

Kick-off RegioPartners



**VISIT
BRABANT**

Welkom

- Samen bouwen aan sterke regio
- Elkaar versterken
- Kansen over de grens benutten
- Bijzonder traject

Erik Jansen
Visit Land van Cuijk



Wim Hofstede
VisitBrabant



Agenda

- | | |
|--|-------------------|
| 1. Rondje voorstellen | 09:30 – 10:00 uur |
| 2. De RegioPartners – programma & planning | 10:00 – 10:30 uur |
| 3. Korte pauze | 10:30 – 10:45 uur |
| 3. Kennis – Wie is de Duitse/Vlaamse gast? | 10:45 – 11:45 uur |
| 4. Pauze | 11:45 – 12:00 uur |
| 5. Workshop – Dit is mijn klantreis | 12:00 – 13:00 uur |
| 6. Lunch | 13:00 – 14:00 uur |

1/

**RONDJE
VOORSTELLEN**

Even voorstellen



Visit Land van Cuijk

- Erik Jansen
- Robert van Hemmen - projectleider Visit Land van Cuijk



VisitBrabant

- Wim Hofstede - projectleider VisitBrabant
- Ankie Joos
- Sef Sweegers

Even voorstellen

- > Wie je bent en van welk bedrijf ben je?
- > Welke ambitie heb je op Duitse en Vlaamse markt?

Van der Valk Hotel Cuijk-Nijmegen

Hotel & Restaurant De Bungelaer

Landal Bungalowpark De Vers

Oorlogsmuseum Overloon

Het Boltsebroek

Vakantiecentrum De Ullingse Bergen

Minicamping 't Brenneke

Recreatiepark 't Loo

Camping De Maasvallei

Camping & Gastenverblijf De Brembroeken

B&B Perron 22

Het Veerhuis

Evive aan het water

Recreatiecentrum De Breyenburg

Landgoed De Barendonk

De Slaaperij

Camperplaats de Schaopswei

3/

**INLEIDING
REGIOPARTNERS**

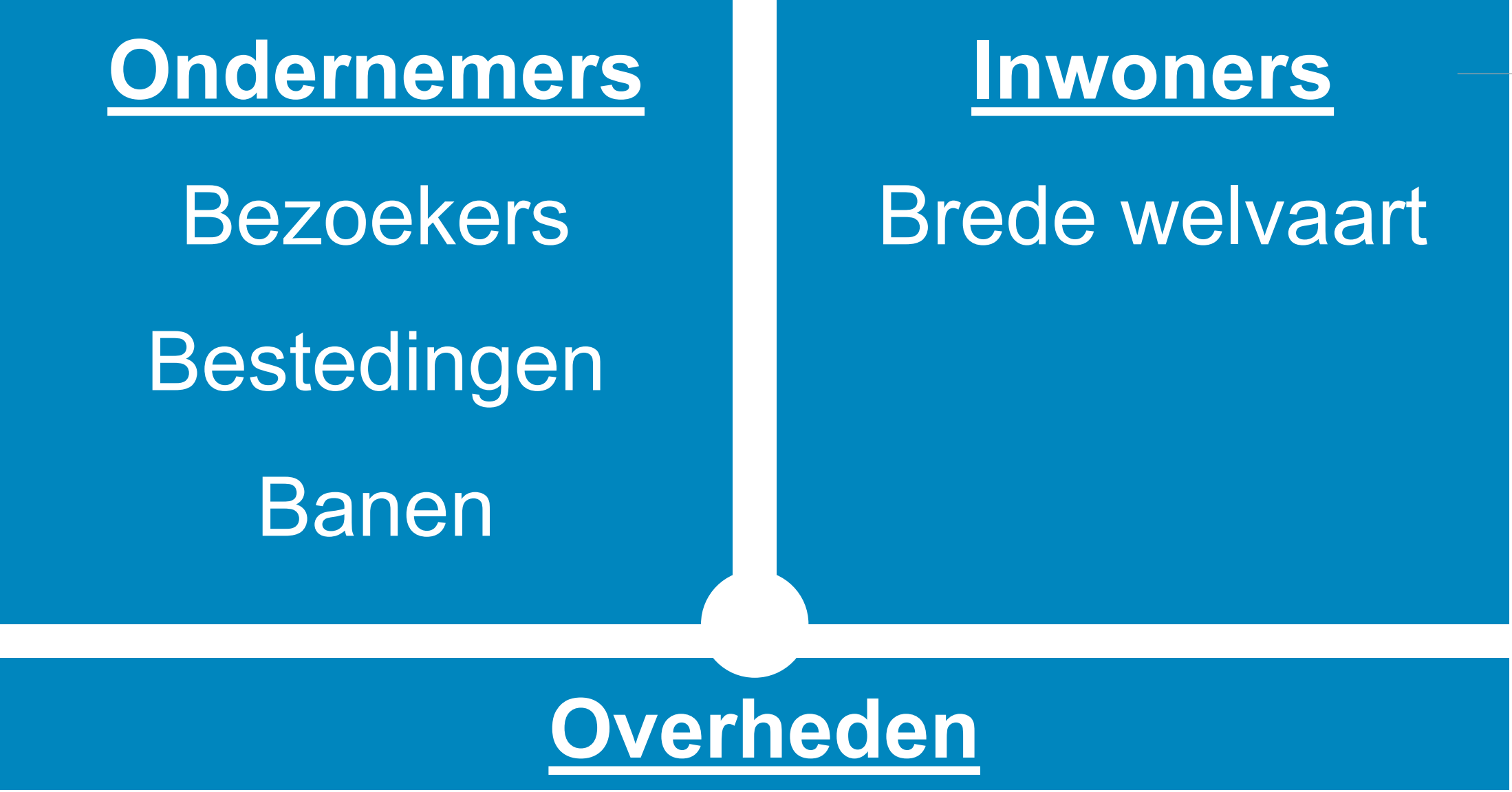
**VISIT
BRABANT**

VISITBRABANT
VISIT LAND VAN CUIJK
LOKALE VISITS
ONDERNEMERS
GEMEENTEN

PARTNERS IN CRIME

Ons gezamenlijke doel

Een sector met impact!



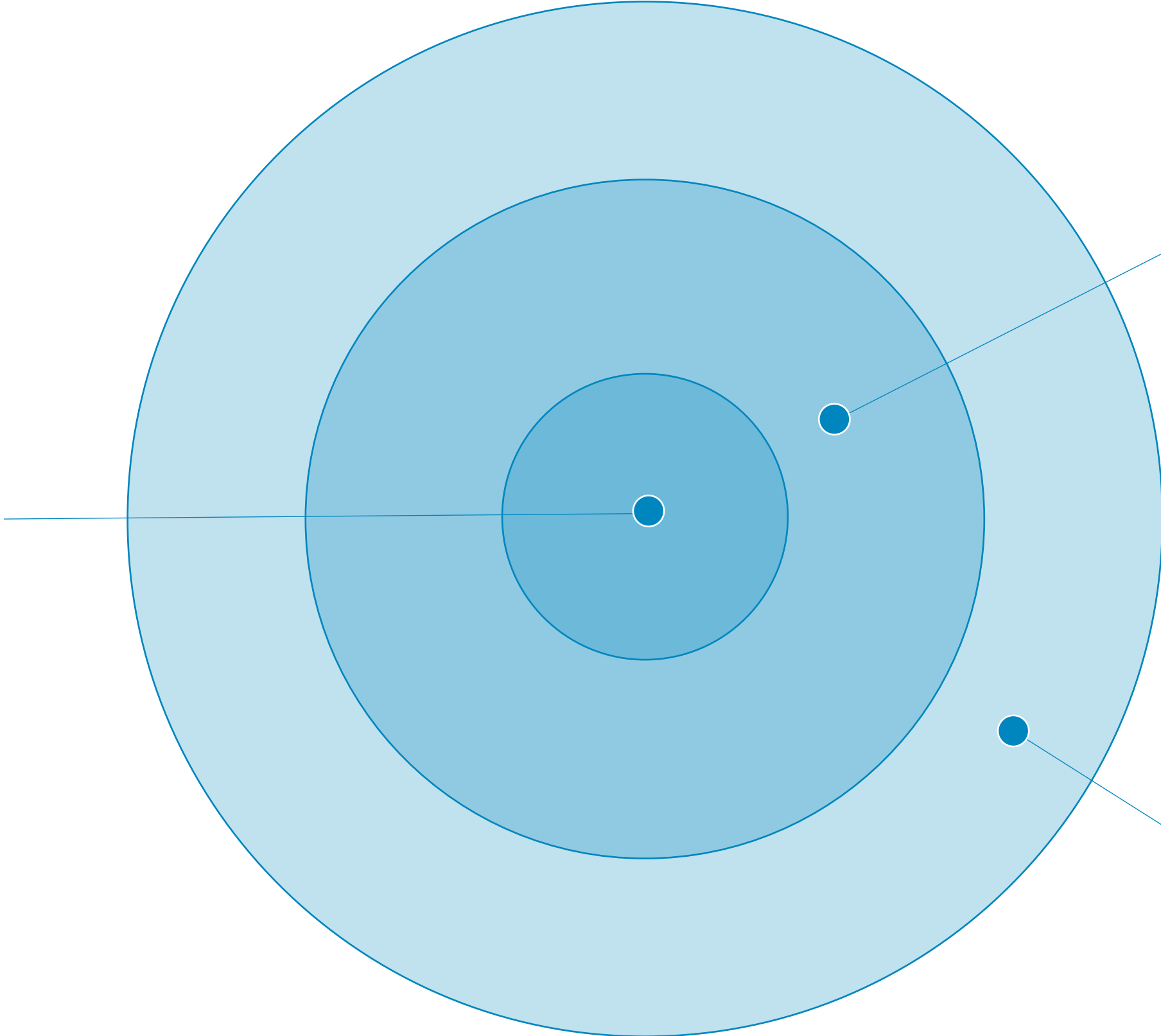
LEEFBAARHEID
WELZIJN
SOCIALE COHESIE
FACILITEITEN
DIVERSITEIT
VESTIGINGSKLIMAAT
ETC.



**VISIT
BRABANT**

Cruciale doelgroepen

Lokale DMO
LOKAAL BEREIK (E.O.)
INWONER



Regionale DMO
REGIONAAL BEREIK (E.O.)
DAGRECREANT

VisitBrabant
(INTER)NATIONAAL BEREIK
VERBLIJFSTOERIST



Volop kansen!

Op 2 uur reisafstand:



- Meer gasten
- Fijnere gasten
- Meer bestedingen
- Loyalere gasten
- Verleng je seizoen

Duitsers dol op Nederlandse markt: 'Dit kennen ze niet in Duitsland'

3 oktober 2023 12:35 • Aangepast 3 oktober 2023 12:48

Vrijdag 1 december 2023 | Het laatste nieuws het eerst op NU.nl



Nooit eerder zoveel Duitse toeristen in ons land: 'Holland ist schön'

EXTRA DRUKTE OP DE WEG VERWACHT WEGENS DUITSERS EN GOED WEER

🚧 DONDERDAGOGHTEND AL MEER VERKEER

Zeven miljoen Duitsers komen dit jaar voor vakantie of werk naar Nederland

NBTC rekt op flinke toename buitenlandse toeristen in Nederland

Vrije tijd Nieuws

Vakantiebestemming Nederland wint populariteit onder Duitsers

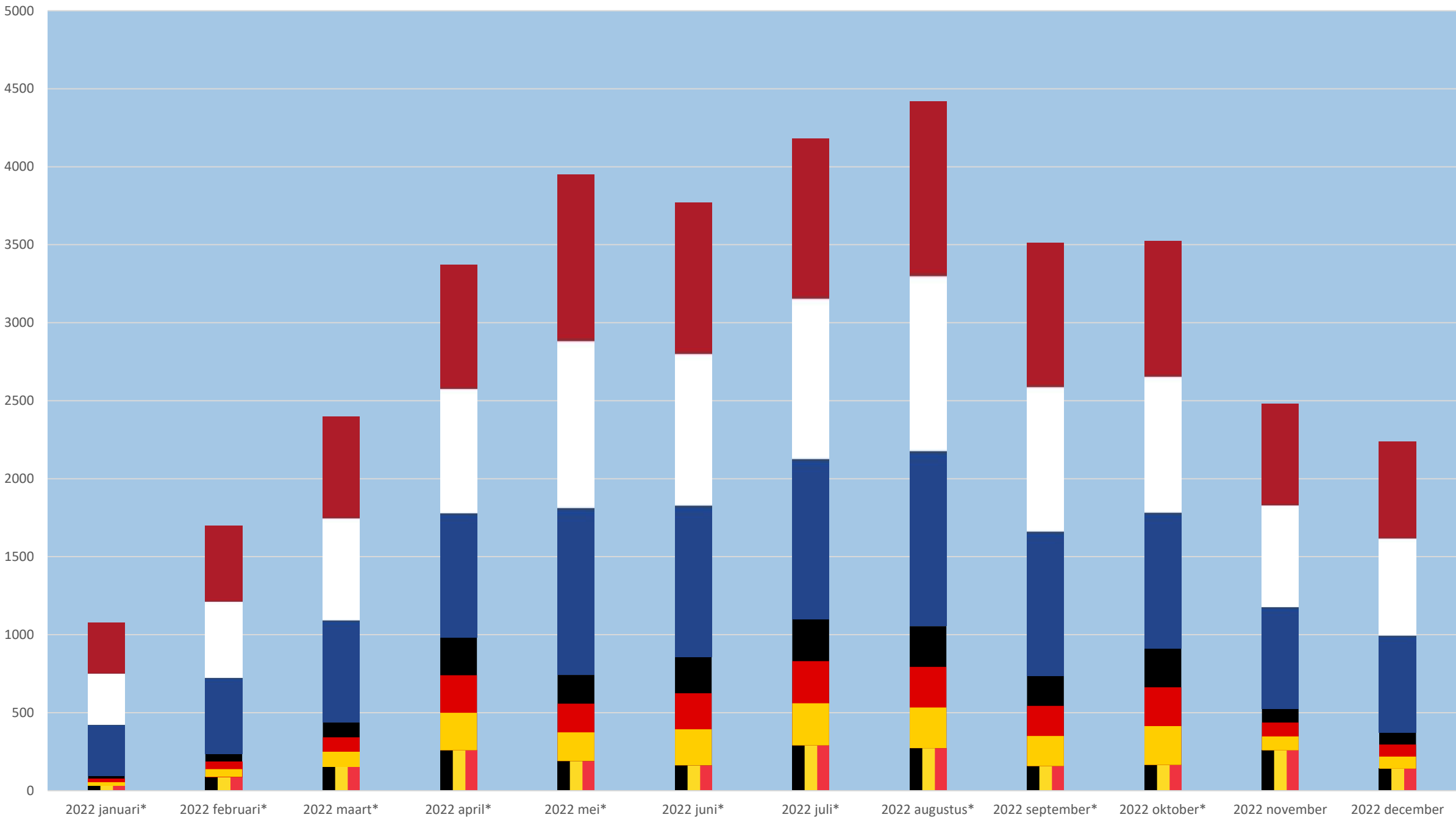
Door Mandy Sloodmaker | 20/07/2023

Opmerkelijk 24 juli 2023, 07:45 uur

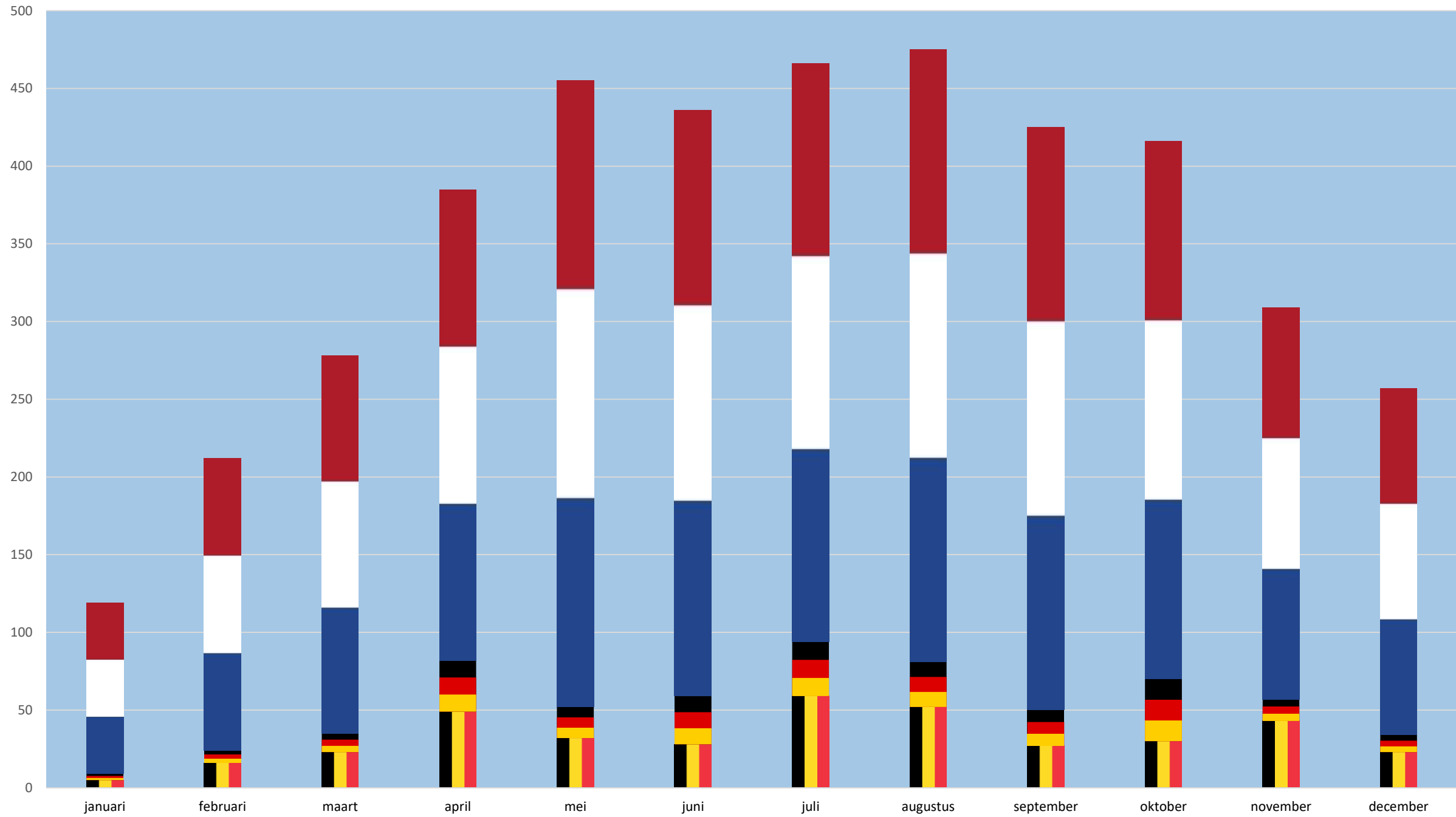
Duitse toeristen vieren massaal vakantie in Nederland, niet eerder waren het er zo veel

Kansen RegioPartners

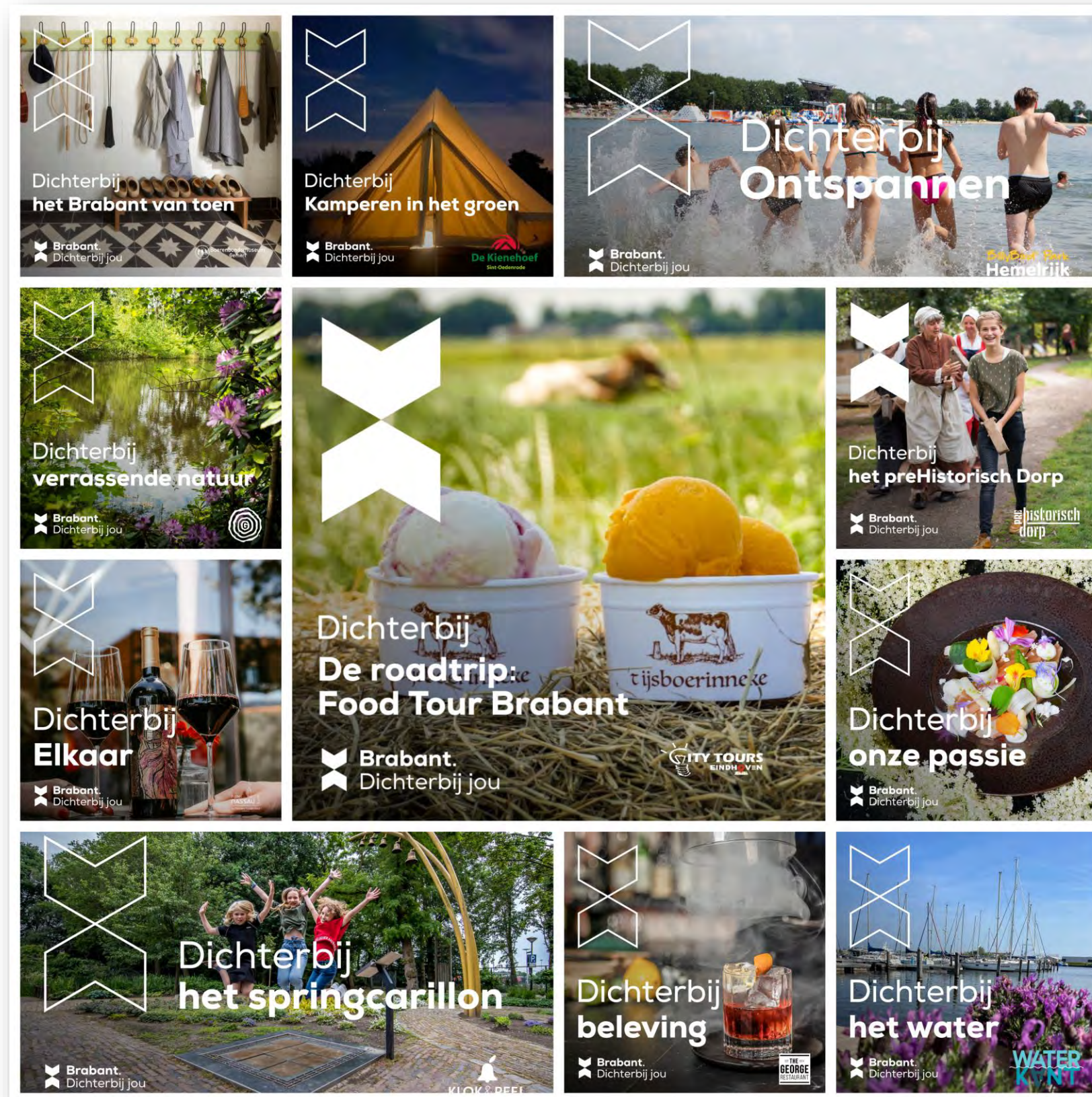
Verdeling gasten over maanden, Nederland



Verdeling gasten over maanden, Brabant



Campagne 'Brabant, Dichterbij jou'



**Dichterbij
het verhaal
van Brabant**



Noord-Brabant: daar beleef je onvergetelijke avonturen voor het hele gezin

Er blijft, dat kan je natuurlijk. Maar wie is je dat Noord-Brabant nog zo veel meer te bieden heeft voor jouw volgende gezinsvakantie? Doe met de kids een studeertrip op zoek naar fantastische muurschilderingen of waar ontdek een stad door. Stierder door de bossen of wandel je in één van de vele musea die Noord-Brabant rijk is. Ook je leerde de natuur in Noord-Brabant hoeft je niet te kiezen, want daar ligt alles letterlijk dichtbij elkaar. Tijd je jouw volgende gezinsvakantie combineren je heel gemakkelijk de stad met de natuur.

Wie dacht dat ontspannen niet voor kids is, heeft het mis. Stop eens op de fiets in Breda en ontdek meer dan 100 muurschilderingen van de Blind Walls Gallery. Of huur een bootje en voer over de singels of het Middel in, in het Tilburgse Stroompark geniet je op je picknicktafel terwijl de kids zich uitleven op de pumptrack of gewoon lekker voetballen. Daarin hier ook zeker de kindvriendelijke Kampen! En op loopafstand, in het Tiedalmeusem, kun je zelf je sokken ontwerpen!

In Eindhoven mag een bezoek aan het creatieve district Strijp-5 niet ontbreken. Doe de coole trucs op een startafje op je skates in Area51 en geniet van de bekende ligje bij het kroegje Brouck Intelligents. En natuurlijk is het Van Abbemuseum een niet te missen hoogtepunt voor je gezin. Bezoek je het historische 'de Hertogenbosch'? Boek dan zeker een boottocht over de Elreemse, die voort door deels onder de stad door! In het Noord-Brabantse Museum ontdek je dan weer de achte werken van Vincent van Gogh. Heb je die ooit al eens in het echt gezien?

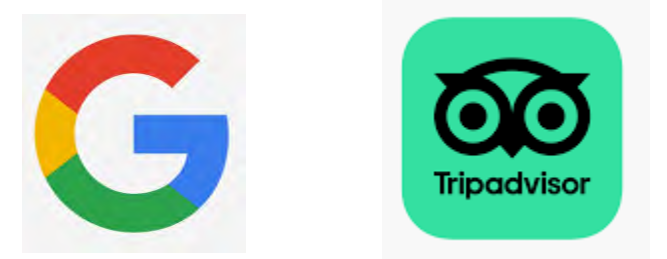
Meer inspiratie
In Noord-Brabant bakken we alles in huis voor jouw volgende gezinsvakantie. Heb je zin in meer? Vrij voor meer inspiratie op visitbrabant.com

Dichterbij het strome buitenleven
Fluiteren en hufften bouwen kan heel goed in Nationaal Park Loonse en Drunense Duinen. En ben je hier toch, bezoek dan zeker het aangrenzende veldrijdparc. Hierdan een mooi wandeling naar de veldrijdparc. Nationaal Park de Elreemse stadt dan weer vooral bekend om de vele beekjes en riviertjes. Maar een sap of karc, wellicht spot je hier de bewaer of een zaa-zaard. Het indrukwekkende Elreemse Museumstreek met waterspeeluin is bovendien één van de opvallendste voor een tocht met een boot die geniet door het water glijdt.

Dichterbij duizenden kilometers wandelpaden
Of je nu zelf je route uitloopt of je laat inspireren door één van de vele themaroutes, dankzij het uitgebreide recreatieaanbod ontdek je elke keer opnieuw verwonderlijke plekken. Zo kent Noord-Brabant een aantal fotogenieke wandelpaden. Bij de Moaerbrug, onder de rook van Bergen op Zoom, wandel je zelfs door het water tussen de velden door. Bij de Moaerbrug, onder de rook van Bergen op Zoom, wandel je zelfs door het water tussen de velden door. Bij de Moaerbrug, onder de rook van Bergen op Zoom, wandel je zelfs door het water tussen de velden door.

Dichterbij spannende fietseroutes
Ook fietseroutes in Noord-Brabant leiden je lang de indrukwekkende plekken. Spelen en legenden leven voort; over plunsende beren, smokkelaars en verwikkelde lanthouwen. Zo wordt de gewone lang in gennegde De Kempen het spannende verhaal van Zwarte Kaat, de 'Heks van Helanender'. En in de streek De Langmat, vlakbij Eindhoven en Loonse en Drunense Duinen, leeft het intigerende verhaal over de 'Bende van de Witte Veer'.

Dichterbij wilde avonturen
En ben je in Eindhoven, dan haal thrillers aan. Van het op in Joris en de Draak of Baron1909. Later op zoek naar de big five? In Statuipark Beekse Bergen wonen je in Afrika. Bovendien griffioen, heksen en sproeten vanuit je eigen auto, wandelen of tijdens een ontspannen boottocht. Je kunt hier zelfs overvallen met uitzicht op de dieren in het geschiedene Statuipark of het Statuipark.



Region Brabant (NL)
Naheliegend für magische Orte

Brabant.
Naheliegend für Dich



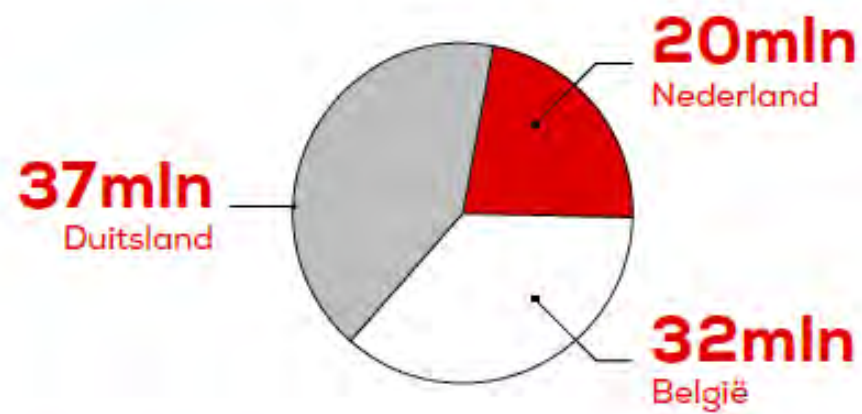
Dichterbij jouw volgende gezinsvakantie
In de meest gastvrije provincie van Nederland
visitbrabant.com

Resultaten & successen

Bereik campagneperiode maart '23 - november '23

89mln

Totaal mediabereik maart '23 - november '23



68mln

Mediabereik Online media

21mln

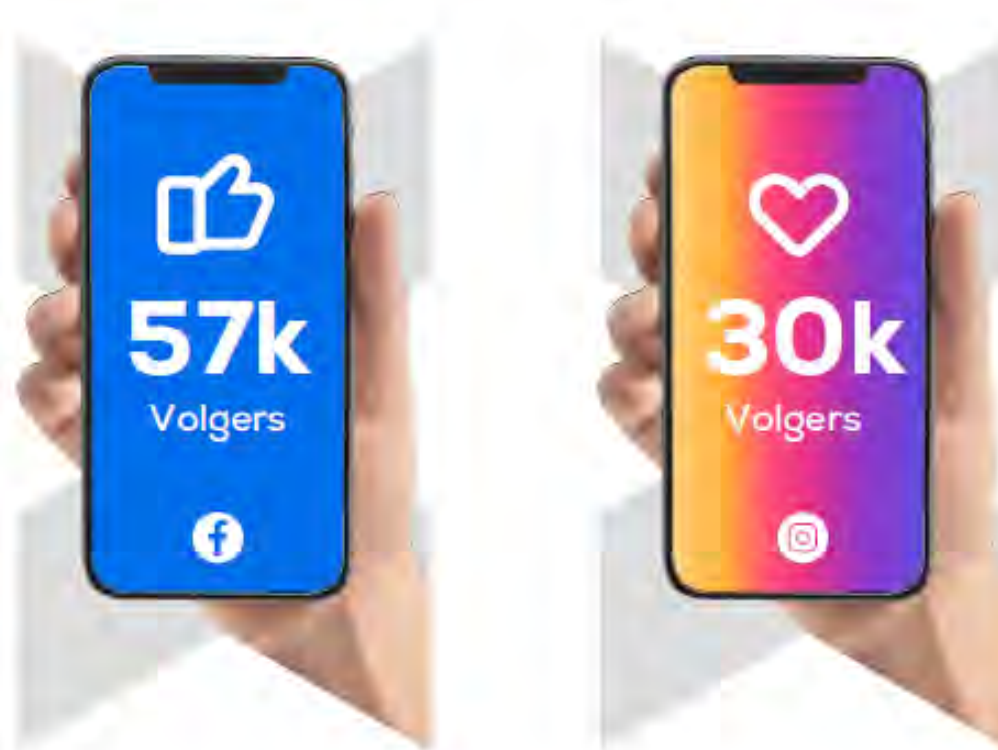
Mediabereik Offline media

1,5mln

Gebruikers maart '23 tot november '23 visitbrabant.com

28%

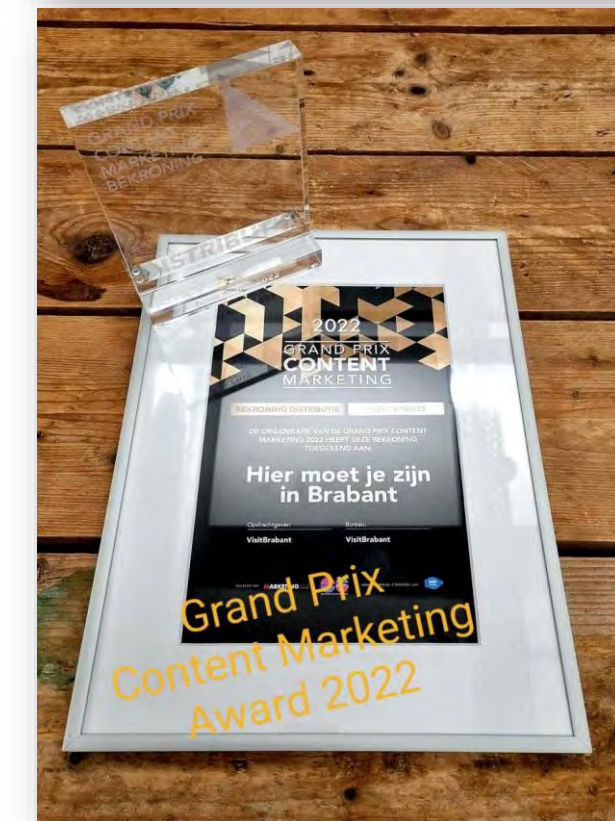
Stijging buitenlands bezoek visitbrabant.com in vergelijking met maart '22 - november '22



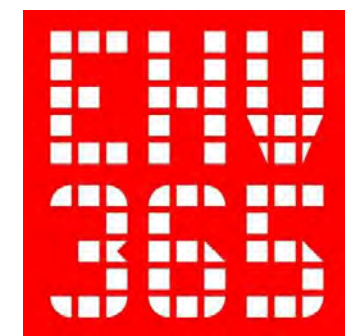
47,5k

Aantal abonnees nieuwsbrief

AWARD WINNING



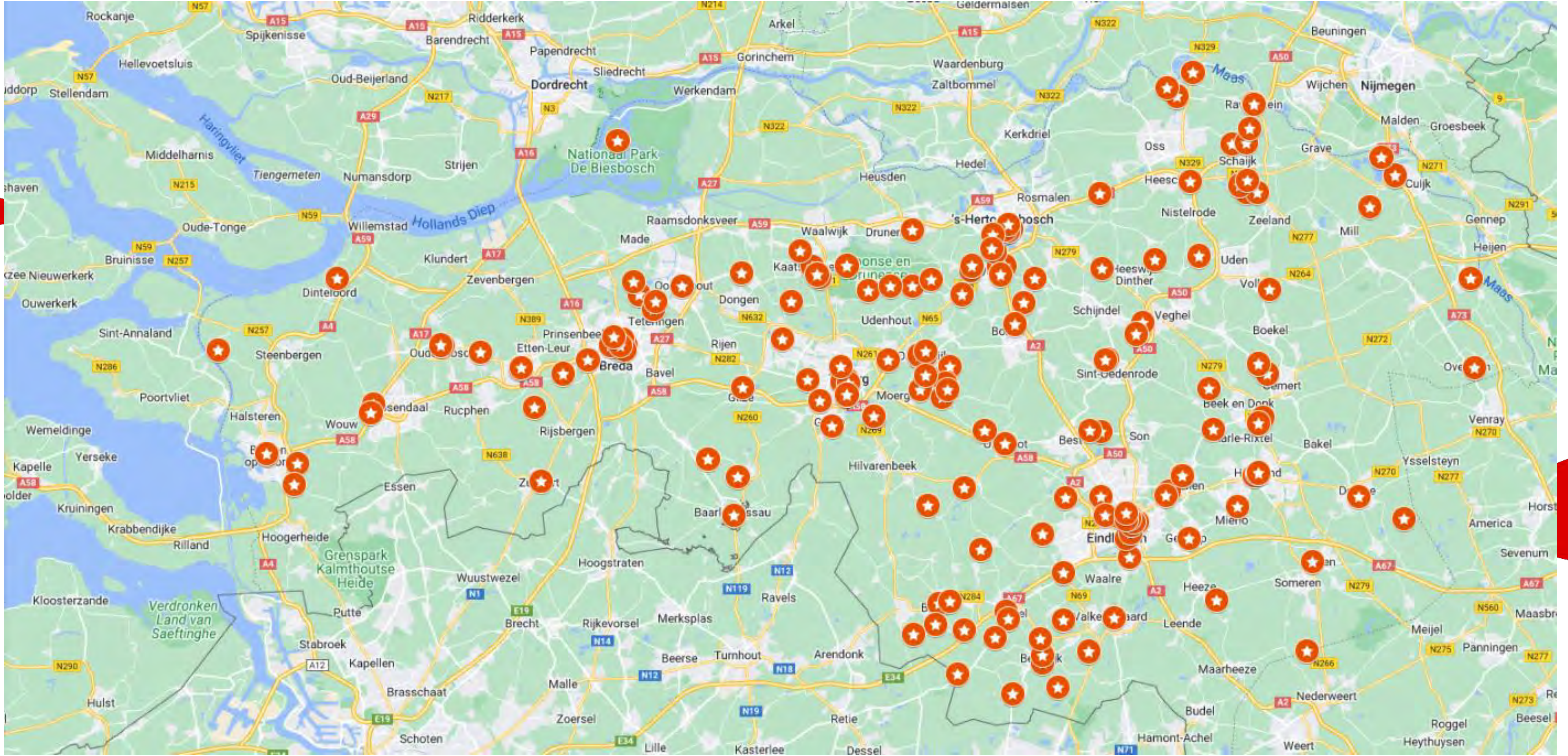
Partners VisitBrabant



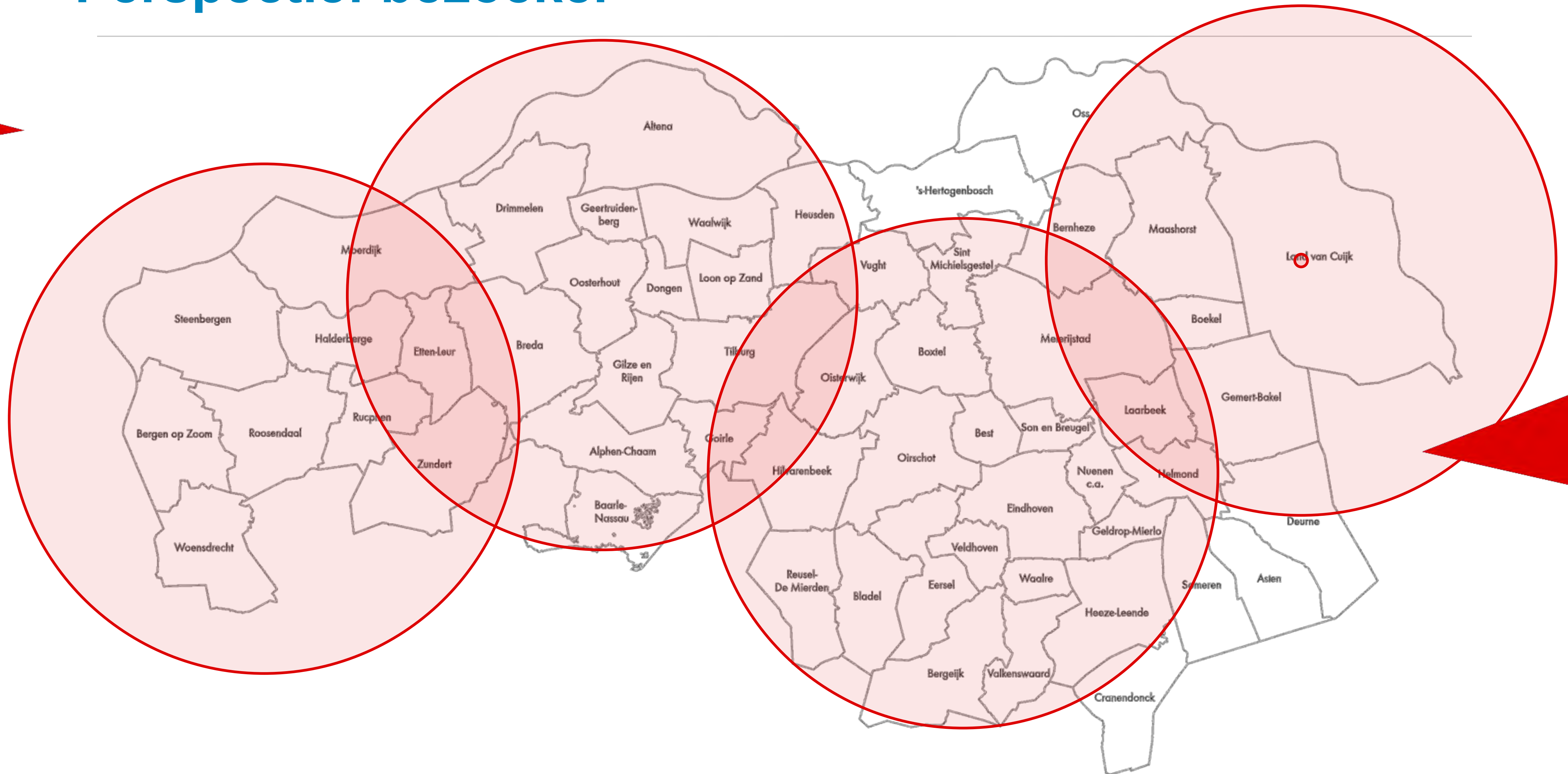
En meer dan 250 koplopers!



Combinatie van aanbod



Perspectief bezoeker



De uitdaging

- Bezoeker heeft informatie in eigen taal nodig
- Bezoeker oriënteert zich via andere platforms
- Klantreis loopt nog te vaak 'stuk'
- Versterking van kennis over de regio bij medewerkers en ondernemers

De (inter)nationale verblijfstoerist inspireren en doorheen de klantreis informeren via de juiste kanalen en zo aantal verblijven, verblijfsduur en kwaliteit van verblijf te optimaliseren

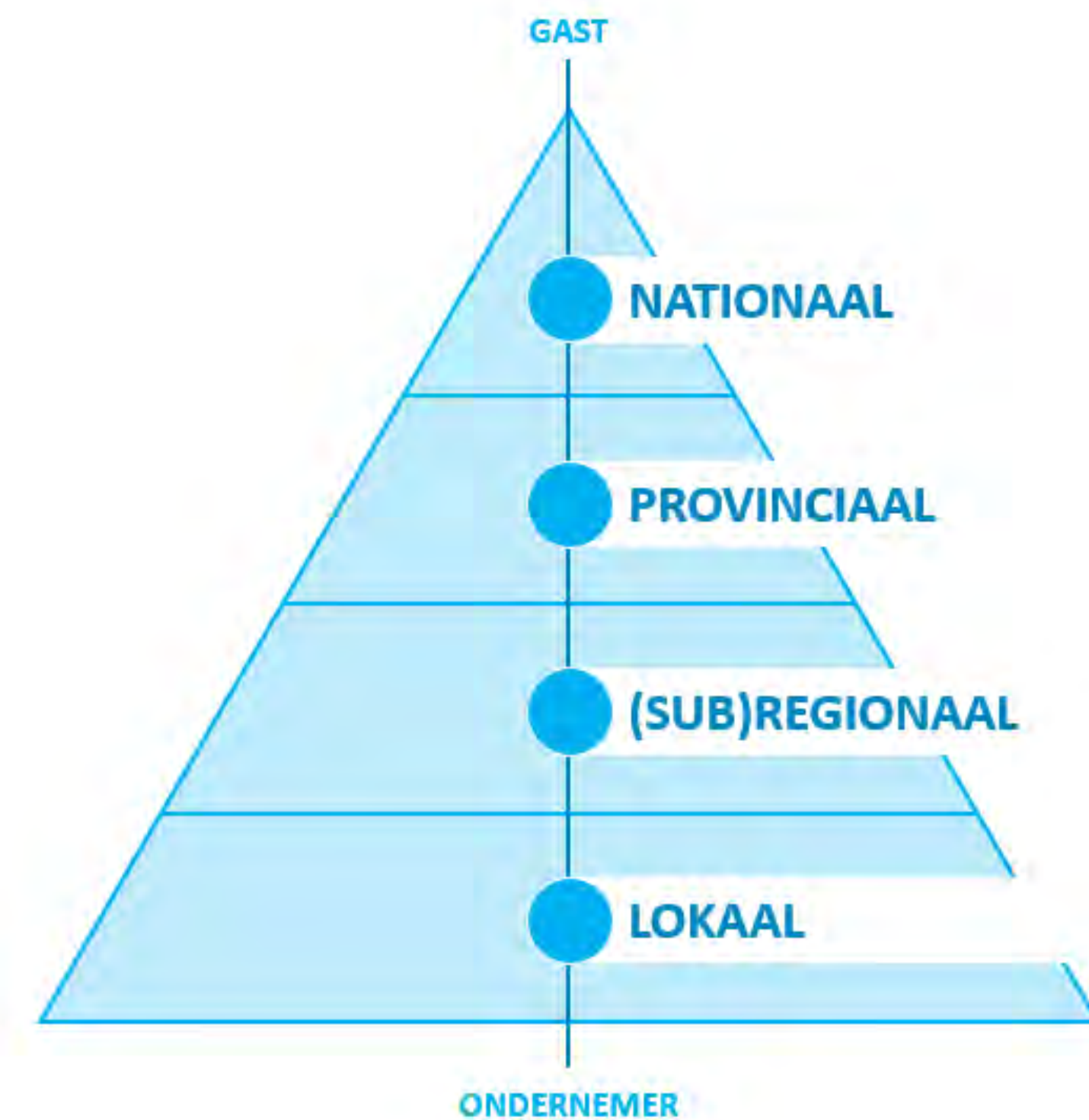
Haak eenvoudig aan en profiteer

RegioPartners

Gezamenlijk regionaal ondernemersprogramma van VisitBrabant en Visit Land van Cuijk

Voorwaarden

- Perspectief bezoeker is leidend
- Samenwerking in het ecosysteem
- Investeer in het collectief



Pijlers van het programma

1. Netwerk en samenwerking

Elkaar leren kennen, afstemmen en samenwerken.

2. Internationalisering en meertaligheid

Kennisprogramma t.b.v. gastvrijheid Belg en Duitser.

Meertaligheid is de norm.

3. Reviewmanagement

Kennisprogramma t.b.v. ontwikkelen sterke online reputatie individu en regio.

4. Presentatie en bereik

Internationale zichtbaarheid en vindbaarheid.



Een bewezen aanpak



Regio Pilots

Resultaten

Reviews hebben mij
méér en andere
gasten opgeleverd
- Karin Smulders,
Smulhoeve

We hebben meer
Vlaamse daggasten
- Wendy Kocken,
Recreatiepark Pukkemuk



▲ Stadsbrouwerij Deftige Aap in Helmond. © Rene Manders/DCI Media

Deftige Aap wint Travellers' Choice Award van Tripadvisor

HELMOND - Stadsbrouwerij Deftige Aap in Helmond is een van de restaurants die van Tripadvisor de Travellers' Choice Award 2023 hebben toegekend gekregen. Op basis van 58 beoordelingen scoort het Helmondse etablissement bij Tripadvisor 4,5 van de 5 punten.

Twan Linders 01-10-23, 14:13 Laatste update: 01-10-23, 14:53 Bron: ED



Volgens Tripadvisor behoort Deftige Aap daarmee tot de beste tien procent van restaurants wereldwijd. Eigenaar Mark van den Boogaard is trots op het behalen van de prijs. „Deze onderscheiding is een erkenning van onze toewijding”, laat hij weten op LinkedIn.

TOERISME DE LANGSTRAAT KLAARGESTOOMD OM MEER DUITSE GASTEN TE TREKKEN

‘Opvallend veel Duitsers komen nu deze kant op’

Hoe lok je meer Duitse toeristen naar De Langstraat, en niet enkel naar de Efteling? Dankzij extra inspanningen, zoals Duitse influencers uitnodigen, weten onze oosterburen deze regio steeds beter te vinden. En de rek is er nog niet uit.

Michel Koster

Waalwijk

Het Regionaal Bureau voor Toerisme (RBT) De Langstraat en VisitBrabant zijn begin dit jaar met een plan begonnen in deze regio. Ze willen meer Duitse gasten trekken, met name bij speciale aandacht voor Duitsers. Duitse toeristen zijn immers graag gezinsgasten. Ze laten het geld tijdens hun vakantie graag rollen. En als het bevalt, zie je ze vaak weer terug.

Alleen heeft de reislustige Duitser bed wat te kiezen. Amstertdam, de kust, Flevoland, het zijn de bekende trekpleisters. De toeristische sector in De Langstraat steekt nu ook actief zijn hand op. Maar dan moeten onze oosterburen wel weten wat deze streek te bieden heeft. En zich welkom voelen.

Menukaarten in het Duits
Een groep ondernemers heeft zich bij de proef aangesloten van accommodaties en dagreizen tot restaurant. Ze zijn klaar om hun Duits gasten te verwelkomen. Ze krijgen workshops over hun vakantieplanning. Verder zijn bijvoorbeeld websites en menukaarten in het Duits vertaald.

„Een vraag is natuurlijk of deze aankoop het afgelopen jaar heeft gewerkt. Kritische cijfers over het aantal Duitse bezoekers blijven lang te geven. Toch zijn RBT en VisitBrabant ervan overtuigd dat de proef effect heeft gehad.

„We horen dat terug van de ondernemers”, stelt Aileen Kok, manager van RBT Langstraat. „Ze zeggen opvallend veel Duitse gasten deze kant op komen.”

Karin Smulders van De Smulhoeve in Kaatsheuvel beaamt dat. De „Deftige Aap” is een van de deelnemers aan de proef. Met een in het Duits vertaalde website is haar bereik een stuk groter geworden. Regelmatig kwamen Duitse bezoekers bijvoorbeeld een rijtje met een pony of alpaca maken.

‘Zes Duitsers per dag’
„We sagen echt een enorme groei, in het hoogseizoen kwamen hier gemiddeld zo’n zes Duitsers per dag voor een van onze activiteiten. Iedereen was dat één keer per week.”

Volgens haar zijn de Duitse bezoekers vooral door de nabijheid van de omgeving, met de Loonse en Drunense Duinen als lichtend voorbeeld. „En ja, dan willen ze graag terugkomen.”

De Smulhoeve heeft ook geprofiteerd van het internationale platform

Tripadvisor, waar mensen reviews achter laten. Ook daar is bij ondernemers op aangevraagd, nog ervoor dat mensen een reactie achterlaten op het wereldwijde Tripadvisor. Dat zorgt voor een veel grotere bekendheid, zeker in het buitenland.

Smulders loopt en verwacht dat de Duitsers de weg naar Kaatsheuvel en omgeving blijven vinden. „Ik wil mijn Duits ook echt bij gaan spelen. Dan kun je mensen nog beter helpen.”

De Efteling
De Efteling, een van de grote toeristische troeven in dit gebied, heeft de Duitse markt al lang in de gaten. „We hebben een team van medewerkers dat vanuit Duitsland werkt”, vertelt de woordvoerder van het attractiepark. „Zij zijn verantwoordelijk voor de marketing en sales in Duitsland.”

De Efteling heeft sowieso niet over internationale belangstelling te klagen. Van de ruim 5,5 miljoen bezoekers komt een flink deel uit het buitenland, vooral uit België, Frankrijk, Engeland en dus Duitsland. „We zien inderdaad steeds meer Duitse gasten in ons park en verblijfsaccommodaties. En die groei zet door. Het aantal Duitsers ligt nu zo tussen de 5 en 10 procent.”

Als het aan het RBT en VisitBrabant ligt, blijft het niet bij een bezoek aan de Efteling. De toerist uit Duitsland moet langer in dit gebied blijven. Om dat te bereiken, zijn Duitse influencers en touroperators uitgenodigd. Ze zijn door de streek geleid, in de hoop dat zij De Langstraat gaan promoten als vakantiebestemming.

„En met succes”, aldus Kok. „Dit soort touroperators bieden reisarrangementen aan, met bijvoorbeeld een bezoek aan de Loonse en Drunense Duinen, vesting Heusden en het St. Jozefskerk in Waalwijk.” Op veel plekken wordt al ingespeeld op het bezoek uit Duitsland. Zo zijn er in Heusden rondleidingen in het Duits.

De buitenlandse gast wordt sowieso graag in zijn eigen taal geholpen. Ook de RBT ziet dat. Een deel van haar website is in het Duits vertaald. „We hebben het aantal gebruikers uit dat land het afgelopen jaar fors zien toenemen”, vertelt Kok. „Van maar twee met suggesties is de website bezocht door zo’n 2700 Duitse bezoekers, een stijging van ruim 700 procent ten opzichte van het jaar daarvoor. Ze kijken veel naar de Loonse en Drunense Duinen, Heusden en speciale routes in het gebied.”

De RBT trekt er voorzichtige conclusies uit. Zo lijkt de Duitser vooral geïnteresseerd in cultuur, natuur en

ligi. Hij/zij liet niet bij een bezoek aan de Efteling. De toerist uit Duitsland moet langer in dit gebied blijven. Om dat te bereiken, zijn Duitse influencers en touroperators uitgenodigd. Ze zijn door de streek geleid, in de hoop dat zij De Langstraat gaan promoten als vakantiebestemming.

„En met succes”, aldus Kok. „Dit soort touroperators bieden reisarrangementen aan, met bijvoorbeeld een bezoek aan de Loonse en Drunense Duinen, vesting Heusden en het St. Jozefskerk in Waalwijk.” Op veel plekken wordt al ingespeeld op het bezoek uit Duitsland. Zo zijn er in Heusden rondleidingen in het Duits.

De buitenlandse gast wordt sowieso graag in zijn eigen taal geholpen. Ook de RBT ziet dat. Een deel van haar website is in het Duits vertaald. „We hebben het aantal gebruikers uit dat land het afgelopen jaar fors zien toenemen”, vertelt Kok. „Van maar twee met suggesties is de website bezocht door zo’n 2700 Duitse bezoekers, een stijging van ruim 700 procent ten opzichte van het jaar daarvoor. Ze kijken veel naar de Loonse en Drunense Duinen, Heusden en speciale routes in het gebied.”

De RBT trekt er voorzichtige conclusies uit. Zo lijkt de Duitser vooral geïnteresseerd in cultuur, natuur en

ligi. Hij/zij liet niet bij een bezoek aan de Efteling. De toerist uit Duitsland moet langer in dit gebied blijven. Om dat te bereiken, zijn Duitse influencers en touroperators uitgenodigd. Ze zijn door de streek geleid, in de hoop dat zij De Langstraat gaan promoten als vakantiebestemming.

„En met succes”, aldus Kok. „Dit soort touroperators bieden reisarrangementen aan, met bijvoorbeeld een bezoek aan de Loonse en Drunense Duinen, vesting Heusden en het St. Jozefskerk in Waalwijk.” Op veel plekken wordt al ingespeeld op het bezoek uit Duitsland. Zo zijn er in Heusden rondleidingen in het Duits.

De buitenlandse gast wordt sowieso graag in zijn eigen taal geholpen. Ook de RBT ziet dat. Een deel van haar website is in het Duits vertaald. „We hebben het aantal gebruikers uit dat land het afgelopen jaar fors zien toenemen”, vertelt Kok. „Van maar twee met suggesties is de website bezocht door zo’n 2700 Duitse bezoekers, een stijging van ruim 700 procent ten opzichte van het jaar daarvoor. Ze kijken veel naar de Loonse en Drunense Duinen, Heusden en speciale routes in het gebied.”

De RBT trekt er voorzichtige conclusies uit. Zo lijkt de Duitser vooral geïnteresseerd in cultuur, natuur en

Duitsers zijn niet alleen geïnteresseerd in de Efteling, maar ook in bijvoorbeeld de Loonse en Drunense Duinen, de Sint-Jozefskerk in Waalwijk en vestingstad Heusden.

„En met succes”, aldus Kok. „Dit soort touroperators bieden reisarrangementen aan, met bijvoorbeeld een bezoek aan de Loonse en Drunense Duinen, vesting Heusden en het St. Jozefskerk in Waalwijk.” Op veel plekken wordt al ingespeeld op het bezoek uit Duitsland. Zo zijn er in Heusden rondleidingen in het Duits.

De buitenlandse gast wordt sowieso graag in zijn eigen taal geholpen. Ook de RBT ziet dat. Een deel van haar website is in het Duits vertaald. „We hebben het aantal gebruikers uit dat land het afgelopen jaar fors zien toenemen”, vertelt Kok. „Van maar twee met suggesties is de website bezocht door zo’n 2700 Duitse bezoekers, een stijging van ruim 700 procent ten opzichte van het jaar daarvoor. Ze kijken veel naar de Loonse en Drunense Duinen, Heusden en speciale routes in het gebied.”

De RBT trekt er voorzichtige conclusies uit. Zo lijkt de Duitser vooral geïnteresseerd in cultuur, natuur en

ligi. Hij/zij liet niet bij een bezoek aan de Efteling. De toerist uit Duitsland moet langer in dit gebied blijven. Om dat te bereiken, zijn Duitse influencers en touroperators uitgenodigd. Ze zijn door de streek geleid, in de hoop dat zij De Langstraat gaan promoten als vakantiebestemming.

„En met succes”, aldus Kok. „Dit soort touroperators bieden reisarrangementen aan, met bijvoorbeeld een bezoek aan de Loonse en Drunense Duinen, vesting Heusden en het St. Jozefskerk in Waalwijk.” Op veel plekken wordt al ingespeeld op het bezoek uit Duitsland. Zo zijn er in Heusden rondleidingen in het Duits.

De buitenlandse gast wordt sowieso graag in zijn eigen taal geholpen. Ook de RBT ziet dat. Een deel van haar website is in het Duits vertaald. „We hebben het aantal gebruikers uit dat land het afgelopen jaar fors zien toenemen”, vertelt Kok. „Van maar twee met suggesties is de website bezocht door zo’n 2700 Duitse bezoekers, een stijging van ruim 700 procent ten opzichte van het jaar daarvoor. Ze kijken veel naar de Loonse en Drunense Duinen, Heusden en speciale routes in het gebied.”

De RBT trekt er voorzichtige conclusies uit. Zo lijkt de Duitser vooral geïnteresseerd in cultuur, natuur en

wandelen en fietsen. Maar om echt een goed beeld te schetsen, is meer nodig. „We willen onze website volledig gaan vertalen, en niet slechts een deel zoals nu. De Duitse gasten moeten zo een stuk makkelijker hun weg op de site vinden. Wij kunnen dan het zoekgedrag, locatiedat en andere cijfers veel beter in kaart brengen.”

Het Regionaal Bureau voor Toerisme heeft nog meer plannen. „Ook ons magazine wordt komend jaar in het Duits uitgegeven, met als een aantal folders.”

Minicursussen Duits
Ook blijft het ondernemers op dit gebied ondersteunen. „We willen ze helpen met digitale minicursussen over de Duitse cultuur en taal. We weer nu er allemaal nog meer op ons pad komt als daar vraag naar is.”

Ook de toeristische organisatie VisitBrabant is blij met de Duitse bezoekers. Ze hebben vaak andere vrije dagen dan in Nederland. Dat zorgt voor een goede spreiding”, aldus een woordvoerder. „Bovendien geven ze meer uit, gemiddeld zo’n 150 à 160 euro per dag. Bij een Nederlandse is dat zo’n 120 euro. De proef in de Langstraat smaakt naar meer, we gaan dit in meer detail onderzoeken doen.”

Zorg ervoor dat mensen een reactie achterlaten op het wereldwijde Tripadvisor

„En met succes”, aldus Kok. „Dit soort touroperators bieden reisarrangementen aan, met bijvoorbeeld een bezoek aan de Loonse en Drunense Duinen, vesting Heusden en het St. Jozefskerk in Waalwijk.” Op veel plekken wordt al ingespeeld op het bezoek uit Duitsland. Zo zijn er in Heusden rondleidingen in het Duits.

De buitenlandse gast wordt sowieso graag in zijn eigen taal geholpen. Ook de RBT ziet dat. Een deel van haar website is in het Duits vertaald. „We hebben het aantal gebruikers uit dat land het afgelopen jaar fors zien toenemen”, vertelt Kok. „Van maar twee met suggesties is de website bezocht door zo’n 2700 Duitse bezoekers, een stijging van ruim 700 procent ten opzichte van het jaar daarvoor. Ze kijken veel naar de Loonse en Drunense Duinen, Heusden en speciale routes in het gebied.”

De RBT trekt er voorzichtige conclusies uit. Zo lijkt de Duitser vooral geïnteresseerd in cultuur, natuur en

ligi. Hij/zij liet niet bij een bezoek aan de Efteling. De toerist uit Duitsland moet langer in dit gebied blijven. Om dat te bereiken, zijn Duitse influencers en touroperators uitgenodigd. Ze zijn door de streek geleid, in de hoop dat zij De Langstraat gaan promoten als vakantiebestemming.

„En met succes”, aldus Kok. „Dit soort touroperators bieden reisarrangementen aan, met bijvoorbeeld een bezoek aan de Loonse en Drunense Duinen, vesting Heusden en het St. Jozefskerk in Waalwijk.” Op veel plekken wordt al ingespeeld op het bezoek uit Duitsland. Zo zijn er in Heusden rondleidingen in het Duits.

De buitenlandse gast wordt sowieso graag in zijn eigen taal geholpen. Ook de RBT ziet dat. Een deel van haar website is in het Duits vertaald. „We hebben het aantal gebruikers uit dat land het afgelopen jaar fors zien toenemen”, vertelt Kok. „Van maar twee met suggesties is de website bezocht door zo’n 2700 Duitse bezoekers, een stijging van ruim 700 procent ten opzichte van het jaar daarvoor. Ze kijken veel naar de Loonse en Drunense Duinen, Heusden en speciale routes in het gebied.”

De RBT trekt er voorzichtige conclusies uit. Zo lijkt de Duitser vooral geïnteresseerd in cultuur, natuur en



Commitment gevraagd!

- Samen (!) investeren
- Meerjarige intentie (3 jaar)
- Commitment naar het collectief



Startjaar (jaar 1) | De basis op orde

Geen (extra) kosten, wel inspanningsverplichting!

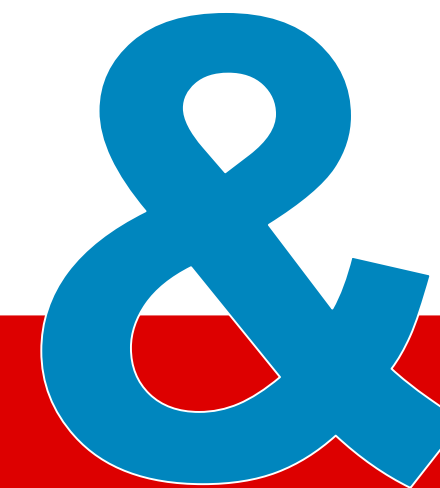
Vervolgprogramma | Versterken en groeien

Gecombineerd betaald partnerschap VisitBrabant en Visit Land van Cuijk

Gecombineerd vervolgp programma

Programma Visit Land van Cuijk: ToerismePartners

Regionale promotie, klankbordgroep, productontwikkeling (themalijnen, koppelkansen, routes, etc.), versterken regionaal ecosysteem (kopgroep, subtop, etc.), netwerken, etc.



Programma VisitBrabant

Campagne (inter)nationaal, bereik platformen, kennisprogramma's en tooling (INT, ORM en meer), productontwikkeling (boekingen, AI, programmaliijnen), netwerkontwikkeling Brabant, etc.

Uitnodiging Expeditie Brabant



Donderdagmiddag 14 maart 2024

KOPLOPERSCONGRES VISITBRABANT

14h00-18h00 | NEO KVL Oisterwijk



KOM AAN BOORD

MEER BEZOEKERS
WAARDEVOLLERE TOERISTEN
VERLENGING SEIZOEN

**SUCCES
BELOOFD!**

4/

**PROGRAMMA EN
PLANNING**

Missie RegioPartners

Door samen binnen enkele maanden de juiste stappen te zetten creëren we een sterke basis voor de klantreis van de toekomstige (inter)nationale verblijfstoerist (en de bezoeker van dichtbij) nu én in de toekomst

Doelstellingen

- Alle koplopers een meertalige klantreis, basis of uitgebreid
- Een sterke reputatie (9,0+) voor de regio op relevante (inter)nationale platforms
- Stijging aantal Duitstalige (website)bezoekers regio/lokaal
- Meer Duitstalige bezoekers (verblijfstoeristen) in het Land van Cuijk

Programma-onderdelen

1 > Netwerk en samenwerking

- Bijeenkomsten
- Whatsapp-groep voor vragen, successen en tips
- 1 op 1 kennismaking
- E-learning 'Land van Cuijk'

REVIEW FEITJE

* Er is een groei van het aantal reviews t.o.v Q2 -2022 --> we zijn met 8,3% gestegen 🎉

De rest van Brabant zakt in aantallen met -5,9%

* De responscore is verdubbeld!! 🥳🥳

Jullie gaan lekker! 🍷

14:14



2 > Internationalisering en meertaligheid

- Kennis en ondersteuning meertaligheid
- Kennis (inter)nationale doelgroepen
- E-learning Belgische en Duitse gast

Wendy

Al een hoop Vlaamse gasten als daggasten gehad. Op de camping enkele vlaamse en duitse. Maar zitten nu al 1,5 bomvol met schoolreisjes en feestjes dus gaat nu erg goed gelukkig!

14:29



Programma-onderdelen

3 > Reviewmanagement

- Workshop + Werksessie
- Reviewscan
- Toolkit Reviews
- Maandrapportage
- Ondersteuning bij online presentatie
- Regiorapportage Land van Cuijk
- E-learning 'Aan de slag met reviews'

4 > Presentatie en bereik

- Kennis (inter)nationale doelgroepen
- Campagne Duitsland (NRW)
- Zichtbaarheid lokaal, regionaal, provinciaal, (inter)nationaal
- Verwijzing naar regio en ondernemer

Planning

December	Januari	Februari	Maart
- Kick-off + Internat.	- Webinar Clonable - Herschrijven teksten landingspagina's - Websites ondernemers meertalig		- Sessie Reviews - Toolkit reviews - Campagne DE <i>Paasvakantie BE/DE</i>
April	Mei	Juni	Juli
	<i>Meivakantie NL</i> <i>Hemelvaart, Pinksteren</i> <i>Sacramentsdag</i>	Bijeenkomst	<i>Zomervakantie</i> <i>DE/BE/NL</i>
Augustus	September	Oktober	
<i>Zomervakantie DE/BE/NL</i>	<i>Zomervakantie</i>	Afronding pilotjaar	

Bijeenkomsten

X januari 2024 |

Webinar Clonable: Meertaligheid in een handomdraai

1 maart 2024 |

Sessie Reviewmanagement (kennis- en werksessie reviews)

- Locatie onbekend (wie wil?)
- 09:30 – 13:00

14 maart 2024 |

Expeditie Brabant

- NEO KVL, Oisterwijk
- 14:00 – 18:00

Commitment is key

- Dit is een gezamenlijke investering voor de lange termijn
 - Visit Land van Cuijk investeert in een meertalig platform én samenwerking
- Dit heeft pas écht effect als jullie óók allemaal investeren in eigen onderneming



Kostenimpressie

- **Pilotjaar** voor rekening Visit Land van Cuijk/ VisitBrabant
- **Vervolgjaren** €20 p/m bij VisitBrabant *(normaal tarief: €39 p/m)*
I.c.m. ToerismePartner Visit Land van Cuijk
- Je investeert zélf in je eigen meertaligheid >
ook zélf direct profijt *(kosten afhankelijk van keuzes)*
- Bijeenkomsten, toolkit reviews, campagne, netwerk, etc. inclusief in samenwerking

Wat houdt het RegioPartnerschap van VisitBrabant in?

- Gekoppelde locatiepresentatie op visitbrabant.com
- Zichtbaarheid op website, exclusief richting DE en EN markt
- Ondersteuning bij reviews (rapportages, quickscan)
- Uitnodiging voor events
- Korting op vertalingen bij Interlex
- Korting op gebruik vertaalsoftware Clonable

Aanwezigheid

- Belangrijk dat vanuit iedere organisatie steeds dezelfde mensen aanwezig zijn.
- Appgroep voor vragen, successen en tips
- Deelname is vrijwillig, maar niet vrijblijvend.
Commitment vereist!

Iedereen akkoord?

WELKOM BIJ KOPGROEP LAND VAN CUIJK!

Praktisch

- Overeenkomst wordt na vanochtend toegestuurd
- Graag **vóór 21 december** tekenen i.v.m. administratie en kerstvakantie
- Bestaande partners VisitBrabant óók gratis in jaar 1

VRAGEN & ONDERTEKENING

ALLEEN BEN JE

SNELLER

SAMEN KOM

JE VERDER

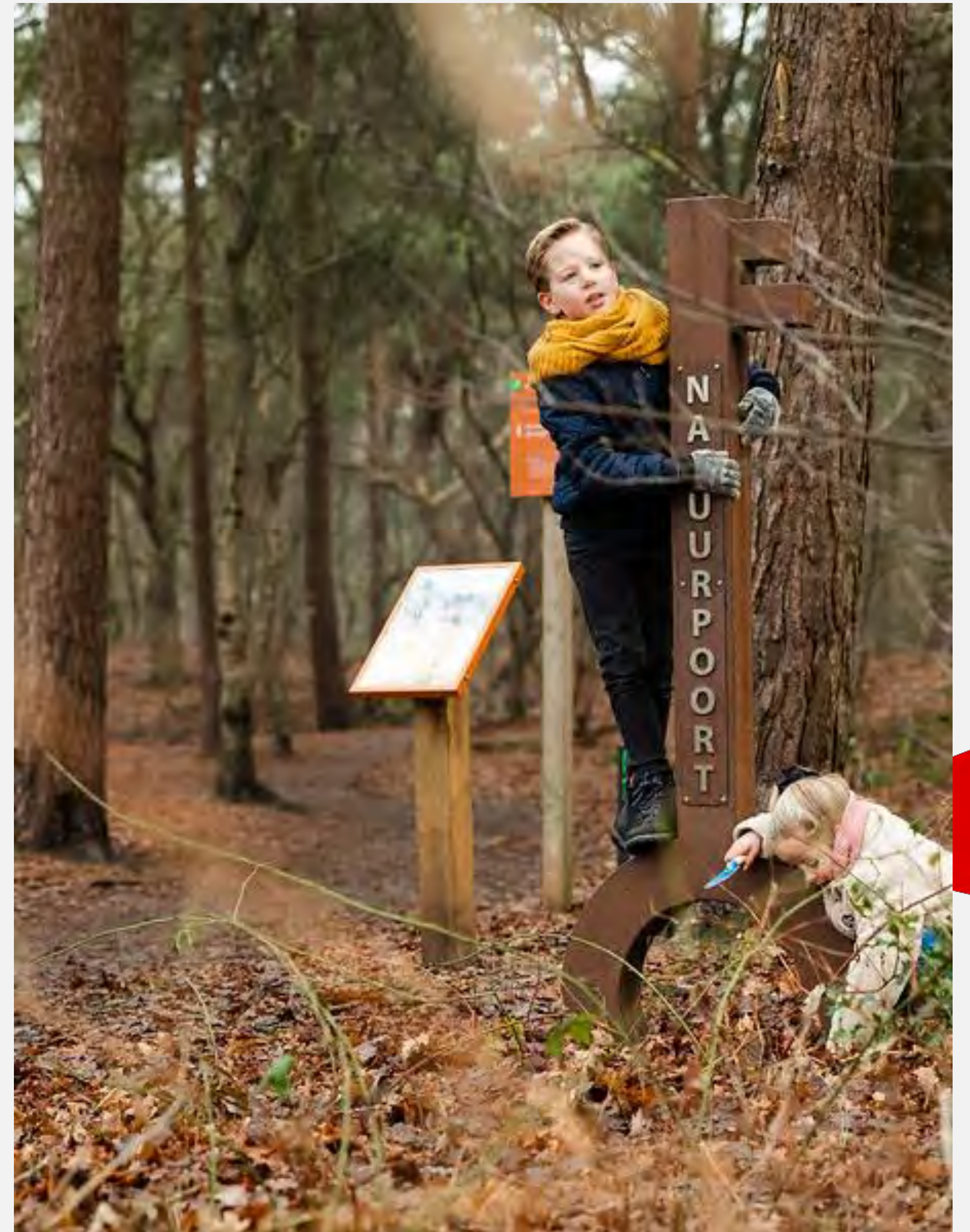
PAUZE

1/

**WORKSHOP
INTERNATIONALE
GASTVRIJHEID**

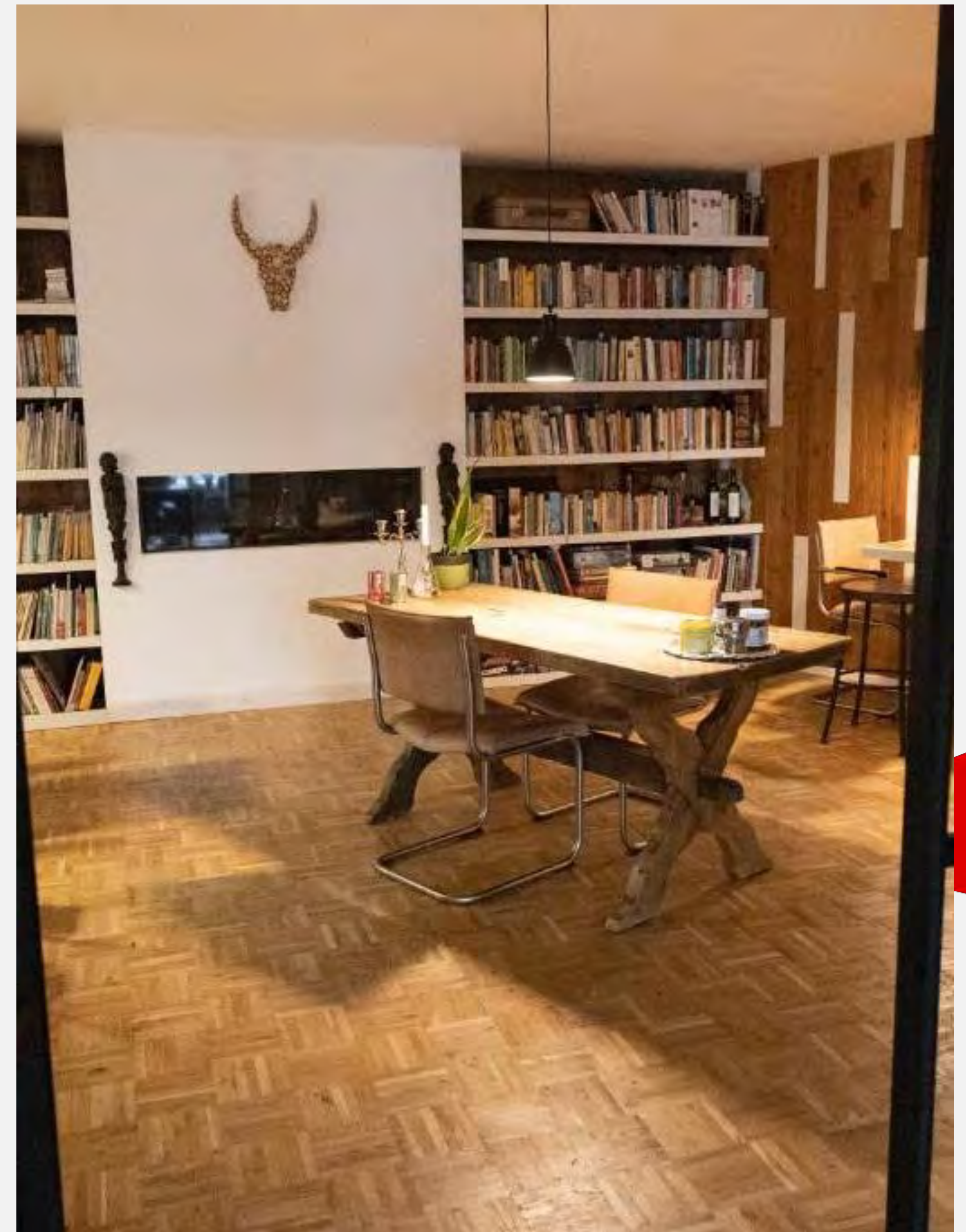
Agenda

- Deel I: Kennis Duitse- en Belgische gast
- Pauze
- Deel II: Workshop Customer Journey internationale gast



**De Duitse gast besteedt 2x
zoveel als de Nederlandse gast
tijdens zijn vakantie**

- A. Waar
- B. Niet waar



Hoeveel inwoners heeft Nordrhein-Westfalen?

- A. 2,6 miljoen
- B. 3,7 miljoen
- C. 17,9 miljoen
- D. 25,1 miljoen



Hoeveel vakantieweken hebben Vlaanderen en NRW die níet overlappen met Nederland?

- A. 1 week
- B. 3 weken
- C. 5 weken
- D. 7 weken



*Meivakantie: veel Nederlandse basisscholen zijn in de meivakantie een extra week ervoor of erna ook nog gesloten.

Is Duitstalige informatie belangrijk?

- A. Nee, zolang je alles óók in het Engels aanbiedt is dat voldoende
- B. Nee, ik ontvang geen Duitse gasten dus dat is niet nodig
- C. Ja, Duitse gasten lezen het liefst informatie in hun eigen taal
- D. Ja, het laat zien dat ze welkom zijn en helpt in de zichtbaarheid (online)

☆☆☆☆☆
STADSBROUWERIJ HELMOND

Deftige Aap MENÜKARTE

UBERRASCHUNGSMENU	
3-GANGE	42
4-GANGE	48
5-GANGE	54
6-GANGE	61

VORSPEISEN €13

Carpaccio Rind
Salsa rosso | Gruyere Käse | Rucola
Kürbiskerne

Terrine Lammkeule
Parma Schinken | Gremolata rote Beete
kandierte Zitrone

Ceviche Fjord Cod
Tigermilch | Olivenöl Keks | Nori
süß-sauer Gurke

Wontons Snow Krabbe
Glasnudeln | Launch | Ingwer
Edamame Bohnen | Sriracha

Grüne Spargel (v)
Gurke | Avocado | Orangen | Yuzu
Wachtelei

SOUPS €7

Geflügel Brühle
Sellerie | Trüffel Profiteroles | Schnittlauch

Erbsen Velouté (v)
Sonnentrocknete Tomate
Frühlingszwiebel | Crème Fraiche

Scharfe Currysuppe
Panna Cotta Kokosnuss | Apfel | Speck

BEILAGEN	
Portion Pommes Frites mit hausgemachte Mayonnaise	€ 4
Gemischter Salat	€ 3,5
Frisches Gemüse	€ 3,5

HAUPTGERICHTE €24

Rindersteak
Roseval Kartoffel | Karottenpüree
grüne Bohnen | Schalottensoße

Gebraten Kalbsrücken
Kalbswange | Senfpüree | Rüben
Feigen | Portsoße

Roulade Bauernhof Huhn
Chorizo | Cannellini Bohnen | Harissa
Persillade

Gebraten Wolfsbarschfilet
Petersiliepüree | Little Gem
Meeresgemüse | Antiboise

Geröstete Bachforellefilet
Kartoffelpüree | Endivie | Artischocke
Tomaten Weißweinsauce

Marinierte Halloumi (v)
Quinotto | geröstete Gemüse
Kompott geräucherte Paprika
knuspige Käse

NACHSPEISEN €10

Cheesecake
Vanille | Zitrone | weiße Schokolade
Eiscreme Deftige Aap Citrus Gin

Mousse tropische Früchte
Marinierte Mango | Bananenbrot
Creme Piña Colada

Panna Cotta Joghurt
Amarena Kirsche | Bretonische Kuchen
Verveine | Joghurt-Kirschen Eis

Käsebrett +€ 1,50
Nüsse-Feigenbrot | Trauben
Walnüsse | Apfelsirup

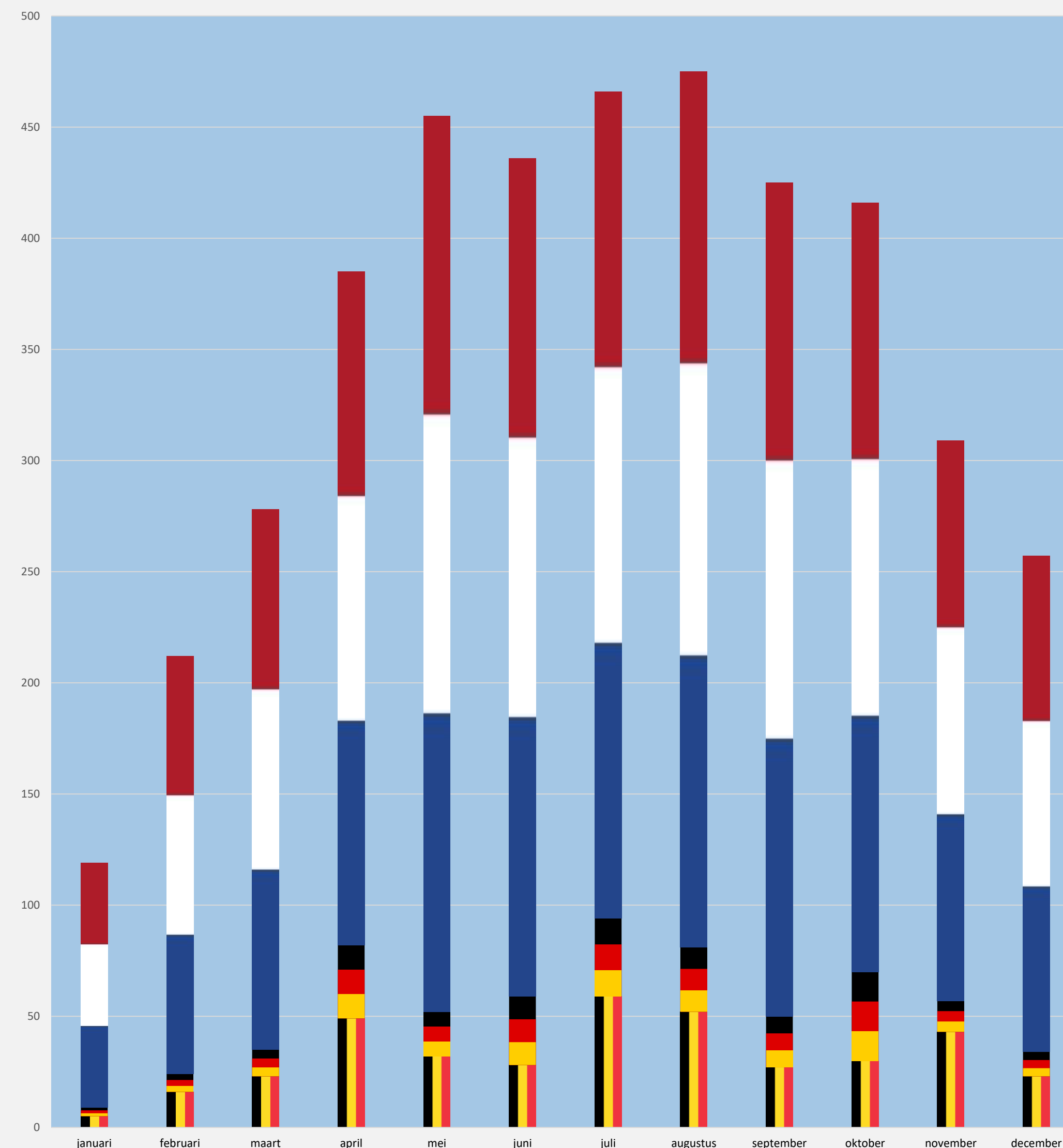
KIDSMENU

Vorspeisen	€ 6,5
Brühe oder saisonale Suppe	
Hauptgerichte	€ 12,5
Rindersteak mit Gemüse	
Felchen mit Gemüse	
Hühnerschenkel mit Gemüse	
Alle Hauptgerichte werden serviert mit Kartoffelpüree oder Fritten	
Nachspeisen	€ 6,5
Überraschungsdessert	
3-Gänge Kindermenü	€ 20,5

Belang internationale verblijfsgast

- Besteden gemiddeld meer
- Verblijven langer
- Verlengen je seizoen (schoudermaanden)
- 24 miljoen potentiële extra gasten

Verdeling gasten over maanden,
Brabant



Ontwikkeling internationale doelgroepen zomer '22-'23

- Groei overnachtingen DE 2023 25%
- Groei overnachtingen BE 2023 1%
- Groei overnachtingen NL 2023 -1%

CBS, 2023



Doelgroepen voor Brabant + Land van Cuijk

- Adventurous Millenials
- Curious Families
- Active Gen X



Belgische gast, waar denk jij aan?

- Bourgondisch/ levensgenieter
- In eerste instantie wat afstandelijker
- Minder direct

VISIT BRABANT

Waar Vlamingen graag op vakantie (zullen) komen.

De Vlaamse Markt

Bestemming in Nederland 50/50 citytrip/andere bestemmingen 43 % overige regionale bestemmingen	Verkozen accommodatie Hotels: 44 % (vnl 3 of 4 sterren) Vakantiewoning: 36 % B&B: 4 %	Reisgezelschap: Gemiddeld 3,67 personen Mooi uitgebalanceerd over alle leeftijden heen.
Type reisgezelschap: Voornamelijk koppels: 44 % Gezinnen met jonge kinderen: 28 % Groepen (vrienden, familie): 22 %	Gem. uitgaven in Nederland Vakantie: 647 € (2018-2021) Accommodatie: 589 € (2018-2021)	Reisfrequentie: Vlamingen reizen 2,5 keer per jaar
Duur vakanties in Nederland: 1-3 nachten: 34 % 4-6 nachten: 48 % 7 nachten: 15 %	Periode vakanties: Binnen schoolvakanties: 44 % Buiten schoolvakanties: 56 %	Wanneer en hoe boeken? Voornamelijk online: 79 % Gespreid over het jaar

Perceptie Noord-Brabant

Noord-Brabant is als merk relatief onbekend Sommige POI's hebben een grotere bekendheid. Maak van VisitBrabant een endorsed merk.	Promoot de onbekendere POI's Noordbrabants Museum, Van Gogh Erfgoed, Heusden, Den Bosch, ... zijn weinig bekend.	Vlaanderen + Brussel + Wallonië Ook andere markten in België kennen de POI's in Noord-Brabant. Hier ligt ook potentieel!	Websites algemeen gericht op de Belg! Zorg ervoor dat de website de Belgen meteen aanspreekt. Zorg voor herkenbare taal en de in België goed bekende POI's.
Favoriete activiteiten Wandelen + fietsen Attractieparken, speeltuinen of dierentuinen Steden bezoeken, shoppen en gastronomie	Gezelligheid en warmte Vlamingen zoeken gezellige dorpen of steden in combinatie met leuke dingen in de omgeving. Kleine winkels of boetiekjes doen het beter.	Zuiders bourgondisch karakter Promoot het karakter van Noord-Brabant als zuidelijke provincie in Nederland.	Groeiopotentieel meerdagse vakanties Noord-Brabant nog teveel gezien als een daguitstap. Er is potentieel voor meerdagse dichtbijvakanties.
Productontwikkeling Stel ideeën voor hapklare weekends voor: doen + beleven + overnachten	Natuur en gastronomie Twee belangrijke basisbehoeften van de Vlamingen. Alle twee aanwezig, dus speel ze uit!	Let op wat gezond is! Bio, bewegen, buiten zijn, wandelen, fietsen, mooie plekken in de natuur.	Positionering steden Belgen kunnen zich geen beeld vormen van bepaalde steden (vb Eindhoven, Tilburg, ...). Gebruik de unieke USP's die Belgen aanspreken (vb design, food, ...).
Tips door locals, verhalen en website Promoot meer de echte, interessante dingen die men kan ontdekken in Noord-Brabant.	Philips-aïte (Evoluon) Onderscheidende troef met innovatie en technologie	Wees Vlaams in de campagnes Let op eventuele taal- of misverstandten in campagnes voor Vlaanderen.	Spreading van producten en communicatie Noord-Brabant is een groot gebied met veel aanbod. Communiceer niet alles in één keer!

Cultuurverschillen

We delen dezelfde waarden We groeien qua karakter en mentaliteit naar elkaar toe.	Verras op culinair vlak Kom met leuke adresjes (niet alleen het top-niveau, maar ook brasserie)	Forceer niks Vlamingen zijn bescheiden en hebben tijd nodig. Bouw een relatie op en forceer niks. Wees niet té assertief.	Met een Vlaming heb je god in handen Als een Vlaming zich oprecht welkom voelt, dan komt hij graag terug.
---	---	---	---

Trends

Trends: • Nieuwe vervoersvormen • Groepen op reis • Sport als het nieuwe normaal • Dichtbij en thematisch • Speciale logies • Urbanisatie • Transparantie • Het nieuwe werken • Een gezonde geest in een gezond lichaam • Persoonlijke keuze • Education • Duurzaamheid • Quality & Green • Selfcare • Lastminute nog populairder	Vernieuwende formules en originele thema's Kom naar buiten met leuke plekken en accommodaties. Koppel dit aan trends zoals selfcare, education, ... Werk met aantrekkelijke thematische belevingen.	Productontwikkeling Maak combinaties met gastrifigheid, rust en natuur, wandelen en fietsen, rijke eetcultuur en steden. Koppel dit aan trends zoals urbanisatie, sportbeleving en gezondheid	Noord-Brabant: dé workation-plek Noord-Brabant heeft alle troeven in handen om zichzelf te positioneren als de dichtbijplek voor een overgetelijk workation-avontuur over de grens. De nieuwe werkvormen en teambuildings zullen sterk groeien.
Nieuwe reisvormen en transport Campers en fietsen zijn door corona heel populair geworden en werden massaal aangekocht. Steeds vaker zijn er speciale vakanties (met vrienden of singles), wandelvakanties, fietsvakanties, wellness, digital detox, ...	Lokaal, transparant en duurzaam Pak uit met de lokale producten en mobiliseer de partners om zoveel mogelijk met korte ketens te werken. Speel dit uit in communicatie en leg uit waar alles vandaan komt én hoe het gemaakt wordt.	Groepen en multigeneratie Pak uit met een aanbod waar multigeneratie-groepen kunnen van genieten. Maak pakketten op maat met de POI's en het aanbod.	En last (but not least) minute!

Customer Journey

Inspiratie Familie en vrienden cruciaal Vlamingen laten zich heel sterk beïnvloeden. Werk met friend-of-a-friend en activeer herhaalbezoeken Inspiratie door: TO's en reisagenten, rewiwsites, reismagazines, media, TV-programma's, social media, influencers, ...	Informatie Factoren voor keuze: Natuur, vorige ervaringen, prijs, timing, accommodatietype, eten en gastronomie en beschikbare faciliteiten Belangrijke aspecten: Gastvrijheid, rust en natuur, wandelen, rijke eetcultuur en steden.	Boeking 3 of 4-sterren accommodaties Belangrijk zijn parkeergelegenheid, online reviews en scores, locatie, vorige ervaringen, prijs en faciliteiten. Keuze voor aanbieder Speciale aanbiedingen, goede reputatie en prijs. Zorg voor de reviews!	Verblijf Activiteiten ter plekke Wandelen, zwemmen, strand bezoeken, wellness, themapark, stad of dorp bezoeken, musea, fietsen, gastronomie, ... Oprecht welkom en gastvrij Als een Vlaming zich oprecht welkom voelt in een omgeving met authentieke gastheren, dan komt hij terug.	Reflectie Verzilfer het tevreden gevoel Probeer een goede review, maar doe dit persoonlijk. Geen automatische mails! Basis voor een nieuwe vakantie Tal van POI's zijn nog steeds onbekend. Daar ligt het potentieel voor een volgende trip.
Media hebben goed bereik Massieve (print) media doen het in Vlaanderen nog steeds goed, maar combineer ze met andere kanalen.	Aspeten en verhaallijnen op website Beter laten uitkomen op website Visit Brabant, websites toeristische partners, bloggers, rewiwsites, ...	Vlaamse betaalsystemen Zorg dat er met de Vlaamse betaalmethodes kan betaald worden: bancontact, QR-codes, ...	Samen ambassadeur Iedereen die actief is in toeristische industrie in Noord-Brabant is ambassadeur voor eigen provincie.	Activeer word-of-mouth Belangrijkste factor voor een Vlaming is het advies van vrienden en familie.
	Tone of voice: Focus op gezelligheid, warmte en gastvrijheid. Speel het Zuiders kante uit en maak verrassende combinaties	Last-minutes Hou rekening met de Vlaamse vakantieperiodes en speel hierop in met gerichte acties.	Inspirerende reisgids Geef als local de insider-tips over de dingen die Vlamingen graag doen.	Promoot @ en # Promoot op een slimme manier het gebruik van de hashtags en inspireer met mooie foto's en voorbeelden.
	Toon combinaties in Noord-Brabant Informeel maximaal door origineel de mogelijkheden te promoten.			

Belgische gast, wat kan jij doen?

- Uitgebreide omgevingsinformatie (Land van Cuijk e.o.)
- Ken de behoeftes en gewoonten en speel daar op in (warme lunch!)
- Train en informeer personeel
- Gebruik bekende betaalmethodes

The screenshot shows the website 'HET LAND VAN CUIJK'. At the top, there is a header with the title 'HET LAND VAN CUIJK' and a short introductory paragraph. Below the header, there are several content cards, each with a small image on the left and text on the right. Each card has an orange button labeled 'Meer' in the top right corner. The cards are:

- Buitenactiviteiten:** A card with a landscape image. Text: 'De omgeving van van Cuijk biedt veel mogelijkheden voor buitenactiviteiten. Van een wandeling op landbouwvelden tot een fietstocht door de bossen van het Land van Cuijk. ...'
- UNESCO biosfeerreservaat Maasheggen:** A card with an aerial view of a wetland. Text: 'Het biosfeerreservaat Maasheggen is een van de laatste oevermoerasgebieden in Nederland. Het gebied is rijk aan natuur en biedt veel mogelijkheden voor recreatieve activiteiten. ...'
- Fiets- en wandelroutes:** A card with an image of people walking. Text: 'Het Land van Cuijk heeft een uitgebreid netwerk van fiets- en wandelroutes. Het gebied is rijk aan natuur en biedt veel mogelijkheden voor recreatieve activiteiten. ...'
- Kraaienbergse Plassen:** A card with an image of a lake. Text: 'De Kraaienbergse Plassen zijn een van de mooiste natuurgebieden in het Land van Cuijk. Het gebied is rijk aan natuur en biedt veel mogelijkheden voor recreatieve activiteiten. ...'
- E-chopper:** A card with an image of a person on a bicycle. Text: 'Het Land van Cuijk heeft een uitgebreid netwerk van fiets- en wandelroutes. Het gebied is rijk aan natuur en biedt veel mogelijkheden voor recreatieve activiteiten. ...'
- Dulkwak De Kiekuut:** A card with an image of a harbor. Text: 'Het gebied De Kiekuut is een van de mooiste natuurgebieden in het Land van Cuijk. Het gebied is rijk aan natuur en biedt veel mogelijkheden voor recreatieve activiteiten. ...'
- Dorlogmuseum Drieloon:** A card with an image of a museum. Text: 'Het Dorlogmuseum Drieloon is een van de mooiste natuurgebieden in het Land van Cuijk. Het gebied is rijk aan natuur en biedt veel mogelijkheden voor recreatieve activiteiten. ...'
- muZIEum:** A card with a portrait of a man. Text: 'Het muZIEum is een van de mooiste natuurgebieden in het Land van Cuijk. Het gebied is rijk aan natuur en biedt veel mogelijkheden voor recreatieve activiteiten. ...'

Duitse gast, waar denk jij aan?

- Is een planner, wil zekerheden
- Cash is king
- Is nauwkeurig, kom afspraken na
- Is formeler
- Auto is heilig
- Betaalt makkelijk meer bij uitstekende kwaliteit

VISIT BRABANT

Waar Duitsers graag op vakantie (zullen) komen

De Duitse markt
 Campagnefocus op Noordrijn-Westfalen

Aantal toeristen NL
 2022: ca. 5,7 mln Duitse gasten
 2023 (verwacht): 6,4 miljoen

Reisgezelschap*
 Stedentrips: 65% met partner,
 26% met vrienden/collega's,
 23% met kinderen
 Fietsvakanties: 49% met partner,
 29% met vrienden,
 24% alleen
 54% van de Duitsers wil
 in 2023 alleen op reis

Verkozen Accommodatie
 52% hotel/pensioen
 27% vakantiewoning
 10% bij familie/vrienden
 6% camping (bij kortere trips zelfs
 ca. 10%, bij fietsvakanties 30%)
 - 5% overige

Wanneer en hoe boeken
 Gemiddeld boekt 51% online, bij een
 vakantie naar Nederland zelfs 88%!
 Periode: zgn. 'brugdagen' in april,
 mei en juni zijn populair voor
 lang weekend weg

Verblijfsduur
 gemiddeld 3,65 nachten

Verblijfplaats
 2/3 kustprovincies Zeeland,
 Noord-Holland en Zuid-Holland
 1/3 overige provincies

Perceptie Noord-Brabant

Bekendheid

- 56% heeft nog nooit van Noord-Brabant gehoord
- 32% heeft wel eens van Noord-Brabant gehoord
- Slechts 8,6% wist wat Noord-Brabant is
- De ligging van Noord-Brabant in Nederland is bij de meesten niet bekend
- Efteling en Eindhoven zijn de bekendste highlights

In Brabant geweest (19%)

Nog niet in Brabant geweest (81%)

Verblijf*
 Activiteiten ter plaatse:
 Cafe- of restaurantbezoek (38%),
 Uitstapjes zoals dieren- of
 pretparkbezoek (36%)
 Bezoek aan stad (34%)
 Wandelen (29%)

Beoordeling aanbod
 Natuur, Uitstapjes, Wandelen
 Er zijn nauwelijks slechte
 beoordelingen met betrekking
 tot het activiteitenaanbod.
 De gemiddelde ervaring
 wordt met meer dan 8/10
 punten beoordeeld.

Brabantse mentaliteit
 De Duitse toeristen danken zeer
 graag terug aan de aardige,
 gastvrije Brabanders.

Perceptie van Brabant
 Het aanbod in Brabant wordt
 neutraal tot positief beoordeeld.
 Potentiële nieuwe gasten staan dus
 open voor deze regio.

Beoordeling aanbod
 De respondenten zijn het meest
 nieuwsgierig naar de grote steden en
 de natuurgebieden: De Grote Peel
 en Loonse en Drunense Duinen
 (combinatie stad en natuur).

Bestemming voor de toekomst*
 De respondenten staan open voor
 een reis naar Brabant.
 25% voor een korte trip of dagje uit
 52% voor meerdere dagen
 17% voor een hele week

Cultuurverschillen

Reislustig
 Duitsers reizen graag. Met name stedentrips,
 vakantie in de natuur en het bezoeken van
 bezienswaardigheden zijn populair. Een Duitser
 gaat vaker op korte vakantie dan de Nederlander.

De charme van een andere plek
 Reizigers uit Noordrijn-Westfalen houden van
 de Nederlandse gemoeidelijkheid en gastvrijheid.
 Brabantse gezelligheid scoort hoog. Ze voelen
 zich hier thuis; Zweite Heimat.

Sympathie
 Duitsers vinden Nederland als reisbestemming
 erg sympathiek. Ook nu zijn de meeste buitenlandse
 toeristen in Nederland al uit Duitsland afkomstig.

Taal
 Duitsers spreken niet zo goed Engels als
 Nederlanders. Zij zien de beheersing van de
 Duitse taal als een belangrijk aspect van de
 servicekwaliteit. Het wordt gewaardeerd als
 Nederlanders Duits proberen te spreken in
 plaats van Engels.

Trends

Trends:

- Digitalisering van de customer journey
- Mobiliteit
- Nieuw zelfbeeld
- Blended travel (combinatie van werken en vakantie vieren)
- Onthaasten en re-regionalisering
- Bewust reizen
- Duurzaamheid
- Gezondheid en voeding
- Certificeringen
- Behoeftes aan veiligheid/zekerheid

Veranderd reisgedrag
 Door corona is de behoefte aan reizen gegroeid.
 De behoefte aan zekerheid tijdens de reis is
 toegenomen (flexibele annuleringsvoorwaarden,
 pakketten zonder gedoe, ongecompliceerde
 aankomst en vertrek, etc.).

Duurzaamheid
 Dit is voor veel toeristen een deel van hun lifestyle.
 Duurzaamheid wordt met verhoogde kwaliteit
 geassocieerd. Regionale producten beschermen
 het klimaat en authentieke ervaringen leiden tot
 een betere reiservaring.

Certificeringen
 Duitsers vinden certificaten en keurmerken
 belangrijk. In Duitsland zijn veel wetten en regels
 om consumenten te beschermen. Keurmerken en
 certificaten laten zien dat men aan bepaalde regels
 voldoet en dat geeft de toerist vertrouwen.

Bewuste ervaring
 Reizigers zijn op zoek naar bijzondere
 ultieme reiservaringen en authentieke
 ontmoetingen met locals.

Gezondheid en voeding
 Duurzaam reizen is nauw verbonden met de
 vraag naar gezonde voeding en een gezonde
 leefstijl. Vooral de jongere doelgroepen, toerisme
 van de toekomst, vragen om een passend
 aanbod op plaats van bestemming.

Customer Journey

Inspiratie

- Persoonlijke aanbevelingen hebben veel invloed**
 Inwoners van Noordrijn-Westfalen staan zeer open voor de aanbevelingen van familie en vrienden.
- Mix van verschillende media**
 Crossmediale campagnes zorgen voor herkenbaarheid en herhaling is essentieel.
- Geografische focus**
 Noordrijn-Westfalen is qua grootte en bevolkingsaantal met Nederland te vergelijken. Daarom is een regionale focus op de Duitse grensregio en/of kerngebieden binnen Noordrijn-Westfalen van belang.
- Meer goede foto's**
 Goed beeldmateriaal wordt steeds belangrijker. Het gebruik van foto's en bewegend beeld is als inspiratiebron bevestigend effectief.
- 'Online first'**
 Publicaties in print zijn nog steeds relevante informatiebronnen, maar de focus ligt duidelijk op online.

Informatie

- Grote behoefte aan informatie**
 Mensen zoeken online naar informatie over de reisbestemming. Brabant is onbekend bij inwoners uit Noordrijn-Westfalen en er is relatief weinig kennis over de regio.
- Selectiecriteria**
 De aantrekkelijkheid van de accommodatie, goede prijs-kwaliteitverhouding, culinair aanbod/regionale specialiteiten, bezienswaardigheden, steden, natuur, water, mogelijkheden om te ontspannen, kind- en hondvriendelijk aanbod.
- Manier van aanspreken**
 Website in het Duits aanbieden. Benadrukken hoe dichtbij Brabant ligt (uitstapjes/ korte vakanties). Tone of voice: authentiek, informatief, hartelijk. Nederland roept bij veel Duitsers positieve associaties op. Hier van kan handig gebruik worden gemaakt.

Boeking

- Accommodaties**
 Aantrekkelijke en authentieke accommodaties – in welke categorie dan ook – oefenen een grote aantrekkingskracht uit op inwoners van Noordrijn-Westfalen.
- Boekingskanalen**
 Met name korte trips worden vooral online geboekt. Online boekingen zijn populairder dan analoge boekingskanalen. Online Travel Agencies (OTA's) worden vaak gebruikt voor korte trips, gevolgd door directe boekingen van hotels en vakantiewoningen. Ook de eigen boekingsystemen dienen in het Duits beschikbaar te zijn.
- Moment van boeken**
 Meestal wordt een reis naar Brabant enkele weken, soms zelfs maanden van tevoren gepland. Gasten en bezoekers die al eens in Brabant waren, tonen zich sneller bereid om ook op kortere termijn te boeken.
- Last minute boekingen**
 Feest- en brugdagen bieden potentiële gasten uit Noordrijn-Westfalen vele mogelijkheden voor een korte vakantie in Brabant.
- Betaalmethodes**
 Het aanbieden van in Duitsland gebruikelijke betaalmethodes is noodzakelijk. Online zijn dat bijvoorbeeld Sofortbetaling, creditcards, Klarna en PayPal. Bij direct contact zijn contante betalingen populair.

Verblijf

- Gecombineerd aanbod**
 Inwoners van Noordrijn-Westfalen houden van afwisseling. Verschillende doelgroepen hebben verschillende wensen. Veiligheid, toeristisch aanbod past daarbij. Vooral het feit dat stand en natuur goed te combineren zijn maakt Brabant uniek.
- Herhaalbezoeken**
 Oprechte gastvrijheid lavert tevreden gasten op en deze zijn trouw. Wie eenmaal in Brabant is geweest, komt graag terug.
- Tips van insiders**
 Bescem wat een vertijf in Brabant bijzonder maakt. Brabant onderscheidt zich in creativiteit en authenticiteit van het massale toeristische aanbod.
- Culinaire belevenissen**
 Bezoekjes aan cafés en restaurants zijn populair. Het Nederlandse hospitaalschap is aanzienlijk innovatiever dan het Duitse. Brabant is rijk aan (regionale) specialiteiten en culinaire delicatessen.
- Social media als kans**
 Maak gebruik van de kracht van social media. Gasten moeten actief worden verzocht om hun belevenissen en ervaringen te delen. Maak gebruik van hashtags en links.

Reflectie

- Ambassadeurs zijn goud waard**
 Het contact met gasten moet voortdurend worden onderhouden. Gasten worden ambassadeurs wanneer je met ze in contact blijft. Tips van vrienden en familie zijn de belangrijkste beïnvloedende factor bij het plannen van uitstapjes en reizen.
- Vragen om reviews**
 Goede beoordelingen helpen andere gasten en bezoekers om voor Brabant te kiezen. Tevreden gasten moeten ertoe worden bewegen om een beoordeling achter te laten. Kritiek moet serieus worden genomen en is een mogelijkheid om te verbeteren.
- Community management**
 Feedback is belangrijk. Iedereen die lijkt reageert of een beoordeling achterlaat, waardeert een reactie. Dit is een goede mogelijkheid om de loyaliteit te vergroten en in gesprek te blijven.

*meerdere antwoorden mogelijk, daarom bedraagt het totaal meer dan 100%

Duitse gast, wat kan jij doen?

- Maak juiste betaalopties mogelijk
- Zorg voor Duitse taal in alle fasen van de klantreis (voor-, tijdens-, na)
- Gebruik de juiste reviewkanalen

The screenshot shows a listing for 'Ardoer Camping De Ullingse Bergen' on the PIN CAMP website. The listing includes a search bar at the top with the text 'Reiseziel, Campingplatz, ADAC Suchnummer'. Below the search bar, the location is listed as 'Home / Niederlande / Nordbrabant'. The main title is 'Ardoer Camping De Ullingse Bergen', followed by a green badge that says 'Sofort buchbar'. A large photo of the camping site is shown, with a yellow 'TIPP 2023' badge in the top left corner. Below the main photo are five smaller thumbnail images: a swimming pool, a covered picnic area, a building, a playground, and a group of people. To the right of the thumbnails is a link for 'Alle Fotos'. Below the thumbnails, the ADAC classification is shown as 'ADAC Klassifikation ★★★★★ 5.0 Außergewöhnlich (2 Bewertungen)'. There are also links for 'Lageplan' and 'Karte'. At the bottom, there is a link for 'Kontakt, Adresse, Webseite'. The description in German mentions the location in the south of the Netherlands, near the village of Sint Anthonis, and lists amenities like a heated swimming pool, tennis court, and children's programs.

Home / Niederlande / Nordbrabant

Ardoer Camping De Ullingse Bergen

Sofort buchbar

TIPP 2023

ADAC Klassifikation ★★★★★ 5.0 Außergewöhnlich (2 Bewertungen) Lageplan Karte

Kontakt, Adresse, Webseite

Im Süden der Niederlande ist das Ardoer Camping De Ullingse Bergen wie gemacht, um in die Natur Nordbrabants einzutauchen und Ruhe zu genießen. Der familienfreundliche Campingplatz mit mietbaren Hütten sowie standplätzen für Wohnmobile und Wohnwagen liegt mitten im Grünen am westlichen Rand des beschaulichen Dorfes Sint Anthonis. In direkter Nähe befindet sich ein geschütztes Wald- und Heidegebiet mit Wegen zum Wandern, Radfahren und Nordic-Walking. Auf dem hundefreien Camping bescheren ein beheiztes Freibad und ein Tennisplatz aktive Erholung. Vielfältige Angebote für Kinder, ein leichtes Animationsprogramm, aber auch ein Fahrrad- und Quatrezweiräderparken darüber hinaus für

Ardoer
Campingplätze mit Pins

Checklist INTL gastvrijheid

- Ontvangen jullie digitaal
- Handig overzicht met linkjes



✓ Internationale gastvrijheid en meertaligheid

Checklist Speel jij in op de kansen die Belgische en Duitse gasten bieden? Gebruik deze handige checklist en maak een vliegende start!

TO DO'S

Vertaling

- Meertalige presentatie op visitbrabant.com. Geef wijzigingen (gratis) aan ons door. **Tip:** Check regelmatig je meertalige presentatie op visitbrabant.com.
- Meertalige presentatie op reviewsites als **Google mijn bedrijf**, **TripAdvisor** en **Facebook**
- Meertalige landingspagina op jouw website.
Tip: start met het vertalen van de belangrijkste pagina('s) op je website. Gedaan? Geef de URL's door aan VisitBrabant, dan verwijzen we direct naar de juiste pagina.
- Belgische- en Duitse betaalopties toevoegen (QR code, bancontact, contant, achteraf betalen, creditcard, PayPal)
- Volledige meertalige website
- Meertalige boekingsmodule
- Meertalige bevestigingsmail
- Meertalige informatie op locatie (menukaart, attractie informatie, brochures)
- Personeel heeft basiskennis Duits. **Tip:** gebruik ons handige **lijstje** met Duitse zinnen!

Verdiepen in de doelgroepen

- Maak de online training **Belgische gast**
- Maak de online training **Duitse gast**
- Gebruik de **Internationale Vakantiekalender** om in te spelen op vakanties en feestdagen van de Duitse en Belgische gast

Wij helpen je graag. Mocht je nog vragen hebben, neem dan **contact** met ons op.

visitbrabant.com/partners
info@visitbrabant.com, tel: +31 (0)13 303 0390

VISIT BRABANT

TIPS

- Gebruik content ontwikkeld door VisitBrabant: sfeerfoto's, teksten, 360-graden fotografie, **meertalige online magazines** voor inspiratie, **praktische informatie** over Brabant, **routestickers en -boekenleggers** en de **beeldselectie** → Kosten: gratis
- Laat je belangrijkste pagina's vertalen door een professionele, native vertaler.
→ **Tip:** Als partner van VisitBrabant krijg je korting bij ons preferred vertaalbureau.
- Print de checklist uit en hang hem op bij je bureau.

Meertaligheid, de opties

Vertaalbureau

Perfekte vertaling

Duur

Kosten per pagina

Momentopname

(Vaak) SEO-proof

Clonable

Goede vertaling

Goedkoper

Kosten per maand

Up to date

SEO-proof

ChatGPT

Oké vertaling

Kost veel tijd

Gratis

Momentopname

(Vaak) SEO-proof

Google Translate

Google Chrome

Matige vertaling

Automatisch

Gratis

Up to date

Niet SEO-proof

Campagne Land van Cuijk x VisitBrabant

- Gericht op naamsbekendheid én conversie
- Native Ads
- Nieuwsbrief maart
- Advertorial tot eind 2024

Hollands schöner Süden



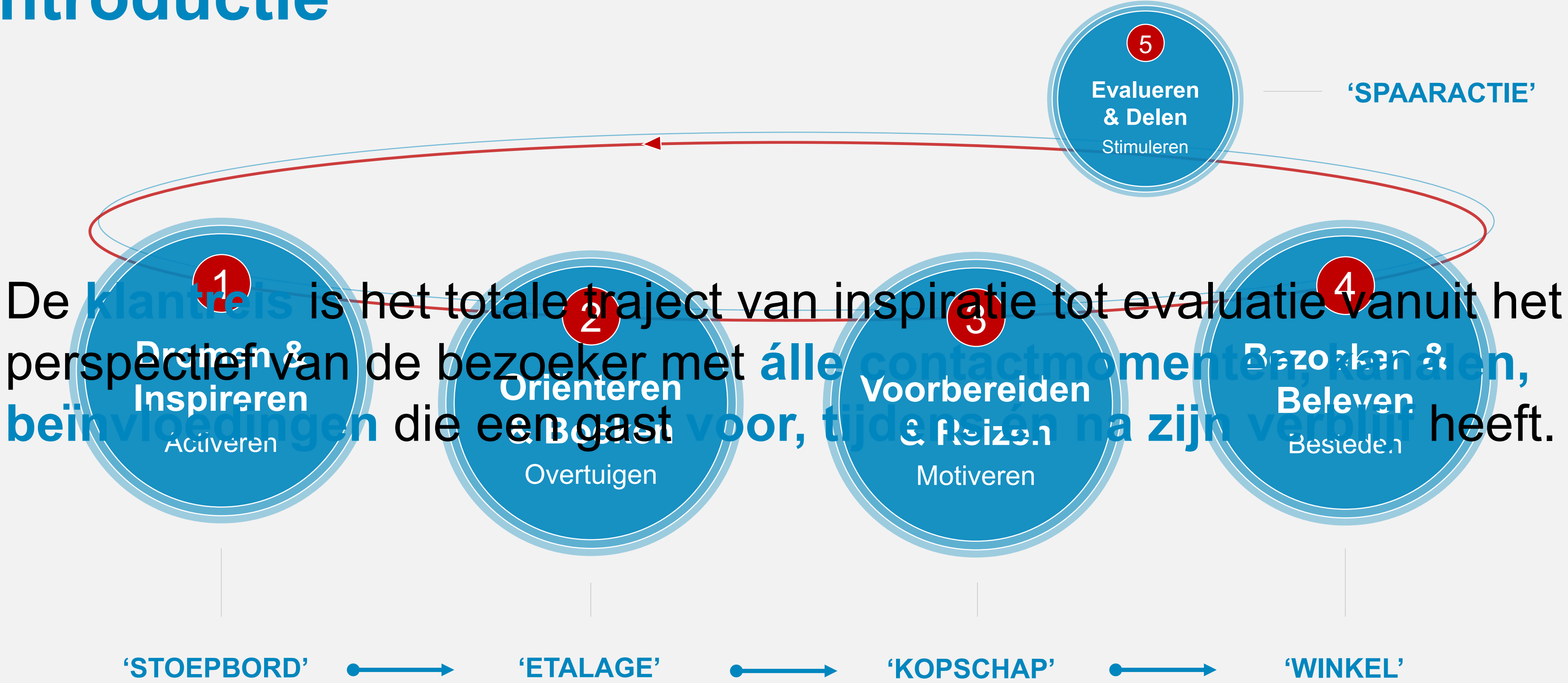
Eintauchen in grüne Natur und längst vergangene Zeiten.

[Jetzt entdecken!](#)

Sponsored By Land van de Peel

PAUZE

De klantreis, een introductie



De **klantreis** is het totale traject van inspiratie tot evaluatie vanuit het perspectief van de bezoeker met **alle contactmomenten, kanalen, beïnvloedingen die een gast voor, tijdens en na zijn verblijf** heeft.

De fasen van een klantreis

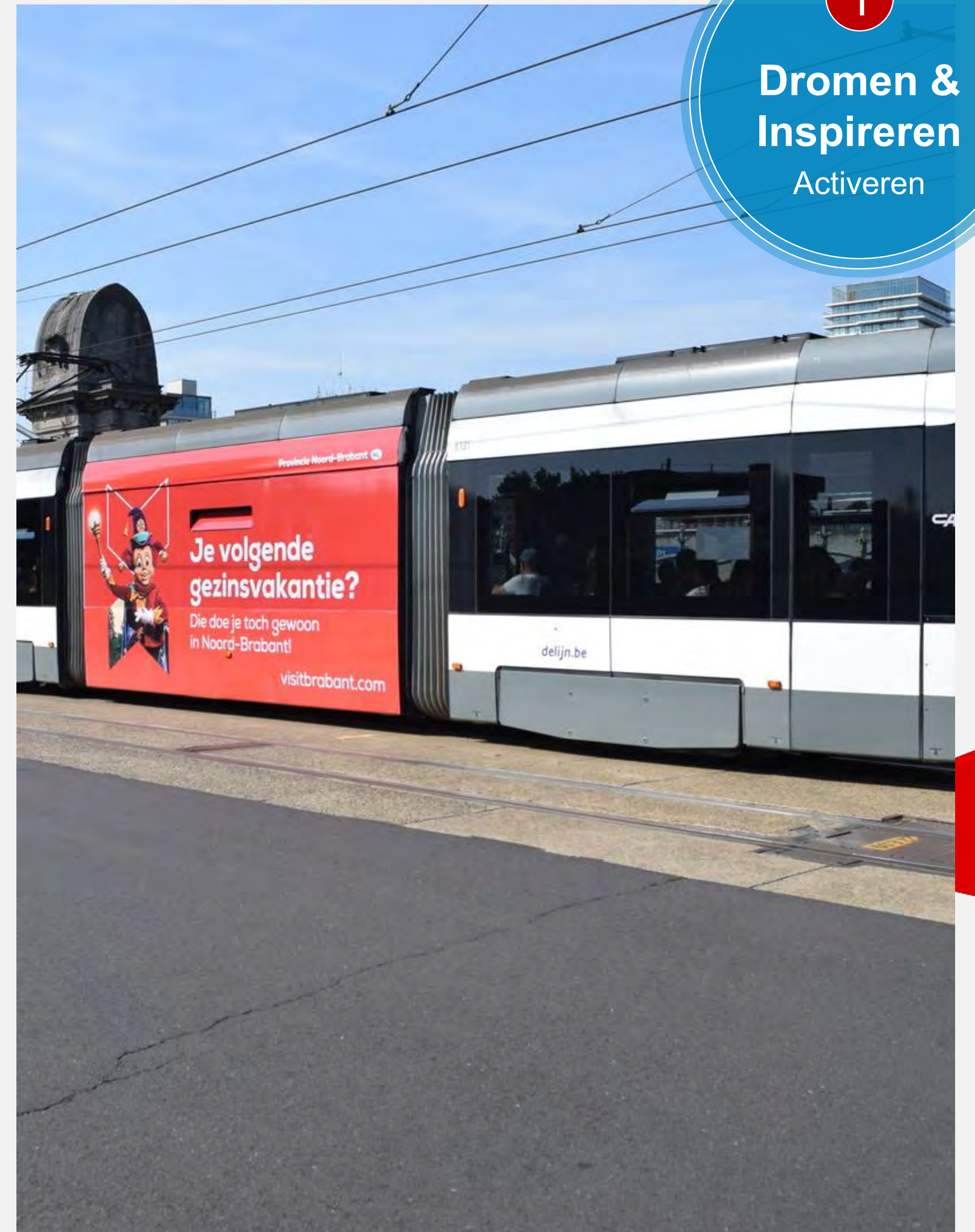
Fase 1:

- Alles dat de gast inspireert zonder dat daar direct een boekingsintentie aan gekoppeld is

1

Dromen &
Inspireren

Activeren



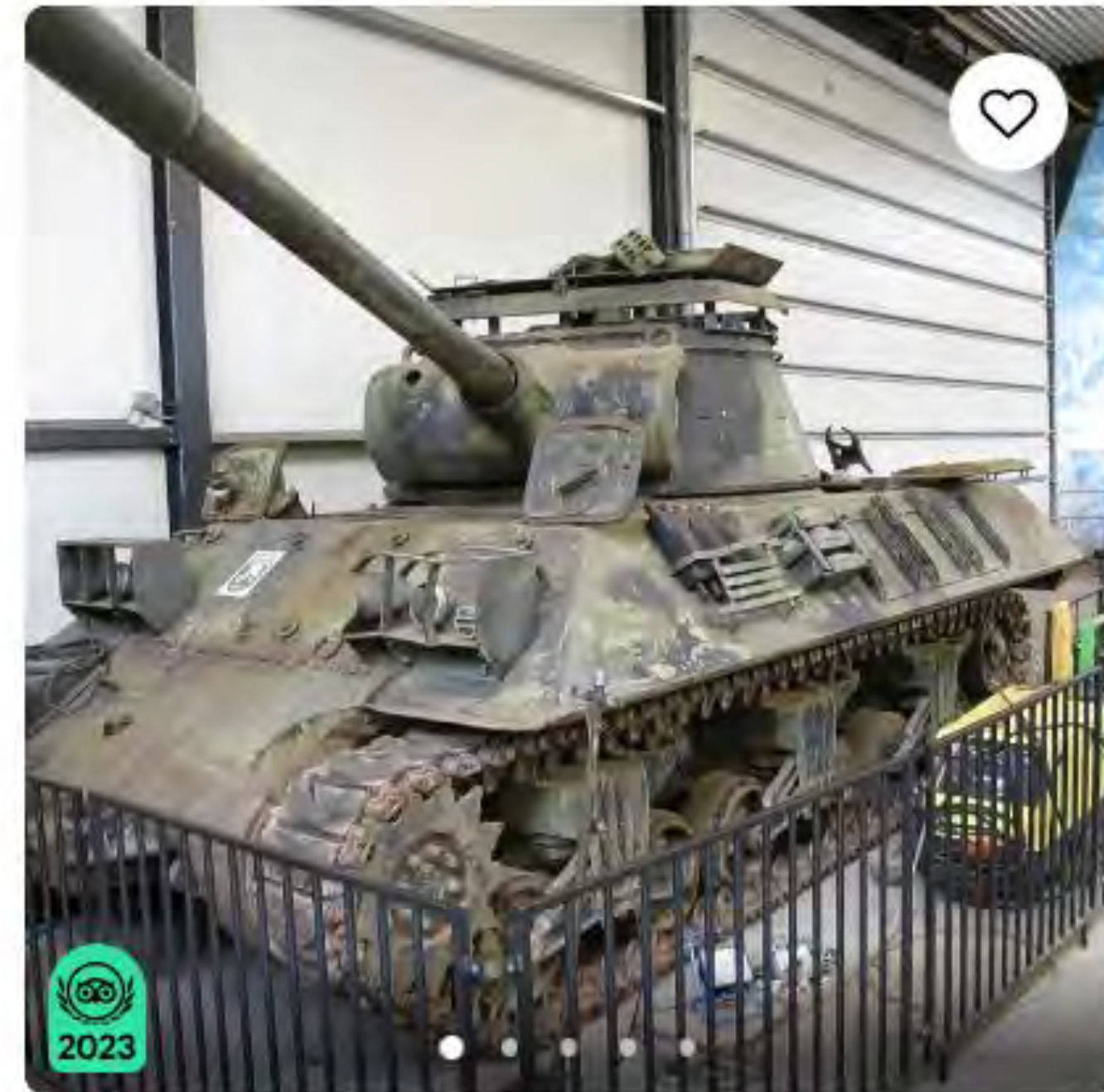
De fasen van een klantreis

Fase 2:

- Alles wat richting een boeking/keuze leidt, of onderdeel is van een daadwerkelijk beslissingsproces

De beste attracties in Overloon

Deze classificaties zijn gebaseerd op reizigersbeoordeling en het aantal paginaweergaven na verloop van tijd.



1. Oorlogsmuseum

★★★★☆ 643

Militaire musea

Nu open

Door Traveler08520192871

Veel voertuigen en vliegtuigen uit de oorlog.



2. Zooparc Overloon

★★★★☆ 399

Dierentuinen

Door kathym...

Je kan de dieren en dromedaren tussen de dromedaren...

De fasen van een klantreis

Fase 3:

- Alles tussen moment van bestemmingskeuze/boeking tót aankomst

LEAVE US A MESSAGE

3
Voorbereiden & Reizen
Motiveren

YOUR LUXURY TRANSFER

Arrive in style at Hotel Otré with a choice of local luxury transfer options, be greeted by your personal chauffeur at the arrival hall. Enjoy a hassle-free experience as you stroll our award-winning lobby. They'll be connected and at ease with complimentary Wi-Fi, on-board refreshments that will be provided in the comfort of your private car. Please click below to request for transfer services.

[YOUR LUXURY TRANSFER](#)

EXPLORE LOUHRICHS

Feel the land and meet the people. Louhrichs is a lush, verdant valley, a place of natural beauty and tranquility. The resort, where mountains dramatically meet the sea, is renowned for its spectacular scenery and cultural heritage, including the UNESCO-listed coral reefs, treasure troves of history, art, and beauty are strung like pearls on its coastline.

[EXPLORE LOUHRICHS](#)

DINING EXPERIENCE

Feel the land and meet the people. Louhrichs is a lush, verdant valley, a place of natural beauty and tranquility. The resort, where mountains dramatically meet the sea, is renowned for its spectacular scenery and cultural heritage, including the UNESCO-listed coral reefs, treasure troves of history, art, and beauty are strung like pearls on its coastline.

[DINING EXPERIENCE](#)

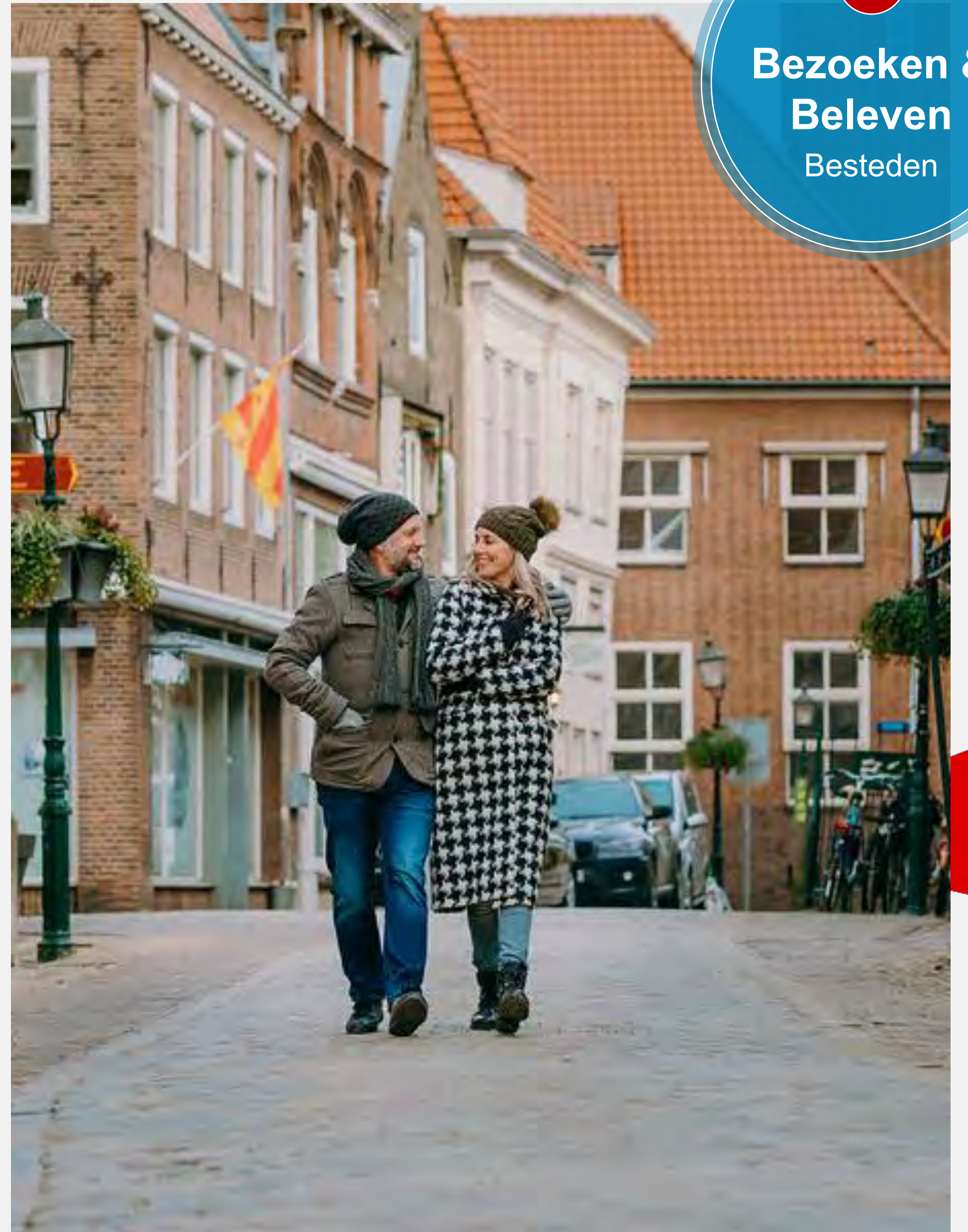
De fasen van een klantreis

Fase 4:

- Alles vanaf aankomst tot vertrek, de mensen die je spreekt, de sfeer die locaties uitstralen, ervaringen die je hebt, informatiebronnen die je raadpleegt

4

Bezoeken &
Beleven
Besteden



De fasen van een klantreis

Fase 5:

- Je ervaringen die je deelt (tijdens en) na je verblijf, informatie die je ontvangt van bestemming of locaties



Beste Vera,

we zijn blij u op vrijdag 22 september 2023 als gast te hebben mogen verwelkomen in Restaurant in de Achtertuin.

Omdat we het erg belangrijk vinden te luisteren naar onze gasten willen we graag weten wat u vond van uw bezoek.

[Het was uitstekend](#) 🗳️🗳️🗳️🗳️🗳️

[Het was goed](#) 🗳️🗳️🗳️🗳️

[Het was ok](#) 🗳️🗳️🗳️

[Het was niet goed](#) 🗳️🗳️

[Het was zeer slecht](#) 🗳️

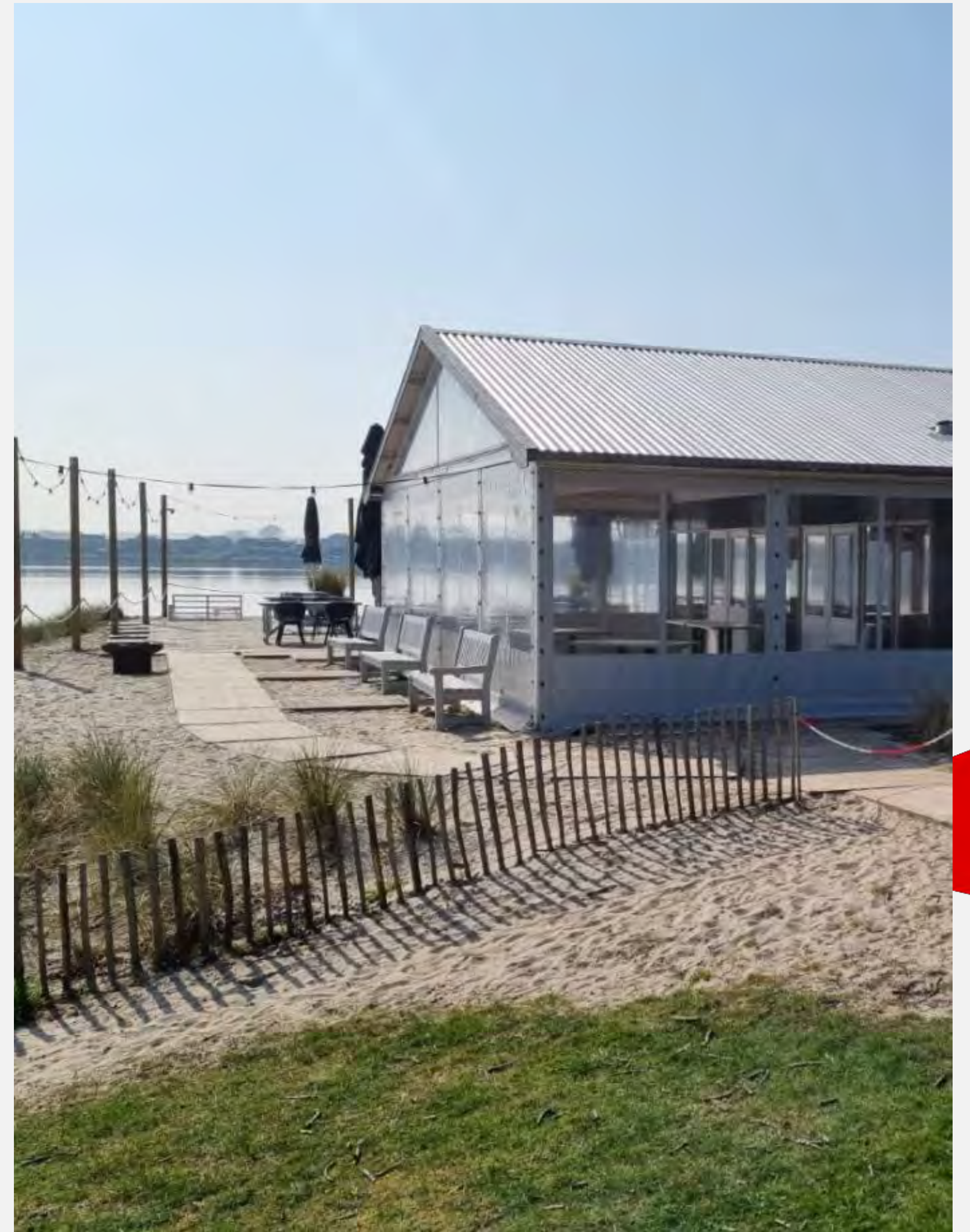
Restaurant in de Achtertuin - Leijzenhoek 2 - 4901 ET Oosterhout
T: +31 162 749 011 - www.indeachtertuin.nl - info@indeachtertuin.nl

powered by 

Opdracht:

Verbeterpunten eigen klantreis

- Groepjes van 3
- Ieder groepje één fase van de klantreis
- Wat gaat er al goed
- Welke 3 verbeterpunten zien jullie voor je éigen onderneming binnen deze fase van de klantreis





Opdracht:

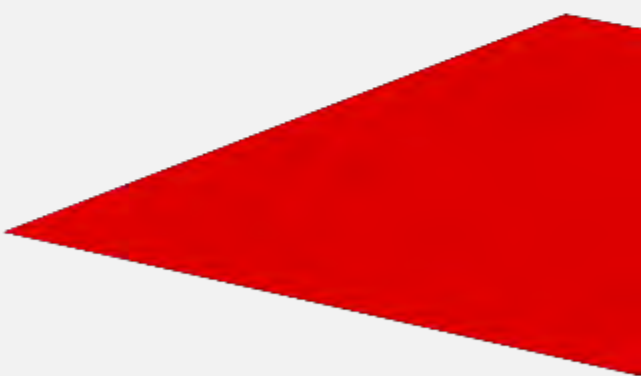
Actiepunten per groep





Vervolg:

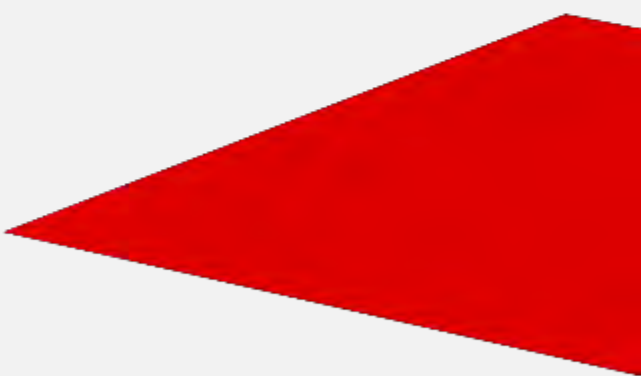
Acties ondernemers

- Ga aan de slag met de meertaligheid van je website **Gereed februari 2024**
 - Meld je aan voor de webinar van Clonable (uitnodiging volgt)
 - Volg de E-learning Belgische Gast en Duitse Gast
 - Volg de E-learning Land van Cuijk
 - Gebruik de digitale checklist
- 



Vervolg:

Acties Visit Land van Cuijk & VisitBrabant

- In orde maken meertalige presentaties Visit Land van Cuijk, VisitBrabant
 - Koppeling tussen platforms
 - Campagne voorbereiden
 - **Update E-learning**
- 

BEDANKT EN TOT 1 MAAART