

MARKETING STRATEGIE

2026 - 2030

**DE LANG
STRAAT**





INHOUD

Dit is De Langstraat	p.7
Voorwoord, terugblik en subsidies.	
Wie zijn we	p.13
Missie, visie, DNA, kernwaarden, speelveld, merkverhaal, bureau, bedrijfscultuur en waarden.	
Marktanalyse	p.23
DNA, doelgroepen, trends en verbinding.	
Wat doen we	p.33
Doelstellingen, focus, pijlers en samenwerking.	
Onze toekomst	p.41
TIP's, aanpak en materialen	
Samenvatting	p.46
Samenvattingcijfers	
Cijfers	p.49









DIT IS DE LANGSTRAAT

Dé vrijetijdsregio in het hart van Brabant

Of je nu komt om eropuit te gaan, te onthaasten of gewoon lekker te genieten: in De Langstraat voel je je meteen thuis. Hier vind je natuur, cultuur, erfgoed én avontuur. Allemaal op fietsafstand van elkaar.

Van een wandeling door de duinen tot struinen door vestingstadjes, van ambachtelijke streekproducten tot de magie van de Efteling. In De Langstraat is alles dichtbij, puur en vol beleving. Een regio waar je niet alleen op bezoek komt, maar waar je even onderdeel van wordt.

Voorwoord

De Langstraat heeft alles in huis om uit te groeien tot een sterke en herkenbare vrijetijdsregio. Gelegen tussen Breda, Tilburg en 's Hertogenbosch is het gebied uitstekend bereikbaar en aantrekkelijk voor een breed publiek. Met iconen als de Efteling, de Loonse en Drunense Duinen, de vestingsteden Heusden en Geertruidenberg en het Schoenenkwartier beschikt de regio over een krachtig fundament.

De betrokken gemeenten delen één opdracht: samen bouwen aan duurzame economische groei van de vrijetijdssector. Dat doen we door ondernemers te verbinden, samenwerking te stimuleren en de veelzijdigheid van de regio zichtbaar te maken. Want in De Langstraat vind je alles: van avontuur en natuur tot cultuur, historie en gastvrijheid. Zo kunnen we diverse doelgroepen aan ons binden.

Deze strategische marketingvisie laat zien hoe we die kracht verzilveren en De Langstraat stevig op de kaart zetten.

Terugblik 2019 - 2025

RBT De Langstraat is opgericht in 2019. Inmiddels zijn we 7 jaar verder. We kijken terug op dynamische jaren waarin RBT De Langstraat zich ontwikkelde van een jonge organisatie in opbouw tot een herkenbare, professionele en volwassen Destinatie Marketing Organisatie (DMO) met een stevig fundament. Terwijl de regio te maken had met grote schommelingen in toeristische dynamiek, vonden we telkens de wendbaarheid en creativiteit om door te bouwen. Dit deden we door onze koers aan te scherpen, keuzes te durven maken en de focus te leggen op kwaliteit, samenwerking, data, digitalisering en een sterke regionale positionering.



Belangrijke stappen in onze ontwikkeling zijn onder andere het professionaliseren van ons merk, het versterken van onze huisstijl en communicatie, de introductie en doorontwikkeling van de boekingsmodule, de groei van ons routenetwerk en de zichtbare toename van publieksbereik via onze digitale kanalen. Ook de uitbreiding van toeristische informatiepunten en lokale TIP's zorgde voor meer zichtbaarheid, betere spreiding en sterkere verbinding tussen bezoeker en ondernemer.

Daarnaast heeft de organisatie een duidelijke koerswijziging gemaakt: vanuit het Koersdocument is gekozen voor focus, voor het versterken van iconen en parels, voor betere online zichtbaarheid, voor een nóg intensievere samenwerking met VisitBrabant (BrabantPartners) en andere regio DMO's en voor het verder professionaliseren van ondernemerspakketten, data-inzet en regiomarketing. Deze koers bracht rust, richting en duidelijkheid in taken, rollen en werkwijze, en legde de basis onder de groeifase waar we ons nu in bevinden.

Ondernemers, gemeenten en regionale partners weten ons intussen steeds beter te vinden voor advies, promotie, productontwikkeling en samenwerking. De toegenomen vraag naar arrangementen, routeontwikkeling (7 nieuwe routes, diverse herdrukken), meertalige content, gezamenlijke

campagnes én het groeiend aantal partners (+15 in 2025) laat zien dat RBT steeds meer wordt gezien als hét centrale aanspreekpunt in de regio als het de vrijetijdsector en kennis daaromtrent betreft.



De positieve impact is zichtbaar: stijging in bezoekersbereik (+ 70,5% websitebezoekers, +389,1% bereik social media), sterkere zichtbaarheid binnen en buiten de regio, meer buitenlandse interesse (+ 576% bezoekers visitdelangstraat.com), en een groeiend vertrouwen in onze rol als verbindende kracht.

We staan daarmee aan de vooravond van een nieuwe fase van doorontwikkeling. RBT De Langstraat groeit uit tot een volwassen, toekomstbestendige organisatie die niet alleen uitvoert maar ook richting geeft: een organisatie die haar positie in de regio heeft verdiend en waar steeds meer partijen in binnen- en buitenland (tour-operators) een beroep op doen. Samen met ondernemers, gemeenten en partners bouwen we verder aan een betekenisvolle, gastvrije en duurzame vrijetijdsregio waar bezoekers worden verleid om te komen, te ontdekken én te blijven.





Subsidies en middelen

Onze huidige financiële basis biedt stabiliteit:

- €338.000 basissubsidie
- ± €160.000 opdrachten gemeenten
- ± €60.000 eigen inkomsten

Deze structurele middelen, met jaarlijkse indexatie van 4,15% op de subsidie, geven ons de ruimte om onze slagkracht te behouden en gericht te versterken.

Tegelijkertijd liggen er kansen om aanvullende inkomsten te genereren en verder te verhogen via onder andere stadswandelingen, partnerschappen, ondernemersondersteuning, merchandise/souvenirs en opdrachten op projectbasis.

Deze uitbreidingskansen dragen bij aan verdere professionalisering en een bredere impact voor de regio.





WIE ZIJN WE

Het regionaal bureau voor toerisme De Langstraat is dé drijvende kracht achter de destinationmarketing van onze regio. Wij zijn de schakel tussen gemeenten, ondernemers en andere partners die samenwerken aan de positionering van de regio. Vanuit de kracht en eigenheid van De Langstraat brengen we mensen, initiatieven en activiteiten bij elkaar en zorgen we voor samenhang, zichtbaarheid en ontwikkeling van het vrijetijdsaanbod. Herkenbaar aan o.a. de bezoekersnaam Bezoek De Langstraat dragen we bij aan een sterke, herkenbare en aantrekkelijke regio voor bezoekers, bewoners en ondernemers.

Missie

RBT de Langstraat heeft als missie het bewerkstelligen van een duurzame groei van de vrijetijdssector in de regio De Langstraat. We streven hiermee naar het bevorderen van de bestedingen, economie en werkgelegenheid wat op zijn beurt de (be)leefbaarheid zal verbeteren.



Visie

Wij werken aan een toekomst waarin De Langstraat bekendstaat als een levendige, duurzame en gastvrije vrijetijdsregio. Een plek waar trotse ondernemers samenwerken, inwoners zich betrokken voelen en bezoekers met volle teugen genieten van alles wat onze regio te bieden heeft.

Die toekomst ontstaat door middel van het inzetten op sterke regionale samenwerking en een gezamenlijke focus op kwaliteit, samenhang en herkenbaarheid van het vrijetijdsaanbod. Bovendien stimuleren we bewustwording rond duurzaam toerisme en het nieuwe reizen.

DNA

Ons DNA is de rol van verbinder en versterker van de regio.

Wij zorgen ervoor dat ondernemers,

gemeenten en lokale initiatieven samenwerken, kennis delen en elkaar versterken. Zo blijft de regio samenhangend, herkenbaar en toekomstbestendig, en groeit het vrijetijdsaanbod op een manier die goed is voor bezoekers én voor de mensen die hier wonen en werken. Ons DNA is zichtbaar in hoe we verbinding maken, kansen pakken en de regio continu verder ontwikkelen.



Kernwaarden

Onze kernwaarden laten zien waar wij samen met DMO's en stakeholders voor staan in ons dagelijks werk en in de samenwerking met de regio. Ze geven richting aan hoe wij ons werk uitvoeren en samenwerken binnen en buiten de organisatie, ondersteunen ons bij het maken van keuzes en helpen ons om bewust invulling te geven aan onze rol in De Langstraat.

- **Trots** | Wij zijn trots op onze regio, haar verhalen, erfgoed, cultuur en natuur. Die trots dragen we uit in alles wat we doen, delen en ontwikkelen.
- **Verbinding** | Wij brengen mensen, lokale organisaties en plekken samen. Samenwerking, kennis verzamelen en kennisdeling zijn de sleutel tot groei.
- **Duurzaamheid** | Wij zetten in op verbetering van de kwalitatieve toekomstbestendige vrijetijdseconomie, waarin we met respect omgaan met natuur, cultuur en gemeenschap voor de lange termijn.
- **Gastvrijheid** | Wij staan open voor iedereen: bewoners, bezoekers, lokale ondernemers, touroperators, overheden. Zowel nationaal als internationaal. Toegankelijkheid, authenticiteit en samenwerking vormen ons visitekaartje om zo iedereen te inspireren en faciliteren.
- **Betrokkenheid** | Wij zijn dichtbij: betrokken bij onze partners, ondernemers, toeristen, inwoners en de omgeving. Wat we doen, doen we samen en vol overtuiging.
- **Ondernemend** | Wij denken in kansen en mogelijkheden. We inspireren, stimuleren initiatief, creativiteit en innovatie bij onszelf en onze partners door te ondersteunen en faciliteren.



Foto: Brabant Partners

Ons speelveld

De Langstraat staat op de kaart als een recreatieve regio, centraal gelegen in de provincie Noord-Brabant en grofweg gesitueerd tussen 's-Hertogenbosch en Drimmelen. Als groene zone bevindt De Langstraat zich in het krachtveld van de drie attractieve steden 's-Hertogenbosch, Breda en Tilburg. De regio herbergt zes toeristische trekpleisters met (inter)nationale aantrekkingskracht: Vestingstad Heusden, het Schoenenkwartier in Waalwijk, de Efteling, de Loonse en Drunense Duinen (Van Gogh Nationaal Park) en Vestingstad Geertruidenberg. Deze iconen trekken jaarlijks vele miljoenen bezoekers.

Daarnaast profiteert de regio van de aantrekkingskracht van de Maas, de Biesbosch, het buitengebied van 's-Hertogenbosch (de Moerputten) en Vught (de IJzeren Man). Maar net zo

belangrijk zijn alle parels in de regio: bijzondere winkels, musea, erfgoed, natuurgebieden en sfeervolle horeca. Samen vormen zij De Langstraat en zijn zij van grote toegevoegde waarde.

Hoewel iedere gemeente beschikt over een eigen, herkenbaar DNA, richt RBT De Langstraat zich nadrukkelijk op de gezamenlijke kernkwaliteiten en het onderscheidende karakter van de regio als geheel. Wij brengen plekken, mensen en initiatieven bij elkaar en werken daarbij intensief samen met gemeenten, omliggende steden en hun DMO's als 's-Hertogenbosch, Tilburg en Breda en partners zoals Brabant Partners en NBTC. Door deze samenwerking versterken we elkaar en zorgen we voor een krachtige, herkenbare positionering van De Langstraat, voor zowel bezoekers als bewoners. De Langstraat in zijn totaliteit kenmerkt zich door attracties van

wereldklasse, unieke natuur met een divers landschap en rijke cultuurhistorie. Je komt hier voor het buitenleven, voor ontspanning, spelen, ontdekken en avontuur. De regio wordt beleefd als echt, eerlijk, puur, gastvrij, gezellig en gemoedelijk: een plek waar je je welkom voelt, of je nu komt met familie, vrienden, je gezin of als stel.

Ons merkverhaal

De Langstraat is een regio vol authenticiteit, iconen en verborgen parels. Bij RBT De Langstraat brengen we de kracht en energie van de regio tot leven door mensen, plekken en ideeën met elkaar te verbinden. We werken niet als losse eilandjes, maar samen met ondernemers, bewoners, stakeholders en partners in de Brabantse regio als één geheel. Alleen samen maken we De Langstraat zichtbaar, aantrekkelijk en onvergetelijk.

Wat we beloven aan ondernemers

Wij staan naast de ondernemer. We verbinden hen met andere ondernemers, culturele instellingen en stakeholders, zodat zij niet alleen ontwikkelen maar samen kunnen groeien. We helpen ondernemers hun verhaal te vertellen en de regio als één geheel sterker te maken.

Wat we beloven aan bezoekers

Onze bezoekers kunnen ontdekken, beleven en genieten. Of zij nu komen voor natuur, cultuur, erfgoed of een dag vol avontuur, wij zorgen dat zij alle bijzondere plekken vinden en de veelzijdigheid van De Langstraat ervaren.

Het bureau

RBT De Langstraat draait op een betrokken en bevlogen team met vaste medewerkers, aangevuld met één tot drie stagiairs per seizoen. We zijn een compact team met een brede slagkracht – strategisch, creatief en uitvoerend tegelijk.

Daarbij hebben we een waardevolle groep van ruim zestig vrijwilligers en gidsen die zich inzetten om bezoekers al het moois van De Langstraat te laten ontdekken.

De ambitie is groot, de middelen zijn bescheiden maar dat houdt ons niet tegen. We halen het maximale uit wat er is, door slim samen te werken, kennis te delen en de kracht van ons netwerk optimaal te benutten. Zo maken we met een klein team een groot verschil.

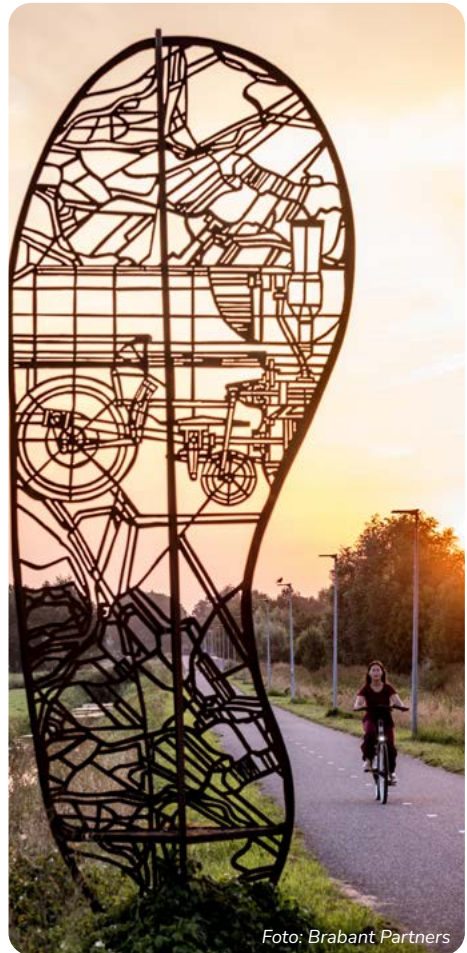


Foto: Brabant Partners

Bestuur

4 leden

Management

Management, samenwerkingen, visie & koers
1 FTE

Office & finance

Management assistent
0,2 FTE

Administratief medewerker
0,2 FTE

Marketing & sales

Coördinator marketing,
content & sales
0,8 FTE

Content specialist
0,8 FTE

Relatiebeheer & sales
1 FTE

Coördinatie

Coördinator vrijwilligers
Heusden
0,4 FTE

TIP Geertruidenberg &
coördinator vrijwilligers
Geertruidenberg
0,4 FTE

Stagiairs

Ondersteuning marketing,
sales & office management

Vrijwilligers

Gastvrouwen en -heren TIP's,
gidsen, drukwerkbezorgers,
etc.

Onze bedrijfscultuur

Bij RBT De Langstraat draait het om mensen, plezier en verbinding. We werken met plezier aan een regio waar iedereen trots op kan zijn, samen met gemeenten, ondernemers en stakeholders. Geen dikke plannen in de la, maar gewoon doen wat werkt.

We zijn betrokken, nuchter en altijd in voor samenwerking. Humor helpt, een goed netwerk nog meer. En terwijl we vol inzetten op groei, verliezen we nooit uit het oog wat onze regio zo bijzonder maakt: haar verhalen, de natuur, het erfgoed en het lokale, authentieke karakter.

Onze waarden

- **Trots** | We laten De Langstraat stralen.
- **Verbinding** | Alleen ga je sneller, samen kom je verder.
- **Duurzaamheid** | We denken verder dan vandaag.
- **Gastvrijheid** | Met voor en door ondernemers, inwoners en bezoekers.
- **Betrokkenheid** | We zijn dichtbij, met hart voor de regio.
- **Ondernemend** | We denken in kansen en mogelijkheden.







MARKTANALYSE

Regio DNA

De Langstraat vormt het groene hart tussen de drie levendige steden Den Bosch, Tilburg en Breda en wordt omringd door natuurrijke buuren als de Biesbosch, de Moerputten, de IJzeren Man en de Oisterwijkse Bossen en Vennen.

In onze vrijetijdsregio vind je vijf grote publiekstrekkers, namelijk Heusden Vesting, vestingstad Geertruidenberg, De Loonse en Drunense Duinen (Van Gogh Nationaal Park), het Schoenenkwartier en de Efteling. Jaarlijks zorgen ze samen voor miljoenen bezoekers uit binnen- en buitenland. Daarnaast barst De Langstraat van de

kleinere parels: lokale ondernemers, culturele initiatieven en recreatieve activiteiten die het gebied extra kleur en karakter geven.

De Langstraat in een notendop

Elke gemeente heeft z'n eigen charme, maar samen vormt De Langstraat een regio met een unieke, gedeelde identiteit. Wat De Langstraat zo bijzonder maakt?



- **Wereldse iconen** | De Efteling, de Loonse en Drunense Duinen, het Schoenenkwartier, vestingstad Heusden en vestingstad Geertruidenberg trekken bezoekers van over de hele wereld.
- **Afwisselende natuur** | Rivierenland, zandduinen, blauwgraslanden en het kenmerkende slagenlandschap wisselen elkaar af.
- **Rijke cultuurhistorie** | Het verhaal van schoen en leder is onlosmakelijk verbonden met deze streek, net als het cultureel erfgoed van de historische vestingsteden.
- **Rust en ruimte** | Natuurgebieden zoals Huis ter Heide, de Loonse en Drunense Duinen en het Vlijmens Ven zijn ideaal voor wie wil onthaasten in een groene, gemoedelijke omgeving.
- **Avontuur en ontdekking** | Van musea tot speurtochten en van hutten bouwen in de bossen tot varen op de Bergsche Maas.
- **Samen genieten** | De regio nodigt uit om eropuit te gaan met familie & vrienden.
- **Actief buitenleven** | Volop routes voor fietsers, wandelaars en ruiters. Door de natuur, dorpen of bijvoorbeeld van vestingstad naar vestingstad.
- **Eerlijk en puur** | Ondernemers werken met streekproducten zoals vlees, zuivel en groenten van eigen/lokale boerderijen en met passie voor hun vak.
- **Gastvrij en authentiek** | De Langstraat is het warme hart van Brabant waar het gezellig en gastvrij is, vol beleving.



Doelgroepen

De Langstraat is er voor iedereen die wil ontdekken, beleven en genieten. Onze regio trekt bezoekers van jong tot oud, inwoners en toeristen, maar de manier waarop we hen aanspreken verschilt. Daarom maken we duidelijke keuzes: we zetten het juiste aanbod in de etalage voor de juiste bezoeker, zodat iedereen De Langstraat kan ervaren op een manier die hen past.

We focussen ons op vier kernprofielen die samen het hart vormen van onze doelgroepsbenadering: de plezierzoeker, harmoniezoeker, inzichtzoeker en stijlzoeker. Vier typen bezoekers, elk met hun eigen verwachtingen, energie en voorkeuren, en allemaal op zoek naar goed leven.



DE PLEZIERZOEKER

Leeft voor avontuur, spontaniteit en gezelligheid. Deze doelgroep komt voor een dag vol beleving: naar De Efteling met het gezin, een festival met vrienden of op pad langs speelse wandel- en fietsroutes met een lekkere horecastop.

Ze kiezen snel, worden enthousiast van beeld en energie, en delen graag wat ze zien.

Hen laten we de levendige kant van de regio zien: actie, fun en samen beleven.



DE HARMONIEZOEKER

Kiest voor rust, herkenbaarheid en comfort. Dit zijn gezinnen, koppels en families die vooral samen willen genieten, zonder gedoe.

Ze zoeken overzichtelijke routes, fijne terrassen, goede voorzieningen en plekken waar iedereen zich thuis voelt.

In onze communicatie richting hen draait het om gemak en warmte: onbezorgd eropuit, dichtbij en gastvrij.



DE INZICHTZOEKER

Bezoekt een plek niet alleen om te ontspannen, maar ook om te leren en te begrijpen.

Ze zoeken verdieping in cultuur, natuur en erfgoed. Ze dwalen door vestingsteden, lezen graag over geschiedenis en verkiezen kleinschalige musea boven massatoerisme. Verhalen brengen deze doelgroep in beweging.

Hen vertellen we over de context, betekenis en het bijzondere karakter van De Langstraat.



DE STIJLZOEKER

Houdt van kwaliteit en schoonheid. Dit zijn bezoekers die het detail zien, die kiezen voor design, gastronomie en plekken met allure.

Zekomen voor boetiekhoreca, mooie wandelingen buiten de drukte en exclusieve hotspots waar beleving en esthetiek samenkomen.

In de communicatie richting hen gebruiken we sfeer, verfijning en smaak. De Langstraat als plek van stijlvol genieten en bijzondere ervaringen.

Hoewel elke doelgroep anders beweegt, worden ze verbonden door een gedeelde drijfveer: ze komen naar De Langstraat om te genieten. De één uitbundig, de ander in rust, maar altijd met de wens om te beleven en herinneringen te maken.

We spreken plezierzoekers en harmoniezoekers vaker aan op dagrecreatie en familiebeleving, terwijl inzichtzoekers en stijlzoekers zich vooral herkennen in rust, cultuur, kwaliteit en verdieping; vaak als meerdaagse bezoekers. Ook eigen inwoners zijn bezoekers en vormen onze grootste ambassadeurs: zij dragen de authenticiteit, sfeer en trots van deze regio uit. Samen zorgen we dat De Langstraat leeft en beleefd wordt.



Trends

Veranderingen in het reisgedrag van bezoekers vragen om een herijking van de marketingstrategie. Door deze trends als uitgangspunt te nemen, creëren we focus en samenhang in onze positionering. Trends helpen om De Langstraat (toekomst) gericht te ontwikkelen en te vermarkten, met oog voor bezoekers, bewoners en de omgeving.

De belangrijkste trends voor De Langstraat zijn:

- **Conscious travel** | Reizigers kiezen steeds bewuster en verwachten dat hun reis bijdraagt aan natuur, erfgoed en lokale gemeenschap. Duurzaamheid en maatschappelijke waarde zijn geen extra's meer, maar randvoorwaarden.
- **Slow Travel** | Ontsnappen aan drukte en prikkels wordt steeds waardevoller in de huidige economie. Reizigers zoeken onthaasting, natuur en kwaliteit boven kwantiteit.
- **Belevingstoerisme** | De focus verschuift van het bezoeken van highlights naar echte ervaringen: lokale ontmoetingen, ambacht, cultuur en verhalen die raken.
- **Traveling with loved ones** | Reizen draait steeds vaker om tijd doorbrengen met dierbaren. De gedeelde ervaring is belangrijker dan de bestemming zelf. Het is belangrijk dat de bestemming kansen biedt die inspelen op samenzijn.
- **Digitalisering** | Digitale tools ondersteunen de bezoeker in elke fase van de reis, van inspiratie en planning tot begeleiding en beleving ter plekke. De bezoeker is steeds meer op zoek naar een digitale uiting in de klantreis.

De veranderingen in het reisgedrag van bezoekers onderstrepen dat De Langstraat geen massabestemming hoeft te zijn, maar juist kan groeien als een betekenisvolle, rustige en verbindende regio. Dit vraagt om focus en heldere doelstellingen die de missie en visie richting blijven geven. Door in te spelen op actuele trends maken we bewuste keuzes in hoe we de regio ontwikkelen en presenteren.



Verbinding regio, doelgroepen en trends

Dit model laat zien hoe de unieke kwaliteiten van regio De Langstraat aansluiten bij de behoeften van verschillende doelgroepen.

Door actuele trends in reisgedrag te koppelen aan regio-eigenschappen, ontstaan gerichte keuzes voor ontwikkeling en marketing. Het helpt ons te begrijpen waar kansen liggen om bezoekers, bewoners en partners optimaal te bedienen.

Zo wordt duidelijk hoe we de regio zichtbaar, aantrekkelijk en toekomstbestendig kunnen maken.

DE PLEZIERZOEKER

Kenmerken

Avontuurlijk, actief, energiek, snelle beslisser. Fun, beleving, beeld.

Trends

Belevingstoerisme, traveling with loved ones.

Regio DNA

Wereldse iconen, avontuur, actief buitenleven.

DE HARMONIEZOEKER

Kenmerken

Comfort, rust, ontspannen, samenzijn. Overzicht, zekerheid.

Trends

Slow travel, traveling with loved ones, conscious travel.

Regio DNA

Afwisselende natuur, rust en ruimte, gastvrij en bourgondisch, samen genieten.

DE INZICHTZOEKER

Kenmerken

Cultuur, kennis, verdieping, kleinschalig, authentiek, neemt de tijd voor verhalen.

Trends

Conscious travel, slow travel, belevingstoerisme.

Regio DNA

Rijke cultuurhistorie, eerlijk en puur, natuur met routes en buitenactiviteiten.

DE STIJLZOEKER

Kenmerken

Verfijning, esthetiek, luxe, exclusiviteit, boetiek-ervaring, kwaliteit.

Trends

Slow travel, belevingstoerisme.

Regio DNA

Eerlijk en puur, gastvrij en bourgondisch, cultuurhistorie, erfgoed.





WAT DOEN WE

Als de strategische marketingorganisatie achter de vrijetijdsregio De Langstraat, vertalen wij de ambities van gemeenten en partners naar een heldere marketingstrategie met concrete doelstellingen en zorgen we dat deze zichtbaar worden in resultaat, beleving en trots voor de regio.

Onze werkzaamheden zijn erop gericht de zichtbaarheid van De Langstraat te vergroten (o.a. via Social Media, online vindbaarheid en drukwerk), de beleving van bezoekers te versterken en herhaalbezoek te stimuleren (90% Nederlandse en Duitse bezoekers geeft aan terug te komen, onderzoek Brabant Partners). We brengen kennis en data samen om beter te

sturen op toerisme en samenwerking, en versterken samenwerking tussen ondernemers en RBT De Langstraat (o.a. door bijeenkomsten en trainingen). Zo bouwen we aan een toekomstbestendige regio waarin identiteit, aanbod en doelgroepen optimaal aansluiten.

We vervullen meerdere rollen:

- Strategisch partner
- Kennisdeler
- Verbinder
- Samenwerker
- Campagnevoerder

Onze huisstijl draagt de identiteit van de regio uit: divers, stijlvol, natuurlijk en rustig, met een warme, open en toegankelijke toon. Zo zorgen we dat plannen daadwerkelijk zichtbaar worden in resultaten en impact.

Regionaal Bureau

— ALLEEN SAMEN KUNNEN WE EEN REGIO

WJ

ONZE
PILERS

ORGANISATIE

1



KANTOOR



GEMEENTES

KERNWAARDEN

TROTS · VERBINDING ·
DUURZAAMHEID · ONDERNEMEND
GASTURYKHEID · BETROKKENHEID



DUURZAME GROEI VAN DE
VRIJE TIJDS SECTOR IN
ONZE REGIO

gemeentelijke BELANGEN

Missie



WAT IS ER
TE DOEN?



zoeken

STIL- &
INZICHTZOEKERS

WE
VERGROTEN DE
ZICHTBAARHEID
VAN

BEZOEKERS

DOELGROEP & INTERESSES

- ✓ GROEI BEZOEKERSAANTALLEN
- ✓ GROEI BESTEDINGEN
- ✓ SPREIDING-OVER SEIZOENEN

PLEZIER- &
HARMONIE
ZOEKERS



voor Toerisme

BOUWEN DIE AANTREKKELIJK IS —

**DE LANG
STRAAT**

visie

LEVENDIGE
DUURZAME GASTVRIJE
VRIJETIJDREGIO



VAN TROTSE
ONDERNEMERS &
BETROKKEN INWONERS

met sterke
REGIONALE
SAMENWERKING



SAMEN- WERKING

Om te VERBINDEN,
VERSTERKEN &
INSPIREREN

VORMT DE KERN IN
ALLES WA T WE DOEN

NBTC —
BRABANTPARTNERS —
RBT —
STAKEHOLDERS —
ONDERNEMERS —



WE VERZAMELEN
EN DELEN KENNIS

&

BOUWEN AAN EEN
STERK REGIONMERK

VOOR, DOOR, MET:

Wat is er
te bieden?

BEZOEK DE LANGSTRAAT

ICONEN & PARELS
veelzijdig beleven



ONDERNEMERS

LOKAAL KARAKTER
& AUTHENTICITEIT



INWONERS

OM PRETTIG IN DE REGIO
TE WONEN



Strategische doelstellingen

RBT De Langstraat zet zich in om de regio als recreatieve bestemming in Noord-Brabant verder te versterken.

De strategische lijnen richten zich op hoe we het verschil maken: door de regio te profileren als aantrekkelijke bestemming voor één of meerdere dagen en door iconische trekpleisters en lokale parels te benutten. Zo creëren we een gevarieerd en passend toeristisch aanbod dat bezoekers over de regio en het jaar verspreidt.

Onze doelen voor de komende jaren zijn duidelijk:

- Verhogen van de zichtbaarheid van De Langstraat in de regio, door RBT.
- Verhogen van de zichtbaarheid van De Langstraat in het buitenland, in samenwerking met Brabant Partners (internationaal).
- Versterken van de beleving en

stimuleren van herhaalbezoek bij bezoekers.

- Samenbrengen van kennis en data om beter te kunnen sturen op toerisme en samenwerking.
- Samenwerking tussen ondernemers en RBT De Langstraat verbeteren en intensiveren.

Om dit te bereiken werken we nauw samen met gemeenten, ondernemers en regionale partners aan een bestemming die je graag bezoekt én waar je met plezier terugkomt.

Duurzaamheid staat daarbij centraal: we ontwikkelen het aanbod met oog voor natuur, erfgoed en leefbaarheid, en zorgen dat bezoekers zich gelijkmatig over seizoenen, locaties en dagen verspreiden.

Zo blijft De Langstraat niet alleen vandaag aantrekkelijk, maar ook morgen een levendige, gastvrije en toekomstbestendige regio.



Focus

Om de komende jaren de missie en doelstellingen te bereiken, zetten we in op de gezamenlijk vastgestelde focuspunten:

Samenwerking met ondernemers in De Langstraat | Structurele samenwerking opzetten die waarde toevoegt, waarbij we het iconische aanbod en de parels van de regio benutten om bezoekers te trekken en het toeristisch aanbod te versterken.

Samenwerking met regio-organisaties | Kennis en data samenbrengen en delen, zodat organisaties beter kunnen sturen op toerisme en zodat samenwerking en gezamenlijke initiatieven versterkt worden.

Inzetten op regiomarketing | Regiomarketing en -positionering uitvoeren om de naamsbekendheid van De Langstraat te vergroten en de regio zichtbaar, aantrekkelijk en herkenbaar te maken voor bezoekers en bewoners. (O.a. door middel van drukwerk, Social Media en online vindbaarheid.)

Ook zetten we stevig in op duurzaamheid. Op dit moment is de balans tussen “druk en draagkracht” en “economie en leefbaarheid” nog goed in Brabant en is er de komende jaren zeker nog ruimte om meer toeristen en recreanten te ontvangen. Om dit zo te houden moet er actief ingezet worden op het bereik van de juiste doelgroepen en de verspreiding over de seizoenen, dagen en locaties met als gevolg minder druk op het hoogseizoen, weekenden en bijvoorbeeld natuurgebieden. De Langstraat zal hierdoor niet alleen vandaag aantrekkelijk zijn, maar ook morgen leefbaar en toekomstbestendig blijven.

Pijlers

Voor het ondersteunen van deze gerichte aanpak en activiteiten en het bieden van structuur aan de organisatie bij het uitvoeren van haar (basis) taken houden we vast aan de vijf pijlers:

- **Kennis** | Verzamelen en uitwisselen en advies
- **Ontwikkeling** | Inspireren, stimuleren en faciliteren
- **Informatie** | Organiseren, verzamelen en verspreiden
- **Marketing** | Ontwikkeling, coördinatie en promotie
- **Trade & Sales** | Samenwerking met de (inter)nationale reismarkt van touroperators, riviercruises en andere traveltrade partners.

We doen het samen

Samenwerken zit in het DNA van RBT De Langstraat. Als schakel tussen overheden, ondernemers, inwoners en bezoekers zorgen we dat iedereen dezelfde kant op beweegt met één gezamenlijk doel: De Langstraat als aantrekkelijke, levendige en gastvrije regio verder laten groeien.

We richten ons op twee kanten van het speelveld:

- **De marktzijde** | De inwoners en bezoekers, die we willen inspireren om De Langstraat te ontdekken, te beleven en terug te komen.
- **De sectorzijde** | De ondernemers en instellingen, die met hun ideeën, producten en gastvrijheid de regio kleur geven.

Om dat goed te kunnen doen, trekken we actief samen op met onze partners: van gemeenten en lokale platforms zoals Midpoint Brabant, House of Leisure, Brabant Partners, NBTC en andere regionale en nationale DMO's.

De ondernemers zijn daarin onmisbaar. Zij ontvangen de gasten, creëren nieuwe belevingen en brengen de identiteit van De Langstraat tot leven. Wij stimuleren die ontwikkeling door als aanjager, verbinder, beoordelaar, facilitator en promotor op te treden. We moedigen ondernemers aan om zelf initiatieven aan te dragen en samen met ons projecten op te zetten die het regiomerk versterken.

Onze overtuiging is simpel: de kracht van De Langstraat zit in de mensen die er werken, wonen en ondernemen. Door elkaar op te zoeken, kennis te delen en samen te bouwen, kunnen we ons gezamenlijke doel bereiken.



Foto: Brabant Partners



ONZE TOEKOMST

We willen De Langstraat ontwikkelen tot een herkenbare en gewilde vrijetijdsbestemming in Noord-Brabant.

Een regio met eigen karakter waarin toerisme bijdraagt aan leefbaarheid, welzijn en een gezonde economie.

We richten ons niet op massatoerisme of het worden van een groot nationaal icoon zoals de Veluwe, maar wel op het versterken van onze unieke combinatie van natuur, cultuur en lokale beleving.

In die rol maken we slimme keuzes in positionering, spreiding en duurzame ontwikkeling, zodat bezoekers

bewust kiezen voor De Langstraat als alternatieve bestemming dicht bij de drukte van grote steden.

Door samenwerking met ondernemers, gemeenten en regionale partners bouwen we aan een toekomstbestendige regio die aantrekkelijk is om te bezoeken én prettig om in te leven.



Toeristische Informatiepunten

Onze Toeristische Informatiepunten (TIP's) zijn een kernonderdeel van onze ambitie.

In de officiële TIP's in Heusden (11.000+ bezoekers in 2025), Geertruidenberg (2.500+), Kaatsheuvel en Waalwijk

vinden bezoekers routes, activiteiten en inspiratie voor een goed startpunt van hun bezoek.

Ook onze lokale TIP's bij ondernemers spelen een grote rol. In lokale horeca of winkels op strategische punten krijgen bezoekers onderweg handige informatie, folders of tips voor nieuwe ontdekkingen. Zo wordt elke plek een kans om de regio te beleven, en dragen ondernemers bij aan een gast-vrije en herkenbare bestemming.

Samen zorgen alle TIP's ervoor dat bezoekers makkelijk hun weg vinden en bijzondere plekken ontdekken. Ze informeren en inspireren en dragen direct bij aan onze doelstellingen: de zichtbaarheid van De Langstraat vergroten, de beleving versterken, kennis en data bundelen en samenwerking tussen ondernemers en RBT De Langstraat intensiveren.

Aanpak en materialen

Om onze ambitie waar te maken, zetten we een mix van fysieke en digitale middelen in die bezoekers informeren, inspireren en begeleiden bij het ontdekken van De Langstraat. Zo helpen we hen bewuste keuzes te maken, langer te blijven en de regio op een ontspannen en persoonlijke manier te beleven.

We ontwikkelen en verspreiden o.a. een regiomagazine, informatieboekjes, plattegronden, inspiratiefolders en thematische routes. Deze liggen bij onze Toeristische Informatiepunten, lokale TIP's en andere locaties in de regio. Daarnaast bieden we een sterk digitaal aanbod met online routes, informatiepagina's en actuele content via onze website, sociale media en andere kanalen. Zo vinden bezoekers zowel vooraf als tijdens hun verblijf de juiste informatie en inspiratie.



In onze communicatie laten we zien waar De Langstraat voor staat en hoe bezoekers de regio kunnen beleven:

- We positioneren De Langstraat als een bewuste en betekenisvolle regio, waar lokaal, groen en zorgvuldig genieten centraal staan. We tonen hoe bezoekers kunnen bijdragen aan natuur, erfgoed en de lokale gemeenschap.
- We zetten De Langstraat neer als een plek van authenticiteit en rust met routes en verhalen die uitnodigen tot tempoverlaging en om te kiezen voor kwaliteit.
- Beleving staat centraal met verhalen over plekken, mensen en ambachten en we stimuleren echte ontmoetingen. We laten de gastvrijheid zien én voelen.
- We benadrukken dat De Langstraat een uitnodigende plek is om samen herinneringen te maken als familie, vrienden of als stel.
- Digitale middelen ondersteunen elke stap van de bezoekersreis, van inspiratie tot beleving ter plekke. Via website, routes en sociale kanalen.

Deze communicatiepunten vertalen de ambitie naar praktijk. Ze verbinden onze doelen en pijlers en versterken marketing, informatie, ontwikkeling en samenwerking. Zo draagt onze communicatie bij aan zichtbaarheid, beleving én een toekomstbestendige vrijetijdsregio.

Kansen

De komende jaren liggen er duidelijke groeikansen voor De Langstraat. De vrijetijdssector in Noord-Brabant blijft zich positief ontwikkelen: in 2024 ontving de provincie 4,99 miljoen verblijfsgasten, waarvan 16% uit België en Duitsland kwam. Deze internationale groei, gecombineerd met een stabiele binnenlandse markt, biedt ruimte om meer bezoekers bewust naar onze regio te trekken. [Brabant Partners]

Voor De Langstraat betekent dit dat we beter kunnen inspelen op bezoekers die kiezen voor rust, natuur, cultuur en meerdaagse beleving. De Duitse en Belgische markt blijkt bovendien bovengemiddeld geïnteresseerd in Brabant, wat kansen biedt voor arrangementen, routes, storytelling en versterking van onze internationale zichtbaarheid.

Daarnaast sluit de groeiende behoefte aan slow travel en leisure naadloos aan op onze regio en de doelgroepen die naar De Langstraat trekken. Nu het Van Gogh Nationaal Park in 2026 is uitgeroepen tot meest duurzame bestemming ter wereld, wordt de positie van onze regio binnen het nationale en internationale speelveld nog sterker. Dit onderstreept onze rol als rustige, groene en betekenisvolle bestemming waarin kwaliteit boven kwantiteit staat.





SAMENVATTING

De Langstraat is een regio waar natuur, cultuur, erfgoed en avontuur op korte afstand samenkomen. Een plek die voelt als thuishomen: gemoedelijk, gastvrij en vol bijzondere verhalen. RBT De Langstraat brengt die kracht tot leven. Als destination-marketingorganisatie bouwen we aan een herkenbare, toekomstbestendige vrijetijdsregio waar bezoekers ontdekken, ondernemers groeien en bewoners trots op zijn.

De komende jaren zetten we koers naar een bewuste, betekenisvolle en samenhangende regio. Geen massabestemming, maar een plek voor kwaliteit, rust, authenticiteit en

echte beleving. De wereld verandert. Bezoekers zoeken meer diepgang, reizen bewuster, willen tijd met elkaar en verlangen naar natuur en eenvoud. Precies daar ligt de kracht van De Langstraat.

We richten ons op vier kernprofielen:

- Plezierzoekers
- Harmoniezoekers
- Inzichtzoekers
- Stijlzoekers

Verscheidend in hun energie en verwachtingen, maar verbonden door de wens om te genieten. Voor hen ontwikkelen en vermarkten we een regio die uitnodigt om te ontdekken: iconische trekpleisters zoals de Efteling, Heusden, Geertruidenberg en de Loonse en Drunense Duinen, gecombineerd met lokale parels, bijzondere ondernemers en verrassende verhalen.

Onze rol is helder: we verbinden, versterken en inspireren. We brengen gemeenten, ondernemers en partners samen, verzamelen en delen kennis en bouwen aan een sterk regiomerk. We vergroten de zichtbaarheid van De Langstraat, versterken de bezoekersbeleving en stimuleren herhaalbezoek. Daarbij zetten we stevig in op duurzaamheid: een goede balans tussen drukte en draagkracht, tussen economie en leefbaarheid.

Samenwerking vormt de kern van alles wat we doen. Want alleen samen kunnen we een regio bouwen die aantrekkelijk is om te bezoeken én prettig om in te wonen. Met onze informatiepunten, routes, campagnes, verhalen en digitale middelen begeleiden we bezoekers van inspiratie tot ervaring. Altijd warm, toegankelijk en authentiek.

Deze visie is een uitnodiging om mee te bouwen aan een regio die straalt. Een regio waar we zorgvuldig mee omgaan, waar ondernemers trots hun verhaal delen en waar bezoekers zich welkom voelen. De Langstraat staat klaar om door te groeien als een levendige, duurzame en betekenisvolle bestemming.







CIJFERS 2025

4e plaats voor Noord-Brabant in
Top-5 bestemmingen van provincies

3,5 miljoen en 1,5 miljoen
Binnen- en buitenlandse gasten in
Noord-Brabant (excl. zakelijke gasten)

143.733 inwoners
in regio De Langstraat

5 miljoen bezoekers Efteling

1,4 miljoen bezoekers Heusden
Vesting (onderzoek '23/'24, publicatie '25)

22.300 bezoekers Schoenenkwartier

20.000 Oplage Toeristisch magazine
De Langstraat

20.000 Oplage bezoekersgids met
plattegrond van De Langstraat

43 / 124 Fiets- en wandelroutes
Gedrukt / online

+ **53,7% volgers** t.o.v. 2024
Stijging volgers Social Media

+ **389,1% bereik** t.o.v. 2024
Stijging bereik Social media

+ **70,5% websitegebruikers** t.o.v. 2024
Stijging gebruikers
bezoekdelangstraat.nl,
visitdelangstraat.com +
besuchdelangstraat.de

+ **54,2% downloads** t.o.v. 2024
Stijging downloads online routes

+ **56,3% websitebezoeken** t.o.v. 2024
Stijging bezoeken via drukwerk

+ **47,7% abonnees** t.o.v. 2024
Consumenten nieuwsbrief

SEO

Duidelijke ontwikkeling te zien in
vindbaarheid in Google. Van zoek-
termen waar we de focus op leggen,
verbeteren de posities aanzienlijk.





Foto: Brabant Partners

DE LANGSTRAAT

www.bezoekdelangstraat.nl | www.visitdelangstraat.com | www.besuchdelangstraat.de