zelf georganiseerd.
- twee themabijeenkomsten in het Land van Cuijk rondom relevante trends of ontwikkelingen.
De thema's voor 2025 zijn Digitalisering (hoe kun je inspelen op nieuwe ontwikkelingen zoals kunstmatige intelligentie en wat betekent dat voor de

⁷ Voor het jaarprogramma ToerismePartners Land van Cuijk zie bijlage 3

gastvrijheid?) en Duurzaam Toerisme (hoe haak je in op de trend van duurzaam toerisme en wat vraagt verduurzaming van jou en jouw bedrijf?).

Visit Land van Cuijk verzorgt het programma van de themabijeenkomsten en zorgt daarbij voor een spreker met een relevant verhaal. Deze bijeenkomsten worden georganiseerd op de locatie van een ToerismePartner, die een duidelijke relatie met het thema heeft.

- een receptionistendag, een bustour langs bezienswaardigheden voor de receptiemedewerkers van de grote en middelgrote verblijfsaccommodaties in het Land van Cuijk. Tijdens de tour willen we receptiemedewerkers, vaak de eerste en soms de enige contactpersoon voor hun gasten, de bijzondere bezienswaardigheden van het Land van Cuijk laten zien én ervaren zodat zij hun bezoekers nog beter kunnen adviseren.

Verder worden:

- de bestaande e-training geüpdatet. Visit Land van Cuijk heeft, in samenwerking met VisitBrabant, eerder al een e-training ontwikkeld. Ondernemers en organisaties kunnen die gebruiken om hun nieuwe medewerkers snel wegwijs te maken in de historie en de bezienswaardigheden van het Land van Cuijk. De e-training wordt in december 2024 vernieuwd;
- een besloten LinkedIn-groep gestart waar ToerismePartners zich voor kunnen aanmelden en waar zij vraag en aanbod met elkaar kunnen delen. Met de oprichting van de groep geven we invulling aan de wens van ToerismePartners om een virtuele ontmoetingsplek te hebben waar ze praktische informatie (openstaande vacatures, welk restaurant kan ik mijn gasten aanbevelen, wie heeft vergelijkbare ideeën of kan mij helpen bij de uitvoering van mijn idee, kunnen we gezamenlijke inkoop doen, etcetera);
- campagnetoolkits voor ToerismePartners gemaakt. We verspreiden in 2025 actief toolkits waarmee ToerismePartners op hun eigen website, op hun sociale media, in hun nieuwsbrieven of anderszins meer bekendheid kunnen geven aan lopende campagnes.

ORGANISATIE

Nogmaals: onze rol

Visit Land van Cuijk is en blijft primair verantwoordelijk voor de promotie van toerisme en recreatie in het Land van Cuijk. Dat doen we samen met toeristisch-recreatieve ondernemers en organisaties, mét oog voor de belangen van zowel de bedrijven, de bezoekers als ook de bewoners.

Een aantal respondenten van de in september 2024 uitgezette enquête heeft Visit Land van Cuijk gevraagd nog een vierde rol te vervullen: die van belangenbehartiger voor de toeristische sector in het Land van Cuijk.

Dat gaan we niet doen. Het past niet binnen onze opdracht. Bovendien hebben wij niet de deskundigheid en de autoriteit om onderwerpen als toeristenbelasting en handhaving op de juiste momenten bij de juiste partijen onder de aandacht te brengen. Die rol ligt bij andere partijen, zoals HISWA-Recron en Koninklijke Horeca Nederland.

Team Visit Land van Cuijk

De rolverdeling binnen het team, dat uitvoering geeft aan de werkzaamheden van Visit Land van Cuijk, wijzigt niet:

- toeristisch manager, 16 uur per week;
- coördinator, 16 uur per week;
- projectleider ToerismePartners, 8 uur per week.

Wel houden we in de begroting voor 2025 een bedrag beschikbaar om de extra inspanningen, die nodig zijn om de gewenste 'sprong voorwaarts' (zie *toelichting op pagina 2*) te maken te kunnen betalen. Denk daarbij aan onder meer het waarmaken van de verwachtingen die voortvloeien uit de Tweemeting Impact Toerisme en Recreatie Land van Cuijk en de Visie Toerisme en Recreatie Land van Cuijk 2024 en ons streven naar een meer geïntegreerde marketingaanpak. Het gaat om een flexibel inzetbaar, eenmalig budget. Het budget wordt beheerd door de toeristisch manager, die over de besteding ervan verantwoording aflegt aan het bestuur van Visit Land van Cuijk.

SamenWerkers

Visit Land van Cuijk heeft in de afgelopen jaren een netwerk van specialisten om zich heen verzameld, die niet alleen werk uit handen nemen maar vooral van meerwaarde zijn op de vakgebieden waar zij goed in zijn.

In 2025 wordt samengewerkt met

- **Cybox internet en communicatie, Boxmeer:** websites en vormgeving fysieke middelen;
- **Social Noot, Sambeek:** social media betaald en onbetaald;
- **Eefke Peeters, Sint Anthonis:** blogs, vlogs en fotografie;
- **VisitBrabant/Routebureau Brabant:** trainingen, workshops, reviewmanagement, regionale DMO-bijeenkomsten, routeontwikkeling, persreizen, etcetera;

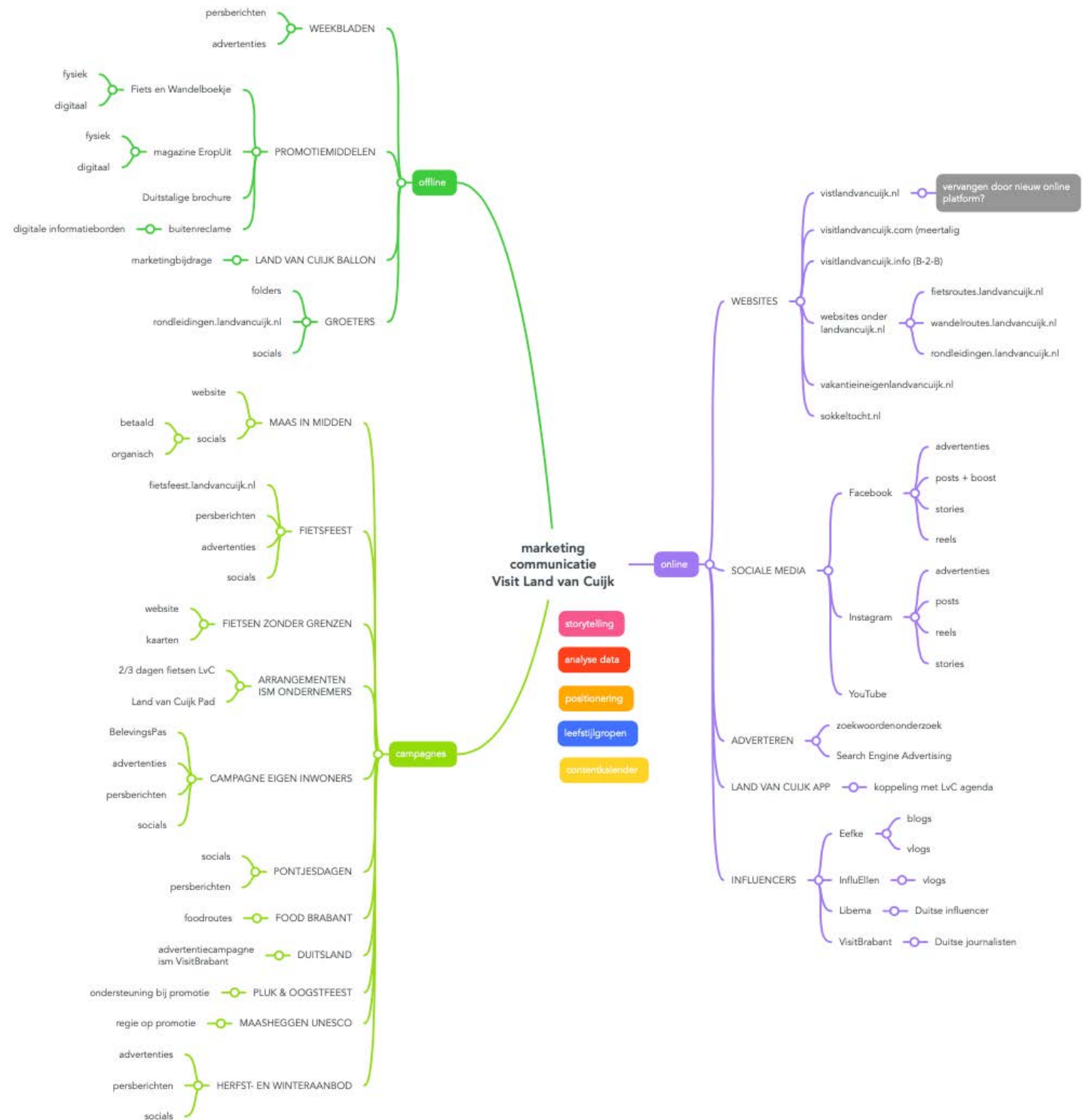
Overeenkomst gemeente Land van Cuijk

De meerjarige samenwerkingsovereenkomst die Visit Land van Cuijk en de toenmalige vijf gemeenten (Boxmeer, Cuijk, Grave, Mill en Sint Hubert en Sint Anthonis) in 2020 hebben gesloten loopt in 2025 af. Met gemeente Land van Cuijk worden in het voorjaar van 2025 gesprekken gevoerd over verlenging/vernieuwing van de overeenkomst.

Bronnen:

- Visie Recreatie en Toerisme Land van Cuijk, Ginder, 2024
- Tweemeting toerisme en recreatie Land van Cuijk, Ginder, 2024
- Ontwikkeling foodtoerisme, VisitBrabant, 2025
- Verkenning agrotourisme, NBTC, 2024
- Digitale expeditie: landelijke visie op de digitale transformatie van het gastvrijheidsdomein, NBTC, 2025
- Versterken samenwerking toerisme Noord-Oost Brabant, bijeenkomst Veghel, 2025
- Aanpak regiomarketing, bijeenkomsten met Spiegel Communicatie, 2025
- Enquête ToerismePartners Land van Cuijk, Visit Land van Cuijk, 2025
- Visiedocument Centraal Online Platform, ComResult/Visit Land van Cuijk. 2024
- Brainstormbijeenkomsten, Visit Land van Cuijk, 2025
 - met bestuur
 - met partners promotiemiddelen (Cybox, Eefke Peeters, Social Noot)
 - ToerismePartners
 - voorzitters platforms
 - VisitBrabant
- Uitwerking programmalijn Recreatie, Maasheggen UNESCO, 2025
- 'Onvergetelijk Onthaasten, visie op toerisme en recreatie Land van Cuijk 2022-2025', RBT Land van Cuijk, 2021

BIJLAGE 1



BIJLAGE 2

PLANNING CAMPAGNES 2025

	januari	februari	maart	april	mei	juni	juli	augustus	september	oktober	november	december
via Visit Land van Cuijk												
werving toeristen via socials	seizoen 2025										seizoen 2026	
Fietsfeest												
meerdaags fietsen/wandelen												
eigen inwoners												
Pontjesdagen												
Pluk & Oogstfeest												
Herfst/Winter												
andere social accounts												
Maas in Midden												
Fietsen zonder Grenzen												
Duitsland												
Maasheggen												

BIJLAGE 3

PROGRAMMA TOERISMEPARTNERS 2025

	activiteit	organisator(en)	voorwaarden
JANUARI			
9 januari	workshop Beginnen met Google Analytics (dagdeel)	VisitBrabant & Visit Land van Cuijk	minimaal 10 deelnemers; deelname = kosteloos
FEBRUARI			
18 februari	workshop Internationale gastvrijheid (dagdeel)	VisitBrabant & Visit Land van Cuijk	minimaal 15 deelnemers; deelname = kosteloos
18 februari	workshop Meer gasten door reviews (dagdeel)	VisitBrabant & Visit Land van Cuijk	minimaal 15 deelnemers; deelname = kosteloos
ntb	ontwikkelprogramma 24uur Toekomstsessie (twee dagen)	Visit Land van Cuijk	6 tot 8 deelnemers; de deelnemers betalen een eigen bijdrage van € 100,00 per persoon.
MAART			
ntb	bijeenkomst Kijkje in de Keuken bij een ToerismePartner (dagdeel)	ToerismePartner & Visit Land van Cuijk	minimaal 6 deelnemers; deelname = kosteloos
APRIL			
ntb	themabijeenkomst Digitalisering (dagdeel)	Visit Land van Cuijk	minimaal 10 deelnemers; deelname = kosteloos
2 ^e week april	startbijeenkomst Aftrap toeristisch seizoen (dagdeel)	Visit Land van Cuijk	Voor deze bijeenkomst worden ook niet-ToerismePartners uitgenodigd; deelname = kosteloos
MEI			

ntb	receptionistentour inspirerende bustour voor receptiemedewerkers (een dag)	Visit Land van Cuijk	minimaal 15 deelnemers; de deelnemers betalen een eigen bijdrage van € 25,00 per persoon.
SEPTEMBER			
ntb	bijeenkomst Kijkje in de Keuken bij een ToerismePartner (dagdeel)	ToerismePartner & Visit Land van Cuijk	minimaal 6 deelnemers; deelname = kosteloos
OKTOBER			
ntb	themabijeenkomst Duurzaam toerisme (dagdeel)	Visit Land van Cuijk	minimaal 10 deelnemers; deelname = kosteloos
NOVEMBER			
ntb	bijeenkomst Kijkje in de Keuken bij een ToerismePartner (dagdeel)	ToerismePartner & Visit Land van Cuijk	minimaal 6 deelnemers; deelname = kosteloos
ntb	Inspiratiedag 2025	Visit Land van Cuijk	Voor deze bijeenkomst worden alleen ToerismePartners uitgenodigd; deelname = kosteloos