

# De toeristische kracht

van het Land van Cuijk en Maasduinen

*Onderzoek naar de economische positie van de vrijetijdssector in Land van Cuijk en Maasduinen*



**Rabobank**



## Voorwoord

Ons mooie werkgebied heeft veel te bieden, ook voor de toeristisch-recreatieve consument. Daarmee is de toeristisch-recreatieve sector een belangrijke kurk, die bijdraagt aan het economisch draagvermogen van het gebied.

In het algemeen wordt de 'vrijtijdindustrie' als kansrijk gezien. Tegen die achtergrond is het een interessante vraag wat de perspectieven van deze sector voor ons werkgebied zijn en welke initiatieven genomen kunnen worden om de mogelijkheden optimaal te benutten.

Rabobank Land van Cuijk en Maasduinen is een betrokken partij in haar werkgebied. Deze betrokkenheid blijkt niet alleen uit zeer gemotiveerde en kundige medewerkers en goede producten, maar ook uit vele initiatieven die de bank de gelegenheid geven om iedereen die in het werkgebied woont en werkt te ondersteunen.

Begin 2007 heeft de bank door de regionale economen van Rabobank Nederland een studie naar het werkgebied laten uitvoeren. Daarin werd ondermeer aandacht besteed aan de sociaal-economische kenmerken van het gebied en mogelijke ontwikkelingen in de nabije toekomst. Dit initiatief heeft zeer veel positieve respons vanuit de markt opgeleverd en stimuleert ons nu voor deze vervolgverdieping.

Wij hopen dat deze analyse en de daarop gebaseerde aanbevelingen zullen bijdragen aan een verdere versterking van ons werkgebied en de toeristisch-recreatieve sector in het bijzonder. Maar zoals u inmiddels waarschijnlijk van ons gewend bent, laten wij het daar niet bij. We zullen niet langs de zijlijn blijven staan. Het zit in de coöperatieve genen van de Rabobank om dat samen te doen en wij nodigen dan ook zeer nadrukkelijk andere partijen uit, van ondernemer tot overheid om gezamenlijk te werken aan een goede toekomst.

Tot slot: hartelijk dank aan degenen die aan dit onderzoek hebben meegewerkt. Ondernemers, bestuurders en onderzoekers: het was weer een genoegen om met u samen te werken en ons door uw kennis en inzichten te laten inspireren!

Jan Claassen, Harald Klijnman, Hans Vossen en Frank Berends  
Directieteam Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen

## *Inhoudsopgave*

AANLEIDING.....	5
DOEL- EN VRAAGSTELLING.....	5
AANPAK.....	6
AFBAKENING ONDERZOEK.....	6
LEESWIJZER.....	7
<b>2. TOERISME IN HET LAND VAN CUIJK EN MAASDUINEN.....</b>	<b>9</b>
HET TOERISTISCH PRODUCT VAN HET LAND VAN CUIJK EN MAASDUINEN.....	9
VRIJETIJDSVOORZIENINGEN IN RUIMTELIJK PERSPECTIE.....	10
TOERISME ALS BELEIDSTHEMA.....	13
<b>3. ONTWIKKELINGEN IN DE SECTOR.....</b>	<b>16</b>
INLEIDING.....	16
ECONOMISCH BELANG VAN TOERISME.....	16
VAKANTIES IN 2009.....	16
TRENDS EN ONTWIKKELINGEN.....	18
<b>4. ECONOMISCHE POSITIE VRIJETIJDSSECTOR LAND VAN CUIJK EN MAASDUINEN.....</b>	<b>21</b>
INLEIDING.....	21
SECTORSTRUCTUUR.....	21
OMZET EN BESTEDINGEN.....	23
HERKOMST BESTEDINGEN VRIJETIJDSSECTOR.....	25
SEIZOENPATTERN EN ACTUALITEITEN.....	29
BEDRIJFSECONOMISCH PROFIEL.....	30
<b>5. KANSEN VOOR TOERISME.....</b>	<b>33</b>
INLEIDING.....	33
MARKT EN PRODUCT.....	33
SAMENWERKING EN ONDERNEMERSCHAP.....	35
VERKOOP EN MARKETING.....	37
<b>6. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN.....</b>	<b>39</b>
BELANGRIJKSTE CONCLUSIES.....	39
AANBEVELINGEN.....	41
<b>BIJLAGEN.....</b>	<b>43</b>
1. BELANGRIJKSTE CONCLUSIES ECONOMISCHE UPDATE SEPTEMBER 2010.....	43
2. DEELNEMERS INTERVIEWS EN WORKSHOP.....	44
<b>COLOFON.....</b>	<b>45</b>

## **1. Inleiding**

### **Aanleiding**

Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen is een vooraanstaande, deskundige en betrokken speler in haar werkgebied. Dat komt naar voren met een onderscheidende klantbediening met toegewijde medewerkers en goede producten. Daarnaast wil de bank, samen met partners in de private en publieke sfeer, werken aan versterking van het werkgebied, door kennis te delen, een gezamenlijke visie te ontwikkelen en waar mogelijk zo concreet mogelijk bij te dragen aan versterking van de lokale economie.

Begin 2007 heeft de lokale bank door Rabobank Regionaal Onderzoek een studie naar het werkgebied laten uitvoeren. Daarin werd ondermeer aandacht besteed aan de sociaal-economische kenmerken van het gebied en mogelijke ontwikkelingen in de nabije toekomst. Aanleiding was de fusie die de bank toen had afgerond en het besef dat het (weer) tijd was om naar buiten te treden. Dit initiatief heeft veel positieve respons vanuit de markt opgeleverd en een aantal vervolgactiviteiten gestimuleerd. Niet alleen bij leden en klanten, maar ook bij de overheid, woningcorporaties en verschillende bovenregionale platforms. Voorbeelden van die vervolgactiviteiten zijn onder meer de strategische regiovisie en de activiteiten van het Platform Noordelijke Maasvallei en de regiovisie 'Brabants Toegevoegde Waarde'. Veel van die initiatieven zijn gericht op de (toekomstige) ruimtelijke inrichting en ontwikkeling van het gebied. Ook de commerciële doelstellingen van de bank hebben hiervan geprofiteerd.

Met deze mooie resultaten vond Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen het tijd voor een vervolgonderzoek. Aansluitend op de initiatieven die diverse partijen in de afgelopen periode hebben ondernomen (en die overwegend betrekking hadden op de ruimtelijke en landschappelijke ontwikkelingen van het gebied) heeft men nu voor een economische invalshoek gekozen waarbij aandacht uitgaat naar een nieuwe economische drager: de vrijetijdssector. De argumentatie daarvoor is dat deze sector een belangrijke economische (en ruimtelijke) functie in het werkgebied heeft maar haar potentie nog niet helemaal lijkt waar te maken.

### **Doel- en vraagstelling**

Het doel van de studie kan als volgt worden geformuleerd:

Het bieden van concrete handvatten om de economische positie van de vrijetijdssector in het werkgebied van Rabobank Land van Cuijk en Maasduinen te versterken.

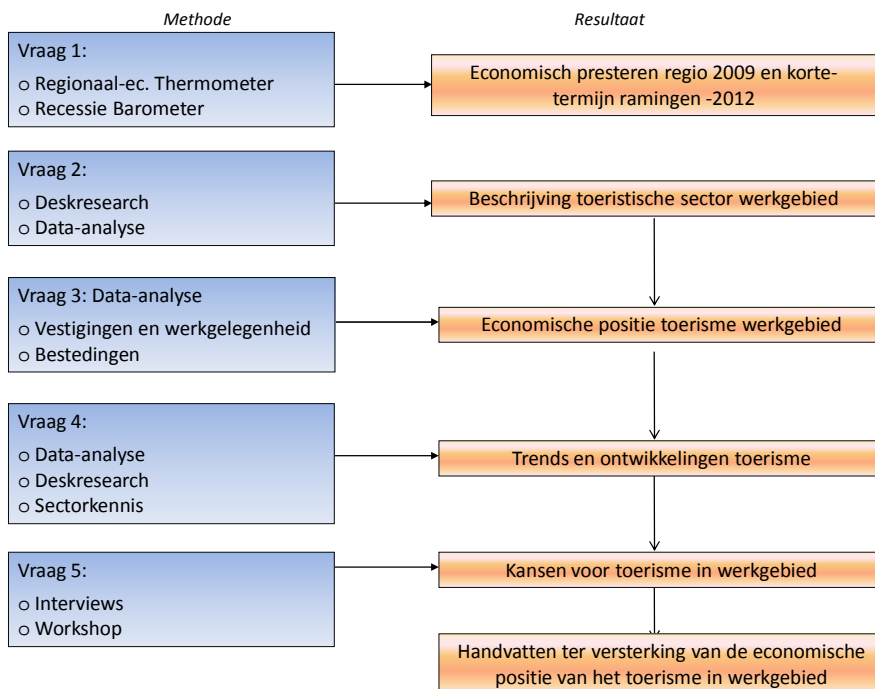
Hiertoe zullen de volgende vijf onderzoeksvragen beantwoord worden:

1. Hoe presteerde het lokale en regionale bedrijfsleven in 2009 (ook afgezet ten opzichte van de landelijke ontwikkelingen) en wat zijn de verwachtingen voor de nabije toekomst?
2. Wat zijn de kwantitatieve en kwalitatieve kenmerken van de toeristische sector in het Land van Cuijk en Maasduinen?

3. Wat is de huidige economische positie van de toeristische sector in het Land van Cuijk en Maasduinen in termen van aantal bedrijven, werkgelegenheid, toegevoegde waarde, bestedingen etc.?
  4. Welke trends en ontwikkelingen (landelijk en regionaal) zijn relevant voor de verdere ontwikkeling van deze sector in het Land van Cuijk en Maasduinen?
  5. Waar liggen de kansen voor de sector recreatie & toerisme in het Land van Cuijk en Maasduinen en wat kunnen ondernemers en anderszins betrokkenen (overheid, organisaties) doen om deze (beter) te benutten?
- De eerste vraag is begin september 2010 in een tussenrapportage beantwoord. De belangrijkste conclusies staan in bijlage 1 van deze rapportage.

### Aanpak

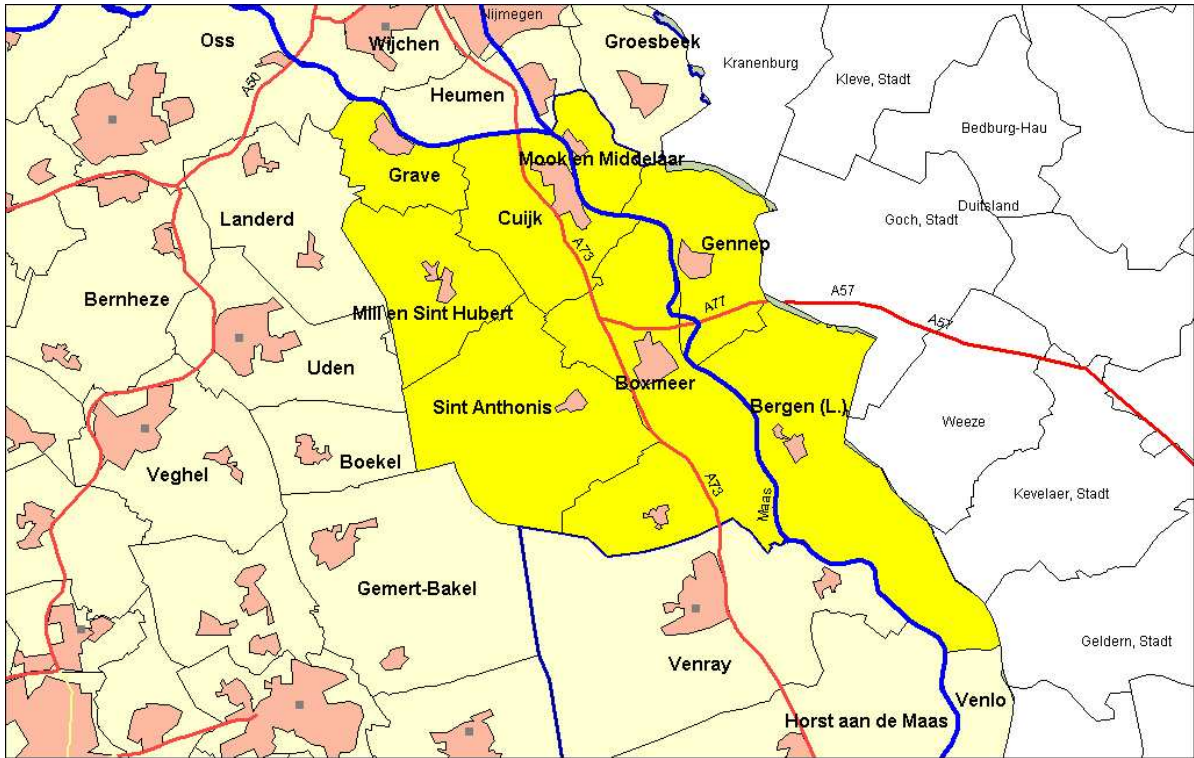
In onderstaande figuur staat de voorgestelde onderzoeks-aanpak schematisch weergegeven.



### Afbakening onderzoek

#### Regionaal

Het onderzoek richt zich op het Land van Cuijk en Maasduinen, bestaande uit de gemeenten Boxmeer, Cuijk, Grave, Sint Anthonis, Mill en Sint Hubert, Bergen en Gennep en Mook en Middelaar. De regio staat weergegeven in onderstaande kaart. De rivier de Maas vormt binnen de regio de provinciegrens tussen Noord-Brabant en Limburg. De vijf Brabantse gemeenten (Boxmeer, Cuijk, Grave, Sint Anthonis, Mill en Sint Hubert) vormen samen Het Land van Cuijk. De Limburgse gemeenten (Gennep, Bergen en Mook en Middelaar, de laatste niet behorend tot het werkgebied van de bank) vormen samen de regio Maasduinen.



### **Sectoraal**

Wat betreft de afbakening van de vrijetijdssector wordt in alle analyses dezelfde definitie gehanteerd als door het CBS, gebaseerd op de SBI'08-codering. De sector bestaat uit de branches logies, maaltijd- en drankverstrekking, sport en cultuur & overige recreatie. Dit onderzoek richt zich op de aanbodzijde van de markt waarbij het functioneren van de totale sector in beschouwing wordt genomen. De vraagzijde krijgt tevens aandacht, waarbij oa. gekeken wordt naar de herkomst van de (Nederlandse) consument, maar een verdeling naar vraagmotief (eigen bevolking, toeristisch, zakelijk) is niet volledig te maken.

### **Leeswijzer**

Hoofdstuk twee van het rapport geeft een schets van de vrijetijdssector in het Land van Cuijk en Maasduinen. Hierbij besteden we aandacht aan de aanwezige vrijetijdsvoorzieningen, het huidige beleid en de visie van verschillende regionale organisaties ten aanzien van de vrijetijdssector en de plannen en ontwikkelingen die er op dit moment spelen rondom het vrijetijdsaanbod. Hoofdstuk drie biedt een overzicht van trends en ontwikkelingen in de sector waarna hoofdstuk vier ingaat op de economische positie van de vrijetijdssector in Land van Cuijk en Maasduinen. Daarbij kijken we naar de werkgelegenheid, bestedingen, de herkomst van de bestedingen en de mate waarin andere sectoren in de regio belang hebben bij de vrijetijdssector. Hoofdstuk vijf laat zien welke kansen er zijn om de vrijetijdssector van Land van Cuijk en Maasduinen te versterken. In aanvulling op de overwegend op cijfers en literatuur gebaseerde insteek die de voorgaande hoofdstukken kenmerkt, belicht dit hoofdstuk ook visies en meningen, zoals gepeild in de interviews en workshop. Tenslotte bevat hoofdstuk zes de belangrijkste conclusies en enkele aanbevelingen.





## **2. Toerisme in het Land van Cuijk en Maasduinen**

### **Het toeristisch product van het Land van Cuijk en Maasduinen**

Zoals vermeld in de inleiding, bestaat het Land van Cuijk en Maasduinen uit twee deelregio's namelijk het Land van Cuijk en de regio Maasduinen (waarvan de gemeente Mook en Middelaar niet tot het werkgebied van de bank, maar wél tot het onderzoeksgebied behoort). In deze paragraaf gaan we in op het toeristisch product van beide deelregio's.

#### **Het Land van Cuijk**

##### **Natuur**

Het Land van Cuijk heeft een hoge landschappelijke- en natuurkwaliteit. Natuurgebied De Maasheggen en de Kraaijensbergse Plassen bieden veel mogelijkheden voor recreatie zoals wandelen, fietsen, paardrijden maar ook watersport. Enkele plassen (o.a. de Mookerplas in Cuijk) en de Maas maken surfen, zeilen, kanoën, duiken en varen mogelijk en er zijn diverse (kleine) jachthavens en aanlegsteigers in het gebied. In het zuidelijk deel van de Kraaijensbergse Plassen wordt momenteel bovendien een waterpark ontwikkeld. In het park zullen circa 550 recreatiewoningen direct aan het water gerealiseerd worden. Verder komen in het park o.a. een jachthaven, horeca, een zwembad en sport- en speelvoorzieningen.

##### **Cultuur**

Naast landschappelijke kwaliteiten beschikt het Land van Cuijk ook over cultuurhistorisch erfgoed. Het beste voorbeeld hiervan is de monumentale binnenstad van Grave met haar vestingwerken. Daarnaast zijn er veel pittoreske dorpjes met een typisch Bourgondisch karakter. Ook musea (het oorlog- en verzetmuseum in Overloon, het Joods historisch museum in Boxmeer, het Ceulum museum en het Amerika Museum in Cuijk), monumenten (o.a. het Karmelietenklooster in Boxmeer en de St. Martinusbasiliek in Cuijk), attracties, pretparken en horecagelegenheden ontbreken niet in het gebied. Overloon heeft Zoo Park, bestaande uit een 21 ha groot park en het 1850 m<sup>2</sup> grote overdekte 'Zoorama'. In Wilbertoord (gemeente Mill en St. Hubert) wordt daarnaast op Landgoed Princepeel een 36-holes golfbaan ter grootte van 130 hectare ontwikkeld. Deze golfbaan wordt een van de grootste golfcomplexen in Nederland in een landelijke omgeving en is een aanvulling op de 18 holes golfbaan Bleijenbeek in Afferden.

##### **Samenwerking**

Recentelijk is een initiatief genomen voor regionale samenwerking op toeristisch-recreatief gebied. Een samenwerkingsverband van Horeca Nederland, een aantal prominente recreatiebedrijven en het 'Uitvoeringsteam Reconstructiegebied Peel en Maas' heeft zich ten doel gesteld het Land van Cuijk te gaan promoten. Vanuit de horeca- en recreatiesector is hiervoor het 'Toerisme & Recreatie Collectief Land van Cuijk' ontstaan. Bovendien wordt tussen de gemeenten samengewerkt op het gebied van de uitgifte van brochures, kaartmateriaal en routebeschrijvingen. De gemeente Cuijk beschikt over een toeristisch-recreatief beleidsplan en de gemeente Boxmeer heeft een toeristisch-recreatief werkplan. Desondanks kan (nog) niet gesproken worden van integraal toeristisch-recreatief beleid in het Land van Cuijk.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Bron: Economische Beleidsagenda Land van Cuijk en Maasduinen. ETIN Adviseurs in opdracht van Kamers van Koophandel Brabant en Limburg, januari 2009.

## **Maasduinen**

### **Natuur**

Ook de regio Maasduinen is landschappelijk en cultuurhistorisch aantrekkelijk. De regio kent veel bosheide- en natuurgebieden. De drie gemeenten (Gennep, Bergen en Mook en Middelaar) maken deel uit van Nationaal Park de Maasduinen, gelegen in Noord-Limburg tussen de Maas en de Duitse grens. Dit nationale park heeft tal van recreatiemogelijkheden, kent een dicht netwerk van fiets- en wandelroutes en wordt goed gepromoot met een eigen website.

### **Cultuur**

Naast landschappelijke kwaliteiten beschikt Maasduinen ook over cultuurhistorisch erfgoed. In de gemeente Bergen ligt het dertiende-eeuwse Romaanse kasteel Well. Maar ook de historische stadskern van Gennep en het kasteel in Heijen trekken veel bezoekers. De regio heeft bovendien een divers aanbod aan verblijfsvoorzieningen zoals vakantieparken, campings, bed & breakfasts en kamperen bij de boer. De Mookerplas is een belangrijke toeristische trekker van het gebied. De gemeenten voeren elk actief beleid om toerisme en recreatie te stimuleren.

### **Gemeentelijk beleid**

In het rapport "Toeristisch-recreatief investeringsplan gemeente Gennep" worden de volgende plannen genoemd:

- Verfraaien van de kern;
- Aanleggen van fietsroutes en wandelpaden;
- Uitstippelen van bezienswaardigheidsroutes;
- Werving door middel van promotie en voorlichting.

De gemeente Bergen profileert zich als het "Hart van Maasduinen". Deze groene gemeente met de uitgestrekte natuurgebieden en grote waterplassen kent een groeiende belangstelling van toeristen.

Toerisme en recreatie vormt ook in Mook en Middelaar een belangrijke pijler in het gemeentelijk beleid. De gemeente biedt gevarieerde recreatiemogelijkheden, mede dankzij de diversiteit in het landschap: heide, bos en heuvels. Het gebied kent ook enkele mindere kanten. Zo lopen de recreatieve verbindingen hoofdzakelijk noord- zuid, met knooppunten van bebouwing en recreatieve attracties. De ruimte tussen de kernen dreigt steeds meer dicht te slibben. In Nationaal Park de Maasduinen zijn weinig voorzieningen voor jongeren, de bereikbaarheid met het openbaar vervoer is matig, er is geen toeristisch imago, de natuurgebieden en attracties zijn onvoldoende zichtbaar en de N271 heeft een matige uitstraling en is erg onveilig.<sup>2</sup>

## **Vrijtijdsvoorzieningen in ruimtelijk perspectief**

### **Horeca**

Het horeca-aanbod in het Land van Cuijk en Maasduinen bevindt zich verspreid over de regio met een zwaartepunt in Boxmeer. Boxmeer telt de meeste hotels en restaurants. Boxmeer is dan ook de grootste gemeente in het Land van Cuijk en Maasduinen waarbij het horeca-aanbod een belangrijke functie voor de eigen

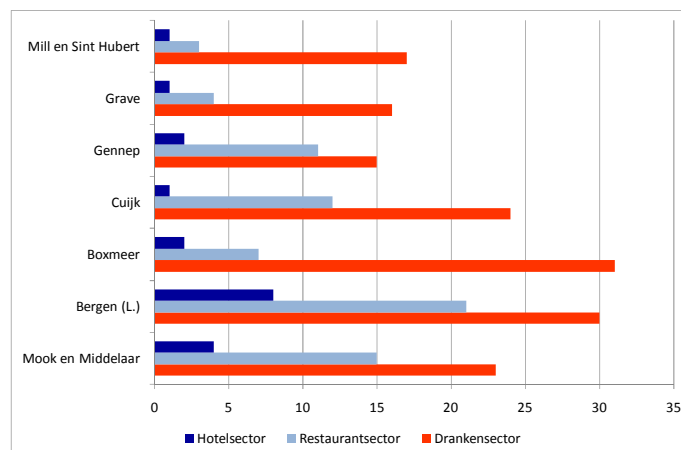
---

<sup>2</sup> Bron: Economische Beleidsagenda Land van Cuijk en Maasduinen. ETIN Adviseurs in opdracht van Kamers van Koophandel Brabant en Limburg, januari 2009.

bevolking vervult. Als we kijken naar het horeca-aanbod per inwoner is de gemeente Bergen het royaalst voorzien van zowel hotels, restaurants als cafés. Bergen heeft daarmee een belangrijke toeristische functie. In het volgende hoofdstuk zien we dit terug in de koopstromen naar de vrijetijdsector in dit gebied.

Behalve hotels heeft de regio een groot aantal campings en diverse vakantieparken zoals bungalowpark het Heijderbos (Center Parcs) in Heijen (gemeente Gennepe). De meeste campings bevinden zich in de gemeente Bergen. Daarnaast is 'kamperen bij de boer' ook in dit deel van het land een waardevolle aanvulling op het aanbod in de verblijfsrecreatie.

Figuur 2.1: Horecavestigingen per gemeente (2009)



Bron: Bedrijfschap Horeca, bewerking Rabobank

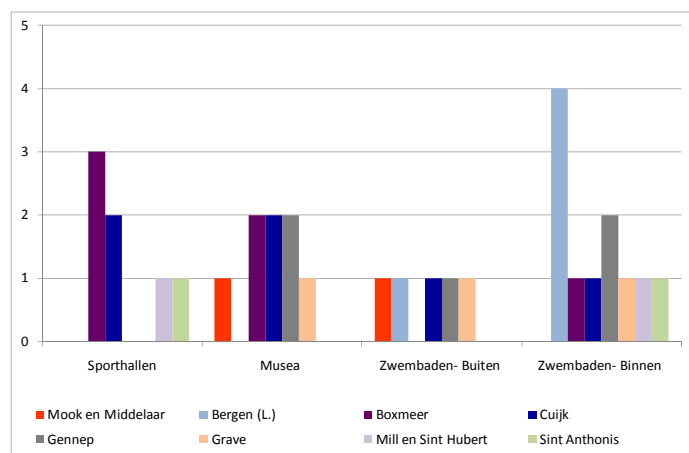
### Theaters en bioscopen

Theaters en bioscopen spelen een duidelijke rol in het toeristisch verblijfsklimaat van een regio. Op dit punt is het aanbod in het land van Cuijk en Maasduinen bescheiden. Cuijk heeft een aantrekkelijke schouwburg, de regio heeft een klein filmtheater (Wijerbios in Boxmeer) en een filmcafé in Grave. Voor cultuurvoorzieningen is de bezoeker aan het Land van Cuijk en Maasduinen grotendeels aangewezen op het aanbod in Nijmegen. In dit opzicht heeft Nijmegen een complementaire functie voor het Land van Cuijk en Maasduinen. Bioscopen, theaters en musea zijn voor toeristische regio's belangrijk als elkweervoorziening en bezien vanuit deze optiek zou een bioscoop van enige omvang als versterking van het toeristisch-recreatief aanbod gezien kunnen worden.

### Sport

Ook qua recreatieve sportvoorzieningen heeft het Land van Cuijk en Maasduinen geen bijzonder aanbod. Behalve zwembaden (alle gemeenten hebben er minimaal één), een aantal bowling- en kegelbanen (vier in totaal), verschillende maneges en de golfbanen in Bergen en Mill en Sint Hubert (in ontwikkeling), heeft de regio geen onderscheidend recreatief sportaanbod.

Figuur 2.2: Recreatieve voorzieningen per gemeente (2009)



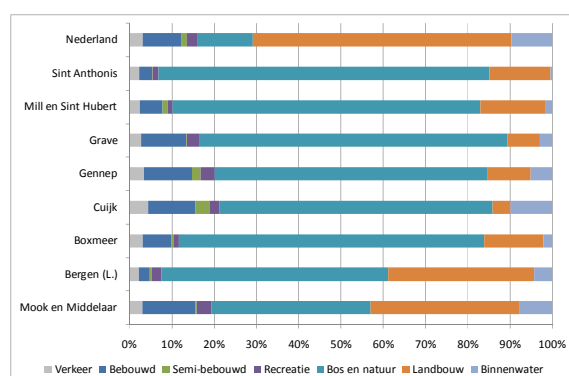
Bron: CBS, bewerking Rabobank

### Ruimtegebruik

In het Land van Cuijk en Maasduinen is ongeveer 2,5 procent van de grond in gebruik voor recreatiedoeleinden. Dit is ongeveer gelijk aan het Nederlandse gemiddelde. Het gaat hier om parken en plantsoenen, sportterreinen, volkstuinen, terrein voor dag- en verblijfsrecreatie. Als we vervolgens kijken naar de verdeling van de recreatiegrond over deze doeleinden, valt op dat in het Land van Cuijk en Maasduinen een relatief groot deel (ruim een vijfde) van de recreatiegrond in gebruik is voor verblijfsrecreatie. Dit is nagenoeg volledig te danken aan de gemeente Gennep (met o.a. Center Parcs). In Grave valt de grote hoeveelheid parken en plantsoenen op in het recreatief ruimtegebruik.

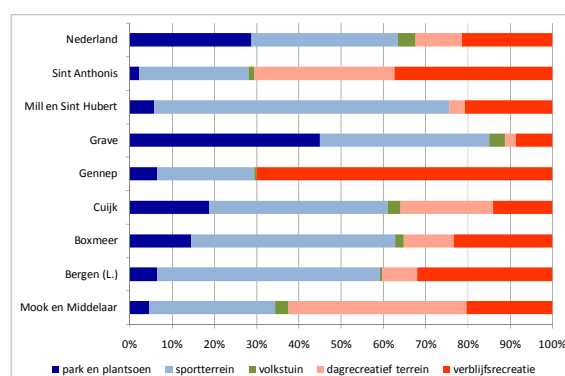
Behalve recreatiegrond heeft het Land van Cuijk en Maasduinen relatief veel bos en natuur. In de gemeente Bergen is meer dan een derde van de ruimte als bos en natuur in gebruik. De gemeente vormt dan ook het hart van Nationaal Park De Maasduinen.

Figuur 2.3: Ruimtegebruik (2009)



Bron: CBS Bodemstatistiek

Figuur 2.4: Ruimtegebruik recreatie (2009)



Bron: CBS Bodemstatistiek

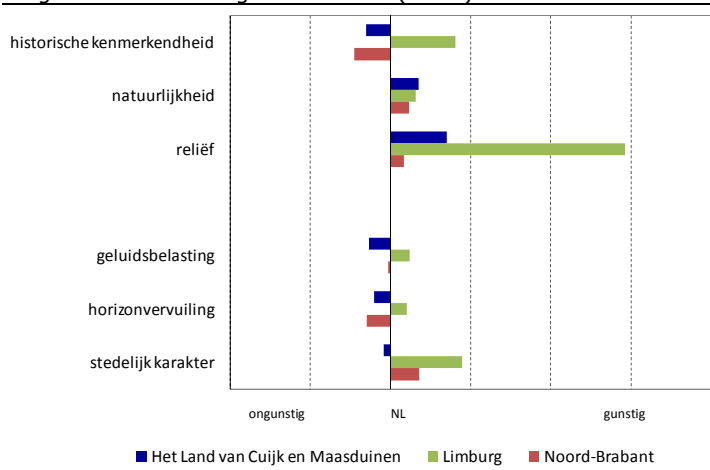
### Landschapsbeleving

Behalve de aanwezigheid van voorzieningen speelt voor veel regio's de aantrekkelijkheid van het landschap een belangrijke rol in de toeristische trekkracht van het

gebied. In figuur 2.5 staat een aantal belevingsindicatoren dat aangeeft hoe de bewoners van het Land van Cuijk en Maasduinen hun woonomgeving ervaren. Hieruit blijkt dat deze inwoners het reliëf en de natuurlijkheid van hun woonomgeving gunstiger beoordelen dan de gemiddelde Nederlander. Vergeleken met de twee provincies waarin de regio ligt (Limburg en Noord-Brabant), wordt het Land van Cuijk en Maasduinen niet slecht beoordeeld. De hoge score van Zuid-Limburg op reliëf dankt deze provincie natuurlijk aan het Zuidlimburgse Heuvel-land waarin geen enkele andere Nederlandse regio kan tippen. De historische kenmerkendheid van het gebied wordt in het Land van Cuijk en Maasduinen als minder gunstig ervaren dan in de provincie Limburg als geheel.

Tegenover de positieve belevingsindicatoren staan de negatieve indicatoren. De inwoners van het Land van Cuijk en Maasduinen ervaren het stedelijk karakter van hun regio iets sterker dan de inwoners van de rest van Nederland. Stedelijkheid heeft hier betrekking op de mate van zichtbaarheid van bebouwd gebied. Daarop aansluitend ervaart men bovendien een sterkere geluidsbelasting<sup>3</sup> en horizonvervuiling<sup>4</sup>.

Figuur 2.5: Belevingsindicatoren (2004)



Bron: Alterra

### Toerisme als beleidsthema

Beide deelregio's (Maasduinen en Land van Cuijk) beschikken over een sterk toeristisch potentieel. Maasduinen heeft met het nationaal park Maasduinen een sterke uitgangspositie, maar kampt nog met een onduidelijke herkenbaarheid, aangezien de naam 'Maasduinen' voor meerdere doeleinden wordt gebruikt. In de gemeente Cuijk is vanaf 2011 een grootschalige toeristisch-recreatieve invulling voorzien (Kraaijenbergse plassen). Land van Cuijk beschikt over een compleet aanbod, maar dit wordt door de toerist nog onvoldoende herkend. Gezamenlijke promotie en gezamenlijk toeristisch beleid kunnen bijdragen aan het vergroten van het economisch potentieel van deze sector. Bovendien kunnen sommige onderwerpen beter uitgewerkt kunnen worden op regionaal niveau:

- Fiets- en wandelroutes;
- Toeristen informeren over aanbod in wijde omgeving;
- Vergroten van het aanbod kleinschalige recreatie met binnenactiviteiten;
- Hoe om te gaan met potentieel van toeristen van Airport Weeze?

<sup>3</sup> Voornamelijk veroorzaakt door vlieg- en autoverkeer.

<sup>4</sup> Mate van zichtbaarheid van hoogbouw, hoogspanningsmasten en energiemolens.

Gezamenlijk beleid betekent niet dat er in de afzonderlijke gemeenten geen nieuwe initiatieven genomen kunnen worden. Het betekent dat de unieke kenmerken van elke gemeente worden benadrukt en dat initiatieven met een regionale uitstraling ook een regionale afstemming kennen.

Overheid en bedrijfsleven hebben de ambitie om de toeristisch-recreatieve potentie van het van Land van Cuijk en Maasduinen verder te ontwikkelen. Ze willen dit doen door in te zetten op samenwerking tussen de twee deelregio's. Volgens de Economische beleidsagenda<sup>5</sup> van de regio kunnen gezamenlijke promotie en toeristisch beleid bijdragen aan het vergroten van het economisch potentieel van deze sector. Bovendien kunnen sommige onderwerpen beter uitgewerkt worden op regionaal niveau, denk aan een netwerk van fiets- en wandelroutes en regionale informatieverschaffing. Op dit moment worden de kansen onvoldoende benut vanwege onvoldoende eenduidige benadering van het toerisme. Bovendien zijn er zeer beperkte mogelijkheden voor elkweeractiviteiten. Al met al heeft het Land van Cuijk en Maasduinen volgens ETIN Adviseurs en divers toeristisch-recreatief aanbod met groeipotentieel aan beide zijden van de Maas.<sup>6</sup>

Vanuit deze constatering zijn in de Economische Beleidsagenda de volgende projecten vastgesteld.

Project	Doel	Activiteit	Mijlpaal	Wie
Grensoverschrijdend Toeristisch-recreatief Platform (bestaand Portefeuillehoudersoverleg)	Gezamenlijke visie Slim verbinden van toeristisch aanbod: netwerk creëren Makelen en schakelen Uitvoeren projecten	Bottom-up deelprojecten organiseren Promotie en acquisitie	Het realiseren van diverse deelprojecten	Ondernemers Gemeenten
Website: <a href="http://www.landvancuijk-maasduinen.nl">www.landvancuijk-maasduinen.nl</a>	Communicatie	Opzet website	Website in de lucht	Ondernemers
Regionalisering van de samenwerking en afstemmen van het toeristisch-recreatief aanbod	TRAL uitbreiden naar de regio Maasduinen; Floriade 2012	Regionaal overleg, inventarisatie	TRALM (Toerisme en Recreatie Actieplan Land van Cuijk en Maasduinen Beleids- en actieplan	Overheid en bedrijfsleven TRALM
Regiofolder voor doelgroep Land van Cuijk, Maasduinen en Euregio	Meer T&R gerelateerde werkgelegenheid in de regio; Floriade 2012	Aan de man brengen van de Unique Selling Points van	Realisatie folder	Gemeenten Provincies EU

<sup>5</sup> Bron: Economische Beleidsagenda Land van Cuijk en Maasduinen. ETIN Adviseurs in opdracht van Kamers van Koophandel Brabant en Limburg, januari 2009.

<sup>6</sup> Bron: idem

Leisure op bedrijventer- reinen	Goed ontsloten, na- bijheidsvoordelen, aanbod elkweervoer- zelingen vergroten	de totale regio (en deel van de Euregio) Verkennen- de studie: Locatie Grootte effecten
------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

Ook de studie "Karakteristiek van de Regio" van de Noordelijke Maasvallei onderstreept de groeipotentie van de toeristische sector in het Land van Cuijk en Maasduinen. Zij geven aan dat het gebied veel te bieden heeft op het gebied van natuur zoals het gebied Maasduinen, de Maasheggen en de Peelrand. Voor wat betreft de recreatiemogelijkheden noemt het rapport bungalowpark Heiderbos in Gennep, de Bergen in Wanroij, de plassen in Mook, Landall Green Parks, Zoo Parc en het Liberty Parc in Overloon en het in ontwikkeling zijnde grootschalige recreatiegebied de Kraaijenbergse Plassen. Dit rapport bevestigt dat het in een samenhangend verband brengen van deze voorzieningen goede groeivoorzichten levert voor de toekomst.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Karakteristiek van de Regio. Noordelijke Maasvallei

### 3. Ontwikkelingen in de sector

#### Inleiding

Om de positie van de toeristische sector in het Land van Cuijk en Maasduinen te versterken, is het van belang inzicht te hebben in de trends en ontwikkelingen waarmee de sector te maken heeft. Het gaat hierbij om zowel om economische en maatschappelijke ontwikkelingen als algemene trends op het gebied van toeristische voorzieningen en vakantiegedrag. Daar waar relevant wordt in dit hoofdstuk onderscheid gemaakt naar binnenlands toerisme (vakantie van Nederlanders in eigen land) en inkomend toerisme (vakantie van buitenlanders in Nederland).

#### Economisch belang van toerisme

Op vakantie gaan is een eerste levensbehoefte geworden waaraan meer geld wordt uitgegeven dan vroeger. Enkele feiten op een rijtje.

- In 2009 stegen de bestedingen aan binnenlandse vakanties met 100 miljoen euro naar in totaal 2,8 miljard euro.<sup>8</sup>
- Door buitenlandse verblijfgasten werd in 2007 in Nederland gezamenlijk zo'n 3,9 miljard euro uitgegeven.<sup>9</sup>
- De sector recreatie en toerisme heeft al jarenlang een constant aandeel in de werkgelegenheid met ongeveer 4 procent. In 2007 waren er in Nederland 394.000 mensen (247.000 fte) in de toeristisch-vrijtijdssector werkzaam.<sup>10</sup>
- Vier op de vijf Nederlanders gaat minimaal één keer per jaar op een korte vakantie en 60 procent onderneemt minimaal één keer per jaar een lange vakantie.
- Er is nauwelijks een relatie tussen het vakantiegedrag van Nederlanders en de economische situatie. Recreatie en toerisme blijven ook in economisch mindere tijden populair en worden steeds meer gezien als een basisbehoefte, hoewel de consument wel kritisch op de prijs blijft.
- Een kwart van het Nederlandse huishoudbudget wordt uitgegeven aan vrijetijdsbesteding. De uitgaven aan recreatiegoederen zijn harder gestegen dan de totale uitgaven aan consumptieve goederen. De toename van de uitgaven aan vrije tijd komt deels doordat consumenten meer willen betalen voor een belevenis.<sup>11</sup>

#### Vakanties in 2009

##### Binnenlands toerisme

Over het binnenlandse toerisme kan het volgende worden gemeld.

- In 2009 zijn totaal zo'n 18 miljoen vakanties door Nederlanders in eigen land doorgebracht. Ten opzichte van 2008 betekent dit een stijging van 500.000 vakanties (+3 procent).<sup>12</sup> De meeste verblijfssectoren (hotels, bungalows en kamperen) lieten een groei zien.
- Belangrijkste verklaring voor de groei van het aantal binnenlandse vakanties vormt de economische crisis, die er toe leidde dat Nederlanders wat dichterbij huis bleven. Maar ook het mooie voorjaar- en zomerweer en de extra promotie/publiciteit voor Nederland als vakantieland hebben aan de groei bijgedragen.

<sup>8</sup> Bron: Toerisme in Perspectief. NBTC, 2010.

<sup>9</sup> Bron: Destinatie Holland. NBTC, 2010.

<sup>10</sup> Bron: De toekomst van toerisme, recreatie en vrije tijd. Kenniscentrum Recreatie, 2008.

<sup>11</sup> Bron: idem

<sup>12</sup> Bron: Continu Vrijtijdse Onderzoek (CVTO), CBS, 2009



- De Noodzeepadplaatsen en de Veluwe en Veluwerand zijn evenals andere jaren het meest bezocht en lieten in 2009 een bovengemiddelde groei zien.
- De sterkste groei deed zich voor in Oost- Brabant, Noord- en Midden-Limburg, dat daarmee de derde plaats inneemt binnen de top 10 van populaire vakantie regio's.
- De crisis heeft tot gevolg gehad dat men later boekt, dichterbij huis blijft, korter op vakantie gaat en minder besteedt op de bestemming.<sup>13</sup>

### **Dagrecreatie**

De vrijetijdsbesteding van Nederlanders wordt gemonitord met twee grote onderzoeken: het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) en het CBS Onderzoek Dagrecreatie.<sup>14</sup> In deze paragraaf vermelden we de resultaten uit het CVTO. De meeste recente cijfers hebben betrekking op de periode 2006/2007.

- Uit het ContinuVrijeTijdsOnderzoek blijkt dat Nederlanders van april 2006 tot en met maart 2007 ruim 4 miljard vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning hebben ondernomen. De participatie aan vrijetijdsactiviteiten was zelfs 99,3 procent.
- Kinderen (6-12 jaar) blijken verhoudingsgewijs veel vrijetijdsactiviteiten te ondernemen. Net als in het CBS Onderzoek Dagrecreatie zijn de 25-44 jarigen het minst actief. De 65-74 jarigen zijn juist wel heel actief. De hoeveelheid beschikbare vrije tijd is hiervoor een belangrijke verklaring.
- Buitenrecreatie, zoals wandelen en fietsen, is met 980 miljoen activiteiten en een participatie van 88 procent de belangrijkste vrijetijdsactiviteit, gevolgd door recreatief winkelen (710 miljoen activiteiten en een participatie van 91 procent).
- Van de vrijetijdsactiviteiten vindt 42 procent plaats binnen de eigen gemeente.
- In Zuid-Holland worden de meeste vrijetijdsactiviteiten ondernomen (20 procent), gevolgd door Noord-Holland (16 procent) en Noord-Brabant (15 procent).
- Volgens het CVTO wordt het meeste geld uitgegeven tijdens het recreatief winkelen, gevolgd door wellness, uitgaan en het bezoeken van evenementen. Bij actief sporten en recreëren zijn de kosten gemiddeld genomen laag.

### **Inkomend toerisme**

Buitenlanders zijn voor ons toeristisch-recreatief product een belangrijke doelgroep.

- Het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) verwacht dat het aantal buitenlandse gasten voor heel 2009 zal uitkomen op zo'n 9,9 miljoen aankomsten. Na een daling van 8 procent in 2008, volgt in 2009 een lichtere daling van 2 procent.
- Voor deze daling van het aantal bezoekers is een aantal redenen aan te voeren. De belangrijkste is de economische crisis die zich het tweede half jaar van 2008 voluit heeft gemanifesteerd en in 2009 heeft voortgeduurd. Veel Westerse economieën bevonden zich vanaf het vierde kwartaal 2008 in een economische recessie, het consumentenvertrouwen daalt en de koopkracht staat onder druk. Dit heeft het grootste effect gehad op het inkomend toerisme in de eerste maanden van 2009. Daarnaast hebben de dalende wisselkoersen (Dollar, Pond,

<sup>13</sup> Bron: TNS NIPO, November 2009.

<sup>14</sup> Bij beide onderzoeken blijven het bezoek aan familie, vrienden, kennissen en activiteiten ondernomen tijdens vakantie buiten beschouwing. De belangrijkste verschillen tussen de twee onderzoeken zitten in de enquêtemethode en de vraagstelling, de onderzoeksperiode en de tijdsduur van de activiteiten buiten de eigen woning: een ondergrens van minimaal 1 uur versus minimaal 2 uur.

Yen) ten opzichte van de Euro een negatief effect gehad op de aankomsten in Nederland.<sup>15</sup>

- Op basis van analyses en doorrekeningen verwacht het NBTC dat het inkomend toerisme de komende jaren blijft groeien. Mede door de iets zwakkere economische omstandigheden van de komende jaren gebeurt dit eerst nog met beperkte groeicijfers, maar vanaf 2012 mag door de aantrekkende wereldeconomie een hoger groeiniveau verwacht worden.
- In het kielzog van deze ontwikkeling zal het aantal buitenlandse verblijfsgasten dat Nederland bezoekt jaarlijks met 2 procent stijgen tot zo'n 14,25 miljoen in 2020 (een totale groei van bijna 30 procent ten opzichte van 2007).<sup>16</sup>
- Het NBTC verwacht dat de toeristische bestedingen van buitenlanders in Nederland tot 2020 met ruim de helft zullen stijgen.<sup>17</sup>

### **Zakelijk toerisme**

Buitenlanders bezoeken ons land niet alleen voor een stedentrip of vakantie, maar ook met een zakelijke reden.

- Van de 10,1 miljoen buitenlandse gasten die in 2008 in Nederland verbleven, overnachtte ca. 31 procent met een zakelijk motief in Nederland.<sup>18</sup> In 2008 zijn dus zo'n 3,1 miljoen buitenlandse zakenreizigers in Nederland verbleven.
- De zakelijke reismarkt heeft te lijden onder de economische crisis, nog meer dan de toeristische reismarkt. In 2008 nam het aantal zakelijke overnachtingen (van buitenlanders en Nederlanders samen) in de Nederlandse hotels met 6 procent af tot 15,7 miljoen. De daling zette in 2009 door. In de eerste vijf maanden van 2009 lag het aantal overnachtingen met een zakelijke reden bijna 9 procent lager dan in dezelfde periode een jaar eerder.
- Met name de vergadermarkt heeft een harde klap te verduren gekregen, omdat congressen al langer van te voren zijn vastgelegd. Corporate bijeenkomsten worden kort van te voren geboekt, waardoor in de huidige tijd wel twee keer wordt nagedacht of de bijeenkomst wel echt noodzakelijk is en indien ja, of het niet goedkoper kan (in huis, minder ver, minder lang, minder luxe etc.). Congressen worden vooral getroffen door het feit dat er minder deelnemers dan anders komen en dat in sommige gevallen sponsoring moeilijker rond te krijgen is dan voorheen.<sup>19</sup>

## **Trends en ontwikkelingen**

### **Vergrijzing**

De Nederlandse bevolking groeit naar maximaal 17 miljoen inwoners in 2035, volgens de laatste CBS-prognoses. De sterkste groei vindt plaats in de Randstad; daar waar de druk op de recreatievoorzieningen nu al het grootst is. Het CBS verwacht dat de bevolking vanaf 2035 gaat afnemen in grootte. Maar ook op dit

---

<sup>15</sup> Bron: Toerisme in Perspectief. NBTC, 2010.

<sup>16</sup> Bron: Destinatie Holland. NBTC, 2010.

<sup>17</sup> Bron: idem

<sup>18</sup> De laatste cijfers over het motief waarmee buitenlanders Nederland bezoeken stammen uit het jaar 2006. Gezien het feit dat de zakelijke reismarkt, en meer in het bijzonder de vergadermarkt, nog harder is getroffen door de economische crisis dan de toeristische reismarkt, is het aannemelijk dat het aantal buitenlandse zakenreizigers in Nederland in 2008 wat lager lag dan hierboven gepresenteerd, omdat het aandeel van het zakelijk motief naar verwachting gekrompen zal zijn.

<sup>19</sup> Bron: M&C Scan 2009. Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen, Augustus 2009.

moment zijn er al verschillende regio's in Nederland die te maken hebben met bevolkingskrimp. In 2002 was de provincie Limburg als eerste aan de beurt. Naast Limburg doet de bevolkingsafname zich voor in Groningen, Friesland en Zuid-Holland. In de gebieden met de sterkste krimp zal het aantal inwoners over twintig jaar gedaald zijn met 10 procent en over veertig jaar met 20 procent of zelfs 25 procent.

Verder zal in 2040 bijna een kwart van de Nederlandse bevolking ouder zijn dan 65 jaar. Ouderen vormen daardoor een steeds grotere doelgroep voor recreatie. Deze doelgroep heeft relatief veel tijd en geld ter beschikking en ze dragen flink bij (35 procent) aan de totale binnenlandse vakantiebestedingen. Senioren zijn steeds langer gezond. Op jaarbasis geven zij 700 miljoen euro uit aan vakanties in eigen land. Ook zal door de vergrijzing sprake zijn van meer spreiding van recreatieactiviteiten over de week en van vakanties over het jaar.<sup>20</sup>

Ook internationaal speelt deze ontwikkeling. In 2020 zijn er naar verwachting wereldwijd 1,8 miljard 50-plussers. Vanwege de snelle toename wordt deze groep vitale, kapitaalkrachtige en iets hoger opgeleide ouderen een steeds belangrijkere doelgroep voor de toeristische industrie. De tijd en het geld die deze vijftigplussers beschikbaar hebben, zijn niet alleen van invloed op het aantal reizen dat zij maken, maar ook op de invulling ervan. Zo zijn aspecten als gezondheid, comfort, gemak en veiligheid belangrijke voorwaarden voor de te ondernemen reis.<sup>21</sup>

### **Groei allochtonen**

Het aantal allochtonen in Nederland neemt de komende jaren verder toe. Verwacht wordt dat in 2030 een kwart van de bevolking van allochtone herkomst is, nu is dat 19 procent. In de grote steden zal dit in 2010 voor meer dan de helft het geval zijn. Voor recreatie zijn de allochtonen dan ook een steeds belangrijkere doelgroep. De tweede generatie verschilt minder in het recreatiegedrag van de autochtone Nederlander dan de eerste generatie, maar er blijven wel verschillen. Parkbezoek is bijvoorbeeld erg populair onder allochtonen, bosbezoek juist niet. Allochtonen wandelen veel in de eigen woonomgeving, maar fietsen doen ze weinig. Hoe het toekomstig recreatiegedrag van allochtonen eruit zal zien, is lastig te voorspellen.<sup>22</sup>

### **Versnelling van het vrijetijdsgedrag**

De recreant is de laatste decennia kritischer en veeleisender geworden. Ook is de recreatievraag diverser geworden. De behoefte aan comfort en luxe neemt toe maar dat geldt ook voor de behoefte aan eenvoud. De ene recreant zoekt het avontuur, de ander juist de rust. Kortom: de ene consument is de andere niet. Het landschap ontwikkelt zich hierdoor tot een recreatielandschap dat de grondslag is van vele interpretaties door vele soorten recreanten die allemaal hun eigen verhaal hebben of willen hebben over dat landschap. Kwaliteit, variatie, recreatie op maat en vernieuwing zullen steeds belangrijker worden.

Het aantal vrijetijdsactiviteiten waarin de gemiddelde Nederlander participeert is in lijn hiermee de afgelopen decennia gestegen terwijl de gemiddeld bestede tijd per vrijetijdsactiviteit daalt. Recreanten zappen van de ene beleving naar de andere. De ene hype is nog niet uitgewerkt of de volgende dient zich al aan. Ook in het vakantiegedrag is deze versnelling zichtbaar. Nederlanders gaan vaker per

---

<sup>20</sup> Bron: De toekomst van toerisme, recreatie en vrije tijd. Kenniscentrum Recreatie, november 2008.

<sup>21</sup> Bron: Destinatie Holland. NBTC, 2010.

<sup>22</sup> Bron: zie 20.

jaar op vakantie. Het zomerseizoen is niet de enige vakantieperiode in het jaar meer. De extra vakanties door de rest van het jaar worden spontaan en impulsief en niet lang van te voren geregeld.<sup>23</sup>

### ***Zoek en boekgedrag***

Internet wordt steeds belangrijker in de oriëntatiefase, mede door het interactieve karakter (social media). Als boekingskanaal gaat internet zeker door-groeien. Daarnaast neemt de populariteit van 'dynamic packaging' neemt toe waarbij de consument zelf de reis of vakantie samenstelt. Deze ontwikkelingen bieden meer mogelijkheden om consumenten te benaderen en een relatie met ze op te bouwen. Het belang van reisbureaus zal hiermee verder afnemen.<sup>24</sup>

### ***Duurzaamheid***

Mede door het broeikaseffect, de toenemende concentratie aerosolen in de atmosfeer en een toenemende activiteit van de zon ontstaan temperatuur-stijgingen, stijgt de zeespiegel en verandert het neerslagpatroon. Dit heeft zijn weerslag op het toerisme. Een aantrekkelijker klimaat kan voor Nederland bijvoorbeeld op langere termijn kansen bieden: de Noordzee Rivièra. Op korte termijn zijn de effecten echter een stuk negatiever van aard. Belastingen en milieuheffingen, ingesteld om het broeikaseffect te verminderen, maken mobiliteit en daarmee internationaal reizen duurder. Dit zal een dempende werking hebben op het internationale toerisme en dus ook het toerisme naar Nederland. Maar ook onder consumenten zelf is er sprake van een toenemend milieubewustzijn.<sup>25</sup>

### ***Opkomende economieën***

De internationale reismarkt – en daarmee het inkomend toerisme van Nederland – staat niet op zich, maar wordt beïnvloed door een groot aantal factoren. Er bestaat een sterk verband tussen economische groei, welvaart en persoonlijk inkomen enerzijds en het internationale reisgedrag anderzijds. De stijgende welvaart maakt reizen bereikbaar voor grote groepen van de wereldbevolking. In de afgelopen decennia zijn de economische groei en daarmee de toename van het toerisme voornamelijk mogelijk gemaakt door de gunstige ontwikkeling van de Europese en Amerikaanse economie. De laatste jaren is sprake van een aantal nieuwe opkomende markten als Azië, Rusland en Latijns-Amerika. Vooral voor China en India wordt voor de komende jaren een sterk groeiende vakantieparticipatie verwacht. In de meer ontwikkelde reismarkten in Europa en Amerika neemt de vakantieparticipatie niet of nauwelijks meer toe en uit de groei van de economie zich vooral in een toename van het aantal reizen, vooral korte trips, per reiziger.

De langjarige verwachting van de World Tourism Organization (UNWTO) gaat uit van een groei van 3,1 procent per jaar in Europa tot 2020. De analyses en door-rekeningen laten zien dat de groei van het internationale toerisme naar Nederland vergeleken met concurrerende landen in Noordwest-Europa lager uitvalt. Oorzaken hiervan zijn de in verhouding minder gunstige economische verwachtingen in landen waar Nederland relatief sterk van afhankelijk is, de krapte op de Amsterdamse hotelmarkt en de voor Nederland extra stijgende kosten van vliegen, onder meer als gevolg van de vliegtax.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Bron: idem

<sup>24</sup> Bron: Destinatie Holland. NBTC, 2010.

<sup>25</sup> Bron: idem

<sup>26</sup> Bron: idem

## **4. Economische positie vrijetijdssector Land van Cuijk en Maasduinen**

### **Inleiding**

In dit hoofdstuk laten we zien wat het economisch belang is van de vrijetijdssector in het Land van Cuijk en Maasduinen. Dit doen we langs vier peilers: vestigingen en werkgelegenheid (aanbodszijde, sectorstructuur), omzetten en consumentenbestedingen (vraagzijde), secundaire economische effecten (spin-off van de sector naar andere sectoren) en tenslotte inzicht in het bedrijfseconomisch presteren van (een deel van) de sector.

Langs deze lijnen kunnen eventueel in de toekomst de effecten van vernieuwd beleid, een marketingplan of concrete vervolgacties worden gemonitord.

### **Sectorstructuur**

Deze paragraaf brengt de sectorstructuur van het Land van Cuijk en Maasduinen op basis van aantal vestigingen en werkgelegenheid in beeld. Hiermee wordt inzichtelijk gemaakt welke positie de vrijetijdssector in dit opzicht heeft zowel ten opzichte van andere sectoren in het Land van Cuijk en Maasduinen als ten opzichte van de vrijetijdssector in de rest van Nederland. Naast de huidige stand van het aantal vestigingen en de werkgelegenheid wordt ook gekeken naar de ontwikkelingen van de afgelopen jaren.

### **Vestigingen en werkgelegenheid**

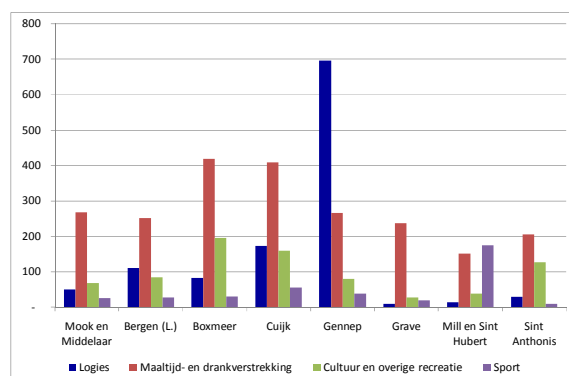
In het Land van Cuijk en Maasduinen zijn ruim 4.100 personen werkzaam in de vrijetijdssector. Een kwart van deze banen bevindt zich in Gennep dankzij Center Parcs Heijderbos. Na Gennep bieden Bergen en Cuijk de meeste werkgelegenheid in de logiesector<sup>27</sup>. Als het gaat om eet- en drinkgelegenheden bieden Cuijk en Boxmeer de meeste werkgelegenheid. Ten slotte valt de relatief grote werkgelegenheid in de sportbranche in Mill en Sint Hubert op. Voor deze gemeente is de sportbranche de belangrijkste branche in de vrijetijdssector. In totaal werken in deze gemeente 175 personen in de sportbranche (waarvan 44 parttime). In de toekomst zal dit met de realisatie van de Landgoed Princepeel Golf & Countryclub alleen nog maar meer worden.

In termen van fte (omrekening van parttime banen naar fulltime) is sprake van ruim 3000 arbeidsplaatsen. De verhouding fulltime – parttime in de sector in Land van Cuijk en Maasduinen is 0,74, wat betekent dat de gemiddelde arbeidskracht 30 uur per week werkt (bij een standaardwerkweek van 40 uur). Landelijk ligt dit getal op 0,84. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de sector in LVCM relatief veel parttime-werkgelegenheid kent.

---

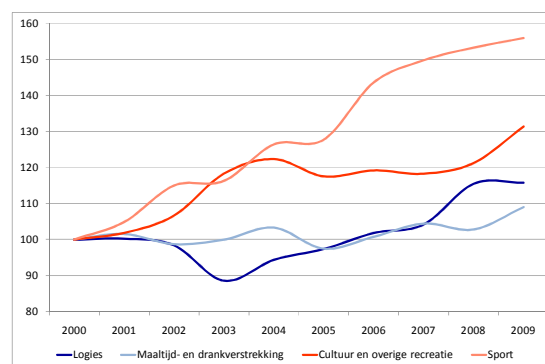
<sup>27</sup> De werkgelegenheid wordt toerekekend naar de hoofdactiviteit van het bedrijf. Voor een hotel wordt alle werkgelegenheid dus tot 'logiesverstrekkend' gerekend, terwijl een deel van de werkgelegenheid ook op andere producten (bijvoorbeeld maaltijd- en drankverstreking) of diensten gericht is.

Figuur 4.1: Banen vrijetijdssector per gemeente (2009)



Bron: LISA, bewerking Rabobank

Figuur 4.2: Ontwikkeling werkgelegenheid vrijetijdssector Land van Cuijk en Maasduinen per branche (2000=100)



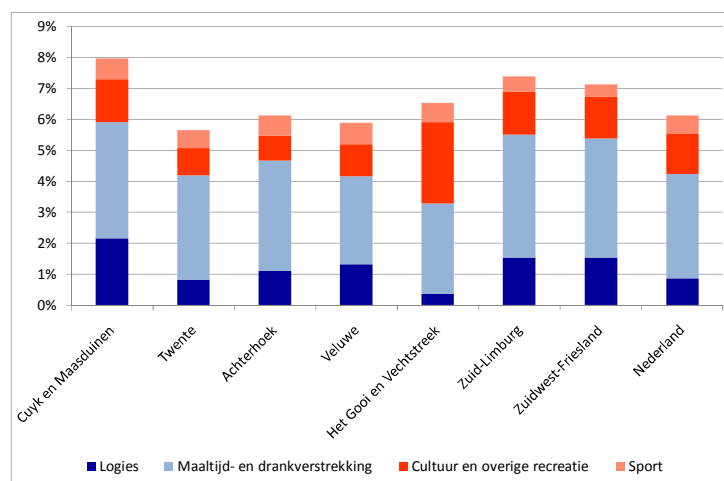
Bron: LISA, bewerking Rabobank

Tussen 2000 en 2009 is de werkgelegenheid in de vrijetijdssector in het Land van Cuijk en Maasduinen met 17 procent gegroeid. In Nederland als geheel groeide de werkgelegenheid in deze sector in dezelfde periode met bijna 20 procent. De ontwikkeling van de vrijetijdssector in het Land van Cuijk en Maasduinen is dus iets achter gebleven bij de landelijke ontwikkeling. De werkgelegenheid in alle subsectoren is de afgelopen 10 jaar gegroeid waarvan de sport het sterkst (53 procent) en de maaltijd- en drankverstreking het minst sterk (3 procent).

### Positie Cuijk en Maasduinen in toeristisch Nederland

We kunnen de positie van het Land van Cuijk en Maasduinen als toeristische regio vergelijken met andere Nederlandse regio's door te kijken naar het aandeel van de vrijetijdssector in de totale werkgelegenheid. Dan valt op dat de vrijetijdssector een relatief groot aandeel heeft in de totale werkgelegenheid in het Land van Cuijk en Maasduinen. Van alle banen in de regio bevindt 8 procent zich in de vrijetijdssector terwijl dit landelijk 6 procent is. Maar ook vergeleken met andere toeristische regio's in Nederland (zie figuur 4.3) is het werkgelegenheidsbelang van de vrijetijdssector in het Land van Cuijk en Maasduinen groot.

Figuur 4.3: Aandeel banen vrijetijdssector binnen totale werkgelegenheid (2009)



Bron: LISA, bewerking Rabobank

### Omzet en bestedingen

Deze paragraaf laat zien wat de economische betekenis van de sector is. Als eerste bepalen we de totale omzet (2009) van de sector in het onderzoeksgebied. Aansluitend brengen we het secundaire effect in beeld. De regio profiteert immers niet alleen van de directe bestedingen, ook de toeleveranciers van de sector pikken hun graantjes mee.

### Omzetraming gehele regionale sector

De economische betekenis van een sector komt niet alleen naar voren uit de bijdrage aan de (regionale) werkgelegenheid, ook de door de sector gerealiseerde omzet is van betekenis.

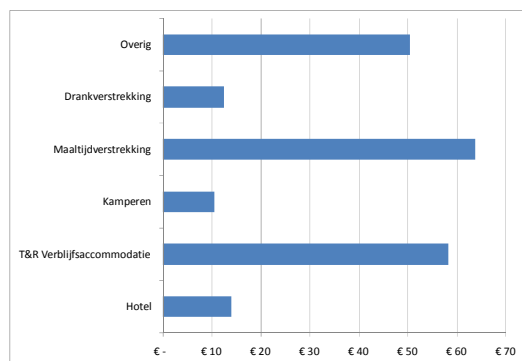
Er zijn meerdere lijnen waarlangs op het niveau van Land van Cuijk en Maasduinen een raming gemaakt kan worden van de betreffende sectoromzet. Wij gebruiken in dit geval de volgende benaderingen.

- Berekeningen die uitgaan van enerzijds de werkgelegenheid en anderzijds de in de (sub)sector gebruikelijke arbeidsproductiviteit, beiden uitgedrukt per fte (part-time-arbeid omgerekend naar fulltime arbeid).
- De uitkomsten van de regionaal-economische thermometer van de Rabobank, waarbij op basis van bedrijven waarvan cijfers binnen de bank bekend zijn, een berekening wordt gemaakt van de betreffende sectoromzet<sup>28</sup>.

In beide gevallen gaat het om de ontvangsten bij de bedrijven die tot de sector worden gerekend. Het bestedingsmotief van de consument ('dagelijkse' bestedingen van de lokale bevolking, bestedingen met een zakelijk motief en toeristisch-recreatieve motieven) kunnen hierin niet worden onderscheiden. Die splitsing wordt in paragraaf 4.4 gemaakt.

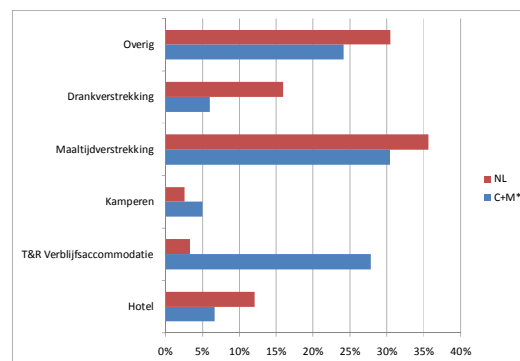
Uit de uitgevoerde berekeningen volgt een omzet van de toerist recreatieve sector van € 197 miljoen (2009) voor het Land van Cuijk en Maasduinen. Het grootste gedeelte daarvan (€ 55 mln) is afkomstig van de verhuur van vakantiehuisjes en appartementen, gevolgd door maaltijdverstrekking en 'overige activiteiten', zoals sport, kunst en cultuur.

Figuur 4.4: Omzet (x 1 mln) T&R Land van Cuijk en Maasduinen, naar sectoren, 2009



Bron: Rabobank, Lisa

Figuur 4.5: Omzetbijdragen sectoren T&R Land van Cuijk en Maasduinen en geheel Nederland



Bron: Rabobank, Lisa

<sup>28</sup> Zie ook paragraaf 4.6, waarin op basis van dit instrument inzicht wordt gegeven in het bedrijfseconomisch presteren van de sector.

Door dezelfde berekeningen op landelijk niveau te maken, ontstaat inzicht in de verdeling van de bijdragen vanuit de verschillende activiteiten. Het beeld dat daaruit resulteert, toont een aanzienlijke vertegenwoordiging van de verblijfsaccommodatie.<sup>29</sup> Dit resultaat is congruent met de aanbodsanalyse, zoals beschreven in de ruimte- en aanbodsanalyse (zie paragrafen 2.2. en 4.2).

### **Secundair belang**

Het primaire belang van de sector voor de regionale economie is in de voorgaande onderdelen aangegeven in termen van werkgelegenheid en omzet.

In deze paragraaf wordt het secundair economisch effect van de sector in beeld gebracht. Het gaat hier om de inkooprelaties die er in het gebied aanwezig zijn en dus het belang van de vrijetijdsector voor de rest van het regionale bedrijfsleven. Hierbij wordt gekeken naar de inkooprelaties tussen recreatieve bedrijven in het Land van Cuijk en Maasduinen en de rest van het bedrijfsleven (binnen en buiten de regio). Gegevens over financiële transacties tussen bedrijven in het Land van Cuijk en Maasduinen vormen de belangrijkste bron voor deze analyse. 'Geld' volgt immers 'handel'. Dankzij haar aanzienlijke marktaandeel beschikt de Rabobank over voldoende data om op basis hiervan een beeld te geven van de onderlinge relaties tussen bedrijven in het gebied, zowel in ruimtelijke (regio) als functionele (sectorale) zin. Met deze analyse wordt inzicht geboden in welk deel van de totale inkoop van recreatieve bedrijven bij het eigen regionale bedrijfsleven plaatsvindt. Daarmee wordt ook de omvang van het indirect economisch effect van de vrijetijdsector inzichtelijk gemaakt.

In figuur 4.6 zien we welk deel van de toelevering aan de vrijetijdsector uit de eigen regio afkomstig is. Hieruit blijkt dat de vrijetijdsector minder zaken doet met het regionale bedrijfsleven dan de rest van het bedrijfsleven in het Land van Cuijk en Maasduinen. Zowel in de branche cultuur, sport en recreatie als in de branche logies, maaltijd- en drankverstrekkers vindt iets meer dan de helft van de inkoop in de eigen regio plaats. Voor het totale bedrijfsleven in het Land van Cuijk en Maasduinen geldt dat 60 procent van de inkoop bij bedrijven in de eigen regio plaatsvindt.

Op basis van de kostenstructuur van de sector in de regio kan een raming gemaakt worden van de absolute omvang van het secundaire effect van de vrijetijdsector voor de economie van het werkgebied<sup>30</sup>. De omvang hiervan bedraagt ca € 55 miljoen.

De zakelijke bestedingen van de vrijetijdsector die niet in de eigen regio plaatsvinden, vinden vaak hun bestemming elders in het oosten of midden van Noord-Brabant (45 procent) of in de regio Arnhem-Nijmegen (18 procent).

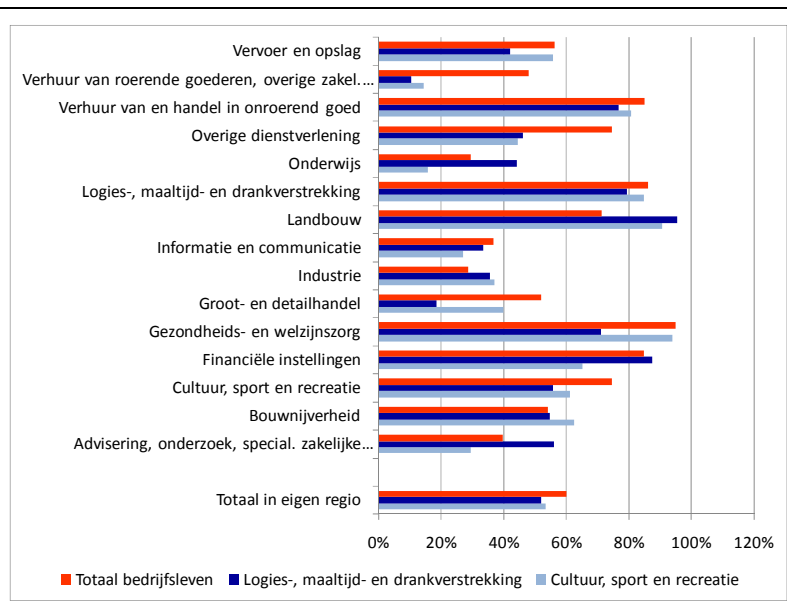
Figuur 4.6: Aandeel inkoop vrijetijdsector bij totaal bedrijfsleven en per sector (2009)

---

<sup>29</sup> De werkgelegenheidsindeling is gemaakt obv de hoofdactiviteit waaronder de betreffende bedrijven zijn geregistreerd. In geval de betreffende bedrijven meer functies aanbieden (bijvoorbeeld verblijf en maaltijd- en drankverstreking) en logiesverstreking de gelabelde activiteit is, zal het aandeel 'logies' te hoog worden gewaardeerd en het aandeel maaltijd- en drankverstreking te laag.

<sup>30</sup> De berekening is gemaakt door het totaal van de inkoop-, huisvestings-, algemene en overige kosten van de sector in Land van Cuijk en Maasduinen (dus alle kosten exclusief personeels- en kapitaalkosten) te vermenigvuldigen met het aandeel van de inkoop dat in de eigen regio plaats vindt.





Bron: Rabobank

### Herkomst bestedingen vrijetijdssector

Voor ondernemers in op de eindconsument gerichte sectoren, zoals de detailhandel, persoonlijke verzorging en uiteraard ook toerisme en recreatie, is het van belang om te weten waar de gasten vandaan komen. Dit geeft een indruk van de concurrentiekracht, kan sturing geven aan gerichte marketingacties en geeft inzicht in toe- en afvloeiing en binding van koopkracht.<sup>37</sup> Dit is gedaan met behulp van de Rabobank KoopstromenMonitor. Dit is een nieuw instrument waarbij met behulp van betaaltransacties de koopstromen van consumenten in beeld worden gebracht. De KoopstromenMonitor brengt in beeld waar de bestedingen in de vrijetijdssector van het Land van Cuijk en Maasduinen vandaan komen. Het gaat hier om de bestedingen van Nederlandse consumenten. Buitenlandse bestedingen (die met name in het ten oosten van de Maas gelegen onderzoeksgebied relevant zullen zijn), kunnen er helaas niet mee in kaart worden gebracht.

### Herkomst regio

Uit de KoopstromenMonitor blijkt in de eerste plaats dat 30 procent van de bestedingen in de vrijetijdssector in Land van Cuijk en Maasduinen van de eigen inwoners afkomstig is. Verder blijkt een kwart van de bestedingen in de vrijetijdssector in het Land van Cuijk en Maasduinen uit de regio Noordoost Noord-Brabant te komen (waarvan het land van Cuijk deel uitmaakt) en 17 procent uit Noord-Limburg (waarvan Maasduinen deel uitmaakt).

Deze verdeling geldt voor de sector in totaliteit. Het zal niet verbazen dat de aard van de 'vrijetijdsconsumptie' van invloed is op de actieradius van de consument. Zo zal men voor het gebruik van sportvoorzieningen eerder op de eigen regio zijn georiënteerd dan voor een overnachting. Deze differentiatie staat in tabel 4.1. Daarin is tevens een klassering naar afstand gemaakt, met per activiteit opvallende verschillen.

<sup>37</sup> Deze begrippen zijn vooral in de detailhandel relevant. In deze analyse voor de toeristisch-recreatieve sector zullen we geen aandacht besteden aan de afvloeiing: waar, buiten de eigen regio, besteedt de inwoner van Land van Cuijk en Maasduinen zijn toeristisch-recreatieve euro.

Tabel 4.1: Herkomst bestedingen vrijetijdssector Land van Cuijk en Maasduinen naar afstandsklasse

	Logies	Maaltijd- en drank- verstrekkers	Cultuur en ove- rige recreatie	Sport	Totaal
Eigen gemeente	3%	45%	12%	47%	22%
< 10 km.	1%	13%	8%	10%	6%
10-25 km.	7%	23%	13%	19%	13%
25-50 km.	20%	10%	21%	6%	15%
25-75 km.	16%	3%	10%	6%	10%
75-100 km.	12%	2%	13%	6%	8%
> 100 km.	42%	4%	24%	7%	25%
	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: Rabobank

### **Herkomst recreatieve bestedingen (toevloeiing)**

Van de totale bestedingen in de vrijetijdssector komt dus 70 procent niet van de inwoners van het Land van Cuijk en Maasduinen. Maar waar komt de omzet die niet van de eigen inwoners is dan wel vandaan? Van de bestedingen in de vrijetijdssector in het Land van Cuijk en Maasduinen die niet door de eigen inwoners worden gedaan, komt 22 procent uit (de rest van) Limburg, 18 procent uit Gelderland en 17 procent uit Noord-Holland. Deze drie provincies zijn dus de belangrijkste herkomstgebieden voor de vrijetijdssector in het Land van Cuijk en Maasduinen. Het zal hier voor een groot deel gaan om toeristische bezoekers.

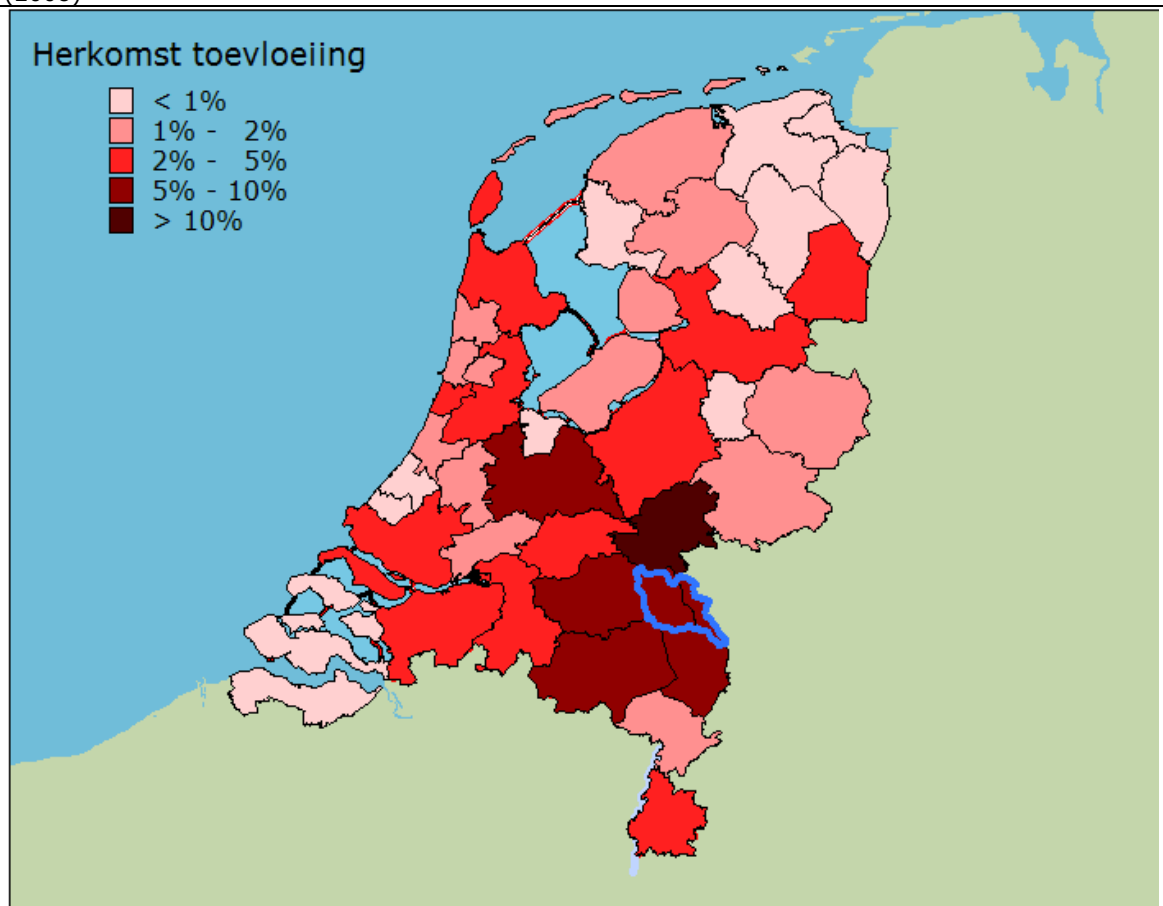
Tabel 4.2: Herkomst toevloeiing vrijetijdssector Land van Cuijk en Maasduinen naar provincie

	Logies	Maaltijd- en drank- verstrekkers	Cultuur en ove- rige recreatie	Sport	Totaal
Drenthe	4%	0%	2%	0%	3%
Flevoland	2%	1%	2%	1%	1%
Friesland	5%	1%	2%	1%	4%
Gelderland	18%	40%	27%	30%	23%
Groningen	2%	1%	2%	1%	2%
Limburg	22%	23%	14%	28%	22%
Noord-Brabant	9%	21%	17%	15%	12%
Noord-Holland	17%	3%	13%	10%	14%
Overijssel	5%	1%	6%	1%	4%
Utrecht	5%	3%	3%	6%	5%
Zeeland	1%	0%	1%	1%	1%
Zuid-Holland	11%	5%	11%	7%	10%
	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: Rabobank

Als we naar specifieke regio's binnen deze provincies kijken, zien we dat de regio Arnhem/Nijmegen veruit de grootste bijdrage aan de omzet van de vrijetijdsomzet in de het Land van Cuijk en Maasduinen levert.

Figuur 4.7: Herkomst toevloeiing vrijetijdssector Land van Cuijk en Maasduinen naar Corop-regio (2008)<sup>32</sup>



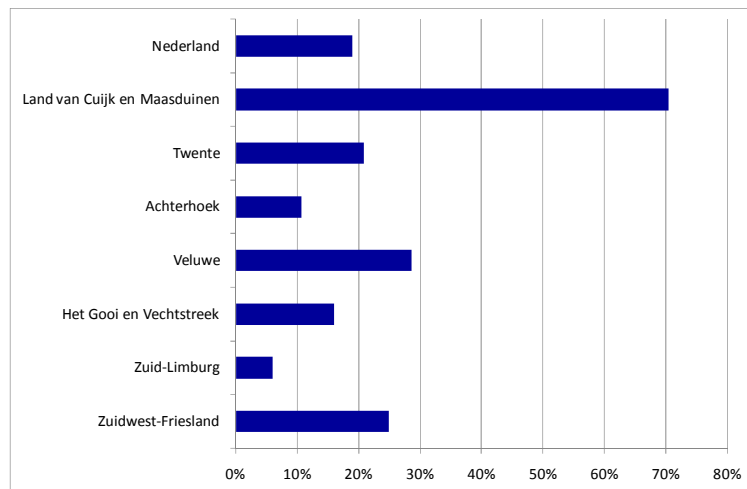
Bron: Rabobank

### **Toeristisch belang**

Zoals gezegd komt 30 procent van de recreatieve bestedingen in het Land van Cuijk en Maasduinen uit de regio zelf en 70 procent komt dus van buiten de eigen regio. Om dit aandeel in perspectief te plaatsen hebben we ook voor andere regio's in beeld gebracht welk deel van de recreatieve bestedingen van buiten de eigen regio komt. Dan blijkt dat het Land van Cuijk en Maasduinen een relatief grote trekkracht heeft op inwoners uit de rest van Nederland. In de volgende figuur staat de toevloeiing (het aandeel van de totale bestedingen dat van buiten de eigen regio komt) weergegeven voor zowel het Land van Cuijk en Maasduinen als een aantal andere toeristische regio's. In de figuur zien we dat de toevloeiing in het Land van Cuijk en Maasduinen veruit het grootst is.

<sup>32</sup> Ons land telt 40 zogenoemde Corop-regio's. Deze tellen op naar de 12 provincies (zie ook tabel 4.2)

Figuur 4.8: Toevloeiing bestedingen vrijetijdssector (2008)



Bron: Rabobank

### **Raming van het bestedingsmotief**

In voorgaande alinea's is steeds verondersteld, dat de bestedingen in de bedrijven die tot de toeristisch-recreatieve sector behoren, ook daadwerkelijk een toeristisch-recreatief motief hebben. In werkelijkheid zal dit iets genuanceerder liggen. Zo hebben we al het hoge aandeel van bestedingen van eigen inwoners in de sportsector gezien. Die zullen meer met een regulier consumptiepatroon te maken hebben dan met uitgesproken toeristisch-recreatieve motieven. Hetzelfde zal – waarschijnlijk in mindere mate – gelden voor maaltijd- en drankconsumptie. Voor de logiesector mag aangenomen worden dat er een speciale reden is om in de regio te overnachten. Deze zal vooral uit toeristisch-recreatieve motieven voortkomen, hoewel ongetwijfeld ook sprake zal zijn van zakelijke bezoeks-motieven. Om de werkelijke bezoeks-motieven te achterhalen, om op basis daarvan een zuivere berekening te maken van de omzet die volledig van toerisme en recreatie afkomstig is, is veldwerk bij de consument noodzakelijk. Daarvoor ontbrak in het kader van deze studie de ruimte. Om toch een onderbouwde raming te kunnen maken, is de berekende sectoromzet (figuur 4.4) gecombineerd met de herkomstafstand van de consument in de verschillende sectoren (tabel 4.1). Door beide inzichten met elkaar te combineren en met de veronderstelling dat afstand een indicatie is van bezoeks-motief kan een schatting gemaakt worden van de omvang van de inkomende bestedingen met een specifiek toeristisch-recreatief motief.<sup>33</sup>

<sup>33</sup> Feitelijk zou daarbij ook nog een onderscheid gemaakt moeten worden naar een zakelijk of toeristisch bezoeks-motief. Daarvoor ontbreken echter de noodzakelijke gegevens.

Tabel 4.3: Raming bezoekmotief: dagelijkse bestedingen vs. toeristisch-recreatief motief

Activiteit	Omzet (€ 1mln)	gehanteer- de af- stands- grens	Aandeel binnen grens	Dagelijks motief (€1 mln)	T&R motief (€1 mln)
Logies	77	>50 km	11%	8	69
Maalt/drank	76	>25 km	81%	62	14
Cultuur+ov.	23	>50 km	33%	8	15
Sport	21	>25 km	76%	16	5
Totaal	197			94	103

Bron: Rabobank

### Seizoenpatroon en actualiteiten

De vraag naar toeristisch-recreatieve diensten en goederen is niet gelijk over het gehele jaar verdeeld: doorgaans is voor gebieden als het onderhavige sprake van een seizoenpatroon, met als top de zomermaanden.<sup>34</sup>

Het seizoen kan worden geanalyseerd op basis van financiële transacties van bedrijven. Economische activiteiten leiden immers tot financiële transacties die zichtbaar zijn op de rekening courant van bedrijven. Vanuit deze constatering heeft de Rabobank een conjunctuurtoets ontwikkeld die op basis van de rekening courant transacties van bedrijven zeer actueel inzicht geeft in de ontwikkeling van het bedrijfsleven in een regio of gemeente. Uit onderzoek blijkt dat de uitkomsten van dit instrument een hoge samenhang hebben met andere reeksen, met dat verschil dat de rekening courant cijfers veel actueler en op een lagere ruimtelijke schaal (tot op gemeenten, waar de overige bronnen zich beperken tot landelijke of soms provinciale cijfers) beschikbaar zijn.

De onderstaande analyse heeft betrekking op de jaren 2007 tm 2010 (en de onderliggende maanden). Voor deze periode zijn de cijfers van een vaste groep toeristisch-recreatieve bedrijven geanalyseerd, 3684 bedrijven landelijk en 246 in het Land van Cuijk en Maasduinen. De uitkomsten zijn gebaseerd op bedrijven die gedurende de gehele beschouwde periode maandelijks mutaties op hun rekening courant hebben gehad. In feite is daardoor sprake van een panelonderzoek, waarop ook het marktaandeel van de Rabobank (of veranderingen daarin) niet van invloed is. Het voorgaande betekent, dat mutaties in het ondernemingenbestand, die wel van invloed zijn op de economische groei en dynamiek in een gebied, in dit onderzoek buiten beschouwing worden gelaten.

Bij de interpretatie van de cijfers moet nog het volgende worden aangetekend. Bedrijven gebruiken hun rekening courant niet alleen voor dagelijkse zaken (afhandeling van betalingen en ontvangsten), maar ook voor meer strategische doeleinden, bijvoorbeeld liquiditeitsmanagement. Daardoor lopen ook geldstromen over de rekening courant die niet direct met de 'dagelijkse handel' te maken hebben.

Figuur 4.9 toont het seizoenpatroon van de toeristisch-recreatieve sector in Land van Cuijk en Maasduinen en geheel Nederland. De grafiek toont de cumulatieve opbouw van de jaaronzet (januari = 0, december = 100), berekend op basis van het gemiddelde van de jaren 2007 tot en met 2010. Op die wijze zijn verschillen in het seizoenpatroon zichtbaar.

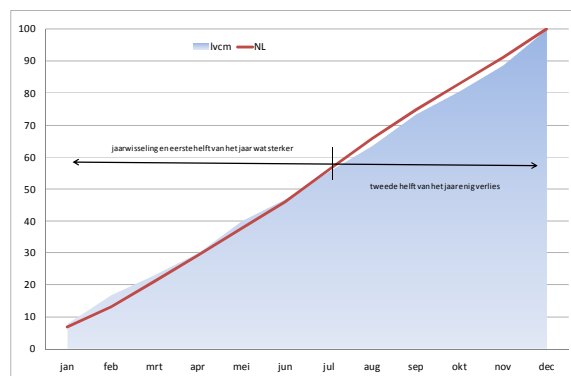
<sup>34</sup> Het grootstedelijk toeristisch-recreatief seizoenpatroon vertoont doorgaans een sterk afwijkend beeld, met een minder sterke nadruk op de zomerperiode.

Uit het beeld komt naar voren, dat Land van Cuijk en Maasduinen rond de jaarwisseling en in de eerste maanden van het jaar een iets drukker seizoen heeft. Vanaf de zomermaanden komt de regio relatief gezien op enige achterstand. Hieruit zou voorzichtig geconcludeerd kunnen worden dat de regio het vooral van het voorseizoen en de jaarwisseling moet hebben, maar iets minder in trek is in het hoogzomerseizoen en het daarop volgende nazomerseizoen.

In figuur 4.10 is de ontwikkeling per maand over de periode januari 2007 – december 2010 weergegeven, waarbij gekozen is voor driemaands voortschrijdende gemiddelden. Op hoofdlijnen vertonen de landelijke en regionale patronen enige gelijkenis, maar er zijn ook verschillen zichtbaar, zowel in richting als in moment. Opvallend is de landelijke teruggang vanaf de (na)zomer van 2009, terwijl regionaal nog van een opgaande lijn sprake was. De terugval in Land van Cuijk en Maasduinen heeft zich later voorgedaan (vanaf begin 2010) en lijkt langer en dieper te zijn geweest. Vanaf de zomer van 2010 herstelt de ontwikkeling in Land van Cuijk en Maasduinen zich weer en dit herstel lijkt sterker te zijn dan landelijk het geval is.

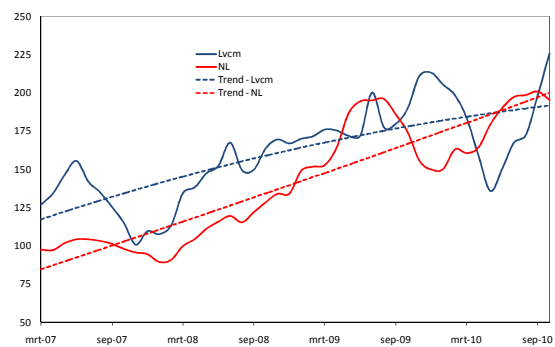
Met 48 (4 jaar, 12 maanden) waarnemingen op maandbasis zijn uitschieters mogelijk. Deels zijn deze in de figuur gecorrigeerd door met driemaands voortschrijdende gemiddelden te werken. Een andere techniek is om de trend te berekenen. De trendlijn van zowel Nederland als Land van Cuijk en Maasduinen staat tevens in de grafiek. Daarbij valt op, dat beiden een positieve richting volgen, maar de ontwikkeling in Land van Cuijk en Maasduinen is minder progressief dan landelijk. Anders gezegd: de regio heeft moeite om aan te haken bij de landelijke ontwikkelingen.

Figuur 4.9: Seizoenpatroon T&R Land van Cuijk en Maasduinen, vergeleken met geheel Nederland



Bron: Rabobank

Figuur 4.10: Ontwikkeling mutaties sector T&R 2007- 2010, jan 2007=100



Bron: Rabobank

### Bedrijfseconomisch profiel

Op basis van de Rabobank Regionaal-economische Thermometer kan een indicatie gegeven worden van het bedrijfseconomisch presteren van de sector in het Land van Cuijk en Maasduinen, vergeleken met het nationale beeld.<sup>35</sup>

<sup>35</sup> Het betreft hier de horecasector (logies-, maaltijden- en drankverstrekking), dus een beperktere definitie van toerisme en recreatie. Cultuur en sport zijn hierin niet opgenomen. De horeca is regionaal goed voor ca 80 procent van de gehele omzet van toerisme en recreatie (zie ook fig. 4.4). Regionaal zijn initieel 41 bedrijven in de analyse betrokken, landelijk 2.798.

De belangrijkste uitkomsten van de analyse staan in tabel 4.4 weergegeven. Omwille van de vergelijkbaarheid tussen de sector in Het land van Cuijk en Maasduinen en geheel Nederland, is gekozen voor een procentuele verdeling, waarbij de waarden van de resultatenrekening zijn weergegeven in procenten van de omzet en de balanswaarden als procenten van het totaal van de balanstelling. In 2009 is de omzet van de sector in Het Land van Cuijk en Maasduinen ten opzichte van 2008 met 5,5 procent gedaald, enkele tienden meer dan in geheel Nederland het geval was. Omdat ondernemers niet in staat zijn gebleken om het kostenniveau aan de lagere omzet aan te passen, is het bedrijfsresultaat aanzienlijk gedaald. In absolute zin was in de sector in Het land van Cuijk en Maasduinen sprake van een ruime halvering van het bedrijfsresultaat van € 8,3 mln in 2008 naar € 4,1 mln in 2009.

Tabel 4.4: Bedrijfseconomisch profiel vrijetijdssector Land van Cuijk en Maasduinen en Nederland, 2009

	Land van Cuijk en Maasduinen	Nederland
Omzet	100,0%	100,0%
Inkoop	30,0%	28,6%
Bruto Winst	70,0%	71,4%
Overige opbrengsten	1,3%	0,8%
Totaal opbrengsten	71,4%	72,1%
Totaal kosten	68,8%	64,5%
Totale loonkosten	37,5%	23,8%
Bedrijfsresultaat	2,6%	7,7%
Vaste activa	84,6%	86,5%
Vlottende middelen	7,2%	8,7%
Liquide middelen	8,1%	4,8%
Eigen vermogen	41,9%	21,3%
Lang vreemd vermogen	35,5%	55,7%
Kort vreemd vermogen	21,7%	19,8%
Totaal activa/passiva	100,0%	100,0%

Bron: Rabobank

De meest opvallende verschillen tussen de regio en geheel Nederland luiden als volgt.

- De bedrijven in de regio zijn minder winstgevend dan landelijk het geval is. Dit is vooral te wijten aan hogere personeelskosten. Omdat bij de bepaling van de personeelskosten is gecorrigeerd voor een gewaardeerd ondernemersloon in geval een bedrijf geen rechtspersoon is (en de ondernemer dus niet op de loonlijst staat), kan hierin geen verklaring zitten voor het aanzienlijke verschil. Wèl kunnen we constateren dat het gemiddelde (onderzochte) bedrijf in de regio aanzienlijk kleiner is dan landelijk (€ 4 miljoen omzet vs € 6,5 miljoen) en dat landelijk de bedrijven meer vaste activa per (fulltime) arbeidsplaats hebben dan in de regio (€ 141.000 vs € 83.000). Dit wijst er op dat schaal(voordelen) en kapitaal-(intensiteit) deze verschillen kunnen verklaren.
- Een tweede belangrijk verschil zit in de solvabiliteitspositie van de bedrijven. Deze ligt in de regio bijna 2 maal zo hoog als landelijk het geval is (41,9 procent vs 21,4 procent). Ook hiervoor zou de verklaring gezocht kunnen worden in een lagere regionale kapitaalintensiteit (teller/noemer-effect): bij een lager balans-totaal zal een gegeven eigen vermogen tot een hoger solvabiliteitscijfer leiden. De omzet per euro eigen vermogen ligt in de regio op € 2,63 vs € 3,19 landelijk.

Op grond van het solvabiliteitscijfer heeft het regionale bedrijfsleven relatief meer buffers om tegenvallers op te vangen dan landelijk het geval is, maar in absolute zin zijn de reserves beperkter.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> In de analyses is gerekend met de balans(boek)waarde van de activa. Hierop zijn afschrijvingen en investeringen van invloed. Relatief weinig activa kan er dus ook op wijzen dat relatief veel is afgeschreven en zou dus ook een indicatie kunnen zijn voor de leeftijd van de bedrijfsmiddelen. Voorts speelt een rol of het bedrijfspand in eigendom is of wordt gehuurd. Daarin bestaat geen inzicht.



## 5. Kansen voor toerisme

### *Inleiding*

In deze laatste stap staat de vraag centraal waar de potentie voor de sector in het Land van Cuijk en Maasduinen ligt en hoe deze benut kan worden teneinde de economische positie en bijdrage aan de regionale economie te versterken. Hierbij gelden de resultaten van onderzoeksvraag twee als uitgangssituatie. Het doel moet uiteindelijk zijn om de hier geschetste huidige economische positie te versterken. De vraag hoe dit gedaan kan worden – dus waar de kansen liggen voor het Land van Cuijk en Maasduinen en hoe deze het best benut kunnen worden – is voorgelegd aan deskundigen uit de sector in de regio in de vorm van twee interviews en een workshop. Door de mening en visie van deskundigen (zoals ondernemers, beleidsmakers en intermediaire organisaties) in het onderzoek te betrekken, ontstaat praktisch toepasbare creativiteit en kan draagvlak gecreëerd worden voor de uiteindelijke richting en keuzes die er aan zullen bijdragen dat het toeristisch-recreatieve potentieel van het gebied zoveel mogelijk te gelde kan worden gemaakt.

Door de gekozen methodiek heeft dit hoofdstuk grotendeels een kwalitatief karakter en kan het gezien worden als een aanvulling op de voorgaande meer kwantitatieve (cijfers en eerder onderzoek) onderdelen. De bevindingen worden voor de belangrijkste thema's weergegeven.

*Waar relevant worden aanvullende opmerkingen (nuanceringen, randvoorwaarden, suggesties) gemaakt.*

### *Markt en product*

Vanuit gastvrijheidsperspectief bestaat het toeristisch-recreatief product uit de aanwezige voorzieningen (zowel direct gerelateerd aan de sector als indirect, denk bijvoorbeeld aan infrastructuur en bereikbaarheid) en de dienstverlening die ondernemers en hun medewerkers daaraan toevoegen. Uiteraard is de consument met zijn (wisselende) voorkeuren leidend.

### *Vergrijzing, gezondheid en zorg*

Tot de kansen voor de sector (in de regio) behoort ongetwijfeld de vergrijzing die in ons land (en in een groot aantal West-Europese landen) actueel is. Ouderen zijn immers een in omvang sterk groeiende groep, doorgaans koopkrachtig en (ook) op zoek naar het toeristisch/recreatief product dat Land van Cuijk en Maasduinen kan bieden.

*De oudere van vandaag is 'niet van gisteren'. Deze groep weet op basis van ervaringen heel goed wat er te koop is en past haar wensen- en verwachtingenlijstje daarop aan. Dat betekent dat ze een eigentijds product vragen, dat voldoet aan de wensen van de doelgroep.*

*De sector moet oppassen voor een al te sterke, eenzijdige keuze. Uitsluitend kiezen voor ouderen plaatst je in een bepaalde hoek, waaruit je niet gemakkelijk kunt treden. Om een rendabele jaarrond exploitatie te krijgen, zal de sector in Land van Cuijk en Maasduinen zich niet tot één doelgroep kunnen beperken, hoe aantrekkelijk deze ook is.*

In het verlengde van de kansen die de vergrijzing biedt, kan ook de belangstelling voor gezondheid worden genoemd. Voor de regio en de sector vertaalt zich dat

naar twee punten, waarin de regio onderscheidend is: food en pharma. Nieuwe opvattingen, nieuwe behandelingen en technieken, een andere verhouding tussen publieke en private 'cure en care' en belangstelling voor kwalitatief goede, streek-eigen producten en alles wat met zorg en welzijn te maken heeft. Indien goed opgepakt, biedt dit volop kansen voor de regio. De nabijheid van de Duitse markt, die op dit punt duidelijk verder ontwikkeld is, kan Land van Cuijk en Maasduinen een flinke steun in de rug geven.

### **Water, natuur, ligging en bereikbaarheid**

Water, natuur, rust en ruimte bieden volop kansen, die appelleren aan de wensen van consumenten op het vlak van kwaliteit, gezondheid, authenticiteit en nabijheid (afgezet tegen grensoverschrijdende verweg-bestemmingen). De Maas is een ijzersterke kwaliteit van het gebied, 'verbinder' en verder uit te bouwen 'landmark'.

De natuurlijke kwaliteiten, aangevuld met goede voorzieningen (dag-, maar vooral ook verblijfsaccommodatie) geven de mogelijkheid om een breed en gevarieerd product aan te bieden. De natuurlijke kwaliteiten kunnen als basis worden gezien, waarbij de voorzieningen (in brede zin) de 'plus' vormen en de regio uiteindelijk concurrerend maken ten opzichte van concurrent-regio's.

### **Nabijheid omvangrijke Duitse markt**

De ligging ten opzichte van de Duitse markt (met in Nordrhein-Westfalen evenveel potentiële consumenten als in geheel Nederland) is uitdagend, zeker omdat bekend is dat water extra aantrekkingskracht heeft op het Duitse marktpotentieel.

### **Verbonden netwerken voor actieve vrijetijdsbesteding**

Actieve vrijetijdsbesteding (fietsen, wandelen), gecombineerd met hoogwaardige gastvrijheid (kwalitatief goed aanbod, Bourgondische en gemoedelijke sfeer) spreken belangrijke consumentengroepen aan. De regio heeft op dit punt veel te bieden en zou met diverse particuliere initiatieven en een versterking van de wandel- en fietsnetwerken nog meer kunnen winnen.

*De regio staat op dit moment in zeker opzicht met de rug naar de Maas gekeerd, als scheidslijn tussen het westelijke en oostelijke deel. Door het gezicht naar de Maas te keren, vormt deze de toeristische levensader van het gebied en biedt deze verbondenheid.*

*Naast het feitelijke product is informatie voor de toerist/recreant van grote betekenis. Dit begint al bij het zoek- en boekgedrag (zie ook onder). Eenmaal ter plekke, zal met een goede, eventueel digitale bewegwijzering de klant gewezen moeten worden op de uiteenlopende, bij voorkeur verbonden voorzieningen en activiteiten die gezamenlijk het toeristisch-recreatief product vormen. Op dit punt zijn nog verbeteringen noodzakelijk, die snel gerealiseerd kunnen worden door aan te sluiten op bestaande infrastructuur en initiatieven.*

*Hoewel de bereikbaarheid niet met alle vervoersmodaliteiten even goed is, is de weg- en waterinfrastructuur op de noord-zuidas met de recente A73, A50 (langs de rand van de regio) en Maas toereikend. Oost-Westverbindingen zijn aanzienlijk zwakker en leiden ertoe dat het gebied als geheel en de bijzondere combinatie van landschappen en kwaliteiten,*

*onvoldoende tot haar recht komt. Betere oost-west Maasoeververbindingen, bijvoorbeeld een fietsbrug bij Boxmeer zouden de situatie aanmerkelijk verbeteren. Totdat die gerealiseerd is, zouden private oplossingen soelaas kunnen bieden, zoals tijdelijke veerverbindingen of transfers als onderdeel van arrangementen.*

*De regio heeft weinig elkweervoorzieningen, onontbeerlijk om een sterk, weersonafhankelijk toeristisch-recreatief product neer te zetten en het seizoen te verlengen. Dit hangt samen met het feit dat dergelijke voorzieningen relatief veel investeringen vereisen, die voor individuele private ondernemers niet gemakkelijk rendabel zijn te krijgen. Toch verdient het aanbeveling om te onderzoeken of in de regio ruimte is voor een groot, modern bioscoopcomplex. Tevens zou overwogen kunnen worden om de grootstedelijke voorzieningen in de omgeving (Nijmegen, Venlo, Uden) als elkweervoorziening van de regio neer te zetten. Bereikbaarheid (zie ook elders) is daarbij een belangrijke randvoorwaarde.*

*De kracht van een toeristisch-recreatieve regio wordt in belangrijke mate bepaald door samenhang en complementariteit van verschillende onderdelen. Het huidige versnipperde productaanbod, de geringe samenhang en de beperkte variatie resulteren in een productaanbod dat feitelijk zwakker is dan het inhoudelijk gezien zou kunnen zijn. Daarmee voldoet het niet altijd aan de wensen van de moderne consument, die goed weet wat hij wil, een onderscheidend product wenst en veel alternatieven heeft om uit te kiezen.*

### **Samenwerking en ondernemerschap**

Behalve fysieke kenmerken en de dienstverlening door de ondernemer en zijn medewerkers, bepalen ook ondernemerschap en samenwerking (tussen ondernemers onderling en tussen ondernemers en verschillende instanties, zoals de overheid) de kracht en kansen van het gebied.

### **Samenwerking en best practices**

Het onderzoeksgebied omvat in totaal acht gemeenten, vijf in Noord-Brabant en drie in Limburg. Kwantitatief gezien is daarmee sprake van een substantieel gebied, maar tegelijkertijd ook van een behoorlijke versnippering. Binnen deze groep gemeenten zijn diverse best practices aanwezig voor de wijze waarop de overheid initiatief en slagkracht kan ontwikkelen ter ondersteuning van het toeristisch-recreatief potentieel. Deze aanpak zou kunnen worden gedeeld met andere partijen. Dat spaart niet alleen energie en kosten, het onderstreept ook dat men serieus en praktijkgericht de sector daadwerkelijk naar een hoger plan wil brengen en gaat cynisme (herhalingen van zetten, meer van hetzelfde ...) tegen.

### **Iedere ondernemer draagt bij aan het product**

Naast enkele grote aanbieders maken ook veel kleine partijen het toeristisch-recreatief product van Het Land van Cuijk en Maasduinen. Daarin zit in belangrijke mate de kracht en het onderscheidend vermogen.

*Deze situatie stelt echter wel eisen aan een goede en doelgerichte ondersteuning met concrete kennis op het vlak van bedrijfsvoering, marketing en kennis van, toegang tot regelingen (waaronder Interreg-regelingen). Partijen die daarbij vanuit hun bestaande posities een bijdrage kunnen*

*leveren zijn brancheorganisaties, private en publieke organisaties, maar ook anderszins betrokkenen, zoals marktinstellingen (bank, accountants etc.). Intensivering en betere onderlinge coördinatie/afstemming van deze initiatieven zou de regio absoluut ten goede komen.*

### **Verbindingen leggen**

Samenwerken leidt tot een sterker gezamenlijk product met behoud van eigen identiteit en vergroot het perspectief van de individuele ondernemer. Samenwerken is een teken van kracht en begint met het elkaar ontmoeten, leren kennen en het wegnemen van onnodige polemiek: niet met de ruggen, maar de gezichten naar elkaar! Op basis daarvan kunnen aansluitend verbindingen worden gelegd: letterlijk in de ruimte (zie ook de opmerkingen over de fysieke barrières in het gebied), ten aanzien van het product (denk aan arrangementen) en ten behoeve van een goede belangenbehartiging en beleidsbeïnvloeding. Samenwerking is het antwoord op de versnippering en ontoereikende samenhang tussen de afzonderlijke elementen die samen het product kunnen vormen.

*Het verdient aanbeveling om te onderzoeken of bestaande (overleg)structuren gebruikt kunnen worden om deze intensievere samenwerking beter voor elkaar te krijgen. Op die manier wordt voorkomen dat er 'weer een laag wordt toegevoegd', en ondernemers de indruk zouden krijgen dat er veel woorden bijkomen en weinig daden. Als dat niet mogelijk blijkt, moet een nieuwe structuur overwogen worden, inclusief sanering van bestaande gremia. Een platform erbij, een platform eraf.*

*De economische paragraaf van deze rapportage toont de toeristisch-recreatieve omvang en kracht van het gebied. Dit is een vertrekpunt voor een eenduidige en gezamenlijke visie van verschillende partijen (publiek en privaat) op de betekenis en de mogelijkheden van de sector, ten behoeve van een gezamenlijk actieprogramma. Feitenkennis zal ook leiden tot een groter zelfbewustzijn van de sector.*

*Het bovengenoemde waardering verwijst naar ondernemers en naar de overheid. Ons volle land kent soms lastige ruimtelijke orderingsvraagstukken, waarbij verschillende functies om de schaarse ruimte strijden. Het belang van ruimte voor wonen, ontspanning en voorzieningen (privaat en publiek) is evident, alsmede voor water. Daarnaast is er behoefte aan ruimte voor bedrijvigheid, in de vorm van (nieuwe) bedrijventerreinen en alternatieven, zoals voor werken aan huis. Er is niet alleen sprake van toenemende vraag naar nieuwe ruimte, maar ook herontwikkeling van bestaande bedrijventerreinen is een opgave, die uitstekend past in een ruimtelijke kwaliteitsslag. Dit vraagt bovenlokale afstemming, met oog voor ontsluiting en voorzieningen. Een bovenlokale visie en aanpak leidt tot minder versnippering, overlast en verbroken verbindingen, ook in de toeristisch-recreatieve infrastructuur.*

*Snel, spannend en 'uniek' staan weliswaar op het wensenlijstje van de consument, maar anderzijds ontleent de toeristisch-recreatieve sector nog steeds haar kracht aan vaste waarden, die dicht bij de mens zitten en in de loop van de tijd nauwelijks veranderd zijn. Dat neemt niet weg, dat ook binnen deze vaste kaders het product zich voortdurend ontwikkelt, tegen de achtergrond van de welhaast onbegrensde keuzemogelijkheden van de consument. Dat betekent dat ook als de sector gebaseerd is op*

*'vaste waarden' (en dus niet gaat voor snel wisselende dynamiek), er voortdurend geïnvesteerd moet worden in product, mensen, marketing en middelen. Onderzocht zou kunnen worden op welke wijze het investeringsniveau van de sector op een structureel hoger niveau gebracht kan worden. De sector kan het zich niet permitteren om achter de feiten aan te lopen, zeker niet in Land van Cuijk en Maasduinen.*

### **Verkoop en marketing**

Tenslotte is het niet alleen van belang een goed product te hebben, het zal ook aan de man moeten worden gebracht. Daarmee is verkoop en marketing niet het minst belangrijke punt, zeker in deze regio niet.

### **Verkopen, verkopen en verkopen**

De intrinsieke kwaliteiten waarover de regio en het toeristisch-recreatief product beschikken, bieden goede vertrekpunten voor sterke en effectieve verkoop en marketing. Het voordeel daarbij is, dat niet 'from scratch', van onderaf, begonnen hoeft te worden, maar een vliegende start mogelijk is door bestaande zaken te bundelen. Daarbij kan zeker het sterke profiel van het begrip 'Maas' worden ingezet.

*Een voorwaarde voor succesvolle marketing is, dat er goede vertrekpunten zijn ten aanzien van het te verkopen product, de te bedienen doelgroep(en) en de uit te dragen boodschap(pen). Door te werken aan marketing zouden 'en passant' en wellicht ten overvloede op deze punten nog eens de gezamenlijke visies getoetst kunnen worden.*

*Hoewel het niet de kern van de onderzoeksvraag was, dringt zich het beeld op, dat Land van Cuijk en Maasduinen tegen de achtergrond van toerisme en recreatie geen eigen, eenduidige identiteit heeft. Er is geen centraal thema of icoon, waardoor het gebied minder onderscheidend is dan het in potentie kan zijn. Als gevolg daarvan is branding van het gebied lastig te realiseren. Dat belemmert de zichtbaarheid voor de (ook nog eens) onvoorspelbare consument. Kiezen van een onderscheidend beeld (uit de bestaande kwaliteiten) om dat te ontwikkelen tot een centraal thema of icoon, is vanuit marketingperspectief onontbeerlijk. De Maas lijkt hiervoor bij uitstek geschikt, waarbij bedacht moet worden dat de doorsnee consument bij de Maas associaties heeft bij 'iets' tussen Maastricht en Rotterdam.*

*Er is discussie over de vraag hoe de naam van het gebied zou moeten luiden en of 'Land van Cuijk en Maasduinen' voldoende onderscheidend is. Het is belangrijk daarbij te realiseren dat de naam inmiddels al enigermate is ingeburgerd en het - extreme uitzonderingen daargelaten - uiteindelijk belangrijker is wat je met de naam doet, dan hoe de naam werkelijk is.*

### **Aanhaken bij bestaande organisaties**

Landelijk en provinciaal zijn er sterke (publieke) marketingorganisaties voor de toeristisch-recreatieve sector. Het Land van Cuijk en Maasduinen kan daarop aanhaken en daarmee op een rijdende trein stappen. Intensivering van de samenwerking met en inzet van de provinciale VVV's ligt voor de hand. Maar deze organisaties zullen dan wel deze 'uithoeken' (zowel vanuit Maastricht als vanuit Den Bosch) moeten opzoeken en bij voorkeur provinciegrensoverschrijdend moeten samenwerken. Daarop mag je deze organisaties aanspreken.

*Gebruik de ervaring van deze (en andere) marketingorganisaties voor de uitwerking van een resultaatgericht verkoop- en marketing plan. Zij hebben dat vaker aangepakt, ook voor regio's die intrinsiek minder te bieden hebben. Sluit aan bij hun fysieke en virtuele zoek- en boekstructuren.*

#### **Verkoopacties naar de Duitse markt**

Sterke marketing van het product en de regio in de richting van de Duitse markt biedt grote kansen, gezien de omvang van de markt en het consumentenprofiel in combinatie met de intrinsieke kenmerken van de regio. De nabijheid van vliegveld Weeze (een groeiende toeristisch-recreatieve hotspot) zou kunnen bijdragen aan een betere bekendheid van de eigen regio bij de toeristisch-recreatieve markt, zowel in Duitsland als Nederland.

## 6. Conclusies en aanbevelingen

Dit hoofdstuk bevat een bondige weergave van de belangrijkste conclusies van het onderzoek. Aansluitend worden enkele aanbevelingen geformuleerd.

### Belangrijkste conclusies

- Het Land van Cuijk en Maasduinen beschikt over veel natuurlijke kwaliteiten, die van waarde kunnen zijn bij het neerzetten en verder uitbouwen van toerisme en recreatie als drager van de lokale en regionale economie. Groen (natuur) en blauw (water, Maas) zijn daarbinnen belangrijke kwaliteiten, die appelleren aan wat de consument wil. Het Bourgondisch karakter dat het gebied uitstraalt (zowel in het Brabantse als Limburgse deel) draagt daaraan verder bij.
- De potentie van toerisme en recreatie wordt in het algemeen breed in het gebied erkend en op diverse punten is reeds sprake van samenwerking op praktische en strategische punten. Desondanks kan nog niet gesproken worden van een eenduidig, gezamenlijk en offensief toeristisch-recreatief beleid.
- Qua voorzieningen geeft de regio een genuanceerd beeld. De voorzieningen voor verblijfsrecreatie worden gekenmerkt door relatief veel campings en enkele grote vakantieparken. De voorzieningen op het vlak van cultuur (theaters en bioscopen) en sport zijn relatief beperkt, evenals 'elkweervoorzieningen'.
- Overheid en bedrijfsleven hebben de ambitie om toerisme en recreatie sterker neer te zetten. Daartoe is een gezamenlijke beleidsagenda gemaakt. Het besef overheerst, dat veel zaken het beste in regionaal verband kunnen worden aangepakt, wat een nuttige compensatie kan zijn voor de bestuurlijke versnippering, die naar voren komt uit het gegeven dat er sprake is van acht gemeenten en twee provincies.
- In algemene zin kan worden gesteld, dat toerisme en recreatie een volwassen bedrijfstak is geworden met landelijk een miljardenomzet, 400.000 mensen die er hun brood verdienen en een geheel eigen perspectief. Economische up en downs hebben daarop wel invloed, maar deze vertalen zich in andere bestemmingen / lagere frequenties, eventueel uitstelbeslissingen, maar geen afstel. In dat opzicht is steeds meer sprake van een eerste levensbehoefte. Het toeristisch-recreatief product ontwikkelt zich steeds meer tot een belevenis en unieke, met anderen te delen ervaring. Naast verblijfsrecreatie kennen we ook dagrecreatie. Dit is zeker ook van belang voor het gebied, maar toch van iets mindere betekenis dan verblijfsrecreatie, wat mede veroorzaakt wordt door de afwezigheid van omvangrijke bevolkingsconcentraties in de directe omgeving van het gebied.
- Er zijn diverse trends die om antwoorden vragen. Vergrijzing, consumentengedrag-wijzigingen, zowel in voorkeuren, bestedingen als manier waarop men zoekt en boekt. Toerisme en recreatie wordt steeds meer een commodity en dagelijks consumptiegoed, maar tegelijkertijd zoekt men ook de unieke of eigen ervaring. Er is duidelijk sprake van (her)waardering voor authenticiteit en duurzaamheid. Trends die perspectiefvol zijn voor de regio. Er zijn echter ook trends waarop de sector in de regio minder gemakkelijk een antwoord heeft. Beleving en versnelling behoren daartoe.
- De sector is voor de regio van grote betekenis. Ruim 4.100 personen zijn er werkzaam, omgerekend naar volledige arbeidsplaatsen ruim 3.000. De betekenis van de sector voor lokale/regionale economie is bovengemiddeld. De sector heeft het afgelopen decennium sterke groei gekend, maar wel minder

dan landelijk het geval was. De regio raakt haar voorsprong dus enigszins kwijt.

- Ook in omzet levert de sector een substantiële bijdrage aan de regionale economie. Deze bedroeg in 2009 een kleine € 200 miljoen, waarvan het grootste gedeelte (€55 miljoen) afkomstig is van verhuur van vakantiewoningen en appartementen.
- Het is belangrijk om te weten met welke motieven de consument Land van Cuijk en Maasduinen bezoekt. Is dat een zakelijk motief, zijn het min of meer dagelijkse bestedingen van de eigen inwoners of zijn er hele specifieke toeristisch-recreatieve motieven? Op basis van afstanden van bestedingen (zie ook onder) kan op hoofdlijnen de markt worden verdeeld. Dan blijkt dat iets minder dan de helft van de gerealiseerde omzet een toeristisch-recreatieve driver te hebben.
- Toerisme en recreatie is niet alleen belangrijk in termen van werkgelegenheid en directe omzet (zie boven). Door toeleveranties is ook sprake van omvangrijke secundaire effecten. Uitgaande van de totale inkoopsum van de sector en de mate waarin de sector in de eigen regio haar goederen betreft kan een grove schatting worden gemaakt van het secundaire regionaal-economische effect van de sector. De omvang hiervan bedraagt ca € 55 miljoen, een bedrag dat feitelijk bovenop de directe omzet van € 200 miljoen geteld mag worden.
- Een belangrijk deel (22 procent) van de bestedingen door Nederlanders in de sector (gegevens over buitenlandse consumenten zijn op deze grondslag niet bekend) is te danken aan consumenten uit de eigen gemeente of directe omgeving. Dit varieert sterk per sector, voor 'sport' ligt dit aandeel boven de 50 procent, voor logies beperkt het zich tot enkele procenten. Daarmee voorziet de sector in belangrijke mate in de behoeften van de eigen markt, maar de stelling is verdedigbaar dat dit niet primair met toeristisch-recreatieve motieven te maken heeft, maar meer met dagelijkse levensbehoeften.
- Indien gekeken wordt naar consumenten die over enige afstand komen, waarvan je dus mag verwachten dat deze een overwegend toeristisch/recreatief motief hebben, komt een aanzienlijk uit de eigen provincies: 22 procent uit de rest van Limburg, 12 procent uit de rest van Noord-Brabant. De belangrijkste klantleverancier is echter de provincie Gelderland, met name de regio Arnhem-Nijmegen. Van de verder weg gelegen provincies zijn Noord-Holland (14 procent) en Zuid-Holland (10 procent) belangrijke toeleveranciers. Dit zal geen verbazing wekken, gezien de concentratie van consumenten in deze provincies. Vergeleken met andere toeristische regio's heeft Land van Cuijk en Maasduinen een relatief grote aantrekkingskracht op inwoners uit de rest van Nederland.
- De sector in de regio heeft een enigszins a-typisch seizoenspatroon. Uitgezonderd de maand februari kent de eerste helft van het jaar een relatief trage start. Dat wordt in belangrijke mate goedgehaakt door de rest van het jaar, maar november is weer een relatief rustige maand. Dat betekent dat door een betere seizoensspreiding (zie ook acquisitie, maar ook gerichte verkoopacties) tegen de achtergrond van het aanbod van verblijfsrecreatie (appartementen en vakantiehuisjes vs campingplaatsen) er meer uit de markt zou kunnen worden gehaald.
- Op basis van beschikbare cijfers kan een globaal bedrijfseconomisch profiel van de sector in Land van Cuijk en Maasduinen worden opgesteld. 2009 was een moeilijk jaar, zelfs nog iets meer in Land van Cuijk en Maasduinen dan landelijk. Noodzakelijke aanpassingen van het kostenniveau (met name personeelskosten) aan lagere omzetten hebben tijd gekost, waardoor het bedrijfsresultaat aanzienlijk is gedaald: een halvering van € 8,3 mln naar € 4,1 mln.



De solvabiliteit (eigen vermogen in procenten van het balanstotaal) ligt boven gemiddeld, maar dit zal beïnvloed zijn door de geringe kapitaalintensiteit, die weer een indicatie kan zijn van een lager investeringsniveau in de afgelopen periode.

- In de laatste stap van het onderzoek vooral op basis van meningen en visies een inventarisatie gemaakt van de kansen en bedreigingen waarvoor de sector in Land van Cuijk en Maasduinen staat. Op hoofdlijnen komt daaruit het volgende beeld naar voren. Het toeristisch-recreatief product bestaat uit vele unieke en individuele pareltjes, die gezamenlijk een mooi collier zouden kunnen vormen. Daarbij is samenwerking essentieel. Ondanks het feit dat productverbetering en verbreding essentieel blijft (zie ook de geschetste consumentenontwikkelingen), vraagt verkoop en marketing extra aandacht. Als bestuurders en ondernemers een gezamenlijke visie zouden kunnen ontwikkelen op de sector en deze nu en in potentie op waarde weten te schatten (in termen van werkgelegenheid, omzet en uitstralingseffecten) ontstaat een sterke gemeenschappelijke basis die zal leiden tot een nog grotere bijdrage van de sector aan het draagvlak van de lokale en regionale economie, haar bewoners en de gemeenschap en de unieke natuurlijke waarden.

### **Aanbevelingen**

1. Breng de pareltjes van de regio in beeld, wees er trots op, benoem welke versterking en/of sanering behoeven (maak individuele plannen, maak sanering bespreekbaar en begeleid deze), maak arrangementen met elkaar voor een goed communiceerbare en kwalitatief goede klantbediening.
2. Knoop bestaande informatiestructuren (zowel voor de consument als voor de sector zelf) aan elkaar. Doe meer met het bestaande en ontwikkel alleen nieuwe zaken als dit echt noodzakelijk is.
3. Zet waar mogelijk financiële instrumenten in om de sector in de regio te ondersteunen, zoals de streekrekening of een regionaal borgstellings- of investeringsfonds. Hoe dichterbij, hoe meer betrokken en effectief. Onderzoek ook de mogelijkheden voor Europese subsidies. Allemaal ter ondersteuning van perspectiefvolle ondernemingsplannen.
4. Maak (voor zover nog nodig) en onderschrijf een gezamenlijke toeristisch-recreatieve visie op het gebied. Benoem daarin de actiepunten die opgepakt moeten worden om tot versterking van de sector te komen. Formuleer deze doelen zo concreet mogelijk, bijvoorbeeld in termen van werkgelegenheid, omzet of bezoekersaantallen. Benadruk het gemeenschappelijke en laat je niet door verschillen afleiden. Zeg elkaar toe deze visie voor een redelijke termijn die noodzakelijk is om de belangrijkste onderdelen uit te kunnen voeren (bijvoorbeeld 5 jaar), vast te houden en ga tussendoor niet morrelen aan uitgangspunten en plannen.
5. Organiseer een jaarlijkse T&R-dag voor ondernemers en bestuurders, die plaats biedt voor ontmoeting, een communicatiemoment is voor vorderingen (en knelpunten), kansen en bedreigingen ter sprake brengt. Organiseer als afgeleide van deze dag enkele bedrijfsbezoeken: kom bij elkaar over de vloer en leer elkaar beter kennen. Publiek, maar ook privaat.
6. Maak – ook ter compensatie van de versnipperde bestuurlijke en ondernemingsstructuur – een branchevereniging van alle ondernemers uit de toeristisch-recreatieve sector die draagvlak en mandaat heeft om met de overheid afspraken te maken over doorontwikkeling van de sector. Saneer waar nodig/noodzakelijk bestaande, lokale overlegstructuren indien deze niet (meer) effectief blijken te zijn.

7. Draag bij aan trots en waardering door regelmatig kleine successen te melden en te vieren.
8. Ontwikkel samen met organisaties en deskundigen een pragmatisch marketingplan, dat gebaseerd is op bestaande waarden en doelgroepen en in staat is om op korte termijn successen te genereren. Gebruik dat vervolgens als opstap naar een meer structurele, lange termijn marketinginspanning. Vergeet niet vooral van buiten naar binnen te kijken. Laat deskundigen, uit andere regio's en mogelijk ook vanuit andere disciplines ter inspiratie hun visie geven op het gebied en wat zou moeten gebeuren om de regio (en de sector) sterker neer te zetten. Dan zal blijken dat andere regio's of sectoren vaak zelfs potentiële partners zijn en geen concurrenten. Wees pragmatisch en opportunistisch. Benoem zo nodig Nijmegen, Den Bosch, Uden of Venlo als productverbreding of elkevoorziening voor de regio. Mits goed verkocht en geregeld zal de consument dit accepteren.
9. Benoem ambassadeurs voor de regio en de sector. Personen met enige statuur, die niet noodzakelijkerwijs uit de sector afkomstig zijn, deze – en de regio – een warm hart toedragen en tijd, energie en ervaring hebben om processen op gang te brengen en mensen met elkaar te verbinden. Geef deze personen de opdracht om de kracht en het potentieel van de regio te communiceren en te verbinden en laat ze aanspreekpunt zijn voor knelpunten, drempels en mogelijkheden.
10. Spreek bestaande organisaties en instituties aan op hun verantwoordelijkheden, ook voor deze sector, ook in dit gebied. Schroom niet om te benadrukken dat vanuit provinciaal perspectief (zowel Noord-Brabant als Limburg) de regio wel lang in de belangstellingschaduw heeft gestaan en nu een inhaalslag verdient.

## Bijlagen

### 1. *Belangrijkste conclusies economische update september 2010*<sup>37</sup>

- Demografische krimp is inmiddels een feit en zal de komende jaren doorzetten, samen met ontgroening en vergrijzing; belangrijkste oorzaak: migratie (en in mindere mate natuurlijke krimp).
- Verdere huishoudensverduunning (minder personen per huishouden) leidt nog wel tot enige groei op de woningmarkt.
- De woningmarkt is stabiel, behoorlijk aan de prijs; het aantal woningnieuwbouwplannen is beperkt, evenals de uitbreidingsplannen voor bedrijventerreinen.
- Inkomensbeeld is positief: in de meeste gemeenten bovengemiddeld.
- Voorzieningen (detailhandel) zijn en blijven op niveau.
- Boxmeer, Cuijk en (in mindere mate) Gennep hebben de meeste banen. De 'maakactiviteiten' (agrarisch, industrie, bouw) zijn voor het werkgebied relatief belangrijk, ten koste van de dienstverlening.
- De werkgelegenheid is in de afgelopen periode iets toegenomen, maar minder dan landelijk; geringere dynamiek op de arbeidsmarkt vertaalt zich echter niet in een hogere werkloosheid. Er is veel pendel van en naar het gebied.
- Veel zakelijke relaties spelen op het niveau van het werkgebied; daarbuiten is Noordoost-Brabant de belangrijkste markt. De koopkrachtbinding van de consument is aanzienlijk.
- Economisch presteerde het gebied in 2009 bovengemiddeld. Men heeft duidelijk minder last gehad van de laagconjunctuur dan landelijk het geval is geweest, getuige de relatief gunstige ontwikkeling van toegevoegde waarde en winst.
- De economische kracht (structuur) is conform het landelijke niveau; aandachtspunten zitten bij de arbeidsmarkt (omvang en ontwikkeling werkgelegenheid) en de arbeidsproductiviteit.
- De industrie mag dan in termen van omzet en werkgelegenheid de kurk zijn waar op de regionale economie in belangrijke mate drijft, in termen van winst was (in 2009) de handel en zakelijke dienstverlening belangrijker.
- Op basis van autonome, sectorale ontwikkelingen (dus afgezien van ontwikkelingen bij individuele bedrijven) zal de werkgelegenheid in het werkgebied tussen 2009 en 2011 met ca 1.000 banen afnemen. Dankzij de krimp van de beroeps-bevolking (ontgroening, vergrijzing) zal dit niet leiden tot een hogere werkloosheid.

---

<sup>37</sup> Zie voor uitgebreide informatie

[http://www.rabobank.nl/images/keo\\_rapport\\_rabobank\\_land\\_van\\_cuijk\\_en\\_maasduinen\\_29295903.pdf](http://www.rabobank.nl/images/keo_rapport_rabobank_land_van_cuijk_en_maasduinen_29295903.pdf)

## 2. Deelnemers interviews en workshop

### Bedrijf, Organisatie

Bungalowpark Landal De Vers  
Oorlogsmuseum Overloon  
Jachthaven 't Leuken  
Eldorado  
Fitland Holding B.V.  
Waterpark Dommelsvoort  
Stichting Graancirkel Oploo  
Landgoed De Barendonk B.V.  
Zoo Parc Overloon  
Eethuis De Diepen  
Princepeel Haps B.V.  
VVV-Brabant  
RMB  
Boertel de Twist  
Boertel de Twist  
De Baaij Advies voor Stad en Land  
De Baaij Advies voor Stad en Land  
Camping 't Loo  
Bergemo Recreatie  
Kampeerboerderij 'De Tienmorgen'  
Boertel Lamperse Hei  
Schouwburg Cuijk  
Schouwburg Cuijk  
Stichting Promotie Noord Limburg  
Jachthaven Brasker  
PlattelandsVakantieland.nl  
Gemeente Boxmeer  
Gemeente Sint Anthonis  
Gemeente Mill en Sint Hubert  
Gemeente Bergen  
Gemeente Bergen  
Gemeente Gennep  
Gemeente Cuijk  
Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen  
Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen  
Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen  
Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen  
Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen  
Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen  
Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen  
Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen  
Rabobank Nederland

### Naam

M. de Jong  
H.P.W.M. van den Dungen  
M.T.L.M. Valckx  
S.A.T.H. Winkelmolen  
M. van Kempen  
P. Schlick  
M.J.A. Hendriks  
E.J.M. Hermanussen-Thijssen  
P. Wolters  
M.G.W.T. Holthuysen  
M.J.M. Smits  
B. Tummers  
T. Goossens  
D.J. van Kleij  
L.P.G. van Kleij-Van Rijswijk  
G. de Baaij  
G. van de Heuvel  
A.T.G. Peters  
P.J.G. Thijssen  
H.C.M. Gosens-Pas  
M.J.M. van den Broek  
L.A. van der Meer  
P.T.J. Smit  
I. Lenders  
A.T.J.M. Brasker  
P. Kempen  
H.A.G. Ronnes  
J.P.M. Willems  
J. van den Bogaart  
F.J.R. Pekema  
M. Robroek  
I.D.A.M. Voncken-Janssen  
T. Jacobs  
H.H.A. Klijnman  
J.L.G.M. Claassen  
J.G.M. Vossen  
F.J. Berends  
W.W. Schiffers  
A.C.A. Siroen  
I.R.C. Smits  
S.P. Bosveld  
W. van der Velden

## **Colofon**

### **Titel**

De Toeristische Kracht van Land van Cuijk en Maasduinen

### **Auteurs**

Willem van der Velden

Anouk Smeltink-Mensen (Rabobank Nederland)

### **Eindredactie**

Enrico Versteegh (Rabobank Nederland)

### **Publicatiedatum:**

Maart 2011

### **In opdracht van:**

Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen

### **Contactadres:**

Rabobank Land van Cuijk & Maasduinen

Postbus 168

5830 AD Boxmeer

© Rabobank Nederland, 2011

*Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie of op welke andere wijze dan daaronder mede begrepen gehele of gedeeltelijke bewerking van het werk, zonder voorafgaande toestemming van Rabobank Nederland.*

*No part of this publication may be reproduced in any form by print, photo print, microfilm or any other means without written permission by Rabobank Nederland.*