Cuijk (aan de Maas) een volwaardige ‘reason to travel’

Beoogde doelstelling gemeente Cuijk

1. Romeins verleden van Cuijk op de kaart
2. citymarketing
3. parel in het Land van Cuijk – grote aanwinst als toeristisch attractie
4. flinke toename toerisme Land van Cuijk
5. Economische impuls
6. Cuijk (terug) aan de Maas

Archeo-experience center

- is alles in één: uniek, museum, experience center en archeologische hotspot
- bijzondere blauwe schaal van Millifiori glas is basis van de Romeinse identiteit van het Romeinse kwartier van Cuijk
- schaal ligt exact op de plek van het castellum en ter hoogte van het begin van de Romeinse brug
- eyecatcher, dag en nacht
- spraakmakend, trekt aandacht en is uniek
- gebouw met internationale uitstraling
- ultieme connectie, Cuijk (écht) aan de Maas
- unieke skyline van Cuijk met blauwe schaal, iconische kerk, oude toren en de cortenstalen wand van de Maaskade
- een poort naar het UNESCO Maasheggen-gebied aan de ene kant en de Kraaijenbergse Plassen aan de andere kant
- de schaal staat (architectonisch) op ‘kiepen’, balanceert op het randje van het verleden en legt zo de verbinding tussen verleden en heden
- rijke Romeinse verleden van Cuijk wordt meteen zichtbaar en tastbaar
- gebouw is multi-inzetbaar, verhuur voor bijeenkomsten, bruiloften en kleinere congressen

The Dutch Palm



360 graden

360⁰ beleving in schaal à la Panorama Mesdag



Spitsen

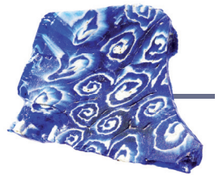
iconisch + aantrekkelijk



Lusthof

Cuijk (terug) aan de Maas





Millifiori schaal als inspiratie

Cuijk was een essentieel onderdeel van het Romeinse rijk. Dat is nooit echt goed verteld. De scherf van Cuijk staat symbool voor dat ontbrekende stukje. Door van de scherf weer een echte schaal te maken, is het verhaal van Cuijk compleet.









Cuijk

- Cuijk écht op de kaart dmv Archeo-experience center
- Cuijk moet iets te bieden hebben, daarom is Romeins kwartier van groot belang net zoals bijv. horeca, schouwburg en bioscoop
- Romeins kwartier is ook centrum en is hiervoor van groot belang (verbinding tussen Maas en hart van Cuijk)
- Maasboulevard autovrij, Cuijk terug aan de Maas
- het centrum krijgt eindelijk de ziel waar het al zo lang naar op zoek is

Nijmeegse Vierdaagse



Een multifunctionele Ceuclum-toren

- kloppend hart van Romeins kwartier
- dynamiek, van de mensen laten zijn
- toren volledig doorontwikkelen en ten dienste staan van het Romeins kwartier met klein museum, hotelkamers*, lunchroom en werkplekken.
- toegankelijkheid (rolstoel)
- terras voor toren, oude funderingen zichtbaar

Uitzicht met VIP-terras

op dak van schaal (doortocht Vierdaagse)



Een vernieuwd Romeins kwartier

- beter museum, multifunctionele Ceuclumtoren en ‘t Lusthof (op de trappen van de Maaskade)
- teruggehaalde Cuijkse schatten kunnen eindelijk worden geëxposeerd
- archeologische hotspot met een indrukwekkende beleving voor toeristen en kenniscentrum voor archeologie, studie en onderzoek op internationaal niveau

Landelijke publiciteit



Cuijk op de kaart

- Archeo-experience center zal landelijke publiciteit genereren
- landelijke televisie mbt prominente plek tijdens doortocht Nijmeegse Vierdaagse ter hoogte van pontonbrug (NOS - KRO NCRV met ‘Het gevoel van de Vierdaagse’)
- samenwerking met Xanten, Nijmegen en Heerlen

Free publiciteit



- schaal zal veel selfies bij de toerist genereren

*kan torenappartement worden; zal gaan behoren tot de bijzondere overnachtingsplekken in Nederland en daarmee extra publiciteit genereren; ‘A night at the museum’ voegt een speciale belevenis toe in het Romeinse kwartier

Foodservice als meerwaarde voor beleving en inkomsten

Minder bezoekers hoeft geen probleem te zijn voor een attractie als daar de bedrijfsvoering op is aangepast. Daarbij kun je denken aan meer opbrengsten per bezoeker of sturen op lagere kosten. Het onderdeel foodservice is in veel Nederlandse dagattracties nog relatief onderontwikkeld. Goof Lukken, docent aan de BUAS, legde treffend het belang van foodservice voor een attractiepark uit: “Gasten komen naar je park voor een totaalbeleving. Daar maakt eten en drinken een belangrijk onderdeel van uit. De foodservice moet in het verlengde staan van je totale parkbeleving.” De foodservice is voor veel parken ook de belangrijkste inkomstenbron, na de entreetickets. Door hier kwaliteit en beleving aan toe te voegen kun je de inkomsten vergroten. Uit een recente inventarisatie door de organisatie ‘Gezond Uit’, onderdeel van JOGG, bleek dat Nederlander de prijs/kwaliteit verhouding als onvoldoende ervaren en mede daardoor vaak hun eigen boterhammetjes en drankjes meenemen naar het park. Hoe anders is dat bij onze Zuiderburen, waar de lunch een feestje voor zintuigen is, waar ruim de tijd voor wordt genomen. Dit sluit ook goed aan bij de basisbehoefte waar attracties een invulling aan geven; De samenbeleving.