



Samen dóór

**Meerjarenvisie
2026-2029**
Visit Land van Cuijk

**LAND
VAN
CUIJK**

**Dat voelt
gewoon goed**

VOORWOORD

In deze meerjarenvise 2026-2029 schetsen wij een beeld van de verwachte ontwikkeling van toerisme en recreatie in het Land van Cuijk in de komende vier jaar – en de rol die Visit Land van Cuijk daar in kan, wil en mag vervullen.

Visit Land van Cuijk, destijds nog Regionaal Bureau voor Toerisme Land van Cuijk, heeft in mei 2021 een eerste meerjarenvise opgesteld.

De meerjarenvise 2022-2025 is niet meer actueel. Het visiedocument is geschreven in coronatijd, in een periode waarin er nog veel onzekerheid was over het effect van de wereldwijde virusuitbraak op het toeristisch bezoek aan het Land van Cuijk. Die onduidelijkheid maakte destijds het doen van realistische voorspellingen lastig. Inmiddels weten we, ook uit onderzoeken, dat de coronaperiode ervoor heeft gezorgd dat Nederlandse vakantiegangers hun eigen land zijn gaan (her)ontdekken en dat sindsdien de tot dan onbekendere regio's, zoals het Land van Cuijk, vaker worden bezocht.

Daarnaast heeft ook de organisatie van Visit Land van Cuijk zich sterk (door)ontwikkeld, zijn de budgettaire mogelijkheden nu ruimer dan vier jaar geleden en heeft de samenvoeging van vijf gemeenten tot één gemeente Land van Cuijk geleid tot een intensievere samenwerking met de lokale overheid.

In deze visie hebben wij onze koers voor de komende vier jaar uitgewerkt waarbij we rekening houden met de conclusies en aanbevelingen van de in 2024 door de gemeenteraad vastgestelde toeristisch-recreatieve visie¹, het in 2024 verrichte onderzoek naar de toeristische ontwikkeling van het Land van Cuijk en notities, rapporten en presentaties van onder meer NBTC en BrabantPartners (voorheen VisitBrabant).

Deze meerjarenvise is opgesteld met de kennis van nu. Het is nog onduidelijk, onzeker en dus ook onvoorspelbaar wat de invloed van huidige en toekomstige geopolitieke en economische veranderingen wordt op de ontwikkeling van toerisme en recreatie in het Land van Cuijk – en op deze meerjarenvise.

Het bestuur van Visit Land van Cuijk

november 2025

¹ Alle in deze notitie genoemde rapporten en onderzoeken zijn terug te vinden op www.visitlandvancuijk.info/over-ons/onderzoeken



HOOFDSTUK 1

Strategie

Perspectief 2030 = het uitgangspunt

Voor Visit Land van Cuijk blijft het door NBTC ontwikkelde Perspectief 2030² het uitgangspunt voor haar denken en doen. Deze visie, al in 2018 samengesteld door ruim honderd experts uit sectoren als toerisme, mobiliteit, onderwijs en cultuur, is nog steeds actueel.

Tijdens de ToerismeTop van september 2025 heeft NBTC aangekondigd in 2026 te starten met de ontwikkeling van een nieuw toekomstbeeld voor toerisme in Nederland: Perspectief 2040. De oplevering van Perspectief 2040 staat gepland voor januari 2027. Hoewel het huidige Perspectief 2030 nog steeds relevant is, bestaat er, naar de mening van NBTC, behoefte aan een nieuwe stip op de horizon. Dat wordt mede ingegeven door maatschappelijke uitdagingen zoals de woningmarkt, ruimtedruk, digitalisering, arbeidskrapte en betaalbaarheid van vakanties.

De verwachting is dat ook Perspectief 2040, net als nu Perspectief 2030, duidelijk maakt wat de uitdagingen van de toeristische sector zijn en welke rol lokale en regionale destiniemarketingorganisaties zoals Visit Land van Cuijk kunnen en soms ook móeten spelen.

De ambitie van Perspectief 2030 is helder: **‘in 2030 heeft iedere Nederlander profijt van toerisme’**.³

Alle onderzoeken naar de effecten van toerisme en recreatie, zowel (inter)nationaal als lokaal, hebben dezelfde, breed gedragen conclusie: toerisme levert ons veel op. Veel meer dan vaak wordt verondersteld.

Toerisme en recreatie vergroot onze wereld, het maakt ons trots én het heeft economische waarde. De uitkomsten van het in 2024 uitgevoerde onderzoek naar de toeristische ontwikkeling van het Land van Cuijk bewijzen dat laatste: in 2023 bedroegen de bestedingen van toerisme en recreatie in de gemeente Land van Cuijk circa € 117 miljoen euro. Iets meer dan 42% komt voor rekening van het verblijfstoerisme, de rest komt uit dagrecreatie. Uit andere resultaten van hetzelfde onderzoek blijkt bovendien dat toerisme en recreatie een positieve impact hebben op onder meer het voorzieningenniveau in de kernen van het Land van Cuijk.

Toerisme is dus meer dan bezoekers van verder weg een prettig verblijf bezorgen. Het draagt ook bij aan het oplossen van maatschappelijke vraagstukken (vergroten van de leefbaarheid, creëren van werkgelegenheid, instandhouding van voorzieningen, realiseren van duurzaamheidsdoelstellingen, enzovoorts) die invloed hebben op onze welvaart en ons welzijn.

Dat brengt een verantwoordelijkheid met zich mee. Ook voor Visit Land van Cuijk. Hoewel wij primair een destiniemarketingorganisatie zijn, kunnen wij het ons niet

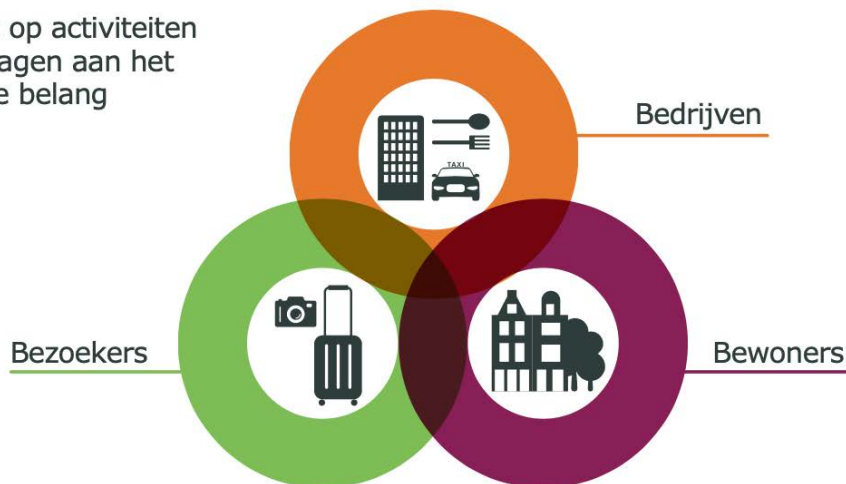
² Zie <https://www.nbtc.nl/nl/site/over-ons/wat-we-doen/perspectief-2030>

³ In de in 2024 door de gemeenteraad Land van Cuijk vastgestelde toeristisch-recreatieve visie is de landelijke ambitie aangepast naar **“in 2035 elke inwoner in het Land van Cuijk profiteert van toerisme en recreatie”**.

veroorloven om bij het maken van onze (promotie-)plannen alleen in te zetten op meer bezoekers en meer rendement voor de bedrijven. Wij hebben ook rekening te houden met de belangen van de inwoners. Om ook in de toekomst draagvlak te houden voor toerisme en recreatie in het Land van Cuijk is het cruciaal dat zij (gaan) zien hoe profijtelijk toerisme voor hen is.

Gezocht: de goede balans

Inzetten op activiteiten die bijdragen aan het gedeelde belang



Toerisme groeit, zo blijkt ook uit de laatste meting van de toeristische ontwikkeling in het Land van Cuijk - en blijft, zo is de verwachting, voorlopig groeien. Zoals ook de recreatiebehoefte van eigen inwoners groeit.

Gelijktijdig blijft de beschikbare ruimte gelijk. Of wordt zelfs minder, door het beslag dat bijvoorbeeld de bouw van woningen en bedrijven en de aanleg van infrastructuur op die ruimte leggen.

Het is belangrijk om steeds te blijven zorgen voor een goede balans tussen de belangen van de bezoekers, de bedrijven én de bewoners. Het is op de eerste plaats aan de gemeente Land van Cuijk om daar via haar toeristisch-recreatieve beleid inhoud aan te geven. Lokaal draagvlak voor nieuwe ontwikkelingen en investeringen in de sector is cruciaal.

Zoals het ook relevant is om voortdurend te blijven uitdragen hoe toerisme en recreatie bijdragen aan de welvaart en het welzijn van de inwoners van het Land van Cuijk:

- **economisch**
zoals: meer werkgelegenheid, inkomen voor ondernemers en hun medewerkers, waardeinstijging van vastgoed, betere voorzieningen (want: meer ruimte voor innovatie) door toerisme;
- **sociaal**
zoals: versterking van gemeenschapsgevoel en de sociale interactie. Meer inkomen bij ondernemers leidt tot een grotere bereidheid om het lokale verenigingsleven te ondersteunen en het creëert een gevoel van trots;
- **leefomgeving**
zoals: behoud en verbetering van het lokale voorzieningenniveau en de

regionale infrastructuur, meer bereidheid om te investeren in het behoud van natuur en erfgoed en meer levendigheid.

Recreatie draagt niet alleen bij aan meer welvaart, maar ook aan het welzijn van inwoners. Recreatie zorgt ervoor dat inwoners eropuit trekken, meer gaan bewegen en zich ontspannen – en dat heeft weer positieve effecten op hun fysieke en mentale gezondheid.

Dat uitdragen heeft pas écht resultaat als inwoners van het Land van Cuijk (gaan) merken dat toerisme hen ook daadwerkelijk iets bréngt. Pas als zij de tastbare voordelen van toerisme ervaren gaan ze er ook actief van profiteren.

Visit Land van Cuijk levert door de campagnes die het voert, de publieksgroepen die het daarmee aanspreekt, de activiteiten die het onderneemt en de boodschappen die het tijdens bijeenkomsten en in perscontacten uitdraagt een actieve bijdrage aan meer begrip voor het belang van toerisme en recreatie voor het Land van Cuijk.

Land van Cuijk. Dat voelt gewoon goed.

Begin 2025 heeft het bureau Spiegel, in opdracht van gemeente Land van Cuijk, de opdracht gekregen een gebiedsmarketingaanpak uit te werken. Visit Land van Cuijk is bij dat proces betrokken geweest.

Een breed gedragen gebiedsmarketingaanpak helpt om de trots van inwoners en ondernemers op hun omgeving te vergroten en spreekt de publieksgroepen aan die wij graag naar het Land van Cuijk zien komen.

In dit positioneringstraject zijn in een vroeg stadium de kernwaarden voor het Land van Cuijk bepaald. De kernwaarden geven richting aan hoe het merk Land van Cuijk kan worden uitgedragen en hoe je je kunt verbinden met de regio en de mensen die er wonen en werken.

De drie kernwaarden, inclusief de toelichtende teksten, zijn:

Gemoedelijk

‘Voel je helemaal thuis, zelfs ver van huis’

“Het Land van Cuijk is een plek waar mensen elkaar kennen, elkaar groeten op straat en voor elkaar klaarstaan. De straten en pleinen ademen gezelligheid, de knusse overnachtingsmogelijkheden dragen bij aan het gevoel van thuis zijn. In het Land van Cuijk organiseren we samen en is een sterke onderlinge verbondenheid. Daar ben je ook als gast meteen onderdeel van. Hier voel je je altijd welkom.”

Veelzijdig

‘Onze veelzijdigheid verveelt nooit’

“In het Land van Cuijk kun je in één dag verschillende landschappen, culturen en activiteiten ervaren. We bieden een breed scala aan ervaringen: van culinair genieten tot historische bezienswaardigheden, van kunstgalerieën tot levendige markten, en van fietsen tot wandelen.”

Ruimte

‘Voel je vrij om je eigen weg te kiezen’

“Onze ruimte nodigt uit tot verkenning en ontspanning, daar waar je de dagelijkse drukte even achter je laat. Hier vind je vrijheid en ga je helemaal op in het moment. Je maakt herinneringen die je nog lang bijblijven.”

Al die elementen komen samen in wat Het Verhaal van het Land van Cuijk is genoemd: *In het Land van Cuijk voel je de ruimte – ruimte om op adem te komen, het landschap te ontdekken en te genieten.*

Het veelzijdige landschap en de rijke historie geven onze regio haar unieke karakter. De Maasheggen, het oudste cultuurlandschap van Nederland, zijn een levend bewijs van de verbinding tussen mens en natuur.

Onze gemeenschappen kenmerken zich door een gemoedelijke, nuchtere mentaliteit van de inwoners.

Hier werken we samen, helpen we elkaar en vinden we altijd oplossingen. Of je nu fietst langs de Maas, ontspant bij de plassen of wandelt door bossen en heide - het Land van Cuijk biedt een omgeving waar je je meteen thuis voelt.

Het Land van Cuijk - Dat voelt gewoon goed.

Sinds het voorjaar van 2025 gebruikt ook Visit Land van Cuijk in al haar uitingen, zowel offline als online, het Verhaal van het Land van Cuijk en de huisstijl.



5 trends voor de komende jaren

Perspectief 2030 beschouwen we als de inhoudelijke basis van deze (en de vorige) meerjarenvisie. Gelijktijdig zijn er ook trends en ontwikkelingen die in de komende jaren van grote invloed zijn op toerisme en recreatie, ook in het Land van Cuijk.

Voor het Land van Cuijk beschouwen wij de volgende 5 trends als relevant:

1. We gaan vaker, korter en op wisselende momenten op vakantie

De gemiddelde verblijfsduur per vakantie daalt. Daar staat tegenover dat vakantiegangers ervoor kiezen om vaker op vakantie te gaan. Niet alleen in de zomervakantie, maar ook in het voor- en naseizoen.

In coronatijd zijn de recreatiemogelijkheden dichtbij huis ‘herontdekt’. Het aantal bezoekers van natuur- en recreatiegebieden is toegenomen. Uit onderzoek van de ANWB blijkt dat het aantal recreatieve activiteiten in de directe woonomgeving en in recreatiegebieden nog verder zal toenemen. Dit komt onder meer door bevolkingsgroei, hogere kosten voor mobiliteit en toenemende aandacht voor gezondheid en bewegen.

Voor Visit Land van Cuijk betekent dat dat wij, in afstemming met ondernemers, nog bewuster campagne gaan voeren. Niet alleen -of misschien zelfs níet- in de toch al drukke zomerperiode, maar vooral in het voor- en najaar, gericht op de vakantiegangers (ouderen, Duitsers, gezinnen) die dan de tijd hebben om er een aantal dagen op uit te trekken.

Visit Land van Cuijk inspireert ToerismePartners om specifiek(er) aanbod te ontwikkelen voor de publieksgroepen die vaker, korter en op wisselende momenten op vakantie gaan.

2. het platteland is in trek

In sommige steden staat de leefbaarheid, zeker voor economisch minder sterke publieksgroepen, onder druk. Dat, in combinatie met de hang naar meer digitaal werken en winkelen, maakt dat stedelijke woonomgevingen minder populair worden.

Recent onderzoek van het NBTC wijst uit dat bijna 80% van de Nederlanders, Belgen en Duitsers geïnteresseerd zijn in een vakantie op het platteland. De rust van het platteland en de mogelijkheden voor onthaasten trekt een steeds grotere groep van toeristen. Even weg uit de dagelijkse drukte en meer tijd doorbrengen in de natuur.

Visit Land van Cuijk gaat in campagnes nog nadrukkelijk de waarden van het Land van Cuijkse platteland (rust, ruimte, authentieke producten) onder de aandacht brengen. Dat past ook bij de eerdergenoemde positionering 'Land van Cuijk. Dat voelt gewoon goed.'

3. digitalisering

De toerismesector is traditioneel sterk afhankelijk van fysieke interacties en persoonlijke ervaringen. Toch ziet ook zij zich geconfronteerd met een snel veranderend digitaal landschap. De opkomst van geavanceerde technologieën zoals kunstmatige intelligentie (AI), big data en flexibilisering van internetdiensten biedt ongekennde mogelijkheden, maar ook uitdagingen voor toeristische ondernemers en organisaties in het Land van Cuijk.

Doe je niet mee als bedrijf, dan loop je het risico dat je achteropraakt en mogelijk zelfs kopje onder gaat.

Visit Land van Cuijk gaat zelf vaker en meer digitale technieken (centraal online platform, online marketing, AI, app etc) toepassen in haar middelen en stimuleert ondernemers, onder meer via workshops, om dat voorbeeld te volgen.

4. duurzaam en zelfs regeneratief toerisme

Duurzaam toerisme, ook wel verantwoord toerisme of ecotoerisme genoemd, houdt rekening met de huidige en toekomstige ecologische, sociale en economische gevolgen van toerisme.

Er bestaan geen algemeen geaccepteerde criteria voor duurzaam toerisme of ecotoerisme. Wel heeft de Verenigde Naties een aantal principes voor duurzaam toerisme vastgelegd. Duurzaam toerisme moet volgens die principes onder meer:

- in economisch opzicht levensvatbaar zijn;
- bijdragen aan de lokale economie en welvaart;
- bijdragen aan goed werkgeverschap;
- lokale gemeenschappen betrekken bij besluitvorming over en beheer van toeristische activiteiten in hun gebied;
- de kwaliteit van leven van lokale gemeenschappen beschermen of verbeteren;
- de culturele identiteit, tradities en cultuurhistorie van de gemeenschappen in het gebied respecteren;
- de kwaliteit van landschap en milieu respecteren;
- de biologische rijkdom, flora, fauna en hun leefgebieden en -omstandigheden respecteren;

- het gebruik van schaarse en niet vervangbare natuurlijke hulpbronnen minimaliseren;
- de vervuiling van water, bodem en lucht minimaliseren.

De laatste jaren is regeneratief toerisme in opkomst. Regeneratief toerisme is niet alleen voorkomen dat toeristen schade aanrichten, maar wil juist stimuleren dat bezoekers actief bijdragen aan het herstel van natuur en gemeenschappen. Toerisme verandert zo van re-creatie in co-creatie: toeristen willen de plekken waar ze naartoe reizen beter maken en beter achterlaten.

Visit Land van Cuijk volgt deze ontwikkelingen op de voet¹. Het bevorderen van regeneratief toerisme is voor het Land van Cuijk, zeker op korte termijn, nog een brug te ver, maar kan later van belang worden – en wellicht uiteindelijk zelfs een onderscheidende kwaliteit van het gebied worden.
Visit Land van Cuijk inspireert ToerismePartners om aanbod te ontwikkelen dat inspeelt op de trend van duurzaam toerisme.

5. samenwerking

‘Alleen ga je sneller, samen kom je verder’. Dit vaker gebruikte Afrikaanse gezegde wordt door Visit Land van Cuijk in de praktijk gebracht. Het heeft onder meer geleid tot de oprichting van de community ToerismePartners, maar ook tot intensieve samenwerkingen met onder meer BrabantPartners, collega-organisaties als Visit Noord-Limburg, landelijke organisaties als NBTC en Landelijke Data Alliantie⁴, lokale en regionale platforms, vrijwilligers (groeters en gidsen), Toeristische Informatiepunten, de gemeente én onze SamenWerkers, de partners die helpen bij de uitvoering van onze ideeën.

Visit Land van Cuijk gaat in de komende jaren de huidige samenwerkingen versterken en waar passend bij onze strategie meer samenwerkingen aan. De voorwaarde die wij daar aan verbinden is dat samenwerkingen die wij aangaan altijd in het belang van ondernemers en inwoners van het Land van Cuijk moeten zijn.

De rol van Visit Land van Cuijk

Visit Land van Cuijk is een destiniatiemarketingorganisatie (DMO). Met andere woorden: wij promoten het Land van Cuijk als een aantrekkelijke toeristische bestemming. Dat doen we niet alleen, maar, zoals hiervoor al gemeld, in samenwerking met vele anderen. Wij zijn géén belangenbehartiger van het toeristisch bedrijfsleven in het Land van Cuijk. Ook zijn wij niet verantwoordelijk voor bijvoorbeeld de inning en besteding van toeristenbelasting en de handhaving van vergunningen. Die rol kunnen én willen wij niet vervullen.

Het is en blijft onze opdracht én ambitie om -samen met ondernemers, organisaties en

⁴ Onze samenwerking met de Landelijke Data Alliantie (LDA; www.landelijkedataalliantie.nl) bestaat eruit dat vertegenwoordigers van Visit Land van Cuijk de door de LDA georganiseerde bijeenkomsten bezoeken en actief gebruikmaken van hun kennisbank. De LDA vraagt op haar beurt actief naar de mening van de partijen waarmee zij samenwerken.

overheden- het Land van Cuijk te promoten als een aantrekkelijke toeristische bestemming. Daarbij houden wij rekening met de trends, de ontwikkelingen, de wensen en behoeften die eerder in dit hoofdstuk zijn beschreven.

Zijn onze doelen ook kwantificeerbaar? Ongetwijfeld. Toch doen we dat niet, juist omdat een succesvolle promotie bij uitstek een samenspel is tussen vele partijen. Het is de vraag wat precies onze invloed is op resultaten van die gezamenlijke inspanningen. Als in 2029 blijkt dat er 10 % meer dagbezoeken aan het Land van Cuijk zijn gebracht, is dat onze verdienste? Of die toename vooral te danken aan het verbeterde aanbod of andere activiteiten van ondernemers? Hetzelfde geldt bij 10% minder bezoeken. Is dat onze schuld of het resultaat van bijvoorbeeld geopolitieke ontwikkelingen waar wij geen invloed op hebben?

Belangrijker is dat wij steeds kunnen verantwoorden wát wij doen om de bekendheid van het Land van Cuijk als toeristische bestemming te vergroten en hÓe wij ondernemers en organisaties betrekken.

We hebben een aantal ‘knoppen’ waar wij aan kunnen draaien om uitvoering te geven aan de toeristisch-recreatieve visie van het Land van Cuijk.



- **positionering**
we geven, samen met anderen, kleur aan de positionering van het Land van Cuijk;
- **promotie**
we promoten, ook hier samen met anderen, het Land van Cuijk als een aantrekkelijke toeristische bestemming;
- **kennisoverdracht**
we helpen ondernemers en organisaties met nieuwe, relevante kennis;
- **aanbodontwikkeling**
we inspireren ondernemers en organisatie om, eventueel samen met anderen, nieuw aanbod te ontwikkelen, dat past bij de positionering van het Land van Cuijk;
- **data-analyse**
we onderbouwen de keuzes die wij maken met data uit verschillende bronnen en onderzoeken.

Deze aanpak is niet nieuw voor Visit Land van Cuijk.

We ontwikkelen al jaren campagnes, gericht op eigen inwoners en bezoekers.

We maken nu al, binnen de grenzen van onze mogelijkheden, maximaal gebruik van de kanalen die tot onze beschikking staan om het Land van Cuijk te promoten.

We zijn betrokken geweest bij het maken van keuzes voor de positionering van het Land van Cuijk.

We organiseren workshops en andere bijeenkomsten om de kennis van ondernemers te vergroten en hen te helpen volgende stappen te zetten.

We zijn de aanjager van de community ToerismePartners Land van Cuijk, waarin meer dan 200 ondernemers en organisaties samenwerken om de toeristische kwaliteiten van de regio onder de aandacht te brengen.

We maken, zij het nog niet optimaal, gebruik van onderzoeksresultaten om onze marketingbudgetten nog gericht te kunnen inzetten.

We zetten onderzoek in om, waar dat gewenst is, gemeente, politiek en ToerismePartners van informatie te voorzien over de effecten van toerisme en recreatie voor de inwoners van het Land van Cuijk. Op die manier kunnen wij helpen om bij inwoners van onze regio het begrip voor het belang van – en daarmee het draagvlak voor- toerisme en recreatie te vergroten.

Aan alles wat we doen moeten bezoekers, bedrijven en bewoners aantoonbaar behoefte hebben. Is er geen vraag naar een product, actie of aanpak, dan steken wij er ook geen energie in.

DE SLAG BIJ OVERLOON EN DE BEVRIJ VAN VENRAY

Slag bij Overloon

Toegang voor maximaal:

1. Een groep van maximaal 15 personen

2. Een groep van maximaal 15 personen

3. Een groep van maximaal 15 personen

4. Een groep van maximaal 15 personen

5. Een groep van maximaal 15 personen

6. Een groep van maximaal 15 personen

7. Een groep van maximaal 15 personen

8. Een groep van maximaal 15 personen

9. Een groep van maximaal 15 personen

10. Een groep van maximaal 15 personen

11. Een groep van maximaal 15 personen

12. Een groep van maximaal 15 personen

13. Een groep van maximaal 15 personen

14. Een groep van maximaal 15 personen

15. Een groep van maximaal 15 personen

16. Een groep van maximaal 15 personen

17. Een groep van maximaal 15 personen

18. Een groep van maximaal 15 personen

19. Een groep van maximaal 15 personen

20. Een groep van maximaal 15 personen

HOOFDSTUK 2

Uitvoering

Voor een succesvolle uitvoering van onze plannen is het belangrijk dat we

1. **de juiste publieksgroep op het juiste moment met het juiste aanbod aanspreken.**
Dat vraagt om een geïntegreerde marketingcommunicatieaanpak.
2. **actief samenwerking zoeken met ondernemers, organisaties en andere partijen die ons kunnen en willen helpen om het Land van Cuijk te promoten als een aantrekkelijke toeristische bestemming.**
Hoe meer partners wij aan ons weten te binden hoe groter de kans dat we succesvol zijn.

1. Marketingcommunicatieaanpak



Visit Land van Cuijk wil meer samenhang creëren in haar marketingaanpak door

- te (blijven) onderzoeken hoe onze publieksgroepen zijn samengesteld en wat hun behoeften zijn;
- concrete en meetbare plannen te maken;
- de plannen ook daadwerkelijk uit te voeren;
- vast te stellen of plannen ook het gewenste effect hebben gehad en zo nee, wat er nodig is om ze wel succesvol te laten zijn.

Op wie richten we ons?

Visit Land van Cuijk promoot het Land van Cuijk als een aantrekkelijke reisbestemming voor met name⁵

- **verbindingzoekers**

Verbindingzoekers zijn behulpzame en hartelijke mensen die het belangrijk vinden om er voor anderen te zijn, zowel in hun persoonlijke leven als in hun vrije tijd, vaak via verenigingsleven of vrijwilligerswerk. Ze houden van gezelligheid,

⁵ We maken, zoals ook is gedaan in de toeristisch-recreatieve visie van de gemeente Land van Cuijk, gebruik van leefstijlen. Een uitvoerige toelichting op de leefstijlen is te vinden op www.leefstijlvinder.nl

rust en stilte en zoeken ontspanning en verbinding met de natuur of cultuur, bijvoorbeeld tijdens wandel- of fietstochten, en zijn graag samen met hun partner op pad.

- **harmoniezoekers**

Harmoniezoekers zijn hartelijke en gemoedelijke mensen die veel waarde hechten aan gezelligheid, vriendschap en het samenzijn met familie en vrienden. Voor hen is het belangrijkste doel van vrijetijdsactiviteiten het gezelschap, niet zozeer de activiteit zelf. Ze zoeken uitjes waarbij iedereen kan deelnemen en genieten van een goede sfeer, en waarden geborgenheid en gastvrijheid;

- **rustzoekers**

Rustzoekers zijn mensen die rust, regelmaat en comfort verkiezen, het liefst in hun eigen vertrouwde omgeving. Ze waarderen een kalme, stabiele levensstijl, vermijden verrassingen en doen vakantie of uitjes graag dicht bij huis in Nederland.



De leefstijlen bieden veel inzicht in wie de belangrijkste bezoekers van het Land van Cuijk zijn en wat ze hier komen, maar zijn ook nog abstract en lastig toepasbaar in de ontwikkeling van marketingcommunicatieplannen.

Om deze reden zijn, gebaseerd op de leefstijlen, persona's⁶ ontwikkeld voor het Land van Cuijk. Persona's zijn fictieve, gedetailleerde profielen van doelgroepen, gebaseerd op onderzoek en gegevens uit bijvoorbeeld marktonderzoek en gedragsanalyse. Ze helpen ons om de mensen die behoren tot de drie leefstijlen een concreet gezicht te geven. Daardoor begrijpen we beter wie deze mensen zijn, wat hun behoeften, doelen en frustraties zijn, en hoe wij hen kunnen bereiken en bedienen.



1. Vera (Harmoniezoeker) de Cultuurliefhebber

zoekt ontspanning met haar gezin in combinatie met culturele ervaringen. Zij communiceert via visuele platforms en maakt gebruik van de uit-agenda.



2. Peter (Rustzoeker) de Natuurfan

heeft behoefte aan natuur en stilte en vindt zijn informatie op duurzame en natuurgerichte platforms. Hij waardeert praktische communicatie.



3. Ellen (Verbindingszoeker) de Levensgenieter

ontdekt graag nieuwe plekken en geniet van het contact met mensen. Zij gaat gericht op zoek naar tips en vindt het fijn om in brochures te neuzen.

⁶ Wil je meer weten over de door Visit Land van Cuijk ontwikkelde persona's, neem dan contact met ons op via info@visitlandvancuijk.info

Onze focus

In onze marketingcommunicatie richten we ons vooral op drie publieksgroepen. De publieksgroepen zien wij als de groepen waar wij onze campagne op richten. Voor die campagnes zijn de wensen en behoeften van de voorkeursleefstijlen uiteraard een belangrijk uitgangspunt. Wij brengen in de campagnes aanbod onder de aandacht dat past bij wat deze leefstijlen willen, met de tone of voice die bij de leefstijlen past.

De drie publieksgroepen:

- **zij die hier wonen.**

Wij willen de ruim 90.000 inwoners van het Land van Cuijk laten ontdekken hoe aantrekkelijk hun eigen leefomgeving is. Je hoeft niet ver weg voor unieke ervaringen of bijzondere bezienswaardigheden; als je moeite doet vind je ze ook dichtbij;

- **zij die hier zijn.**

Wij willen de gasten die bij een van de accommodaties in het Land van Cuijk verblijven -bijna letterlijk- ‘uit de tent lokken’. Wij willen ze, door een interessant aanbod van dagactiviteiten te presenteren, uitnodigen om ook andere plekken in het Land van Cuijk te bezoeken;

- **zij die hier komen.**

Het is onmogelijk om, met de middelen die voor de promotie van het Land van Cuijk beschikbaar zijn, álle potentiële bezoekers te verleiden om naar het Land van Cuijk te komen. Bovendien is het de vraag hoe wenselijk dat is, ook in het licht van de eerder in deze meerjarenvisie bepleite balans tussen bedrijven, bezoekers én bewoners.

In de komende vier jaar richten we ons specifiek op:

- *de Duitse gast uit Noordrijn-Westfalen;*
- *nichemarkten, zoals de recreanten die op zoek zijn naar mogelijkheden voor ‘onthaasten’. Wij bieden een mooie omgeving voor bezoekers die een ontspannen vakantie (‘lekker lummelen’) willen, zonder al te veel verplichtingen.*

Waarom Duitse gasten?

In het in 2024 uitgevoerde onderzoek naar de toeristische ontwikkeling van het Land van Cuijk wordt onder meer geconcludeerd dat “*de Duitser steeds belangrijker wordt als gast voor het Land van Cuijk*”. Die conclusie onderschrijven wij.

Het is om tal van redenen een interessante publieksgroep. Het potentieel is groot (de deelstaat Noordrijn-Westfalen heeft net zoveel inwoners als heel Nederland), Duitsers besteden aantoonbaar meer tijdens hun vakanties en hebben meer vrije dagen die zij vaak combineren tot korte vakanties.

Het is echter ook een publieksgroep die om een specifieke marketingaanpak (minder online, meer offline) vraagt. Een aanpak die succesvol is als er substantieel budget wordt vrijgemaakt én slim wordt samengewerkt met andere partijen (BrabantPartners, ondernemers, andere regio’s) die eenzelfde belang hebben.

Belangrijk is ook dat ondernemers zich bewust zijn van de specifieke wensen van Duitse gasten. Visit Land van Cuijk blijft kennissessies organiseren om ondernemers te inspireren en te enthousiasmeren om op de Duitse markt in te zetten.

Wij richten ons, anders dan elders in Brabant, minder specifiek op de Vlaamse markt. Weliswaar neemt de naamsbekendheid van Noord-Brabant toe, maar de Vlaamse toeristen zijn -en blijven voorlopig- vooral georiënteerd op de attracties en de steden in West- en Midden-Brabant. Het gaat veel tijd en geld kosten om als relatief kleine regio zonder grote attractieparen en op grote afstand van de grens met België meer bekendheid te krijgen bij de vakantiegangers in Vlaanderen. Het is kansrijker om ons te richten op de Duitse markt. Die is niet alleen dichterbij maar ook potentieel veel groter.

Geen focus op zakelijke markt

In de afgelopen jaren is de behoefte aan ondersteuning bij de promotie van de zakelijke mogelijkheden in het Land van Cuijk (events, vergaderingen, arrangementen voor gasten van internationale bedrijven, zakendiners, etcetera) toegenomen.

Ook in de Visie Toerisme en Recreatie Land van Cuijk 2024 wordt specifiek benoemd dat er kansen liggen om de zakelijke markt, al dan niet in combinatie met logies (vergaderingen, congressen, studiedagen) en horeca, verder te ontwikkelen. Die kansen zien wij ook. Toch zijn we terughoudend in het ontwikkelen van aanbod voor de zakelijke markt. Wij focussen ons op de particuliere markt, de toeristen en de recreanten die naar het Land van Cuijk komen of er al zijn.

Bovendien is uit 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 opzetten van een Convention Bureau, noodzakelijk om in de zakelijke markt het verschil te kunnen maken, vraagt ook veel capaciteit; geld en tijd, die Visit Land van Cuijk nu niet heeft.

Uitwerking marketingcommunicatieaanpak

Bij de uitwerking van onze marketingaanpak houden we rekening met:

- a. **de door het bureau Spiegel, in opdracht van gemeente Land van Cuijk, ontwikkelde gebiedsmerk 'Land van Cuijk. Dat voelt gewoon goed'.**

Zie de toelichting op de pagina's 7 en 8.

- b. **de inzet van verhaallijnen**

Verhalen inspireren bezoekers en bewoners van het Land van Cuijk. Ze nodigen uit om ook de meer onbekende plekken in het gebied te bezoeken en je te verplaatsen in wat het voor anderen tot een bijzondere omgeving maakt of maakte.

Visit Land van Cuijk heeft gekozen voor vier thema's

1. *geschiedenis*

Land van Cuijkenaren hebben door de eeuwen heen dapper weerstand geboden aan vijandelijke legers en bijzondere weersinvloeden. Het heeft het Land van Cuijk gemaakt tot wat het nu is: het misschien wel grootste geschiedenismuseum van Nederland, waar je in gebouwen en landschappen twintig eeuwen van vaderlandse geschiedenis (met name Middeleeuwen, Romeinen, Reformatie en Tweede Wereldoorlog) terugvindt.

2. *water*

Alleen in het Land van Cuijk verbindt de Maas de provincies Brabant en Limburg

Het Land van Cuijk is bovendien een waterrijke gemeente, met onder meer de grootste recreatieplas van Brabant (Kraaijenbergse Plassen), De Kuilen en de Radioplassen.

3. *landschappen*

Nergens in Nederland vind je zoveel verschillende natuurtypen op zo weinig vierkante kilometers als in het Land van Cuijk. Elk landschap vertelt zijn eigen verhaal. Verhalen over bomen, planten, dieren, bodem - en de mensen die er woonden, werkten en kwamen

4. *de dorpen en ene stad*

Het Land van Cuijk bestaat uit 32 dorpen en 1 stad. Het zijn overwegend kleine kernen met eigen kenmerkende gebouwen en activiteiten. In de knusse kernen is de gemeenschapszin nog groot en worden bezoekers van buiten met open armen ontvangen.

Deze vier lijnen werken we uit in verhalen (website, blogs, vlogs en op locatie verteld door bijvoorbeeld groeters), maar ook in onder meer themaroutes langs iconische plekken.

c. **doorontwikkeling van digitale communicatiemiddelen**

Momenteel wordt op een aantal websites, zowel van onszelf als van onder meer platforms en samenwerkende organisaties, het toeristisch aanbod van het Land van Cuijk gepresenteerd. Wij zien kansen in een **Centraal Online Platform** waarop we aanbod en aanbieders beter verbinden én de nieuwe mogelijkheden van digitalisering beter kunnen benutten. Zo zien wij mogelijkheden om **AI en online tools** in te zetten om zo onze dienstverlening nog verder te optimaliseren. We willen investeren in relevante digitale toepassingen die de promotie van het Land van Cuijk als een aantrekkelijke toeristische bestemming versterken.

d. **de beschikbaarheid van data**

Om marketinginstrumenten gericht te kunnen inzetten is het belangrijk te weten wie de bezoekers van het Land van Cuijk zijn en wat ze hier komen doen.

We bouwen aan een dashboard waarin alle beschikbare data worden verzameld en geanalyseerd.

Het dashboard wordt in de komende jaren verder verfijnd zodat we in 2029 beschikken over een optimaal werkend systeem dat steeds direct de informatie geeft die we nodig hebben om gericht op het juiste moment de juiste publieksgroep te kunnen benaderen.

Overigens verzamelen we alleen data waar we iets mee kunnen, iets mee willen én iets mee mogen.

2. **Samenwerking**

Wij geloven in de kracht van samenwerking.

Wij wachten niet af tot zich samenwerkingskansen aandienen, maar gaan actief op zoek naar mogelijkheden voor samenwerking met anderen, zowel binnen als buiten het Land

van Cuijk. Voorwaarde is wel dat die samenwerking een aantoonbare meerwaarde heeft voor onze opdracht (promotie van het Land van Cuijk als een aantrekkelijk toeristische bestemming) én voor de partijen die samen de toeristische sector in het Land van Cuijk vormen.

ToerismePartners Land van Cuijk

Eind 2022 is de community ToerismePartners Land van Cuijk opgericht. Destijds is bewust gekozen om niet een vereniging op te richten of een abonnementsstructuur met betaalde pakketten te hanteren.

Het doel van ToerismePartners Land van Cuijk is om de samenwerking tussen ondernemers en organisaties, die belang hebben bij een florerende toeristische sector in het Land van Cuijk, te versterken. Om daar succesvol in te kunnen zijn is het belangrijk dat

- a) de drempel voor deelname zo laag mogelijk is,
- b) een continu interessant aanbod aan activiteiten (kennisvergroting en participatiemogelijkheden) wordt gedaan en
- c) een of meer partijen bereid zijn tijd en energie te steken in het ‘aanjagen’ van de community.

Die rol heeft Visit Land van Cuijk, als een van de ToerismePartners, op zich genomen.

De jaren 2023 en 2024 zijn gebruikt om de community op te bouwen en een aantrekkelijk aanbod samen te stellen. Anno 2025 kan worden vastgesteld dat beide voornemens zijn waargemaakt: de community bestond op 1 oktober 2025 uit 207 bedrijven en organisaties. Er ligt bovendien een goed kennisprogramma met veel mogelijkheden voor partners om nieuwe of extra kennis te vergaren.

In de komende jaren gaan we de community doorontwikkelen. Deelname aan de community blijft laagdrempelig. Er wordt geen contributie gevraagd; wel kan voor specifieke, kostenintensieve activiteiten een deelnemersbijdrage gewenst of zelfs noodzakelijk zijn.

Ons streven is niet om in de komende jaren méér ToerismePartners te werven, maar om de betrokkenheid van de huidige ToerismePartners te vergroten. Dat kan resulteren in meer bezoekers van bijeenkomsten, maar ook in het ontwikkelen en deelnemen aan meer, al dan niet samen met andere partners opgezette, initiatieven en een breder gedragen promotie van het Land van Cuijk als toeristische bestemming.

De community blijft exclusief voor ondernemers en organisaties uit het Land van Cuijk.

Toeristische samenwerking in het Land van Cuijk

Wij hechten grote waarde aan een goede relatie met de lokale en regionale toeristisch-recreatieve **platforms**. Wij praten elkaar regelmatig bij over relevante ontwikkelingen, zowel bij Visit Land van Cuijk als bij de platforms. Waar gevraagd geven wij adviezen en ondersteunen wij bij de promotie van gezamenlijke evenementen.

Nadat de -toen nog vijf- gemeenten in het Land van Cuijk hebben besloten de samenwerking met VVV Nederland op te zeggen zijn de traditionele VVV-kantoren uit het Land van Cuijk verdwenen. In de plaats daarvan zijn **Toeristische Informatiepunten**

gekomen; plekken waar bezoekers en inwoners van het Land van Cuijk informatie kunnen krijgen over wat er in de regio te beleven valt. Anno 2025 zijn er 35 Toeristische Informatiepunten, verspreid over de hele gemeente. Visit Land van Cuijk zorgt ervoor dat de betrokken ondernemers en organisaties hun rol als informatiepunt goed kunnen vervullen.

Grote groepen van lokale vrijwilligers steken al jaren veel tijd in het aan anderen laten zien van wat hun dorp of stad zo bijzonder maakt. Deze groep van **groeters** en **gidsen** verrichten hun werkzaamheden op vrijwillige basis. Hun rondleidingen zijn vaak kosteloos of voor slechts een geringe vergoeding. De kracht van de groeteractiviteiten is dat de deelnemers op interessante plekken komen die zij anders wellicht niet zouden bezoeken. Visit Land van Cuijk ondersteunt bij de promotie van de groeteractiviteiten.

Samenwerking met toeristische organisaties buiten het Land van Cuijk

Waar dat in het belang van de toeristische sector in het Land van Cuijk is werken wij ook samen met collega-organisaties zoals **Visit Noord-Limburg**, de toeristische belangenorganisaties in **Noord-Oost Brabant**, **BrabantPartners** (voorheen VisitBrabant) en het landelijk opererende **NBTC**.

Wij maken de samenwerking met deze partijen steeds zo concreet mogelijk, bijvoorbeeld in de vorm van gezamenlijke campagnes of ondersteuning bij projecten die (ook) in het Land van Cuijk spelen.

Samenwerking met organisaties buiten de toeristische sector

Tot slot werkt Visit Land van Cuijk samen met organisaties in het Land van Cuijk, zodra hun activiteiten (ook) raakvlakken hebben met toerisme en recreatie. Zo bespreken we regelmatig met stichting Goei Leven, Land van Cuijk Boert Bewust, Koning Willem I College en culturele instellingen zoals Schouwburg Cuijk, Myllesweerd, De Weijer en Oelbroeck of er concrete samenwerking mogelijk is. Daarnaast speelt Visit Land van Cuijk een actieve rol in het programma Maasheggen Unesco. De voorzitter van Visit Land van Cuijk is ook lid van de stuurgroep van het Maasheggenprogramma.



HOOFDSTUK 3

Organisatie

Visit Land van Cuijk helpt de toeristische sector om zich (door) te ontwikkelen.
Visit Land van Cuijk doet dat door:

1. met gerichte marketingactiviteiten de gewenste gasten aan te trekken;
2. actief het merk Land van Cuijk in te zetten en het gebruik ervan door anderen te bevorderen;
3. aanbodinnovatie te stimuleren;
4. 'aanjager' te zijn van de community ToerismePartners land van Cuijk.

De organisatie Visit Land van Cuijk

Visit Land van Cuijk is een onafhankelijke stichting.

Bestuur

Visit Land van Cuijk heeft, als uitgangspunt, een vijfhoofdig bestuur, met een voorzitter, een secretaris, een penningmeester en twee leden. In het bestuur hebben idealiter ook een of meer toeristisch-recreatieve ondernemers en/of Toerismepartners zitting. Het bestuur volgt of dat wat in het jaarplan is afgesproken ook wordt uitgevoerd, monitort de inkomsten en uitgaven en is actief in toeristisch-recreatieve netwerken. Het bestuur stelt jaarlijks, in samenspraak met onder meer ToerismePartners, platforms en gemeente, een jaarplan vast waarin de keuzes voor het daaropvolgende jaar worden toegelicht. Het jaarplan gaat vergezeld van een begroting die in overeenstemming met de afspraken die daarover zijn gemaakt, ter kennisname aan de gemeente wordt voorgelegd.

Daarnaast laat Visit Land van Cuijk telkenjare een jaarrekening opmaken, die eveneens met gemeente Land van Cuijk wordt gedeeld.

Het bestuur bestuurt 'op afstand'. Zij wordt regelmatig door de door haar ingehuurde professionals bijgepraat over relevante ontwikkelingen en neemt besluiten over de documenten (jaarplan, jaarrekening en begroting als voorbeelden) waarvan de vaststelling tot de verantwoordelijkheid van het bestuur behoort.

Op dit moment ziet het bestuur geen reden om over te gaan naar een ander bestuursmodel, zoals bijvoorbeeld het in sommige andere toeristische regio's gehanteerde model waarbij het bestuur raad van toezicht of raad van commissarissen wordt.

Uitvoeringsorganisatie

Het bestuur van Visit Land van Cuijk nodigt professionals met affiniteit met toerisme en recreatie én de regio uit om uitvoering te geven aan het jaarplan. De professionals zijn niet in dienst van Visit Land van Cuijk, maar worden ingehuurd. Op basis van het jaarplan en het beschikbare budget wordt jaarlijks bepaald hoeveel personele inzet (uren) nodig is en welke competenties vereist zijn. De afspraken met de professionals worden doorgaans voor een jaar gemaakt.

De kernkwaliteit van de professionals is dat zij ‘verbindingen kunnen leggen’. Met en tussen ondernemers, gemeente en andere stakeholders. Van hen wordt bovendien verwacht dat zij:

- projecten kunnen managen;
- kennis hebben van (ontwikkelingen in) toerisme en recreatie;
- woonachtig zijn in en/of een binding hebben met het Land van Cuijk;
- actief zijn in regionale netwerken;
- communicatief en omgevingssensitief zijn;
- pragmatisch zijn;
- in staat zijn om data te interpreteren en daar conclusies uit te trekken.

Voor specifieke onderdelen (online, tekstschrijven, fotografie, vormgeving en sociale media) wordt, waar nodig, een beroep gedaan op de SamenWerkers, een flexibele schil van betrokken creatieve specialisten uit het Land van Cuijk.

