VISIE TOERISME EN RECREATIE LAND VAN CUIJK 2024

OP ONTDEKKINGSTOCHT DOOR HET (ON)BEKENDE LAND VAN CUIJK; NATUURLIJK ONTSPANNEN EN HISTORISCH BELEVEN

Juli 2024 | Gemeente Land van Cuijk

GINDER komt het tot leven

LAND VAN CUIJK

VOORWOORD WETHOUDER MAARTEN JILISEN

Welkom in de bruisende gemeente Land van Cuijk!

Het Land van Cuijk is een uitgestrekt gebied dat trots de titel draagt als in oppervlakte de grootste gemeente van Noord-Brabant. Voor dit bijzondere stukje Nederland, waar maar liefst 33 kernen samenkomen, schetsen we een visie die de kern van onze gemeente samenvat.

Deze visie is niet alleen een concept voor toeristen en bezoekers; het is ook een belofte aan alle (ruim) 91.000 inwoners, dat we de rijkdom van ons gebied samen willen delen. Van prachtige natuurgebieden zoals de Maasheggen en de Kraaijenbergse plassen, tot aan de historische straatjes van Grave, onze visie omvat het totale gebied en brengt de unieke charmes tot leven.

Met zes gewesten rijk aan prachtige en bijzondere plekken, nodigen we iedereen uit om te dwalen en te ontdekken, om te genieten van wat ons gebied te bieden heeft. En op elke hoek wachten niet alleen mooie landschappen, maar ook warme gastvrijheid, dankzij de inzet van onze ondernemers en vrijwilligers in de toeristische sector.

De visie die hier voor je ligt is een gezamenlijk inspanning. Een visie maken kunnen wij namelijk niet alleen. We hebben dit samen gedaan met onze inwoners, ondernemers, partners, recreanten en vrijwilligers. Daarom wil ik iedereen die heeft bijgedragen van harte bedanken.

Samen bouwen we aan een gemeente waar toerisme en recreatie er niet alleen zijn voor bezoekers en toeristen, maar waar elke inwoner zich thuis voelt en graag zijn vrije tijd spendeert. Met deze visie hopen we voor iedereen een plek te creëren om te koesteren en te genieten.

Natuurlijk ontspannen en historisch beleven. Voor iedereen.

Wethouder Toerisme & Recreatie
Maarten Jilisen

Wethouder Jilisen

INHOUD

1 Inleiding 4

1.1 Aanleiding en uitgangspunten 5
1.2 Proces om te komen tot een toeristische visie 6

2 Uitgangspunten en kaders 7

2.1 De maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie 8
2.2 Beleidskaders 9
2.3 Het Land van Cuijk door de eeuwen heen 11

3 De sector in beeld 12

3.1 Het huidige aanbod 13
3.2 Doelgroepenanalyse 14
3.3 Wat vinden inwoners? 19
3.4 Kernkwaliteiten van het Land van Cuijk 20
3.5 De belangrijkste opgaven 21

4 Ambitie en visie 22

4.1 Ambitie toerisme en recreatie 23
4.2 Twee strategielijnen – visie 2035 24
4.3 Uitvoeringsplan 27

5 Bijlagen 29

1 Inleiding

1.1 AANLEIDING EN UITGANGSPUNTEN

Het Land van Cuijk is qua oppervlakte de grootste gemeente van de provincie Noord-Brabant en qua inwoneraantal, na Den Bosch en Oss, de grootste gemeente in Noordoost Brabant. Het Land van Cuijk is een gemoedelijke plattelandsgemeente met prachtige landschappen en een rijke (cultuur)historie. Bezoekers komen naar het Land van Cuijk om te wandelen en fietsen, maar ook om meer te leren over de geschiedenis in het Oorlogsmuseum in Overloon of om te windsurfen op de Kraaijenbergse Plassen. En niet alleen de bezoeker kan goed vertoeven in het Land van Cuijk, ook voor de inwoner is het prettig wonen, werken en recreëren.

De afgelopen maanden hebben we met ondernemers en andere belanghebbenden gezamenlijk het gesprek gevoerd over de ontwikkeling van toerisme en recreatie in het Land van Cuijk. Voorliggende visie is daarvan het resultaat. De visie biedt handvaten om doelgericht met elkaar aan de slag te gaan. Want alleen gezamenlijk kunnen de kansen die er liggen worden verzilverd.

De visie komt voort uit een aantal gezamenlijk gedragen uitgangspunten:

- ***Toerisme en recreatie zijn geen doel op zich.*** De vrijetijdseconomie biedt kansen om het woonplezier van inwoners te vergroten en bezoekers van buiten de gemeente aan te trekken. Goede toeristisch-recreatieve voorzieningen kunnen hier een mooie bijdrage aan leveren. Dit vraagt om een goede balans tussen ‘people, planet en profit’.
- ***Niet voor, maar door stakeholders.*** We vinden het belangrijk dat de visie samen met de verschillende stakeholders, zoals ondernemers, organisaties en inwoners, is vormgegeven. Dit levert de meeste input op en zorgt -naast draagvlak- ook voor eigenaarschap.
- ***Denken vanuit kansen met oog voor deelgebieden/-thema’s.*** Elke kern in de gemeente heeft zijn eigen karakteristieken, zo ook het buitengebied. Om de gemeente in samenhang te ontwikkelen –én tegelijkertijd oog te hebben voor de afzonderlijke kenmerken- werken wij in deze visie vanuit thema’s. Dit brengt focus aan in de visie en maakt het mogelijk om deze thema’s individueel en vanuit samenhang te versterken.
- ***In samenwerking met de regio.*** Het is van groot belang om over de eigen gemeentegrenzen heen te kijken. Het Land van Cuijk ligt op een gunstige locatie: nabij de Duitse grens en tussen steden als Venlo, Den Bosch en Nijmegen. De bezoeker kijkt niet naar gemeentegrenzen, maar kijkt naar wat er te doen is in brede zin. Van belang is het om als gemeente aan te sluiten bij de regio waar mogelijk en uit te blinken op

1.2 PROCES OM TE KOMEN TOT EEN TOERISTISCHE VISIE

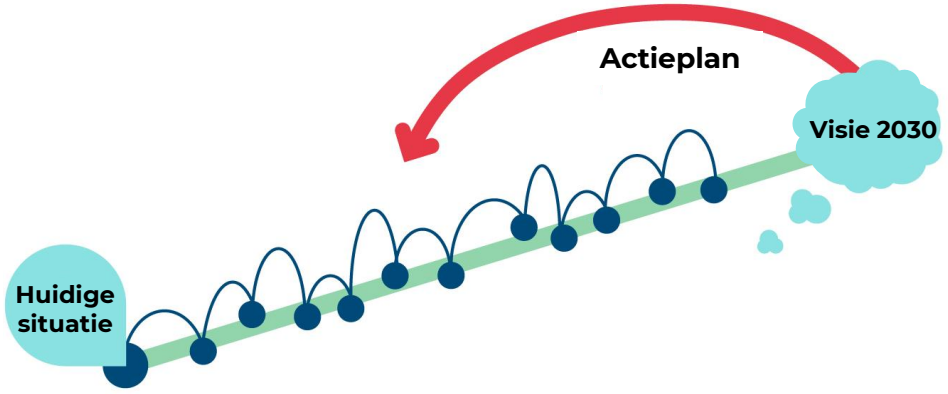
Proces

Deze toeristische visie is opgesteld in samenwerking met ondernemers, toeristische organisaties, inwoners, en andere betrokkenen. Als gemeente opereren we immers in een speelveld met veel verschillende actoren die allemaal belang hebben bij een florerende toerisme en recreatie sector. Alleen een gezamenlijk traject zorgt voor draagvlak en goede energie.

Allereerst heeft een schouw door de gemeente plaatsgevonden en zijn er diverse gesprekken gevoerd met ondernemers, belanghebbenden, betrokken ambtenaren en de portefeuillehouder. Vervolgens is de huidige situatie in beeld gebracht. Hierbij is gebruik gemaakt van bestaande beleidstukken en onderzoeken, aangevuld met expertise van Ginder. Deze eerste bevindingen zijn gedeeld en verrijkt tijdens het eerste overleg met de klankbordgroep, bestaande uit een vertegenwoordiging van ondernemers en organisaties uit de T&R-sector. Ook is een inwonersenquête uitgezet, waarvan de resultaten in deze visie terug te vinden zijn.

In december 2023 heeft de Dag van Toerisme en Recreatie plaatsgevonden. Tijdens deze dag zijn ruim 60 deelnemers met elkaar in gesprek gaan over de ambitie en thema's van deze visie. Dit, samen met de analyses, heeft de basis gevormd van voorliggende visie.

Gedurende het hele proces hebben we rekening gehouden met het traject van de omgevingsvisie. Dit is echter nog een lopend traject, dus deze visie dient als input voor de gemeentelijke omgevingsvisie.



Leeswijzer

Na deze inleiding volgen vier hoofdstukken:

- In **hoofdstuk 2** wordt de bredere context van deze visie geschetst. Het hoofdstuk gaat in op de maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie, relevante beleidskaders worden benoemd en ook wordt de historische context geschetst.
- In **hoofdstuk 3** wordt een beeld van de huidige sector gevormd. Het aanbod komt aan bod, maar ook de doelgroepen, het perspectief van de inwoners en de kernkwaliteiten. Het hoofdstuk sluit af met de centrale opgaven.
- **Hoofdstuk 4** gaat in op de ambitie van de gemeente. Hieraan zijn twee strategielijnen en diverse acties gekoppeld.
- De bijlagen zijn opgenomen in **hoofdstuk 5**. Indien van toepassing wordt hier in hoofdstukken naar verwezen.

2 Uitgangspunten en kaders

Dit hoofdstuk beschrijft de meerwaarde van toerisme en recreatie voor de bredere maatschappelijke opgaven die zowel op landelijk niveau spelen als in het Land van Cuijk. Ook worden de beleidskaders die deze visie raken toegelicht en wordt de historie van het Land van Cuijk geschetst, wat de context van deze visie bepaald.

2.1 DE MAATSCHAPPELIJKE WAARDE VAN TOERISME EN RECREATIE

Toerisme en recreatie is in de huidige maatschappij niet langer een doel op zich, maar wordt steeds vaker ingezet als een middel om bredere maatschappelijke doelen te behalen.

Toerisme en recreatie levert een grote bijdrage aan het Bruto Nationaal Product, maar misschien nog wel belangrijker is de bijdrage die de vrijetijdseconomie levert aan ons **Bruto Nationaal Geluk.** Een kwart van onze tijd bestaat uit vrije tijd[1]. Mensen hebben een vakantie of (mid)dagje uit af en toe nodig om de dagelijkse drukte achter zich te laten en weer even op te laden. De ene doet dat door met vrienden naar een festival te gaan en de ander door een wandeling in de natuur te maken. Vrijetijdsbesteding vergroot de kwaliteit van het leven en maakt mensen gelukkiger.

Toerisme en recreatie is bij uitstek een goed middel voor het op peil houden van het **voorzieningenniveau**. Met name in kleinere dorpen en kernen zien we de afgelopen jaren namelijk een grote afname van voorzieningen, zoals supermarkten en andere detailhandel. Toerisme kan zorgen voor een groter draagvlak voor dergelijke voorzieningen. Dit zien we ook in het Land van Cuijk. In kleinere kernen zoals Langenboom en Sint Anthonis is het aantal m^2 winkelvloeroppervlakte sterk afgenomen, terwijl op toeristische plekken als Overloon deze oppervlakten gelijk zijn gebleven of zelfs gestegen. Ook in Grave, wat één van de kernwinkelgebieden is en een sterk centrummanagement heeft zien we een toename van winkelvloeroppervlakte.

Cultuur en erfgoed is vaak bepalend voor de identiteit en het imago van een regio. Door herbestemming van erfgoed met een toeristisch-recreatieve functie of door inkomsten uit toerisme en recreatie te benutten voor instandhouding en restauratie van cultuur en erfgoed kan toerisme en recreatie een belangrijke bijdrage leveren aan het **behouden en/of versterken van cultuur en erfgoed.**

Ook speelt toerisme en recreatie een belangrijke rol bij het **beschermen van de natuur**. Lange tijd was de tendens dat toerisme en recreatie een negatief effect op de natuur had vanwege de druk op de natuur, maar onderzoek toont aan dat toerisme en recreatie juist een positieve invloed heeft op de natuur[2]. Zo is er in veel toeristische regio's het besef dat ze afhankelijk zijn van kwalitatief mooie natuur en is er daarom ook meer aandacht voor natuurbehoud en het spreiden van bezoekers.

Toeristisch-recreatieve voorzieningen en evenementen maken een gebied aantrekkelijker en interessanter voor **jonge mensen** om te wonen en werken. Dit vergroot niet alleen de werkgelegenheid, maar creëert ook een dynamische en levendige gemeenschap en een gebalanceerde demografie. In vergrijzende gemeenten kan toerisme en recreatie dus een belangrijke rol spelen om de leefbaarheid te vergroten en jongere inwoners aan de gemeente te binden. Ten alle tijden is het hierbij belangrijk om oog te houden voor de balans tussen leefbaarheid en levendigheid.

1. Bron: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) (2020). De sociale staat van Nederland, geraadpleegd via https://digitaal.scp.nl/ssn2020/vrije-tijd/
2. Bron: Centre of Expertise. Leisure, tourism & hospitality (CELTH) (2021). Maatschappelijke Waarde van Toerisme en Recreatie

2.2 BELEIDSKADERS

Deze toeristische visie staat niet op zichzelf. We sluiten aan bij landelijke, provinciale en lokale kaders en perspectieven om gezamenlijk en integraal de vrijetijdssector van het Land van Cuijk te versterken.

Landelijke perspectieven

Perspectief 2030 van NBTC Holland Marketing

Het landelijke perspectief van NBTC markeerde in 2018 een verandering in het denken over toeristische ontwikkeling in Nederland. Het benadrukt dat toerisme niet alleen maar een economisch aspect betreft, maar juist een breder domein dat kan bijdragen aan maatschappelijke opgaven. Er wordt vanuit een duurzame benadering gekeken waarbij toerisme en recreatie als middel ingezet wordt om maatschappelijke doelen te behalen. Als gevolg van dit landelijke Perspectief 2030 hebben talloze overheden stappen ondernomen om nieuwe, duurzame plannen te ontwikkelen. Een belangrijk onderdeel hierbij is dat zowel ondernemers als bewoners betrokken dienen te worden, dat er goed dient worden ingespeeld op het DNA van het gebied en dat de koppelkansen met andere opgaven en sector optimaal benut worden. Het uitgangspunt is om dit landelijke perspectief als richtinggevend kader aan te houden voor de specifieke opgaven van Land van Cuijk.

Waardevol Toerisme van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (Rli)

In het advies ‘Waardevol Toerisme’ pleit de Rli voor meer aandacht voor de wederkerige relatie tussen toerisme en de leefomgeving. Overheden moeten de blik niet alleen richten op het economisch profijt, maar er moet ook aandacht zijn voor de balans tussen economie, leefomgeving en samenleving. Voorkomen dient te worden dat de negatieve effecten van toerisme de overhand krijgen en ten koste gaan van de kwaliteit van de bestemming. Het draagvlak voor toerisme onder bewoners is evengoed een belangrijke factor.

Regionaal perspectief

Levendig Brabant van de Provincie Noord-Brabant

Het beleidskader Levendig Brabant is een integrale benadering voor de sectoren cultuur, erfgoed, sport en vrijetijd. De ambitie voor 2030 is dat cultuur, erfgoed, sport en vrijetijd bijdragen aan een levendig Brabant voor iedereen. In 2030 is Brabant aantrekkelijk voor inwoners, bezoekers en voor buitenlandse werknemers. Een aantal doelen die centraal staan in het beleid zijn

- Passend aanbod voor iedereen, zodat Brabant een fijne plek is om te wonen, recreëren en werken;
- Inclusief aanbod wat voor iedereen toegankelijk is;
- Voldoende ruimte voor vernieuwing en innovatie.

Visie 2022-2025 Visit Brabant

VisitBrabant richt zich op drie doelmarkten: Nederland, Duitsland (met name Noordrijn-Westfalen) en België (Vlaanderen). Daarnaast zijn, naast de inwoners van Brabant, drie doelgroepen geformuleerd die het meest kansrijk zijn voor Brabant als geheel:

- Curious families: dit zijn families met kinderen in de leeftijdscategorie 4-16 jaar.
- Adventurous millenials: dit zijn veelal jonge stellen zonder kinderen, tot 30 jaar.
- Active Gen ‘X’: dit zijn oudere stellen vanaf 50 jaar, zonder thuiswonende kinderen.

In bijlage 2 is meer informatie over de verschillende doelgroepen opgenomen.

Vitaliteitsonderzoek verblijfsrecreatie Noord-Brabant 2023
Uit dit onderzoek is gebleken dat de vitaliteit van de verblijfsrecreatiesector in Noord-Brabant de afgelopen jaren verbeterd is. Het percentage vitale vakantieparken is in de periode 2018-2023 gestegen en het aandeel niet-vitale vakantieparken is afgenomen. Toch zijn er nog wel zorgen over deze laatste groep, een aanzienlijk deel hiervan zakt steeds verder weg: op 15% van de Brabantse parken wordt substantieel gewoond. In de regio Noordoost-Brabant is ook een kwaliteitssprong gemaakt, waarbij het aandeel parken in 'vergane glorie' van 21% naar 6% is gezakt. Het grootste deel van de parken zit echter nog steeds in de middenmoot en dit is de enige regio zonder echt excellente parken.

Lokaal perspectief

Omgevingsvisie Land van Cuijk
Op 1 januari 2024 is de Omgevingswet ingegaan. Dit is een wet die zorgt voor een veilige en gezonde leefomgeving. De Omgevingsvisie is een belangrijk kerninstrument voor de gemeente om de langetermijnvisie voor de fysieke leefomgeving weer te geven. Alle visies die de gemeente vaststelt vallen onder deze Omgevingsvisie.

Economische visie van de gemeente Land van Cuijk
Gelijktijdig met het traject om deze toeristische visie op te stellen wordt ook de nieuwe economische visie opgesteld. Deze visie richt zich op een toekomstbestendige economie, waarbij de focus ligt op de drie topsectoren agrifood, tech en health. Factoren die bijdragen aan het vestigingsklimaat, zoals voldoende woningen, prettige leefomgeving en aantrekkelijke centrumgebieden en winkels moeten op orde zijn. Recreatie en toerisme maakt onderdeel uit van dit vestigingsklimaat en levert een bijdrage aan het aantrekkelijk maken van de leefomgeving van de inwoners van het Land van Cuijk.

Beleidsplan Erfgoed 2023-2027 van de gemeente Land van Cuijk
Een van de speerpunten uit het beleidsplan Erfgoed van de gemeente is 'beleven'. Aan de hand van vier verhaallijnen wordt de gezamenlijke identiteit van het Land van Cuijk versterkt en er wordt ingezet op het beleefbaar maken van archeologie en archeologisch onderzoek. Hier liggen kansen om zowel vanuit T&R als vanuit Erfgoed archeologische objecten beleefbaar te maken voor inwoners en bezoekers.

Onvergetelijk Onthaasten. Visie op Toerisme en Recreatie Land van Cuijk 2022-2025 – Regionaal Bureau Toerisme Land van Cuijk (nu: Visit Land van Cuijk)
In de visie staat de veranderende focus van toerisme centraal. Er is met name aandacht voor de leefbaarheid van de dorpen, het versterken van de samenhang in de gehele gemeente, het creëren en behouden van werkgelegenheid en (openbare) vervoersverbindingen. Daarnaast wordt over de drukte in het Land van Cuijk gesteld dat deze heel erg meevalt. Van piekdruktes en structureel hoge druk is nauwelijks sprake. Gezien het grote gebied van de gemeente en de maatschappelijke opgaven die spelen is er zelfs nog wel ruimte voor meer toeristen in het Land van Cuijk.
In de visie wordt, naast de 45-plusser, een nieuwe publieksgroep beschreven: de outdoorfamilies. Dit zijn actieve families die graag buiten zijn, geïnteresseerd in streekgerechten en foodevenementen en vinden gastvrijheid en persoonlijke aandacht belangrijk.

Met deze Visie Toerisme en Recreatie sluiten we zoveel mogelijk aan bij het landelijk, provinciaal en gemeentelijke beleid om de koppelkansen, waar mogelijk, te benutten. Koppelingen met verschillende beleidsterreinen worden gelegd, zoals mobiliteit, economie, ruimtelijke ordening en evenementen.

2.3 HET LAND VAN CUIJK DOOR DE EEUWEN HEEN

Het Land van Cuijk kent een rijk verleden[1]. Veel sporen van dit verleden zijn vandaag de dag nog steeds zichtbaar in het landschap en zijn voor inwoners en toeristen een belangrijke trekpleister, zoals de Kraaijenbergse Plassen die zijn ontstaan door zandwinningsactviteiten bij de Beerse Overlaat.

Neolithicum, bronstijd en ijzertijd

Het gebied is ontstaan door het veranderende landschap, de stroming van de Maas en de ligging van de Peel. Na de laatste IJstijd ontstond een drassig gebied: de Peel. Lange tijd was dit een natuurlijke barrière voor gebieden aan weerszijden van de Peel. Vanwege het overstromen van de Maas werd de grond steeds vruchtbaarder en vestigden de eerste mensen zich in dit gebied. Onder invloed van een steeds gunstiger klimaat ontstonden de eerste agrarische nederzettingen in het gebied vanaf ongeveer 5000 voor Christus.

Romeinse tijd

De komst van de Romeinen veranderde veel voor de agrarische nederzettingen. Rond het jaar 50 n.C. werd het castellum Ceuclum gesticht op de plek waar nu Cuijk ligt. Ceuclum was een belangrijke nederzetting voor de Romeinen door de gunstige ligging aan de Maas. Ceuclum werd een knooppunt voor handel en transport. Eind 4e eeuw werd de Romeinse Maasbrug gebouwd zodat de Romeinen veilig de Maas konden oversteken richting Nijmegen en Xanten. Vandaag de dag is er veel aandacht voor dit Romeinse verleden van Cuijk, onder andere door de ontwikkeling van het Romeins Kwartier.

Middeleeuwen

Vanaf de 11e eeuw kwamen de Heren van Cuijk in beeld. Na de verbanning van een van deze heren keerde deze heer terug en bouwde een nieuwe burcht in Grave. Van de hertog van Brabant kreeg Grave in de 13e eeuw stadsrechten waarna Grave zich ontwikkelde als vestingstad. Gedurende de eeuwen daarna bevond Grave en de rest van het Land van Cuijk zich geregeld tussen het oorlogsgeweld van de hertogdommen van Gelre en Brabant. De regio was getuige van talloze conflicten en kastelen en vestingwerken werden gebouwd ter verdediging, zoals het Kasteel Boxmeer.

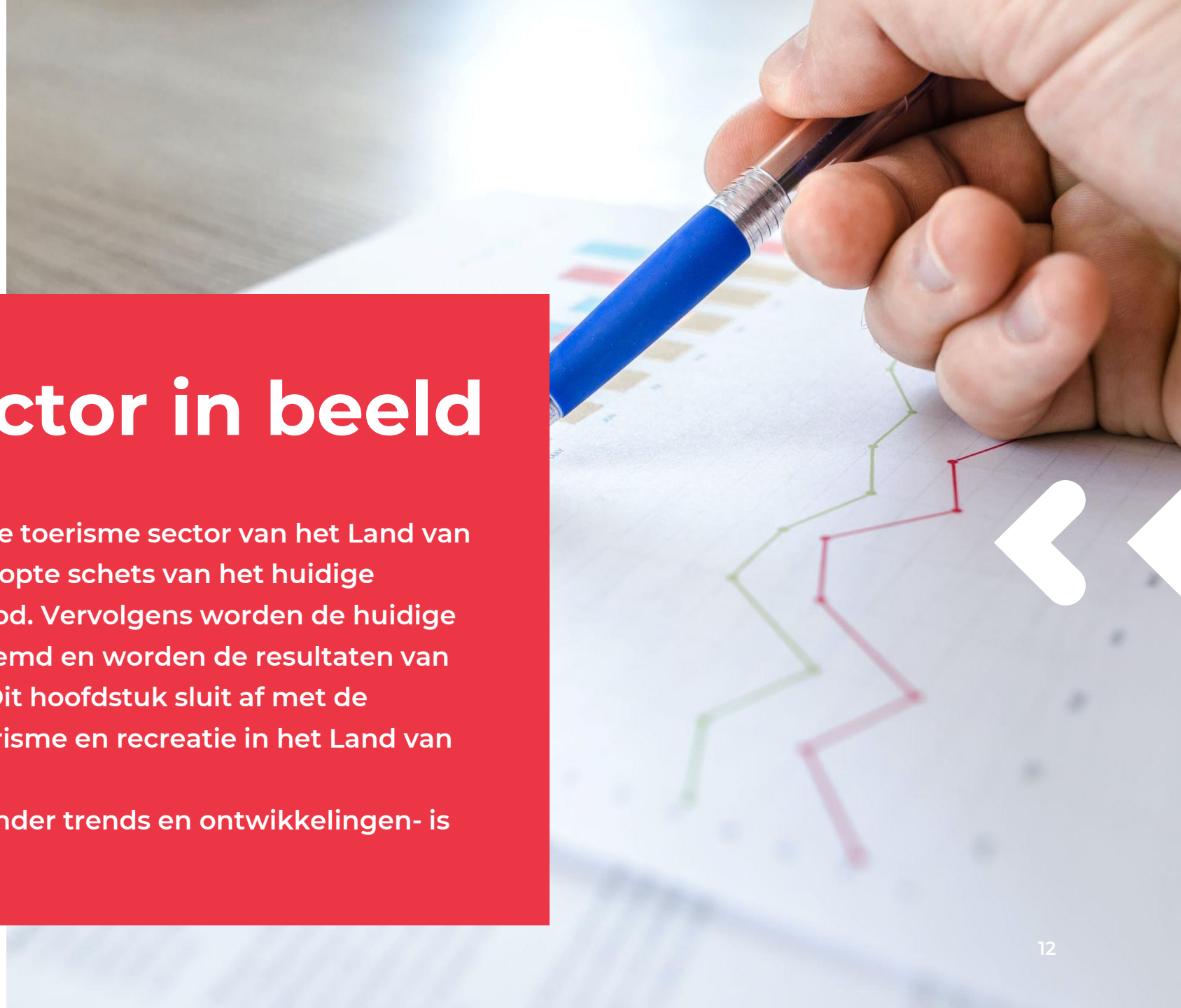
Vroegmoderne tijd

Tijdens de Tachtigjarige Oorlog werd Grave veroverd door Maurits van Nassau, later bekend als prins van Oranje. De rest van het Land van Cuijk bleef lange tijd in een onzekere positie tussen de Spaanse en Staatse Nederlanden, tot het uiteindelijk bij de Republiek der Zeven Nederlanden werd gevoegd. Aan het einde van de 17e eeuw werd door Menno van Coehoorn de Zuiderwaterlinie ontworpen, om de Republiek te beschermen tegen aanvallen vanuit het zuiden.

Moderne tijd

In september 1944 vond Operatie Market Garden plaats. Het Land van Cuijk lag op de route van de geallieerden en was getuige van intense gevechten. De brug bij Grave werd als eerste brug in de operatie heroverd. Richting het einde van de oorlog werd het dorp Overloon bijna volledig verwoest tijdens de Slag om Overloon. Veel van deze geschiedenis is tegenwoordig terug te vinden in het Oorlogsmuseum in Overloon en langs de Liberation Route. In het najaar van 1944 werd het Land van Cuijk uiteindelijk bevrijd.

1. Voor een meer compleet overzicht: zie Beleidsplan Erfgoed 2023-2027 Land van Cuijk



3 De sector in beeld

Dit hoofdstuk schetst de huidige toerisme sector van het Land van Cuijk. We starten met een beknopte schets van het huidige verblijfs- en dagrecreatief aanbod. Vervolgens worden de huidige en kansrijke doelgroepen benoemd en worden de resultaten van de inwonersenquête gedeeld. Dit hoofdstuk sluit af met de belangrijkste opgaven voor toerisme en recreatie in het Land van Cuijk.
Aanvullende informatie –waaronder trends en ontwikkelingen- is opgenomen in de bijlagen.

3.1 HET HUIDIGE AANBOD

Dagrecreatief aanbod

Wandelen en fietsen

- Routegebonden recreatie zoals wandelen en fietsen is verreweg de meest populaire vorm van recreatie in het Land van Cuijk. De rust en ruimte in de gemeente maakt dit een aantrekkelijke plek om te fietsen en wandelen.
- In 2014 werden er zo'n 3 miljoen wandel- en fietstochten in de gemeente gemaakt, in 2017 is dat aantal gestegen naar ruim 3,1 miljoen (bron: Nulmeting en Toeristische één-meting).

Cultuur en erfgoed

- Veel musea. Het Oorlogsmuseum in Overloon is het grootste museum in de gemeente en een echte trekpleister voor bezoekers. Maar ook zijn er veel kleinschalige musea.
- Diverse bezienswaardigheden zoals kastelen, kloosters en kerken, waaronder Kasteel Tongelaar en de tuin van het Sint Agathaklooster. Niet alle bezienswaardigheden zijn open voor bezoek.
- Cultuur voor eigen inwoners, zoals theaters.

Attracties en overige

- Divers en veelal kleinschalig aanbod aan vermaak en spellen, zoals speeltuinen en escaperooms. Het Avonturenpark De Bergen bij Wanroij is een van de grotere aanbieders.
- Een aantal kleinschalige kinderboerderijen. Eén dierentuin, Zooparc Overloon. Deze trekt jaarlijks veel bezoekers.
- Boerderijbezoek en agrotoerisme is een nog relatief klein onderdeel van de dagrecreatie in deze plattelandsgemeente.

Evenementen

- Jaarlijks ruim 900 evenementen, veelal kleinschalige evenementen in de kernen.
- De grootste evenementen zijn Daags na de Tour Boxmeer, Kuukse Elfkroegetocht, Historisch spektakel Grave, Metworstrennen in Boxmeer, Militracks Overloon, Ballonfestival Grave en de doorkomst van de Vierdaagse.

Verblijfsaanbod

Uit de toeristische metingen blijkt dat in 2014 circa 467.800 toeristische overnachtingen waren en in 2017 ruim 490.000 toeristische overnachtingen. Dit is een stijging van bijna 5%. Om een goed beeld te krijgen van de ontwikkeling van toerisme en recreatie wordt in 2024 een nieuwe monitor uitgevoerd.

Hotel en B&B

- Redelijk hotelaanbod. Veelal kleinschalig en een aantal boetiekhotels. Twee grotere ketens met meer bedden.
- Groot aanbod in B&B's. De ervaring leert dat de B&B-sector dynamisch is. Mensen kunnen relatief snel en makkelijk een B&B openen of stoppen.

Bungalowparken/campings

- Divers aanbod, enkele grote bungalowparken met honderden eenheden en nog het nodige in de pijplijn
- Groot aanbod in (mini)campings, veelal kleinschalig met een capaciteit van minder van 40 plaatsen. Ook zijn er een aantal camperplaatsen.
- De gemeente kent ook een aantal (kleinschalige) groepsaccommodaties.

Werkgelegenheid

In 2022 waren er in het Land van Cuijk circa 42.000 banen in totaal, waarvan 2.620 banen aan directe werkgelegenheid in de toerisme en recreatiesector (incl. horeca) (LISA, 2022). De directe werkgelegenheid in de T&R sector komt hiermee neer op 6,2% van de totale werkgelegenheid in 2022. Dit is lager dan het landelijk gemiddelde (6,9%), maar fors hoger dan de werkgelegenheid in 2017. Toen bedroeg het aantal banen in toerisme en recreatie namelijk 4,5%.

3.2 DOELGROEPENANALYSE

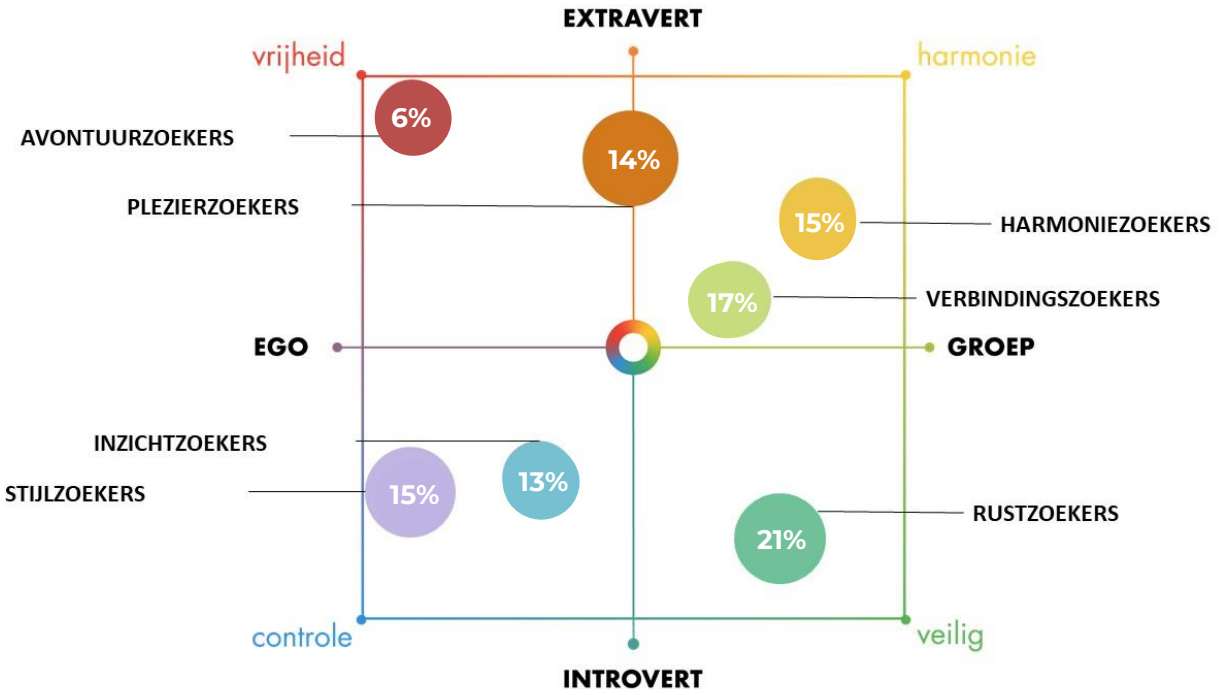
Leefstijlvinder

Voor de doelgroepenanalyse wordt gebruik gemaakt van het model van de Leefstijlvinder. Dit is een model wat helpt om mensen in te delen in groepen die sterk op elkaar lijken en is tot stand gekomen op basis van uitgebreid onderzoek van MarketResponse. Figuur 1 geeft het leefstijlenmodel weer. Deze is ingedeeld op basis van twee indelingen:

- De mate waarin iemand gericht is op het individu versus de groep. Mensen aan de 'ego' kant overwegen vooral de impact op de eigen persoon bij het maken van beslissingen in hun leven. Mensen aan de 'groep' kant overwegen juist meer het belang van de groep in hun beslissingen en gedrag.
- De manier waarop mensen met emoties omgaan. Mensen aan de introverte kant van het model zijn wat meer ingetogen en houden hun emoties dicht bij henzelf. Mensen aan de extraverte kant van het model zijn juist naar buiten gericht en gaan op een open manier met hun emoties om.

In het leefstijlenmodel komen zeven onderscheidende doelgroepen naar voren, namelijk **Avontuur-**, **Plezier-**, **Harmonie-**, **Verbindings-**, **Rust-**, **Inzicht-**, en **Stijlzoekers**. Deze doelgroepen zijn onderscheidend op het gebied van gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrije tijd. Hoewel iemand nooit helemaal tot één leefstijl behoort, is er meestal wel een dominante groep waar de waarden van een persoon het meest bij passen. De leefstijlvinder is in Nederland de meest gebruikte manier om doelgroepen in kaart te brengen. Dit wordt gedaan op gemeenteniveau, maar ook op het niveau van een stad, dorp en/of postcode. De percentages in Figuur 1 verwijzen naar het percentage inwoners van de gemeente Land van Cuijk wat tot deze leefstijl hoort.

Sinds de introductie van het leefstijlenmodel zijn er nog verdiepende onderzoeken geweest naar de voorkeuren van de leefstijlen op het gebied van natuurbeleving en cultuur-en erfgoedbeleving. Daarnaast gebruikt Visit Brabant andere persona's. In Bijlage 2 is alle aanvullende informatie over doelgroepen te vinden.



Figuur 1. Model Leefstijlvinder

Om de huidige en kansrijke doelgroepen voor het Land van Cuijk te bepalen kijken we naar verschillende aspecten. Ten eerste wordt gekeken naar het profiel van de inwoners van het Land van Cuijk. De leefstijl van de eigen inwoners is belangrijk, aangezien een groot deel van de dagrecreatieve bezoeken wordt afgelegd door bezoekers die in de buurt wonen (minder dan 30 minuten reistijd). Daarna wordt een analyse van het huidige toeristisch-recreatieve aanbod gemaakt aan de hand van de leefstijlvinder. De ervaring wijst uit dat dit aanbod bepalend is voor de leefstijl van de bezoeker die naar de gemeente komt.

Profiel inwoners Land van Cuijk

Inwoners uit de eigen omgeving vormen doorgaans de belangrijkste doelgroepen voor recreatieve activiteiten. Het is daarom ook wenselijk om het recreatieve aanbod (grotendeels) aan te laten sluiten bij de leefstijlen van de inwoners uit de gemeente. In de tabel hiernaast is de verdeling van de leefstijlen van de inwoners van het Land van Cuijk en van Nederland weergegeven. Wanneer we naar de leefstijlen van de inwoners kijken valt het volgende op:

- Er wonen relatief veel **rustzoekers** in het Land van Cuijk (20,5% in het Land van Cuijk ten opzichte van 17,3% gemiddeld in Nederland). De rustzoekers zijn vaak alleenstaand of een stel en recreëren het liefst in hun eigen vertrouwde omgeving. In de vrije tijd gaat deze groep het liefst wandelen of fietsen.
- De **verbindingszoeker** is sterk oververtegenwoordigd in het Land van Cuijk (16,7% in het Land van Cuijk ten opzichte van 12,2% gemiddeld in Nederland). De verbindingszoeker zijn veelal 50 jaar of ouder, zijn echte cultuur- en natuurliefhebbers en een aanzienlijk deel is gepensioneerd.
- De **harmoniezoeker** is ook meer dan gemiddeld aanwezig in het Land van Cuijk (15,3% in het Land van Cuijk ten opzichte van 12% in Nederland). De harmoniezoekers zijn echte familiemensen, zij gaan graag op pad met vrienden en familie. Het samenzijn vinden ze belangrijker dan de activiteit die ze doen, gemoedelijkheid en gezelligheid spreekt deze groep erg aan. Deze doelgroep bestaat veelal uit (jonge) gezinnen. De afgelopen jaren heeft deze groep (jonge gezinnen) zich steeds vaker in de gemeente gevestigd en de verwachting is dat dit de komende jaren verder zal toenemen[1)].
- De **avontuurzoeker** is sterk ondervertegenwoordigd in het Land van Cuijk (5,5% in het Land van Cuijk ten opzichte van 11,2% gemiddeld in Nederland). De avontuurzoeker is creatief en ondernemend en trekt graag zijn/haar eigen plan. Deze doelgroep loopt niet achter de massa aan, maar zoekt nieuwe en authentieke ervaringen.
- De **plezierzoeker** is ook ondervertegenwoordigd in het Land van Cuijk ten opzichte van het Nederlands gemiddelde (14% t.o.v. 19%) maar alsnog heeft een aanzienlijk deel van de inwoners deze leefstijl. De plezierzoekers lijken enigszins op de harmoniezoekers, maar bij deze groep staat het plezier hebben centraal. Nieuwe, avontuurlijke dingen beleven, een pretpark bezoeken of naar festivals gaan zijn dingen die de plezierzoeker graag doet.

Leefstijl	Land van Cuijk	Nederland
Avontuurzoekers	**5,5%**	11%
Plezierzoekers	14,3%	19%
Harmoniezoekers	**15,3%**	12%
Verbindingszoekers	**16,7%**	12%
Rustzoekers	**20,5%**	17%
Inzichtzoekers	12,8%	11%
Stijlzoekers	14,9%	17%

1. Bron: Opgavennotitie Omgevingsvisie Land van Cuijk

Huidig aanbod

Wanneer we kijken naar het huidige aanbod in het Land van Cuijk dan wordt duidelijk dat dit vooral voor een aantal leefstijlen geschikt is:

- De **rustzoeker** houdt van rust en ruimte en gaat het liefst op pad in de eigen, bekende omgeving om te wandelen en fietsen. In het Land van Cuijk is routegebonden recreatie, zoals wandelen en fietsen, één van de meest voorkomende recreatievormen. Dit komt omdat er in het Land van Cuijk veel ruimte is om de natuur in te gaan en in alle rust het landschap te ontdekken. Voor de rustzoeker is dit erg aantrekkelijk, om zo op zijn/haar gemak de omgeving te verkennen en te ontspannen in de natuur. De rustzoeker is ook een doelgroep waar Visit Land van Cuijk al langer op inzet, waardoor deze groep het Land van Cuijk al langer goed weet te vinden. Ook past de rustzoeker binnen het profiel van de 'Active Gen X', een doelgroep waar Visit Brabant zich op richt.
- De **verbindingszoeker** is geïnteresseerd in het verhaal van de plekken die zij bezoeken. Dit doen zij aan de ene kant door de natuur in te trekken en een bezoekerscentrum te bezoeken. Aan de andere kant door musea en erfgoedlocaties te bezoeken. In het Land van Cuijk zijn er veel kleinschalige musea waar de verbindingszoeker meer kan leren over het verhaal van de regio en is er een groot aanbod aan (kleinschalig) cultuurhistorisch erfgoed. De verbindingszoeker gaat graag te voet of op de fiets langs deze erfgoedlocaties om meer te weten te komen over wat zich hier heeft afgespeeld. Ook is er ruim aanbod aan kleinschalige accommodaties, zoals B&B's, waar de verbindingszoeker graag verblijft en met name de gemoedelijke en gastvrije sfeer spreekt deze doelgroep aan. Voor de verbindingszoeker geldt ook dat deze groep al langer de aandacht heeft van Visit Land van Cuijk en dat deze ook past binnen het profiel van de 'Active Gen X'. Marketing en promotie inspanningen zijn al langer gericht op deze leefstijl en deze groep bezoekt het Land van Cuijk dan ook regelmatig.
- Wanneer we kijken naar het verblijfsaanbod in de regio zijn er een aantal grotere vakantieparken waar de **harmoniezoeker** uitstekend terecht kan. Vooruitkijkend naar de ontwikkelingen die er op het gebied van verblijfsrecreatie gaande zijn in de gemeente, valt te verwachten dat het verblijfsaanbod voor deze groep de komende jaren verder zal toenemen. De harmoniezoekers gaan het liefst met het gezin op pad en verblijven dan vaak met de hele groep in een vakantiehuisje. Voor deze groep is er wel wat dagrecreatief aanbod, zoals escaperooms, Avonturenpark de Bergen of Zooparc Overloon, maar dit is nog enigszins beperkt. Voor de harmoniezoekers geldt dat dit profiel past binnen het profiel van de 'Curious Families', een doelgroep waar Visit Brabant zich op richt.

De Duitse gast

De landschappelijke waarde van het Land van Cuijk (veel water aanwezig, veel natuur en diverse landschappen) in combinatie met de korte afstand van Nordrhein Westfalen maakt dat het Land van Cuijk de Duitse gast een aantrekkelijke bestemming is. De Duitse gast weet dit gebied voor een deel al te vinden, maar in 2024 wordt een programma met Visit Brabant en Visit Land van Cuijk opgestart om ondernemers te helpen de Duitse gast nog beter te bedienen. Ook wordt gezamenlijk opgetrokken in de marketing en communicatie richting deze doelgroep.

Conclusie doelgroepenanalyse

Kijkend naar de dominante leefstijlen van de inwoners van het Land van Cuijk en naar het huidige toeristisch-recreatieve aanbod in de gemeente zijn een aantal kansrijke doelgroepen te onderscheiden. Deze kansrijke doelgroepen zijn de belangrijkste doelgroepen voor het Land van Cuijk, waarbij er altijd ruimte blijft voor unieke initiatieven die bijdragen aan het versterken van de diversiteit van het aanbod. De kansrijke doelgroepen zijn:

- De **harmoniezoeker**. Dit is vanuit het recreatie oogpunt een erg kansrijke doelgroep. Een aanzienlijk deel van de huidige inwoners heeft deze leefstijl en de gemeente Land van Cuijk wilt de komende jaren inzetten om deze doelgroep als inwoner aan de gemeente te binden. Daarnaast is er ook al veel geschikt verblijfsaanbod voor deze doelgroep, waardoor dit ook interessant is voor de toerist. Qua dagrecreatief aanbod liggen er nog wel kansen om meer passend en jaarrond aanbod te ontwikkelen, bijvoorbeeld rondom (actieve) waterrecreatie.
- De **rustzoeker** en **verbindingszoeker**. Dit zijn doelgroepen waar de afgelopen jaren al veel aandacht voor was. Het aanbod is er al en deze leefstijlen matchen met het profiel van de inwoners, dus het is waardevol om de inspanningen van de afgelopen jaren vort te zetten. De voorzieningen en het aanbod moeten vooral goed op orde blijven.
- De **Duitse gast**. Het Land van Cuijk is een aantrekkelijke bestemming voor deze doelgroep. Om hier de komende jaren nog beter op in te spelen is het belangrijk dat informatie ook in de Duitse taal wordt aangeboden en dat de Duitse gasten gastvrij verwelkomd worden.

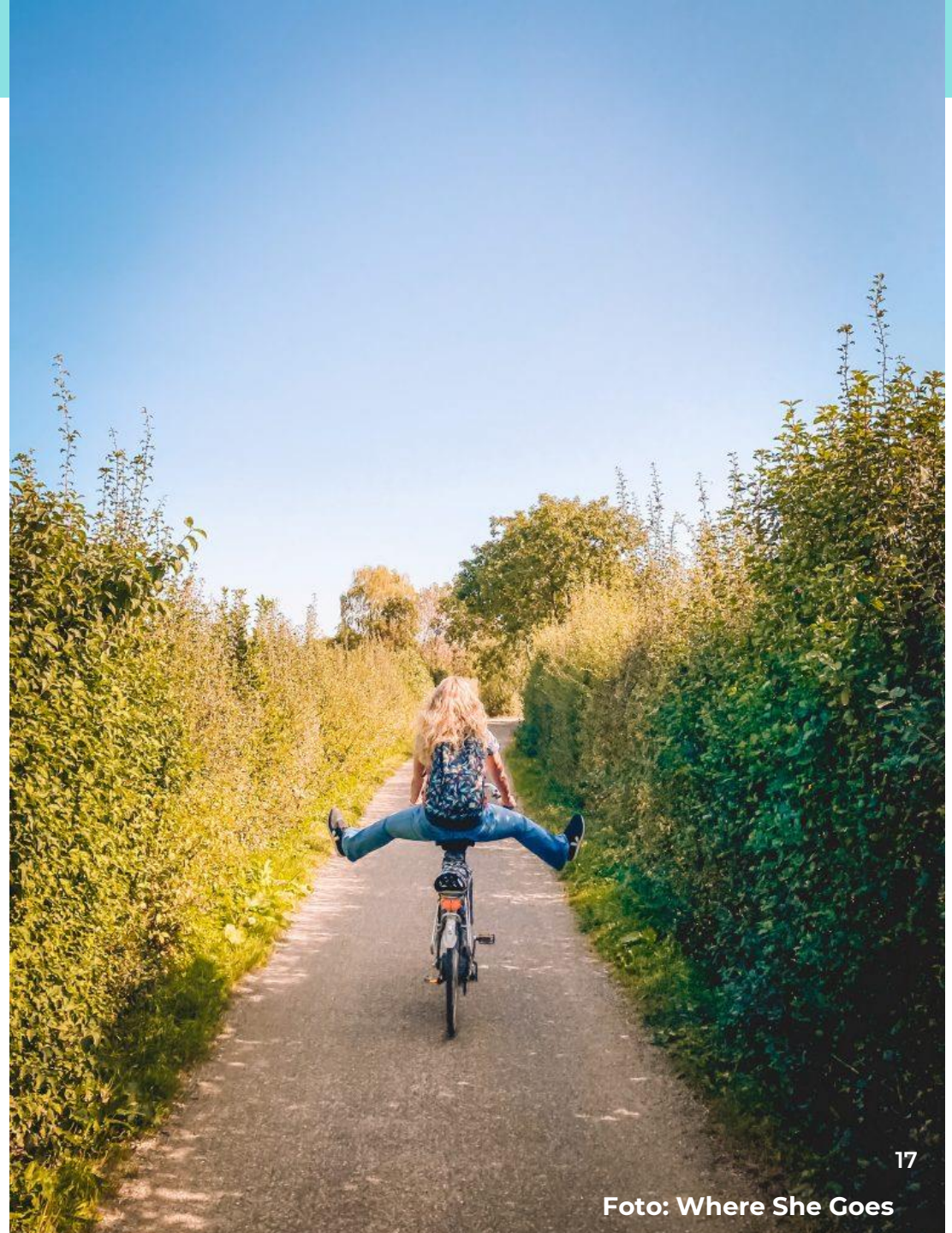


Foto: Where She Goes

EEN DAG UIT... DE INTERESSANTE LEEFSTIJLEN VOOR HET LAND VAN CUIJK

Verbindingszoeker

De dag begint met een ontbijt van versgebakken brood van de bakker om de hoek en verse eieren en melk van de nabijgelegen boerderij. Daarna kan de dag beginnen: een fietstocht rondom de vesting Grave en de Zuiderwaterlinie staat op het programma. De fietstocht brengt de verbindingszoeker langs diverse ijkpunten in de historie van het gebied en bij elk informatiebord wordt even gepauzeerd. Na de lunch kan een bezoekje aan het Stadsmuseum Grave ook niet ontbreken. Aan het eind van de dag keert de verbindingszoeker weer naar huis: enthousiast om alle opgedane kennis en weetjes over Grave te delen met vrienden en familie.

Rustzoeker

De rustzoeker begint de dag rustig met een kopje koffie en appeltaart bij het Veerhuis in Oeffelt. Daarna is het tijd om de wandelschoenen aan te trekken. Een rustige wandeling door het Maasheggen gebied biedt de ideale gelegenheid om even tot rust te komen en het hoofd leeg te maken. Onderweg worden de gesmeerde broodjes opgegeten om aan het eind van de dag met een ontspannen gevoel weer naar huis te gaan.

Harmoniezoeker

Het is de herfstvakantie en de harmoniezoeker is met het gezin een weekendje in het Land van Cuijk. De eerste dag scheen de zon dus stond een bezoekje aan het Zooparc op de planning. Altijd leuk voor de kids. De tweede dag stond in het teken van het Oorlogsmuseum. De kinderen hebben al veel geleerd tijdens geschiedenisles, maar in het museum maken ze op een interactieve wijze kennis met het oorlogsverleden van Nederland. Bij terugkomst in het huisje was iedereen toe aan wat ontspanning in het overdekte zwembad en werd er nog een hapje gegeten bij het Grand Café op het park. Daarna was het alweer tijd om in te pakken, de volgende ochtend vertrekken we alweer vroeg naar huis.

3.3 WAT VINDEN INWONERS VAN TOERISME EN RECREATIE?

De laatste jaren is er veel veranderd in het 'toeristisch-recreatieve landschap'. De focus ligt niet langer alleen op de economische voordelen van toerisme, maar is verschoven naar aandacht voor het profijt van toerisme en recreatie voor de eigen inwoners. Zodat in 2030 elke Nederlander profijt heeft van toerisme en recreatie[1]. De mening van inwoners is dan ook erg belangrijk bij de ontwikkeling van toerisme en recreatie. Bij het opstellen van deze visie is een inwonersenquête uitgezet met ruim 500 respondenten tot gevolg. We gaan hier in op de belangrijkste conclusies, meer informatie over de resultaten is te vinden in Bijlage 3.

Wat maakt het Land van Cuijk bijzonder?

Het Land van Cuijk is een grote plattelandsgemeente met veel natuur en cultuurhistorische waarden. Dit blijkt ook uit de reacties van de inwoners. Een groot deel van de respondenten vindt dat de natuur het meest bijzondere is aan het Land van Cuijk. Gebieden als de Maasheggen en de Kraaijenbergse Plassen zijn veelvuldig benoemd, maar ook de rust en ruimte en het gevoel van vrijheid werden als bijzonder benoemd. Daarnaast was er ook een aanzienlijk deel van de respondenten die de cultuur en geschiedenis erg bijzonder vinden, o.a. de historische plaatsen, het cultureel erfgoed en de Romeinen werden benoemd. Andere bijzondere thema's zijn ook de gemeenschapszin, waaronder het gastvrije en gemoedelijke, en de vele (kleinschalige) evenementen.

Recreatieve voorzieningen

Uit de enquête blijkt dat meeste respondenten erg tevreden zijn over de recreatieve voorzieningen in de gemeente. Zeker wat betreft wandel- en fietsroutes en het aanbod aan waterrecreatie, horeca en cultuur zijn de respondenten (zeer) tevreden. Toch geeft een groot deel van de respondenten aan nog wel bepaalde recreatieve voorzieningen te missen. Met name voorzieningen rondom sport en spel worden gemist, zoals speeltuinen, zwembaden, sportevenementen en speeltoestellen op en rondom het water. Daarnaast geeft bijna 45% van de respondenten aan (zeer) ontevreden te zijn over het winkelaanbod in de gemeente; met name een kwalitatief goed en divers winkelaanbod wordt gemist. Daarnaast blijkt ook dat een groter aanbod aan (betaalbare) gezinsuitjes gemist wordt.

Ontwikkeling van toerisme en recreatie

Wanneer er gekeken wordt naar de ontwikkeling van toerisme en recreatie blijkt dat inwoners vinden dat er nog wel ruimte is voor meer toeristen in de gemeente. Ruim 65% van de respondenten is het namelijk eens met de stelling dat het aantal toeristen mag stijgen de komende jaren, slechts 18% van de respondenten is het hiermee oneens. Daarnaast blijkt dat er nog onvoldoende jaarrond aanbod in het Land van Cuijk is: 60% van de respondenten geeft aan dat er in de herfst en winter niet genoeg te beleven is. Het gevoel dat het ontbreekt aan winterse evenementen en activiteiten is dus een belangrijk aandachtspunt vanuit de inwoners gezien.

1. Perspectief 2030. Bestemming Nederland. NBTC.

3.4 KERNKWALITEITEN VAN HET LAND VAN CUIJK

Natuur. Een palet van verschillende landschappen. Van de Maasheggen tot de Raamvallei. Van de Overloonse duinen tot de Kraaijenbergse plassen. En alles daar tussenin.

Cultuurhistorie. Een gebied met meer dan 2000 jaar aan cultuurhistorie. Kloosters, kastelen, kerken en musea die het verhaal van het Land van Cuijk vertellen.

Rust en ruimte. Een weidse omgeving met volop mogelijkheden om te wandelen en fietsen. Ruimte om tot rust te komen.

Water. Ontspannen aan, in en op het water. Windsurfen bij de Kraaijenbergse Plassen, zwemmen bij de Kuilen of vissen bij de Radioplassen. Verkoeling in de zomer en uitwaaien in de winter langs de Maas.

Platteland. Van oudsher een agrarisch gebied wat het landschap gevormd heeft. Tegenwoordig een transitie naar duurzame landbouw, wat ook kansen biedt voor toerisme en recreatie.

Gemoedelijk. Een gastvrije ontvangst. Ons kent ons. En bovenal gemoedelijk en gezellig.

Deze wordcloud is gebaseerd op de open antwoorden op de vraag 'Beschrijf in 3 woorden wat de gemeente Land van Cuijk bijzonder maakt' uit de inwonersenquête .

3.5 DE BELANGRIJKSTE OPGAVEN

Het Land van Cuijk heeft een divers toeristisch-recreatief aanbod. Tegelijkertijd liggen er nog volop kansen in het gebied om de sector te versterken en het Land van Cuijk toeristisch beter op de kaart te zetten. De sector is continu in ontwikkeling en het is de kunst om te blijven vernieuwen en in te spelen op de voortdurende veranderingen. Op basis van de bouwstenen, een SWOT-analyse (zie bijlage 4), een confrontatiematrix (zie bijlage 5) en gesprekken met de sector zijn de belangrijkste opgaven geformuleerd voor het Land van Cuijk. Op sommige opgaven zit al veel energie en zijn de eerste stappen al gezet, zoals het aantrekken van de Duitse gast. Deze opgaven sluiten aan op (een deel van) de opgaven die benoemd worden in de Omgevingsvisie Land van Cuijk en in de nieuwe Economische Visie.

1. **Een sterkere profilering van het Land van Cuijk**.

Het Land van Cuijk is een grote en diverse gemeente met 33 kernen. Het toeristisch-recreatief aanbod is enorm divers, maar tegelijkertijd weinig uniek. Dit maakt dat een heldere, eenduidige profilering en uitstraling (nog) ontbreekt. Welke bijzondere thema's moeten in de etalage worden gezet?

2. **Gewesten en thema's op een slimme, aantrekkelijke manier verbinden.**

Door de verschillende toeristische gewesten[1)] van het Land van Cuijk op thematische wijze met elkaar te verbinden en beleefbaar te maken, bijv. door de ontwikkeling van themaroutes..

3. **Toerisme en recreatie inzetten om de leefbaarheid en levendigheid in de gemeente jaarrond te versterken**.

In het hoogseizoen is nog ruimte voor wat meer bezoekers, maar met name in de rest van het jaar is het belangrijk dat er voldoende draagvlak is voor voorzieningen, zodat de exploitaties rendabel zijn en dat er voor de inwoners en bezoekers genoeg te beleven is. Dit vraagt deels om nieuw aanvullend elkweeraanbod, deels om beter voor het voetlicht te brengen wat er allemaal al is. Bij elke ontwikkeling is het belangrijk om de balans tussen wat is leefbaar en wat draagt bij aan levendigheid in het oog te houden.

4. **Inwoners ambassadeur maken van het Land van Cuijk**.

Inwoners van het Land van Cuijk voelen een sterke verbondenheid met de kern/het dorp waar zij wonen, maar voelen nog (te) weinig trots voor het Land van Cuijk, hetgeen ook logisch is voor zo'n jonge gemeente. Door inwoners te inspireren om het Land van Cuijk te ontdekken, wordt het Land van Cuijk niet alleen een bestemming, maar een levendige gemeenschap die trots en gastvrijheid uitstraalt welke verder gaat dan alleen het eigen dorp.

5. **Aantrekkelijkheid behouden en vergroten voor huidige en nieuwe doelgroepen**.

Voldoende aantrekkelijk en divers aanbod is noodzakelijk voor het aantrekken van de gewenste doelgroepen, zoals de wandelaars en fietsers, maar ook de (jonge) gezinnen die in Land van Cuijk (komen) wonen of hier een dagje of vakantie doorbrengen. Dit betekent inzetten op het aantrekken van de rustzoeker, verbindingszoeker en harmoniezoeker.

6. **Actief inzetten op het aantrekken van de Duitse gast**.

In de Duitse markt, vooral in de grensregio en Ruhrgebied, zit veel potentie voor het Land van Cuijk. Om deze kansen te verzilveren wordt er echter meer dan alleen aangepaste marketing gevraagd. Visit Brabant en Visit Land van Cuijk werken hier, samen met ondernemers, al aan.

7. **Versterken en innoveren van het lokale ondernemerschap.**

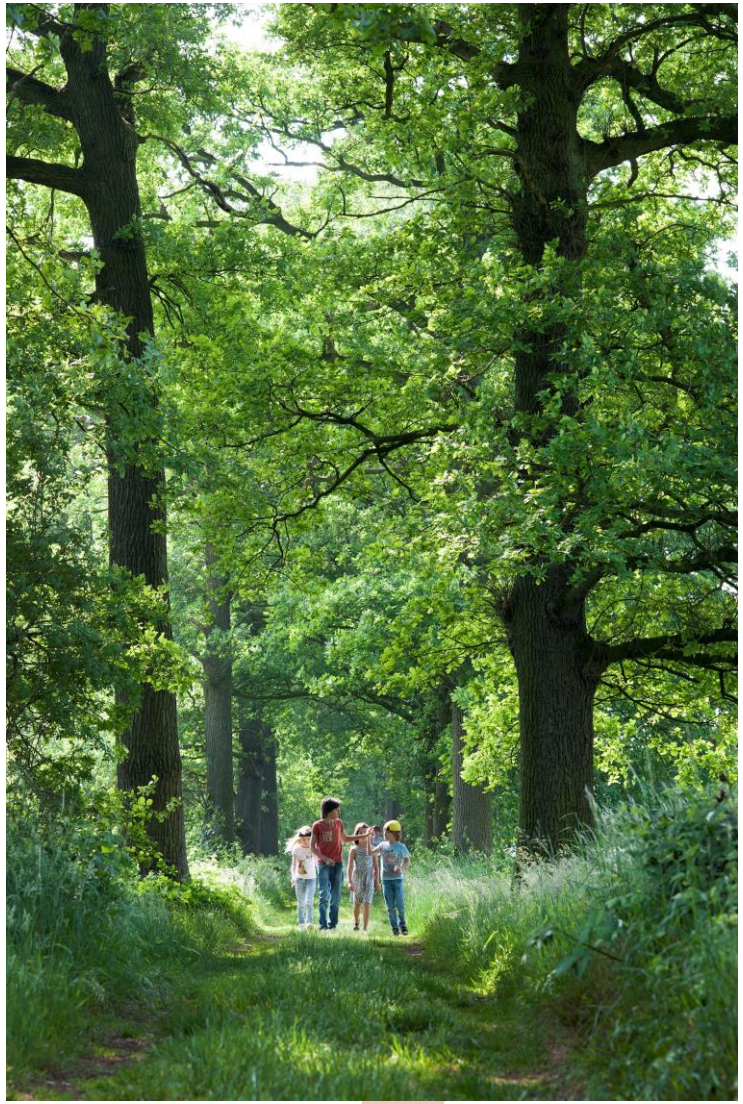
Lokale ondernemers hebben een sterke binding met de dorpen en gemeenschap, waardoor er een sterke couleur locale is. Dit dient wel (meer) hand en hand te gaan met een innovatieve/eigentijdse bedrijfsvoering.

1. Zie Bijlage 6 en het Harmonisatiekader Lokale Toeristische Platforms – Gemeente Land van Cuijk

4 Ambitie en visie

4.1 AMBITIE TOERISME EN RECREATIE

Het Land van Cuijk: meer dan alleen een bestemming.
We behouden en versterken datgene wat we hebben opgebouwd aan toeristisch aanbod. En we zetten in op het aantrekken van nieuwe doelgroepen, zowel toeristen als recreanten.



Ambitie 2035

We stellen onszelf het doel dat in 2035 elke inwoner in het Land van Cuijk profiteert van toerisme en recreatie. Met alles wat we doen staat de maatschappelijke impact van de sector centraal. Zodat toerisme en recreatie bijdraagt aan 33 levendige, leefbare en gemoedelijke kernen en een toekomstbestendige economie, waarbij het geluk en de trots van onze eigen inwoners en ondernemers voorop staat.

Nieuw onderscheidend aanbod, passend bij het DNA, de kernkwaliteiten van onze gemeente en de gewenste doelgroepen, is welkom. We kiezen voor het voorzetten van lopende ontwikkelingen en zetten bij nieuwe ontwikkelingen in op kwalitatieve groei en kleinschaligheid. Daarmee bouwen we het lokale ondernemerschap verder uit. Onze eigen inwoners zijn het voorbeeld van de doelgroep die we willen trekken. Nieuw aanbod wat interessant is voor de (regio) inwoner, is daarmee ook interessant voor bepaalde doelgroepen van buitenaf. De focus ligt op de harmoniezoekers (jonge gezinnen), de verbindingszoekers en de rustzoekers.

Het Land van Cuijk is meer dan alleen een bestemming: 33 krachtige gemeenschappen, verbonden door de verhalen van de Romeinse tijd en daarvoor via de Middeleeuwen tot aan de moderne tijd en van uiteenlopende landschappen als de Maasheggen tot de Kraaijenbergse Plassen. Waarbij elke inwoner, ondernemer en bezoeker trots is om deel van uit te maken. Niet alleen vandaag, maar ook in de toekomst.

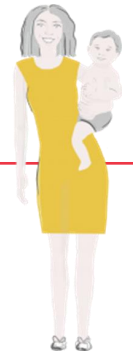
4.2 TWEE STRATEGIELIJNEN – VISIE 2035

1 Wat we hebben: behouden en versterken

De inzet van de afgelopen jaren zetten we door: wat we hebben willen we behouden en waar mogelijk versterken. Hierbij richten we ons op de bekende doelgroepen: de Rustzoekers en de Verbindingszoekers. Er is niet zomaar één gemene deler voor het hele gebied te benoemen, maar er zijn wel veel verhalen die het Land van Cuijk verbinden. Deze verhalen verbinden gebieden binnen de gemeentegrenzen van het Land van Cuijk, maar deze leggen ook de verbinding met de regio. Door het vertellen en uitdragen van deze verhalen komt het landschap, de geschiedenis en de verschillende gebieden binnen het Land van Cuijk tot leven voor jong en oud. Het beleefbaar maken van de verhalen zorgt voor een waardevolle verbinding tussen het verleden, heden en de toekomst en versterkt het trotse gevoel onder de inwoners.

2 Nieuwe doelgroepen: inzetten en intensiveren

We zetten ons in om van het Land van Cuijk een aantrekkelijke plek om te wonen, werken en recreëren te maken het hele jaar door. Dit doen we voor alle inwoners, waarbij we extra aandacht hebben voor de Harmoniezoeker. Hiermee verschuiven we gedeeltelijk onze focus van toerisme naar recreatie. Voldoende jaarrond aanbod, zowel qua dagrecreatie als verblijfsrecreatie, vergroot de diversiteit van het aanbod en leidt tot positievere ervaringen van inwoners en toeristen. Ook sluit het aan bij de veranderende behoefte van de markt, o.a. door de toenemende vraag naar short-breaks jaarrond. Daarnaast heeft dit een positieve impact op de lokale economie en het voorzieningenniveau in de kernen (die op veel plekken onder druk staat). Door het aanbod in alle seizoenen interessant te maken worden de inwoners beter bediend, zal de toerist vaker terug willen komen en wordt het rendement van de ondernemers verbeterd.



WAT WE HEBBEN: BEHOUDEN EN VERSTERKEN

Waar gaat het om?

De doelgroepen waar we ons al langer op richten zijn de Rustzoekers en de Verbindingszoekers. Zowel de Rustzoekers en Verbindingszoeker die in het Land van Cuijk wonen als ook de toeristen die van buiten de gemeente komen, willen we goed bedienen. Deze bezoekers willen we behouden en het aanbod voor deze groepen versterken. Dit doen we door op thematische wijze verhalen en gebieden met elkaar te verbinden.

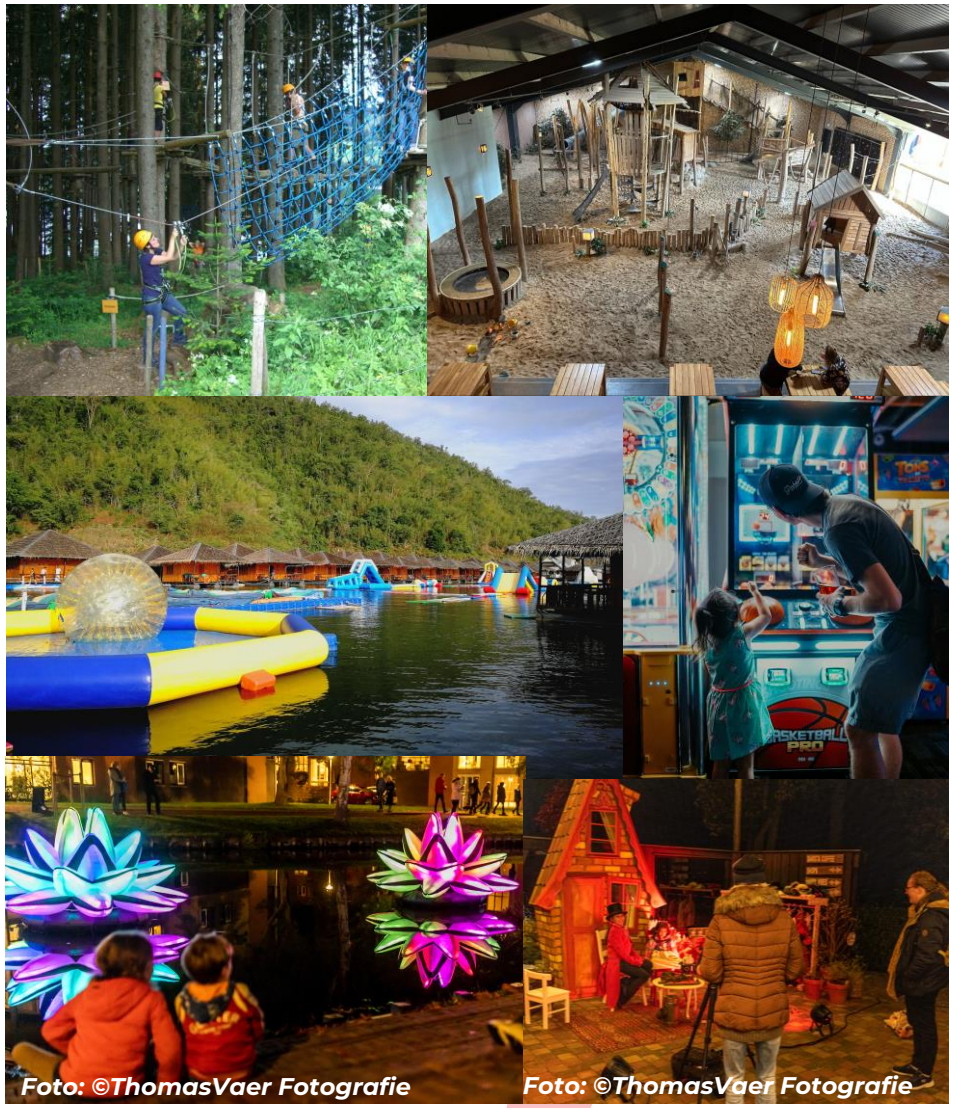
- **Reis door de geschiedenis**. In het Land van Cuijk kan je duizenden jaren geschiedenis beleven binnen één gemeente. Er zijn veel verhalen te vertellen: van de Romeinse tijd tot het ontstaan van de Zuiderwaterlinie en van het rijke religieuze verleden tot aan de Tweede Wereldoorlog. Deze verhaallijnen vormen de basis voor het Land van Cuijk zoals we dat vandaag kennen. Aan de hand van lokale toponiemen, verhalen en legendes komt de geschiedenis verder tot leven. Op een fysieke manier door het plaatsen van informatieve elementen in het landschap of langs kloosters en kastelen. Maar ook door in te zetten op beleving, bijvoorbeeld door het inzetten van Groeters om de verhalen te vertellen, het maken van een podcasts over lokale legendes of door voldoende digitale informatie aan te bieden bij belangrijk historisch erfgoed. Belangrijk is om te voorkomen dat er een wildgroei aan borden ontstaat.
- **Palet aan landschappen**. De landschappen van het Land van Cuijk lopen als verbindende schakels door de hele gemeente heen. De vele diverse landschapstypen verbinden de verschillende toeristische gebieden, elk vanuit hun eigen kenmerken en aantrekkingskracht. Ook het water speelt een belangrijke rol, zowel in de ontstaansgeschiedenis van het Land van Cuijk als in de hedendaagse toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht: waterrecreatie bij de Kraaijenbergse Plassen, wandelen langs de Maas, fietsen door de Raamvallei en zwemmen bij de Kuilen. Op ontdekking door het Land van Cuijk kom je alle landschapstypen tegen. Waarbij uiteraard de basis op orde is (bijv. uniforme bewegwijzering, bankjes langs de route en voldoende afvalbakken), maar de volgende stap is minstens zo belangrijk: het vertellen en beleven van verhalen.
- **Voor en door de hele gemeente.** Het diverse landschap en de rijke geschiedenis zijn elementen die in de hele gemeente naar voren komen. Door deze thema's op een inspirerende en pakkende wijze te vertellen worden alle inwoners, jong en oud, uitgedaagd om de verhalen van het Land van Cuijk te beleven. Door klein te beginnen met het vertellen van de verhalen van de eigen kernen, kan na verloop van tijd het verhaal van het Land van Cuijk tot leven komen bij alle inwoners en ook op boeiende wijze worden gedeeld met toeristische bezoekers van buiten de gemeente. We streven ernaar om het volledige potentieel van onze gemeente te benutten voor toeristisch-recreatieve activiteiten. Met deze visie zetten we dan ook in op spreiding door de hele gemeente en niet op het aanwijzen van toeristisch-recreatieve clusters. Dit draagt bij aan een evenwichtige spreiding van activiteiten en daarmee ook bezoekers door de hele gemeente.

NIEUWE DOELGROEPEN: INZETTEN EN INTENSIVEREN

Waar gaat het om?

Het hele jaar door is het Land van Cuijk een fijne plek voor inwoners om op ontdekking te gaan en zichzelf te verrijken. We zetten ons in op het aantrekken van nieuwe inwoners. Dit doen we door in te zetten op passend jaarrond aanbod voor de harmoniezoekers: een doelgroep die qua identiteit en waarde past bij het Land van Cuijk.

- **Aanbod dagrecreatie**. Het huidige aanbod wordt behouden en nieuw dagrecreatief aanbod past bij de kernkwaliteiten van de gemeente, sluit aan op de wensen van de harmoniezoeker en is bij voorkeur ook geschikt voor de dagen als het slecht weer is. Zodat er het hele jaar genoeg te doen is voor de inwoners van het Land van Cuijk.
- **Aanbod verblijfsrecreatie.** De komende jaren zal het aantal bedden in de bungalowsector toenemen. Met deze toename verwachten we voldoende capaciteit te hebben voor de toenemende aantallen bezoekers en met name de Harmoniezoekers. Naast deze grootschalige ontwikkeling, borgen we ook de kwaliteit en diversiteit van het aantal verblijfsaccommodaties en zetten we verder in op kleinschalige ontwikkelingen, zoals camperplaatsen en kleinschalig verblijf in de kernen. Kwalitatieve groei gaat hierbij boven kwantitatieve groei. Naast de kwalitatieve doorontwikkeling van verblijfsrecreatie, liggen er ook kansen voor de zakelijke markt al dan niet in combinatie met logies (vergaderingen, incentives, congressen, studiedagen) en horeca om verder te ontwikkelen.
- **Evenementen.** Evenementen gedurende het hele jaar kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan de leefbaarheid en levendigheid in de kernen van het Land van Cuijk. De evenementen bevorderen ook de saamhorigheid in de kernen en creëren reuring voor inwoners. Ook kunnen evenementen ingezet worden om bepaalde doelgroepen van buiten aan te trekken naar de gemeente. De (kleinschalige) evenementen, passend bij het Land van Cuijk en de inwoners, zijn van grote toegevoegde waarde voor de gemeente.



Sfeerimpressie aanbod voor de Harmoniezoeker

4.3 UITVOERINGSPLAN

Wat gaan we doen?

In deze Visie Toerisme en Recreatie staat beschreven waar we komende jaren naartoe werken en welke doelgroepen we hierbij willen aantrekken. Om dit doel te bereiken, is het belangrijk om samen aan de slag te gaan. Concrete acties, duidelijke rol- en taakverdeling en passende financiering zijn hierbij essentieel. Op deze en de volgende pagina is het uitvoeringsplan beschreven welke acties op hoofdlijnen bevat die nodig zijn om deze visie waar te maken. Komende jaren wordt samen met de sector, op projectmatige basis, nadere invulling gegeven aan de acties. De acties zijn gekoppeld aan de twee strategielijnen, waarbij het uitvoeringsplan begint met een aantal overkoepelende acties die binnen beide strategielijnen passen. Per strategielijn zijn een aantal acties benoemd, inclusief indicatief termijn.

Strategielijn	Actie	Trekker	Termijn
Strategielijn 1 en 2	**Monitoring** Opstarten monitor. Meten in hoeverre de bestaande doelgroepen blijven komen en welke nieuwe doelgroepen aangetrokken worden.	Gemeente	Gestart
	Marketing en promotie. Profilering vertalen naar marketing en promotie. Per doelgroep bepalen wat in de etalage te zetten.	Visit Land van Cuijk	Kort
	Gastvrijheid. Voortzetten inspanningen om Duitse gast goed te bedienen, o.a. aanspreken in eigen taal en mogelijkheden voor contant betalen.	Visit Land van Cuijk, Visit Brabant en ondernemers	Doorlopend
	Samenwerking. Continueren en versterken van de halfjaarlijkse netwerkbijeenkomsten voor de sector	Visit Land van Cuijk	Doorlopend
	Samenwerking. Versterken bovenregionale samenwerking op het gebied van marketing en promotie. Per doelgroep kijken welke bovenregionale samenwerkingsverbanden van toegevoegde waarde zijn.	Gemeente en Visit	Doorlopend
	Productontwikkeling. Onderzoek aanbod voor de verschillende doelgroepen, o.a. op het gebied van waterrecreatie. Wat voor type aanbod ontbreekt er nog voor de huidige en nieuwe doelgroepen? Is dat nodig in de gemeente of is er buiten de gemeentegrens al iets vergelijkbaars te vinden? Indien er lacunes zijn, inzetten op de groei van de markt.	Ondernemers. Gemeente heeft een faciliterende en toetsende rol.	Middellang
	Beleid. Opstellen beleidsregels kleinschalig verblijf in de kernen.	Gemeente	Kort

Strategielijn	Actie	Trekker	Termijn
Strategielijn 1	**Beleefbaarheid.** Ontwikkelen en beleefbaar maken van een route en/of publieksgerichte communicatie langs diverse historische aanknopingspunten en archeologische vindplaatsen. Diverse lokale toponiemen, verhalen en legendes worden ingezet om de geschiedenis verder beleefbaar te maken.	Gemeente en Visit Land van Cuijk	Doorlopend
	Beleefbaarheid. Onderzoeken openstelling en ontwikkelen van een pilot rondom erfgoed en monumenten.	Maatschappelijke organisaties	Middellang
	Gastvrijheid. Inspelen op behoefte van de toerist en recreant onderweg, o.a. voldoende bankjes om uit te rusten, horeca gelegenheden langs routes.	Gemeente en ondernemers	Doorlopend
	Productontwikkeling. Inzetten op groei van (uniek) kleinschalig verblijfsaanbod, bijvoorbeeld in de vorm van camperplaatsen, voor de huidige doelgroepen (rustzoeker en verbindingszoeker).	Ondernemers	Doorlopend
Strategielijn 2	**Divers**. Onderzoeken marktruimte zakelijke logiesmarkt	Gemeente en Visit Land van Cuijk	Middellang
	Jaarrond. Verkennen mogelijkheden voor nieuw jaarrond aanbod / slechtweervoorzieningen die momenteel nog ontbreken en passen bij relevante trends en ontwikkelingen en bij de huidige en toekomstige doelgroepen.	Ondernemers	Doorlopend
	Jaarrond. Duidelijke communicatiestrategie om jaarrond levendigheid te promoten, o.a. door het jaarrond dagrecreatief aanbod en evenementen meer onder de aandacht te brengen.	Visit Land van Cuijk	Kort
	Eigen inwoners. Stimuleren van het ambassadeurschap van de eigen inwoners, door deze te betrekken bij toeristisch-recreatieve activiteiten in de gemeente. En door slim aan te sluiten bij activiteiten die op dit onderwerp georganiseerd worden, bijvoorbeeld door Visit Land van Cuijk.	Gemeente, ondernemers en Visit Land van Cuijk	Doorlopend
	Jaarrond. Opstellen nieuw evenementenbeleid. Beter inzichtelijk maken wat er al aan evenementen jaarrond te beleven is. En inzetten op voldoende nieuwe programmering passend bij de nieuwe doelgroep (harmoniezoeker) en bij het profiel van de gemeente.	Faciliterende rol gemeente	Gestart

Bijlagen

BIJLAGE 1. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN (1/2)

- **Recreatiebehoefte neemt toe**; De recreatiemogelijkheden dichtbij huis zijn door Corona 'herontdekt'. Het aantal bezoekers van natuur- en recreatiegebieden is enorm toegenomen[1)]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. Bij het fietsen valt ook de steeds verdere differentiatie in soorten fietsen op (e-bikes, race- en toerfietsen, mountainbikes etc.).

- **We gaan vaker, korter en op wisselende momenten op vakantie**; De gemiddelde verblijfsduur per vakantie daalt. Dit geldt voor zowel het inkomende vakantieverkeer als het binnenlandse vakantieverkeer. Echter, mensen kiezen er wel voor om vaker op vakantie te gaan. Niet alleen in de zomervakantie, maar ook in het voor- en naseizoen. De coronapandemie heeft Nederlanders bewust gemaakt van de mogelijkheden in eigen land.

- **Het platteland is in trek**; Decennialang trokken Nederlanders naar de stad, en zorgden daarmee voor krimp in bepaalde regio's. In sommige steden staat de leefbaarheid, zeker voor economisch minder sterke doelgroepen, echter onder druk. Dit, in combinatie met de switch naar meer digitaal werken en winkelen, maakt dat woonomgevingen die minder stedelijk zijn, worden herontdekt. Het is in deze tijd sterk omgedraaid, een groot deel van de wereldbevolking woont in een stedelijke omgeving en wil daar tijdens de vakantie uit 'ontsnappen'. Recent onderzoek van het NBTC wijst uit dat bijna 80% van de Nederlanders, Belgen en Duitsers geïnteresseerd zijn in een vakantie op het platteland. Het rustgevende en het onthaasten in deze gebieden is wat toeristen trekt. Even weg uit de dagelijkse drukte en meer tijd doorbrengen in de natuur.

- **Recreatie en toerisme wezenlijk voor brede welvaart**; In Nederland is sinds enkele jaren meer aandacht voor brede welvaart. De drie planbureaus (CPB, PBL en SCP) werken daarom aan manieren om brede welvaart beter te integreren in de begrotings- en verantwoordingssystematiek. Hiernaast brengt het CBS sinds 2018 jaarlijks een Monitor Brede Welvaart uit. Deze trend zet door binnen gemeenten en zo ook in de vrijetijdseconomie. De vrijetijdseconomie moet niet alleen zorgen voor meer bestedingen, maar moet ook bijdragen aan de welvaart in brede zin. Denk bijvoorbeeld aan een hoog voorzieningenniveau tot aan maatschappelijk verantwoord ondernemen met de creatie van toekomstbestendige banen.

- **Slow travel in opkomst**; Slow travel is een manier van reizen waarbij de tijd genomen wordt om een plek te ervaren en echt ergens te zijn. Het gaat niet om de drang om zoveel mogelijk van de highlights af te vinken, maar je reist in een relaxed tempo en geniet van het moment. Onthaasten en weer even opladen staat centraal. Slow travel was al langer in opkomst, maar na de coronacrisis is dit in populariteit aanzienlijk vergroot.

1. Het percentage van toeren & wandelen als verplaatsingsmotief lag in 2022 nog 64% hoger dan in 2019 (Bron: CBS, Onderweg in Nederland 2022)

- **Verhaallijnen zijn populair**; We hebben steeds meer behoefte aan authenticiteit en het echte verhaal van een plek. Dit brengt de uniciteit van de stad in beeld en voegt beleving toe aan bijvoorbeeld monumentale panden. Het helpt daarbij om aan te sluiten bij het grotere geheel van de geschiedenis. Deze verhaallijnen kunnen zowel fysiek als digitaal worden verteld, waarbij nieuwere technieken als Augmented Reality letterlijk verhalen zichtbaar kunnen maken in de omgeving.

- **Cultuur voor een bredere doelgroep toegankelijk**; De afgelopen jaren is de 'cultuurparticipatie' toegenomen. Steeds meer mensen zijn geïnteresseerd in de breedte van de cultuursector. De waarde van cultuur wordt vaker aangetoond en de kosten t.o.v. de baten worden positiever. Ook het feit dat mensen in hun vrije tijd graag betekenisvol recreëren speelt mee. Mensen willen ook in hun vrije tijd graag leren en deze nuttig doorbrengen. Cultuur helpt hierbij.

- **Transformatie buitengebied (agrarische sector**); Generaties lang werd het landschap in Nederland bewerkt door agrariërs. Door de jaren ontstond steeds vaker een mix van verschillende functies in het buitengebied. Woon-, vrijetijds- en agrarische functies lopen door elkaar in het buitengebied. Al jaren wordt er op landelijk niveau discussie gevoerd over de opgaven rondom de agrarische sector. Voor gemeenten die beschikken over een groot buitengebied met veel agrarische activiteit, geldt dat de structuur van het buitengebied gaat veranderen komende jaren. Agrariërs staan voor de uitdaging de transitie te maken naar een meer circulaire, duurzame vorm van landbouw. Dit biedt ook kansen voor ondernemerschap in de vrijetijdssector, bijvoorbeeld voor de verkoop van streekproducten, het aanbieden van horeca en het aanleggen van boerenlandpaden. Het leggen van slimme verbindingen tussen de agrarische en toeristische sector wordt steeds vaker gedaan en blijft kansrijk (bijv. overnachten bij de boer als nevenactiviteit).

- **Toenemende aandacht/noodzaak voor duurzaamheid**; Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) wordt steeds belangrijker. MVO bestaat uit drie onderdelen, ook wel de 'triple-P' genoemd: profit, people, planet. Dit betekent dat bedrijven zich zeker mogen richten op het maken van winst, maar dat dit niet in té grote mate ten koste mag gaan van de maatschappij of het milieu. Een relatief grote groep van de Nederlandse reizigers, 41%, geeft aan de komende 12 maanden (in 2022) duurzamer te willen reizen. Ten opzichte van 2021 is dat een groei van 6% (Booking, 2022).

- **Personeelstekort**; Bedrijven hebben nog steeds moeite om geschikt personeel te vinden. Dit zorgt voor grote zorgen bij ondernemers, maar ook voor het (tijdelijk) gedwongen sluiten van de onderneming.

BIJLAGE 2. INFORMATIE DOELGROEPEN EN TOOLKITS

Er zijn verschillende methodes en modellen om doelgroepen te beschrijven. In deze visie wordt het model van de Leefstijlvinder toegepast, maar worden ook enkele bronnen aangehaald die uitgaan van andere modellen. Op basis van een kwalitatieve inschatting, beoordelen we in deze paragraaf de doelgroepen uit deze bronnen en delen we deze in bij een of meerdere vergelijkbare leefstijlprofielen.

Bron	Beschrijving doelgroep	Passend bij leefstijlen
Visit Brabant meerjarenplan 2022-2025	Curious families: families met kinderen in de leeftijdscategorie 4-16 jaar.	Harmoniezoeker, plezierzoeker en stijlzoeker. Op basis van sociodemografische gegevens passen deze leefstijlen, relatief vaak gezinnen met kinderen, het beste bij de beschrijving.
	Adventurous millenials: veelal jonge stellen zonder kinderen, tot 30 jaar.	Avontuurzoeker en plezierzoeker. De plezierzoekers en avontuurzoekers passen het beste bij deze leeftijdsgroep, waarbij de avontuurzoeker vaak geen kinderen heeft.
	Active Gen 'X': oudere stellen vanaf 50 jaar, zonder thuiswonende kinderen.	Verbindingszoeker, inzichtzoeker en rustzoeker. Dit zijn vaak wat oudere doelgroepen, soms met volwassen kinderen die het huis uit zijn.
Meerjarenvisie Toerisme en Recreatie Land van Cuijk - Visit Land van Cuijk	Bourgondische outdoorfamilies: • actieve liefhebbers van 'buiten zijn' (wandelen, fietsen, op het water of op het paard); • ze behoren vaak tot dezelfde familie (van jong tot oud); • ze zijn geïnteresseerd in streekgerechten, maar bezoeken ook graag foodevenementen, volgen 'spijsroutes' of genieten van een drankje of een hapje op een terras; • ze voelen zich het beste thuis in een gastvrije omgeving, waar er nog persoonlijke aandacht voor ze is.	Harmoniezoeker, rustzoeker en verbindingszoeker. De beschrijving van de bourgondische outdoorfamilies bevat verschillende elementen die de drie genoemde leefstijlen. Zo zijn de verbindingszoekers geïnteresseerd in de streek en lokale producten, rustzoekers zoeken persoonlijke aandacht en zijn graag buiten. De harmoniezoekers zijn families die genieten van het op pad zijn met elkaar.

Natuurbeleving per leefstijl

Plezierzoeker: Samen de natuur in. Gezelligheid, plezier hebben. Actief bezig zijn, terrasjes bezoeken.

Avontuurzoeker: Nieuwe plekken ontdekken, rond struinen, van de paden af. Graag alleen op pad.

Verbindingszoeker: Echte natuurliefhebber, gaat graag naar een bezoekerscentrum of bezoekt een lezing, niet te druk.

Harmoniezoeker: Tijd met en voor anderen, frisse buitenlucht, waardeert picknickplekken, zoekt graag de drukte op.

Rustzoeker: Zoekt rust, gaat er op uit om het hoofd leeg te maken, goede paden, blijft dicht bij huis.

Stijlzoeker: Actief, maar ook gezelligheid. Goede horeca is belangrijk. Goed georganiseerd.

Inzichtzoeker: Echte wandelaars, observatiehut, smalle paadjes, zoekt verdieping.

Cultuur- en erfgoedbeleving per leefstijl

Avontuurzoeker: cultuurliefhebber, wordt graag geïnspireerd, bezoekt alle culturele activiteiten

Plezierzoeker: op zoek naar plezier, bezoekt graag filmhuizen, bioscopen en festivals

Verbindingszoeker: op zoek naar rustige cultuurbeleving, wordt enthousiast van erfgoedlocaties. Bezoekt ook graag theaters en (streek)musea

Harmoniezoeker: gaat vooral samen op pad, bezoekt graag bioscopen of theaters (musicals en cabaret)

Rustzoeker: op zoek naar rust en ontspanning, activiteit in de eigen omgeving, minder geïnteresseerd in cultuur en erfgoed

Stijlzoeker: gaan vaak met anderen op pad voor culturele activiteiten om vermaakt te worden, bezoekt het liefst filmhuizen/bioscopen, erfgoedlocaties en festivals

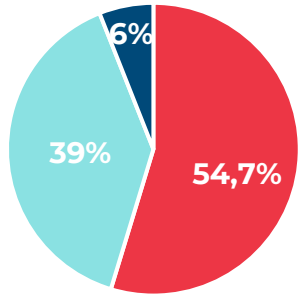
Inzichtzoeker: bezoekt graag musea en erfgoed, geïnteresseerd in achtergrond-informatie en nieuwe inzichten op doen

BIJLAGE 3. RESULTATEN INWONERSENQUÊTE

Gedurende de periode van eind oktober tot half november is een enquête verspreid onder de inwoners van het Land van Cuijk. Deze enquête heeft ruim 500 respondenten opgeleverd. Dit geeft een globale inschatting hoe de inwoners van het Land van Cuijk naar toerisme en recreatie in de eigen gemeente kijken. Er heeft geen weging naar persoonskenmerken of herkomst plaatsgevonden.

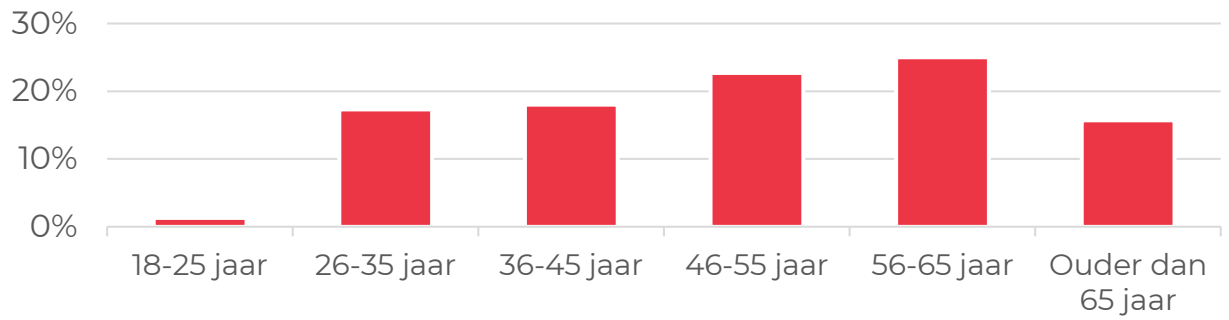
Aantal respondenten

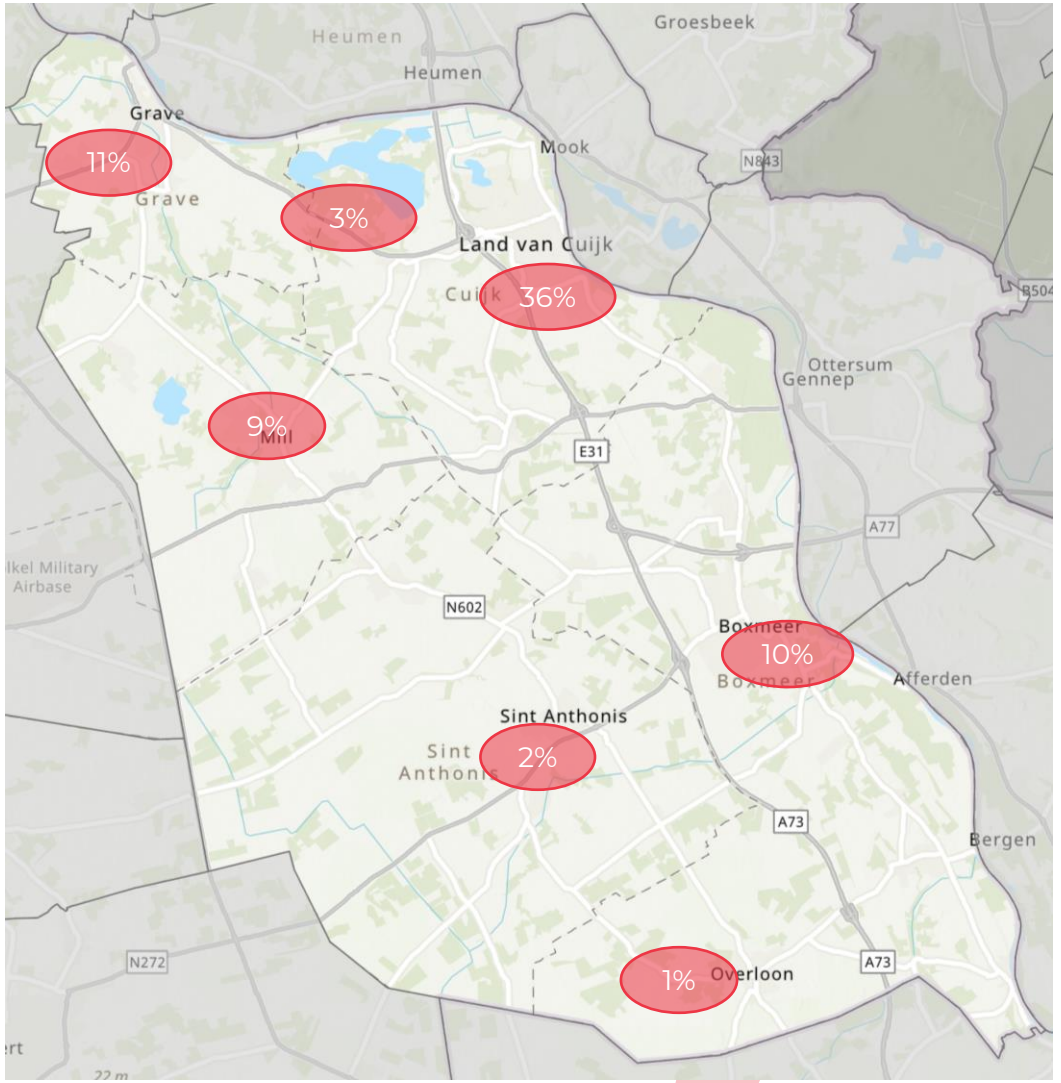
298	volledig ingevulde enquêtes
221	grotendeels ingevulde enquêtes
519	enquêtes in totaal



■ Vrouw ■ Man ■ Zeg ik liever niet

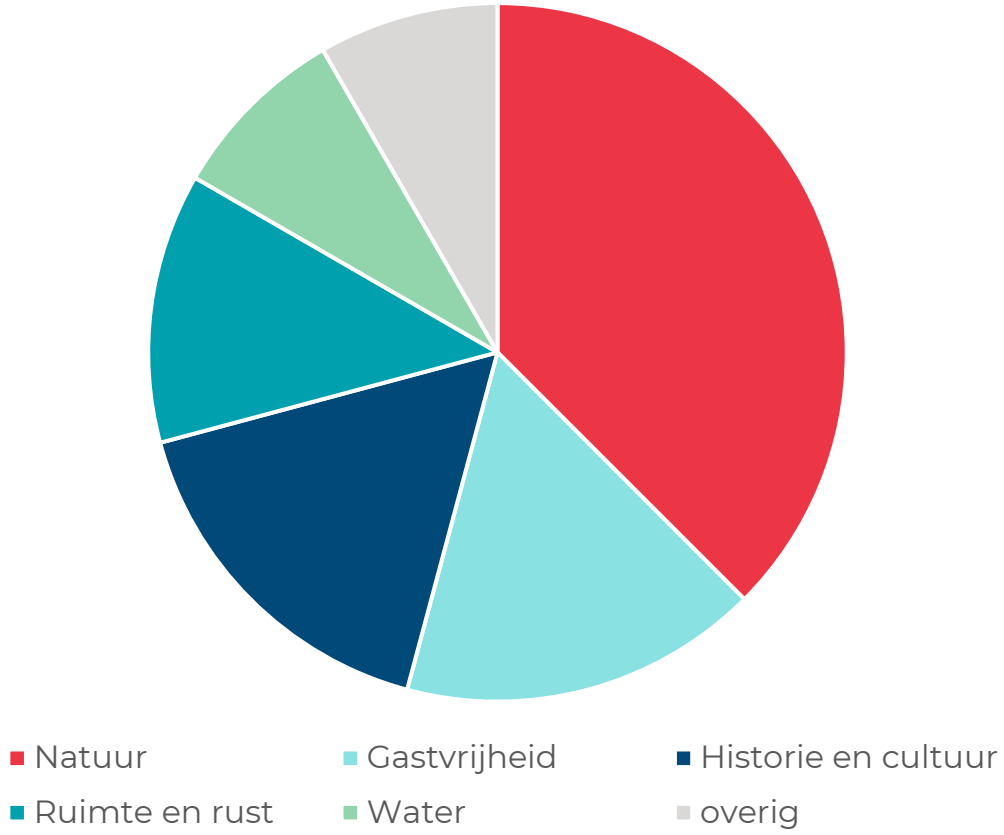
Leeftijd respondenten





Herkomst respondenten

Beschrijf in drie woorden wat de gemeente Land van Cuijk bijzonder maakt



1. Natuur: Reacties met betrekking tot groen, Maasheggen, natuur, landschap, bossen, wandelen, fietsen, platteland etc.

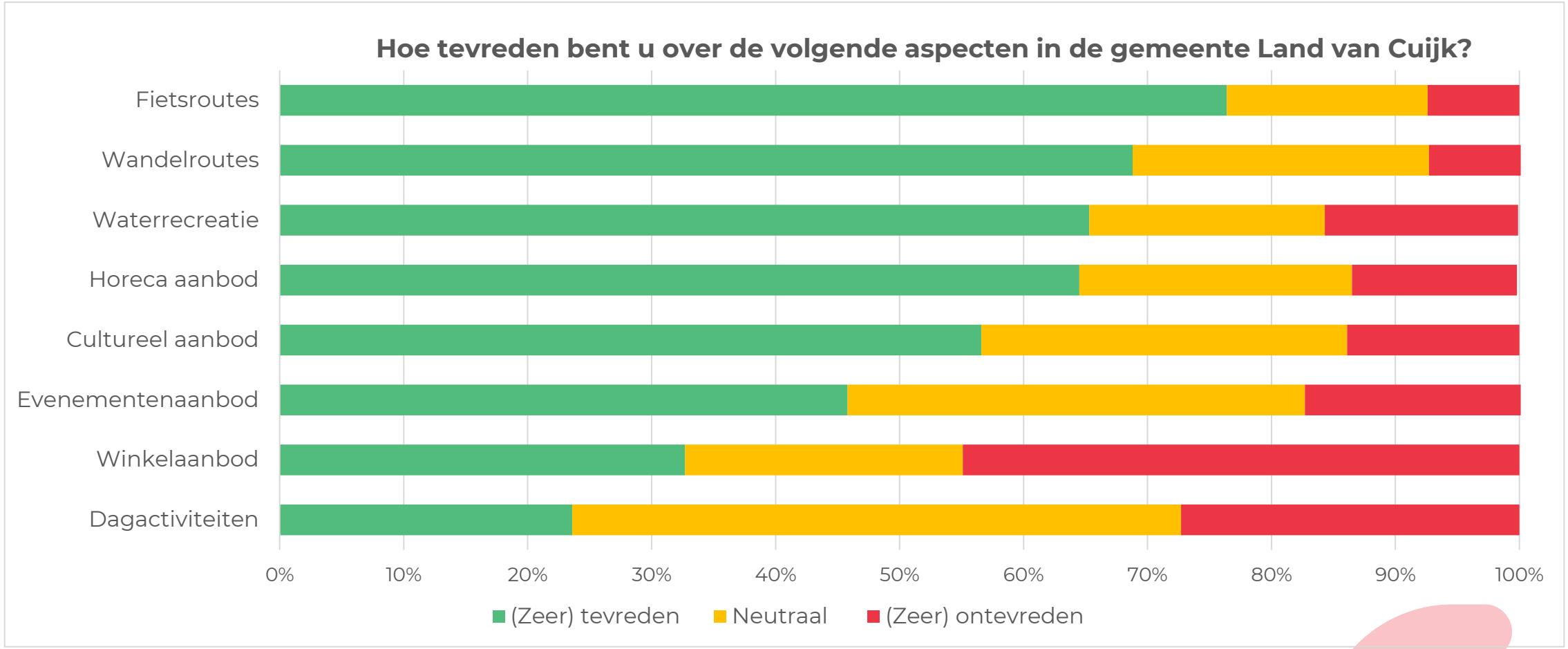
2. Gastvrijheid: Reacties met betrekking tot sociale cohesie, gemoedelijkheid, gastvrijheid, gezelligheid, etc.

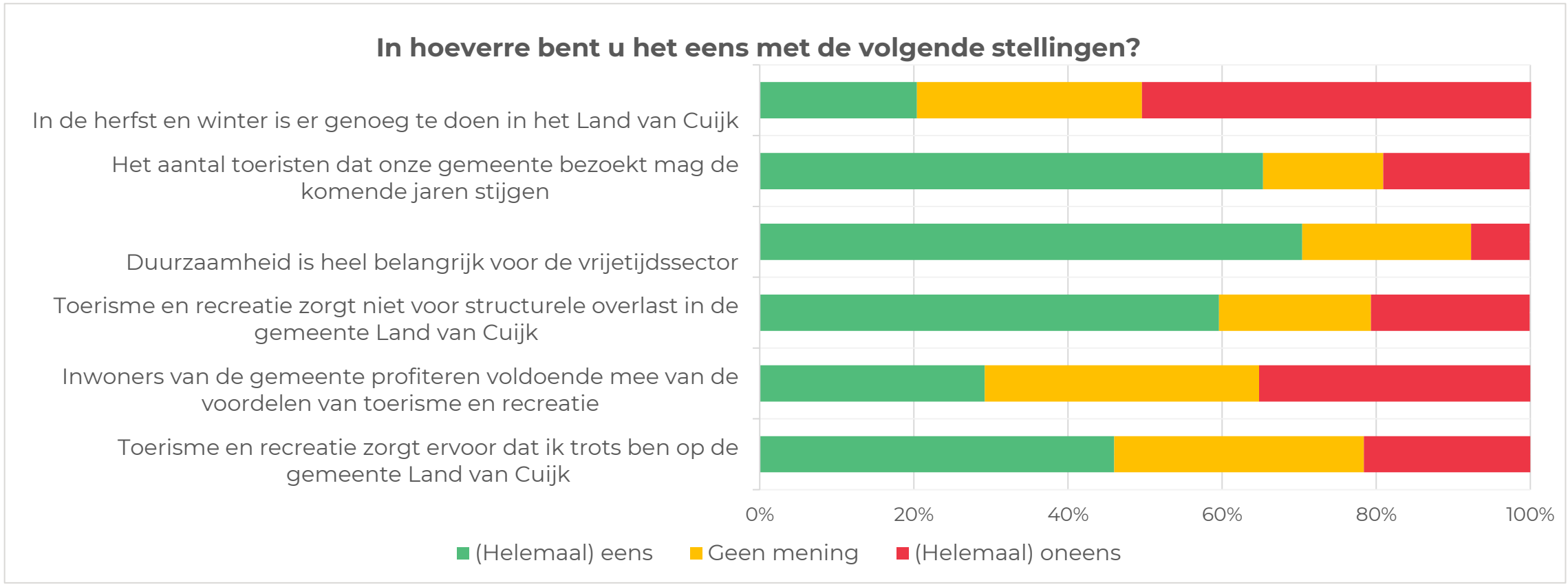
3. Historie en cultuur: Reacties met betrekking tot historie, Romeinen, historische steden, kerken, etc.

4. Ruimte en Rust: Reacties met betrekking tot ruimte, rust, vrijheid, luwte, etc.

5. Water. Reacties met betrekking tot waterrecreatie, Kraaijenbergse plassen, Maas, dijk, zwemplassen

6.Overig: Reacties die niet gemakkelijk in de bovenstaande categorieën passen.


Hoe tevreden bent u over de volgende aspecten in de gemeente Land van Cuijk?
Fietsroutes
Wandelroutes
Waterrecreatie
Horeca aanbod
Cultureel aanbod
Evenementenaanbod
Winkelaanbod
Dagactiviteiten
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
(Zeer) tevreden
Neutraal
(Zeer) ontevreden


In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?
In de herfst en winter is er genoeg te doen in het Land van Cuijk
Het aantal toeristen dat onze gemeente bezoekt mag de komende jaren stijgen
Duurzaamheid is heel belangrijk voor de vrijetijdssector
Toerisme en recreatie zorgt niet voor structurele overlast in de gemeente Land van Cuijk
Inwoners van de gemeente profiteren voldoende mee van de voordelen van toerisme en recreatie
Toerisme en recreatie zorgt ervoor dat ik trots ben op de gemeente Land van Cuijk
0%
20%
40%
60%
80%
100%
(Helemaal) eens
Geen mening
(Helemaal) oneens

Bijlage 4. SWOT analyse

Sterkte

- Aantrekkelijk buitengebied door palet van landschappen (natuur, bos, water, Maasheggen, agrarisch gebied)
- Gemoedelijkheid, het goede leven om tot rust te komen
- Gastvrijheid ondernemers: persoonlijke benadering staat voorop
- Rijk cultureel erfgoed met 2.000 jaar geschiedenis
- Dagrecreatieve trekkers als Kraaijenbergse plassen, Oorlogsmuseum Overloon, historisch Grave, Wanrooijse bergen, Maasheggengebied
- Rust en ruimte + veel en goede wandel-/fietsmogelijkheden
- Aanwezigheid van water (Maas, Raamvallei en verschillende plassen)
- Ruimte voor (door)ontwikkeling
- Ligging t.o.v. Noordrijn-Westfalen

Zwakte

- Weinig trots / geen ambassadeurschap bij eigen inwoners
- Grote afstanden binnen de gemeente, OV-bereikbaarheid is matig
- Weinig innovatieve concepten in de gemeente
- Geen eenduidige en duidelijke profilering van het Land van Cuijk
- Relatieve onbekendheid gemeente/gebied
- Geen uniek aanbod en/of bekende trekkers die als vliegwiel kunnen fungeren voor de rest
- Toegankelijkheid en beleefbaarheid van het (historisch) aanbod
- Relatief weinig horeca-aanbod voor toeristische gasten/passanten
- Kleine kernen, voorzieningenniveau staat op een aantal plekken onder druk
- Beperkt jaarrond dagrecreatief aanbod

Bedreiging

- Toenemende druk op recreatiegebieden kan rust en ruimte aantasten
- Concurrentie is professioneler en innovatiever en beschikt over grotere (marketing)budgetten
- In de strijd om de ruimte (wonen, bedrijventerreinen, landbouw, mobiliteit) kan het belang van de VT-economie in gevaar komen
- Wegenstructuur staat hier en daar nu al onder druk, wordt alleen maar sterker (zie vorige punt)
- Vergrijzende bevolking, jeugd trekt weg
- Personeelstekort en bedrijfsopvolging

Kans

- Schaalsprong van gemeente (door samenvoeging van de vijf voormalige gemeenten) kan nieuwe energie geven.
- Toerisme en recreatie als middel om het voorzieningenniveau in de kernen op peil te houden
- Men gaat steeds vaker en op wisselende momenten op vakantie in eigen land (lang weekend weg)
- Groei van wandelen, fietsen
- Klimaatverandering zorgt ervoor dat de nabijheid van water in de toekomst steeds belangrijker wordt
- Toegenomen belangstelling voor erfgoed en musea
- Daggasten uit de regio (Nijmegen, Noord-Limburg)
- Groepen die elkaar willen ontmoeten op bijzondere locaties
- Toegenomen focus op gasten vanuit nabije buitenland (met name vanuit Duitsland en België)

BIJLAGE 5. CONFRONTATIEMATRIX

Groeien (SxK)

- Doorontwikkelen waterrecreatiegebieden
- Door aantrekkelijk buitengebied, palet aan landschappen, inspelen op daggasten uit de regio.
- Aanbod geschiedenis meer beleefbaar maken om in te spelen op de toegenomen belangstelling voor erfgoed en musea
- Aantrekkelijk buitengebied, gastvrije ondernemers maakt het interessant voor een lang weekend.
- Ruimte voor doorontwikkelen van de groepsmarkt voor kleine en middelgrote groepen (zakelijk en privaat).
- Meer inzetten op de Duitse gasten.

Verbeteren (ZxK)

- Groei verblijfsgasten kan middel zijn om het voorzieningenniveau in de kernen een impuls te geven / te verbeteren.
- Schaalsprong van gemeente maakt het mogelijk om meer in te zetten op een stevige profilering en gebiedsmarketing.
- Vanwege de gunstige ligging t.o.v. Nijmegen, Noord-Limburg liggen er kansen om vernieuwend aanbod te ontwikkelen voor nieuwe doelgroepen.
- Door toename verblijfsgasten en daggasten ontstaat er meer draagvlak voor horecavoorzieningen

Verdedigen (SxB)

- Een goede en slimme zonering om het aantrekkelijke buitengebied te behouden, maar tegelijkertijd toeristische ontwikkelingen mogelijk te maken
- Activiteiten op/aan het water ontwikkelen om jeugd aan te trekken/behouden/enthousiasmeren
- Groeimogelijkheden (incl. kwaliteitsverbetering) voor dagrecreatieve clusters, in afweging met andere functies

Terugtrekken (ZxB)

N.v.t.

BIJLAGE 6. HARMONISATIEKADER LOKALE TOERISTISCHE PLATFORMS

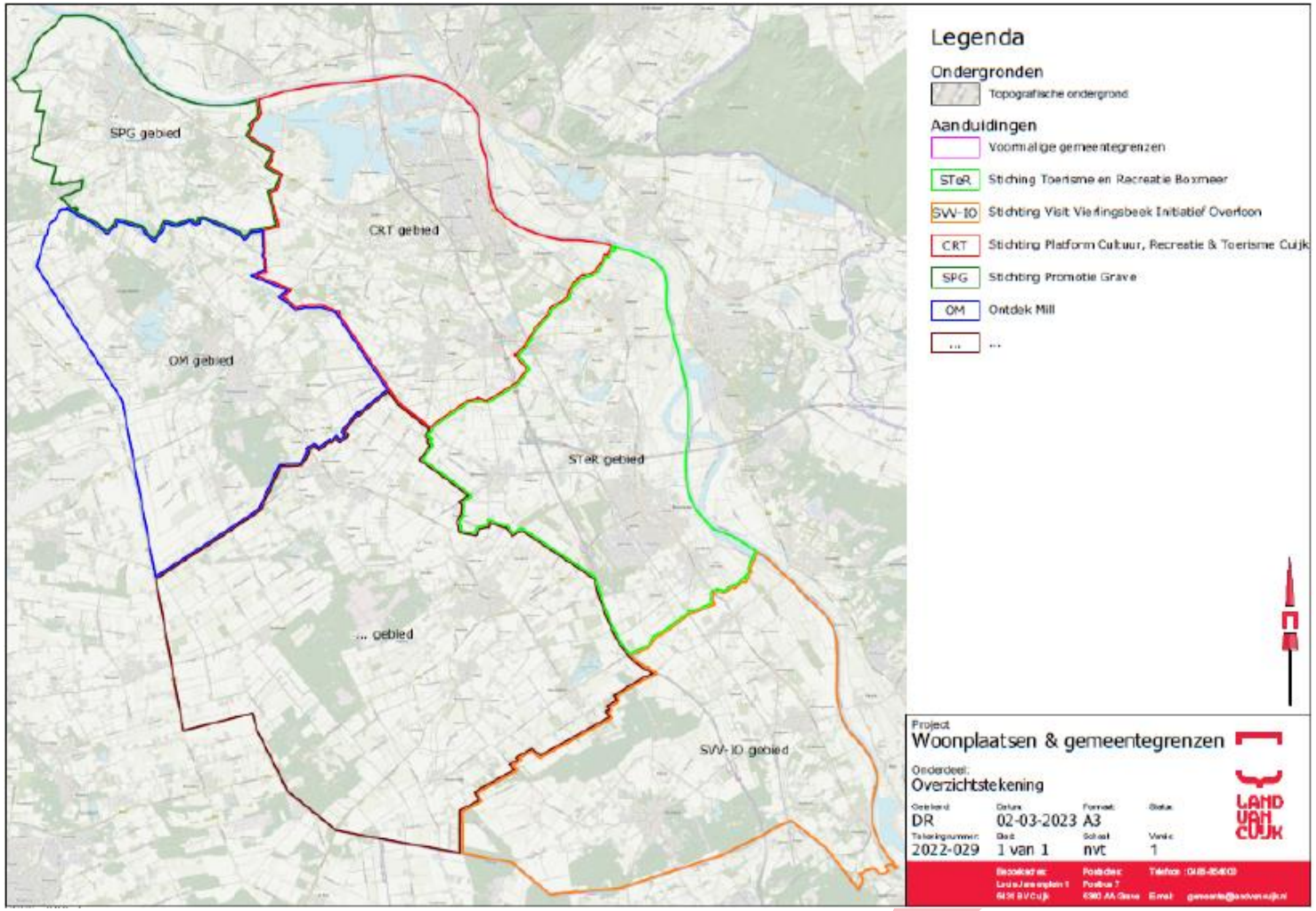
In 2023 is het Harmonisatiekader Lokale Toeristische Platforms vastgesteld door de gemeenteraad van het Land van Cuijk. Met dit kader worden de verschillende taken en verantwoordelijkheden van zowel Visit Land van Cuijk als van de toeristische platforms op één lijn gebracht. In de vijf voormalige gemeenten van het Land van Cuijk waren diverse toeristische organisaties actief. In dit harmonisatiekader is een indeling gemaakt op basis van 'gewesten'. Dit is in de afbeelding hiernaast te zien. Deze gewesten komen voor een groot deel overeen met de voormalige gemeenten, behalve dat de voormalige gemeente Boxmeer is opgesplitst in een noordelijk en zuidelijk deel.

De werkzaamheden van de platforms zijn uitgesplitst in een basispakket en een activiteitenpakket.

Het basispakket van de toeristische platforms bestaat uit de volgende werkzaamheden:

- Het uitvoeren van bestuurlijke activiteiten, lokale coördinatie en bankzaken;
- Toeristische vertegenwoordiging in/voor alle kernen van het verzorgingsgebied(gewest) van het
- platform;
- Deelname aan de gezamenlijke overleggen met Visit Land van Cuijk.

Het activiteitenpakket wisselt per jaar en per platform. Dit betreft de lokale activiteiten die georganiseerd worden.



Saskia Veenstra
Gré Beekers

GINDER
Brugstraat 1a
5211 VS ’s-Hertogenbosch
T: 088 210 02 00
E: info@wij*zijn*ginder.nl
I: wij*zijn*ginder.nl

Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

GINDER
komt het tot leven