

JAARPLAN 2026 Gebiedspromotie Zuidwest-Drenthe

ACHTERGROND

Dit jaarplan is gebaseerd op het Meerjarenplan 2025 tm 2028 van de Stichting Gebiedspromotie Zuidwest-Drenthe. In de afgelopen jaren hebben de gemeenten Westerveld, De Wolden, Meppel en Hogeveen de krachten gebundeld in één regiomarketingorganisatie. Dit heeft geresulteerd dat de organisatie in 2025 is bestendigd en de funding heeft gelegd voor een vruchtbare ontwikkeling van het toeristisch veld in de aankomende jaren. De basis is op orde om nu in de aankomende vijf jaar een volgende stap te zetten de regio nóg sterker te maken.

Toerisme is een middel om bij te dragen aan het oplossen van grotere maatschappelijke vraagstukken. Goede recreatieve voorzieningen maken de regio leefbaarder. De sector toerisme versterkt de economische positie van de regio.

Daarbij is samenwerking tussen ondernemers en stakeholders onderling hard nodig. Dit verbetert het aanbod, de dynamiek, informatieverstrekking en het gastheerschap richting de gast. Een verbinder die het regionale belang voor ogen houdt is hierbij van belang. Die verbinder, dat is de Gebiedspromotie Zuidwest-Drenthe.

WAAROM REGIOMARKETING?

- De toerist kent geen gemeentelijke grenzen en vraagt om regionale informatie (wat is er te beleven?)
- De reikwijdte van de toerist wordt steeds groter (mede door e-bike) > toeristische kaarten en routes kunnen niet 'stoppen' bij de gemeentelijke grenzen
- Door samen te werken vanuit één organisatie is er meer gezamenlijke slagkracht en werken we hoogwaardiger en efficiënter
- Het scheelt organisatiekracht voor bijv. info avonden of gebiedssafari's
- Het is efficiënter en daadkrachtiger samenwerken met partners als Marketing Drenthe, de provincie, terreinbeheerders, het Recreatieschap etc.
- De regionale samenwerking en uitwisseling tussen ondernemers wordt versterkt

RESULTAAT

Er kan breder worden opgepakt en gerealiseerd, beter geborgd in een meer robuuste, bestendige en professionele organisatie.

REGIOMARKETING ZUIDWEST-DRENTHE

Regiomarketing heeft een paraplufunctie boven de lokale stads/dorpspromotie organisaties. Daarbij werkt regiomarketing nauw samen met de Destinatie Management Organisatie (ic. Marketing Drenthe). Alle drie de lagen hebben een eigen functie richting de recreant/toerist, het één kan niet zonder het ander; een goed samenspel levert synergie op.

ORGANISATIE

TAAKSTELLING (IN GROTE LIJNEN)

NBTC

Campagnes in het **buitenland** ter promotie van Nederland en diverse daaronder vallende steden en regio's.

Marketing Drenthe

Promotie van Drenthe in Nederland, Duitsland en Vlaanderen. Taken: bekendheid van, het imago van de provincie, het bezoek naar de provincie, plus onderzoeksfunctie.

Regiomarketing

Het zorgen voor een optimale beleving van en in het gebied. Verbinden van ondernemers, vergroten van kennis van ondernemers, zorgen voor toeristische informatievoorziening, ontwikkelen van brochures/kaartmaterialen. Spreiden en verleiden van toeristen door de regio (stad/platteland). Promotie van de regio daar waar de regio wel de behoefte heeft, maar dit niet door Marketing Drenthe ingevuld wordt.

City of dorpsmarketing

Zorgdragen voor een bruisende stad of dorp. Naast toeristen, zijn inwoners ook een belangrijke doelgroep voor city- en dorpsmarketing.

Lokale ondernemer

Marketing van de eigen accommodatie

Het samenspel tussen dorps/citymarketing, de regionale promotie Zuidwest-Drenthe en Marketing Drenthe is van groot belang. Door slimme inzet zullen de organisaties elkaar significant versterken en wordt dubbelwerk vermeden.

DOELSTELLING REGIOMARKETING ZUID-WEST DRENTHE

De doelstelling van regiomarketing is om de kracht van de regio versterken. Dit doen we door te werken vanuit de volgende pijlers. (zie Bijlage 1 voor nadere uitwerking van de pijlers)

Verbinden

- Onderlinge verbinding vergroten tussen de toeristische ondernemers (verblijfs-dagrecreatie en horeca) in Zuidwest-Drenthe;
- Verbinden van toeristische sector met terreinbeheerders, cultuur- en sportorganisaties;
- Verbinding versterken met de 'buren', Weerribben-Wieden, Koloniën van Weldadigheid, Het Reestdal, Het Vechtdal, Zuidoost-Friesland en Midden-Drenthe;
- Verbinding versterken met Marketing Drenthe, Recreatieschap Drenthe en Provincie Drenthe.

Informatievoorziening

- Vergroten gastheerschap van ondernemers en TIP medewerkers/vrijwilligers;

- Vergroten regiokennis en ambassadeursfunctie ondernemers en TIP medewerkers/vrijwilligers;
- Zorgdragen voor juiste informatievoorziening van de regio op (derden) websites, Drenthe.nl, sociale media en de digizuilen;
- Zorgdragen voor juiste informatievoorziening naar ondernemers, partners en betrokkenen;
- Toeristische ondernemers stimuleren en ondersteunen hun informatievoorziening digitaal op orde te hebben, ook in de Duitse taal,

Productontwikkeling

- Ontwikkelen van kaartmaterialen die bijdragen aan de beleving van de verhalen van de regio Zuidwest-Drenthe;
- Ondernemers stimuleren producten te ontwikkelen die bijdragen aan de beleving van de verhalen van Zuidwest-Drenthe;
- Derden (bijv cultuurorganisaties of sportclubs) stimuleren en inspireren producten te ontwikkelen die passen bij de beleving van de regio.

Promotie

- Eenduidige positionering & huisstijl voor de regio;
- Vergroten van de bekendheid van de verhalen van Zuidwest-Drenthe en hoe die kunnen worden beleefd;
- Vergroten van de bekendheid van regio Zuidwest-Drenthe, specifiek voor het laagseizoen, specifiek in de doelgroep Inzichtzoeker in Nederland, Vlaanderen en Duitsland.
- Stimuleren langere verblijfsduur en herhaalbezoek, meer bestedingen in het gebied;
- Stimuleren cross-overs in de regio;
- Bijdragen aan de promotie van de evenementen in de regio.

WERKWIJZE

Om bovenstaande te realiseren wordt een jaarplan met activiteiten opgesteld. Dit jaarplan wordt afgestemd met de beleidsambtenaren Recreatie en Toerisme van de aangesloten gemeenten. Na akkoord wordt het jaarplan in uitvoering gebracht en aan het einde van het jaar geëvalueerd. Gedurende het jaar vindt er structureel overleg plaats tussen de toeristisch regisseurs en de ambtenaren R&T om de voortgang van het jaarplan te bespreken.

DE ORGANISATIE

De regiomarketing Zuidwest-Drenthe is een zelfstandige, uitvoerende (koepel)organisatie boven de bestaande lokale toeristische organisaties. De regiomarketingorganisatie is een stichting met een 5-koppig bestuur (1 Meppel, 1 Hogeveen, 1 De Wolden en 2 Westerveld). Het bestuur bestaat uit een voorzitter, penningmeester, secretaris en twee algemene leden.

De overkoepelende stichting ontvangt de jaarlijkse gemeentelijke bijdragen (subsidies), zoals in het MJP 2025 t/m 2028 is afgesproken met indexering (CBS inflatiecijfer) vanaf 2026. Om de continuïteit van de stichting en de arbeidsrelatie met de medewerkers te borgen is deze meerjarige garantie (minimaal 4 jaar) vanuit de gemeenten in hun jaarlijkse bijdrage een belangrijke voorwaarde. Tevens leveren de ambassadeurs van de stichting een jaarbijdrage.

Het stichtingsbestuur is verantwoordelijk voor accurate exploitatie van de stichting en uitvoering van het jaarplan (dat dus jaarlijks met de gemeenten wordt afgestemd). Voor het opstellen van het jaarplan en de uitvoering ervan, wordt in 2026 een team aangesteld bestaande uit: 1 regiomanager, 2 toeristische regisseurs, 1 sales medewerker, 1 content medewerker.

Relevante projecten kunnen naast de kerntaken additioneel worden aan de regiomarketingorganisatie. Naar wens en noodzaak kunnen extra professionals ingehuurd worden om mogelijk extra projecten uit te voeren onder de vlag van de regiomarketingorganisatie Zuidwest-Drenthe.

De regiomarketingorganisatie heeft kantoor in Buitencentrum De Poort in Ruinen. Hier beschikt de stichting over een eigen ruimte voor haar medewerkers. De locatie is centraal gelegen voor ondernemers en stakeholders en tevens geschikt om grotere bijeenkomsten te organiseren.

FUNCTIONIES & TAKEN

Algemeen

Uitgangspunt is dat er minimaal 4 uur per week gezamenlijk op kantoor gewerkt wordt, voor teamoverleg en afstemmen van projecten en activiteiten. Daarnaast wordt er minimaal 1 dag per week gereserveerd voor bezoek aan ondernemers. De overige uren zijn voor promotie-activiteiten, projectcoördinatie en het bijwonen van meetings en uitwerken/opvolgen van afspraken gemaakt met ondernemers.

Regiomanager

De regiomanager geeft sturing aan het team, gericht op uitvoering van de jaarplanactiviteiten. De regiomanager is verantwoordelijk voor strategische ontwikkeling, voor de jaarplannen en voor de budgetbewaking van de activiteiten. De manager is zowel aanspreekpunt voor het bestuur van de stichting als voor de beleidambtenaren R&T van de gemeentes. De manager neemt deel aan overleggen met een strategisch niveau.

Toeristisch regisseurs

Zij nemen deel aan het teamoverleg en zijn deelnemer van andere overleggen, zoals met Marketing Drenthe, lokale city/dorpsmarketing. Zij zijn verantwoordelijk voor het uitvoeren van de promotie-activiteiten en voeren de coördinatie van de projecten. Wekelijks bezoeken ze ondernemers en zorgen voor opvolging van gemaakte afspraken met hen.

Salesmedewerker

De sales medewerker neemt eveneens deel aan het wekelijkse teamoverleg. Ze gaat op pad om ondernemers ambassadeur te maken van de stichting en koppelt bijzonderheden terug uit deze bezoeken. Daarnaast heeft de sales medewerker een rol in de uitvoering van activiteiten die een salesonderdeel hebben, zoals het werven van adverteerders voor de UIT-krant.

Contentmedewerker

Zij neemt deel aan het wekelijks teamoverleg, is verantwoordelijk voor de content en realisatie van social media, de nieuwsbrief en de evenementenposter. In 2026 zal ook een belangrijke taak weggelegd zijn voor de content van de website.

JAARPLAN 2026

In 2025 lag de focus op het zichtbaar worden van de regiomarketing organisatie in het veld. Er zijn tientallen nieuwe ambassadeurs bezocht en aangesloten. Daarnaast hebben we met een nieuwe huis-aan-huiskrant meer dan 100.000 huishoudens in de regio bereikt. We hebben campagne gevoerd rond 80-jaar vrijheid en op de Fiets- en Wandelbeurs gestaan. Ook de jaarlijkse grote oploop, bussafari en kennissessies waren een succes..

Voor 2026 gaan we de nadruk leggen op de recreatieve informatievoorziening voor toerist én inwoner in Zuidwest-Drenthe. Dat resulteert in de lancering van een eigen website voor de regio, plus de optimalisatie van de interactieve kaart. Los daarvan zetten we in op thema's als haakjes voor extra reuring in en traffic naar de regio en ondernemers.

Focus voor 2026

1. Lancering website www.zuidwestdrenthe.nl
2. Doorontwikkeling Interactieve Kaart (wolf maps)
3. The Passion
4. Ontwikkeling Cultuurmaand
5. Introductie Restaurantweek
6. 5 jaar UNESCO Werelderfgoed Koloniën van Weldadigheid
7. Natuurweek Drents-Friese Grensstreek

ACTIVITEITEN 2026

1. BASIS COMMUNICATIE

Nieuwe website

Fundering van onze organisatie

Dat begint met een nieuwe website voor de regio waar alle recreatieve informatie te vinden is. Deze website is een verdieping op de website Drenthe.nl waar alle informatie in Drenthe te vinden is. De nieuwe regio website zal een 'inzoom' zijn op Drenthe.nl met alléén relevante informatie voor de inwoner en toerist in onze regio.

- Koppeling database Drenthe.nl > basis informatie van ondernemers, routers en events worden ingelezen in de regio website. Zo borgen we dat basis informatie door ondernemers en organisaties maar 1x ingevoerd hoeft te worden;
- Mogelijkheid voor uitgebreide dorps / steden pagina's, waar hun lokale verhalen en aanbod een podium krijgen;
- Mogelijkheid voor de nationale parken om uitgebreide informatie te geven mbt routes, agenda, bezoekerscentra, events etc;
- Mogelijkheid om alle leden van de Stichting Gebiedspromotie Zuidwest-Drenthe een plek te geven op de website (bijv. retail);

- Mogelijkheid tot het maken van speciale thema pagina's (bijv. cultuurmaand, restaurantweek, natuurweek Nationale Parken etc);
- Mogelijkheid tot commerciële samenwerking met ondernemers of lokale organisaties (uitlichten van bedrijven of events);
- Het bieden van een platform waar acties op kunnen landen (bijv van de Fiets- en Wandelbeurs);
- Het bieden van een platform voor ondernemers communicatie (inschrijven workshops en events);
- In de toekomst het bieden van de mogelijkheid om tickets voor activiteiten te boeken.

Interactieve kaart

Op de website zal ook ruimte zijn voor een presentatie van de interactieve kaart die in 2024 is gerealiseerd. Deze interactieve kaart biedt de recreant in één keer een digitaal overzicht met alle recreatieve voorzieningen in de regio. Vanuit de eigen locatie kan men de interesse selecteren, bijv. uitkijktorens, en direct naar de locatie van keuze navigeren.

De kaart is een handige tool voor een overzicht van alle restaurants in de omgeving, musea, speeltuinen, routes etc etc. Je kunt eenvoudig filteren en direct navigeren.

Om op de kaart getoond te worden, dient men lid te zijn/worden van Gebiedspromotie Zuidwest-Drenthe.

Alle leden krijgen een display voor de eigen locatie, met QR code naar de interactieve kaart. Deze kan op de balie van de locatie neergezet worden om de kaart te promoten. Verder wordt de interactieve kaart op alle materialen (inspiratiekaart, fietskaarten, huis- aan-huis krant etc) vermeld.

Social Media

3x per week worden er informatieve berichten op de Facebook pagina van Zuidwest-Drenthe geplaatst, met op donderdag altijd de 'weekend tips' post met vermelding van alle evenementen in het desbetreffende weekend.

Los van de openbare facebook pagina, is er ook een besloten pagina voor ondernemers. Via dit kanaal worden relevante berichten met de achterban gedeeld.

In 2026 zal er meer aandacht besteed worden aan groei van de kanalen en zichtbaarheid door meer in te zetten op reels en stories.

Nieuwsbrief

Maandelijks wordt een nieuwsbrief gestuurd naar ondernemers en vrijwilligers van Gebiedspromotie-Zuidwest-Drenthe. Zodra de nieuwe website is gerealiseerd, zal er ook een nieuwsbrief voor de consument (inwoners en toeristen) volgen.

2. TOERISTISCHE INFORMATIEVOORZIENING

Toeristische informatievoorziening bij TIP kantoren, folderpunten en ondernemers

In 2026 wordt een analyse gemaakt van de fysieke toerist infopunten. Hiermee wordt bedoeld dat we gaan kijken op welke manieren inwoners en recreanten nu toeristische informatie op fysieke locaties beleven.

Er zijn toerist info kantoren maar ook folderpunten en tot slot de balies bij ondernemers zoals vakantieparken, hotels en campings. Hoe kunnen we op deze plekken de informatievoorziening optimaliseren?

- zichtbaarheid van de regio Zuidwest-Drenthe
- zichtbaarheid van de regio met basis foldermaterialen
- toegankelijkheid van deze locaties (openingstijden)
- digitale ontsluiting van informatie op deze locaties
- kennis van ondernemers en vrijwilligers

Toeristische informatiematerialen

Voor Zuidwest-Drenthe kiezen we voor een basisset aan informatiematerialen, die optimaal bij alle ondernemers en TIP locaties/folderpunten zichtbaar en op voorraad zijn.

- Fiets- en Wandelkaart
- Fiets- en Wandelbord (TIP locaties en grote vakantieparken/campings)
- Inspiratiekaart scheurblok (via Recreatieschap)
- Highlight inspiratiefolder NL/DU/ENG – **NIEUW**
- UITkrant tbv toerist en inwoner
- Display interactieve kaart

Highlight flyer Zuidwest-Drenthe (NL/DU/ENG): in de regio mist er een folder die de highlights van de regio weerspiegelt. Een mini flyer die bij alle ondernemers en toerist info locaties beschikbaar is voor de bezoekers aan de regio. De flyer maakt tevens een verwijzing naar de nieuwe website en interactieve kaart voor uitgebreidere informatie.

Zomer UITkrant Zuidwest-Drenthe: in de regio worden vele activiteiten en evenementen georganiseerd. Om beide groepen te bedienen, wordt er vanaf mid maart een UITkrant verspreid via de regionale kranten. In de UITkrant wordt ruim aandacht besteed aan alle activiteiten en evenementen, maar ook aan de basis recreatieve voorzieningen zoals routes, ommetjes, musea, dagattracties etc. De ervaring leert dat ook voor inwoners er nog veel recreatieve 'geheimen' en onontdekte parels te beleven zijn. De krant biedt ook ruimte aan ondernemers om advertenties te plaatsen. In de krant wordt verwezen naar de nieuwe website en interactieve kaart voor uitgebreidere informatie.

3. KENNIS & GASTVRIJHEID

Eén van de belangrijke taken van de regio organisatie is het verbinden van ondernemers, het versterken van het netwerk en het vergroten van kennis bij de ondernemers en vrijwilligers (gastheren en gastvrouwen).

Grote Oploop en najaarsbijeenkomst

Aan de start van het seizoen d.d. 25 maart 2026 wordt er dit jaar in de Tamboer in Hoogeveen een grote bijeenkomst georganiseerd voor de hele regio, ondernemers, vrijwilligers en stakeholders. Er wordt informatie uitgewisseld, er zijn stands van partners (bijv attracties, musea, natuurorganisaties) en ondernemers krijgen de kans hun folders neer te leggen om deze onderling uit te ruilen. Dergelijke bijeenkomsten trekken ca 200 personen en worden jaarlijks op een andere locatie in de regio georganiseerd.

Ook in het najaar wordt een bijeenkomst georganiseerd om nieuwe ontwikkelingen en de activiteiten van het volgende jaar te presenteren aan de ambassadeurs en stakeholders.

Gebiedssafari

1x per jaar in het najaar gaan we met circa 50 ondernemers een dag op pad om nieuwe locaties en projecten in de regio te bekijken en creëren we de gelegenheid tot uitwisseling tussen ondernemers.

Naast de Gebiedssafari wordt er in het voorjaar een Camping Hop on Hop off voor ondernemers georganiseerd om ondernemers bij elkaar 'in de keuken' te laten kijken en ervaringen te laten uitwisselen.

TIP – Regiokennis bijeenkomst

Aan het begin van het seizoen wordt er voor de vrijwilligers een gezellige en informatieve bijeenkomst georganiseerd om hen bij te praten over alle nieuwtjes in de regio.

Kennisworkshops

Twee keer per jaar in het winterseizoen worden er workshops georganiseerd met een educatief karakter om de kennis bij ondernemers te vergroten. Dat kan bijv. online marketing zijn, Gastvrijheid, AI of de Duitse taal.

4. PROMOTIE

De promotie van Drenthe ligt in handen van Marketing Drenthe. Gebiedspromotie Zuidwest-Drenthe pakt de niches op waar de behoefte van de regio ligt en probeert aan te sluiten bij de doelgroep 'inzichtzoeker' (zie bijlage 2).

Fiets- en Wandelbeurs Utrecht

Jaarlijks staat Zuidwest-Drenthe met een stand op de Fiets- en Wandelbeurs in Utrecht. Gezien het grote succes van de afgelopen jaren, zal de regio ook in 2026 aanwezig zijn.

Social Media

Het social media kanaal van de Zuidwest-Drenthe heeft ondertussen een groot bereik. Deze wordt ingezet om activiteiten, events en reguliere highlights van de regio te promoten.

Pers & PR (ism Marketing Drenthe)

Er zal actief ingezet worden om highlights van de regio onder de aandacht te krijgen van influencers en media. Dit zal samen met Marketing Drenthe opgepakt worden. Denk hierbij aan Shakespeare in Diever, nationale parken, Kolonien van Weldadigheid etc.

Campagnes

In 2026 worden speciale campagnes ingericht om extra aandacht voor te vragen/krijgen:

- The Passion
- Cultuurmaand
- Restaurantweek
- 25 jaar Nationaal Park Drents Friese Wold
- Kolonien van Weldadigheid 5 jaar UNESCO Werelderfgoed
- Natioale Parken Beleefweek

BEGROTING 2026

GEBIEDSPROMOTIE ZUID-WEST DRENTHE	Begroting 2026
Personeel	
Personeel incl verzekering	148.000
Inhuur regiomanager en contentmedewerker	63.500
Kennis en gastvrijheid	0
Voorjaars en kerst bijeenkomst (incl pakketten)	10.000
Gebiedsafari	3.000
Kennisworkshops	3.000
Gebiedsmarketing: materialen en promotie	0
Uitkrant	10.000
Highlighflyer	5.000
Wolfmaps	2.500
Display ondernemers	1.000
Distributie materialen	1.000
Drenthe Gids	5.000
Fiets wandelbeurs (aanbetaald 2026 in 2025!)	8.000
Duitse markt	2.000
Social Media Campagne	2.500
Foto & Video	5.000
Evenementenposters incl verzending	8.000
Website	5.000
Bedrijfskosten	16.500
Bestuurskosten	4.000
Onvoorzien	2.000
TOTAAL	305.000
Dekkingsbijdragen	
Westerveld	120.000
De Wolden	60.000
Hoogeveen	40.000
Meppel	40.000
Ondernemers	45.000
TOTAAL	305.000

Bijlage 1. Nadere uitwerking pijlers

VERBINDEN

Om de onderlinge verbinding tussen toeristisch ondernemers en betrokken stakeholders uit de sector (cultuur, natuur, sport) te stimuleren zet Regiomarketing Zuidwest-Drenthe de volgende activiteiten in:

→ Voorjaars- en Najaarsbijeenkomst

Jaarlijks worden twee grote bijeenkomsten georganiseerd voor alle betrokken ondernemers, beleidsmakers en bestuurders uit de regio. Eenmaal medio maart voorafgaand aan het toeristisch seizoen, aanvullend een bijeenkomst na afloop van het seizoen begin november. Tijdens deze sessies is er ruimte om nieuws te delen vanuit zowel de regiomarketing organisatie, Marketing Drenthe, lokale partners of derden stakeholders. Tevens kunnen er nieuwe producten worden gelanceerd en is er in het voorjaar ruimte om folders uit te wisselen. Een belangrijk moment van deze bijeenkomsten is het netwerkonderdeel.

→ Facebook Groep

Regiomarketing Zuidwest-Drenthe beheert een besloten FB groep voor ondernemers. In deze groep kan relevante informatie uitgewisseld worden. Het is een belangrijk kanaal om door het jaar heen in contact te blijven met de achterban en op de hoogte te blijven van elkaars nieuws.

→ Nieuwsbrief

Minimaal een keer per kwartaal wordt er een nieuwsbrief gestuurd naar alle ondernemers en stakeholders in de sector.

→ Inloopmiddag

Elke maandagmiddag heeft regiomarketing Zuidwest-Drenthe de deuren geopend voor ondernemers. Zij kunnen langskomen met vragen of voor support.

→ Bijeenkomsten lokale aanjagers

In de regio zijn diverse lokale city/dorpsmarketing organisaties actief. Regiomarketing Zuidwest-Drenthe is de overkoepelende paraplu. Regelmatige afstemming van strategie en lopende zaken is daarom van belang. Regiomarketing woont lokale bijeenkomsten met ondernemers bij en heeft door het jaar goed contact met de lokale 'anjagers'.

→ Bijeenkomsten / samenwerking met de 'buren'

Regiomarketing Zuidwest-Drenthe is de organisatie om het contact met burenen te onderhouden. Denk hierbij aan het Nationaal Park Weerribben-Wieden, Het Reestdal, Midden-Drenthe, Zuidoost-Friesland, het Vechtdal en de Koloniën van Weldadigheid. Ook heeft regiomarketing Zuidwest Drenthe zitting in het periodieke overleg met overige regio's in Drenthe.

→ Bezoek ondernemers

Een belangrijke taak is het bezoek aan ondernemers. Vanuit Regiomarketing organisatie zal een overzicht gemaakt worden van alle accounts, waarbij een onderscheid gemaakt zal worden in type (soort en omvang) van de bedrijven. Op basis van het overzicht wordt een bezoekplanning gemaakt. Hierbij wordt de regio in twee opgedeeld, waarbij elke Regio coördinator een deel voor haar rekening neemt:

Regio coördinator 1 - Westerveld

Regio coördinator 2 – De Wolden / Hoogeveen / Meppel

Regio coördinatoren focussen in hun bezoek op hotels, vakantieparken, campings en dagattracties.

De TIP coördinator bezoekt de TIP locaties, TIP servicepunten en B&B's in de regio.

De bezoekplanning wordt afgestemd met de accountmanager ZW Drenthe van Marketing Drenthe en de betrokken beleidsambtenaren van de gemeenten.

→ Aanjagen en verbinden met cultuur, sport en natuur

De sectoren sport, cultuur en natuur zijn belangrijk voor beleving in het gebied. Het zijn vaak organisaties uit deze sectoren die eenmalig (events) of continu zorgen voor beleefbaar productaanbod (musea, zwembad, wandelroutes of bezoekerscentrum). Niet al deze organisaties zijn erop ingericht of hebben alle tools om de toerist te bereiken. Door slimme samenwerking met regiomarketing organisatie, kan er een extra podium worden gerealiseerd. Enerzijds is het dus van belang dat de regio coördinatoren goed contact onderhouden met deze organisaties en op de hoogte zijn van de ontwikkelingen en geplande activiteiten door deze nevensectoren. Vervolgens kan regiomarketing het productaanbod meenemen in de diverse communicatietools (website, socials, nieuwsbrief, evenementenposter etc).

→ Sector tafels (campings, hotels, recreatie, B&B)

Naast de grote algemene bijeenkomsten wordt er jaarlijks ook een sector tafel georganiseerd. Dit is bedoeld om meer specifiek in te kunnen gaan op ontwikkelingen voor bijvoorbeeld hotels. Afhankelijk van de wens van de desbetreffende sector wordt deze bijeenkomst 1 of 2 keer per jaar georganiseerd.

→ Verbinding met Marketing Drenthe, Recreatieschap Drenthe, Gemeenten en de Provincie
Door het jaar vindt er continu afstemming plaats met de belangrijkste partijen binnen het toeristische destinatiemanagement van Drenthe. De regio coördinator(en) wonen meetings bij, doen verslag van ontwikkelingen in de regio Zuidwest, zorgen voor een goede presentatie van regio Zuidwest binnen de algehele promotie van Drenthe en halen relevante informatie op voor hun achterban om op haar beurt te delen.

INFORMATIEVOORZIENING

Een belangrijke doelstelling van regiomarketing Zuidwest-Drenthe is zorgdragen voor een optimale informatievoorziening en gastheerschap in de regio. Het doel is om de toerist te informeren over al het moois in de regio, om de toerist zo te verleiden en te spreiden. Bovenliggend doel is om de toerist terug te laten komen (loyaliteit opbouwen), dan wel ambassadeur te maken voor de regio (mond-tot-mond reclame). Een belangrijke speler om dit te realiseren is de ondernemer. Deze ontvangt de gast, adviseert en wijst hem de weg.

Als regiomarketing dragen wij bij de kennis en het gastheerschap van de ondernemers en TIP medewerkers/vrijwilligers te vergroten. Dit doen wij door inzet van:

→ Kennisworkshops

Minimaal 2x per jaar worden er kennisworkshops georganiseerd om de skills van de ondernemers te vergroten. Deze workshops zijn vaak gerelateerd, bijvoorbeeld 'filmen met je mobiel' of "Google management". Op deze manier kan de ondernemer zijn/haar bedrijf en de regio beter promoten.

→ Gebiedssafari

1x per jaar wordt er een safari door de regio georganiseerd, waarvoor ondernemers zich kunnen aanmelden. De safari kan een thema hebben (bijv. Koloniën van Weldadigheid, Natuurgebieden, Restaurants, Duurzaamheid) of nieuwe bedrijven in de regio presenteren. Voor deze safari is ruimte voor circa 80-100 personen.

→ Vrijwilligers TIP bijscholen

De trainingen om TIP vrijwilligers bij te scholen worden afgestemd met IVN en het Recreatieschap Drenthe die trainingen verzorgen.

→ E-learning

Marketing Drenthe heeft een e-learning platform beschikbaar met diverse trainingen. Vanuit regiomarketing wordt dit platform extra onder de aandacht gebracht bij ondernemers en TIP medewerkers. Dit gebeurt via de bijeenkomsten, nieuwsbrief en bezoeken aan ondernemers/TIP's.

→ Drenthe.nl en digizuilen

Het Regiomarketing team zorgt voor optimale presentatie van de regio met haar divers aanbod van ondernemers en evenementen op Drenthe.nl en de diverse digizuilen in de regio.

Ondernemers worden gestimuleerd hun informatie correct op te voeren op Drenthe.nl, bij voorkeur ook op Erlebdrenthe.de

→ Toeristisch kaartmateriaal

Vanuit de regiomarketing worden diverse regiokaarten ontwikkeld die aangeboden worden aan TIP locaties en ondernemers om te gebruiken richting hun gast. De belangrijkste kaarten zijn:

- Fietskaart – met 5 beleeffietsroutes
- Wandelkaart – met startlocaties voor gemarkeerde routes
- Inspiratiekaart – met de highlights voor uitjes in de regio
- Stoer buitenspelen kaart – specifiek voor speellocaties

PRODUCTONTWIKKELING

Een aantrekkelijke toeristische regio is een regio waar veel te beleven valt voor de toerist. Nu is het de kunst om het productaanbod zoveel mogelijk te laten aansluiten bij het DNA van het gebied (of het dorp / de stad) en de doelgroep die gewenst is. Zo is voor Zuidwest-Drenthe het DNA van de regio in kaart gebracht.

De positionering van de regio is gefocust op een hoogwaardige natuur en cultuurbeleving, zichtbaar door de volgende verhaallijnen:

- Gouden Driehoek van Nationale Parken (Dwingelderveld, Drents-Friese Wold en Weerribben-Wieden)
- Brinkdorpen en boerenlandschap
- Landgoederen en havezaten
- Veendorpen
- Sporen uit de oorlog

Lokale verhalen:

- Duisternis & Sterren – Dwingeloo
- Village of Shakespeare – Diever
- De Heerlyckheid – Ruinen
- Kolonien van Weldadigheid – Frederiksoord
- Meppel Diep Geluk – NTB
- Land van IJs en Oorlog – Havelte

Regiomarketing Zuidwest-Drenthe heeft middels een LEADER project al diverse producten rond deze verhaallijnen kunnen realiseren (videoserie 'Verborgene Verhalen Zuidwest-Drenthe' en fietsbeleefroutes Zuidwest-Drenthe). De organisatie staat tevens aan de lat om ondernemers en derden cultuur- en natuurpartners (bijv. IVN en Nachtelijke Beleving), te stimuleren hun producten rond dit DNA door te ontwikkelen.

Bijlage 2. Promotie en doelgroep

PROMOTIE

Zoals in het begin van dit document beschreven, is Marketing Drenthe de partij om de toerist naar onze provincie te trekken. Regiomarketing beschikt daarbij echter niet over substantiële middelen om het gebied grootschalig op de kaart te zetten. Toch kan er ook met een bescheiden budget in een specifieke (niche) doelgroep impact worden gemaakt door inzet van bijvoorbeeld online marketing (specifiek social media ads) of een beurspresentatie (bijv. de Fiets- en Wandelbeurs).

Hierbij wordt er vanuit de regio gekozen om campagnematig promotionele acties in te zetten om bij te dragen aan bekendheid met en interesse voor Zuidwest-Drenthe in het voor- en naseizoen (schouder/laagseizoen). Hierbij wordt ingezet op een doelgroep die passend is voor de regio en aansluit bij de behoefte van de ondernemer.

Doelgroep – De Inzichtzoeker

In Zuidwest-Drenthe focussen wij ons in de regiomarketing op de doelgroep De Inzichtzoeker. Inspirerende en rustige activiteiten zijn het domein van deze groep. De over het algemeen iets oudere Inspiratiezoeker heeft (weer) tijd voor zijn interesses én: wil blijven meedoen in de wereld. Ze willen dingen leren en ervaren; in de natuur en met culturele activiteiten. Het liefst alleen, of in klein gezelschap. Vrije tijd is tijd die je bewust moet besteden. Museumbezoek en bezienswaardige gebouwen; daar liggen vaak de interesses. Actief de natuur in kan ook: het liefst wandelend of fietsend. Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Zoals in een bekende hotelketen, in een bed & breakfast met goede recensies. Ze zijn dan ook best bereid iets meer te betalen. Ze lezen opvallend vaak de krant (NRC, Trouw, Volkskrant) en gebruiken op het gebied van social media vooral LinkedIn.

Note:

Naast deze doelgroep zijn gezinnen met kinderen als vanzelfsprekend een grote doelgroep in de schoolvakantie periodes. De wens vanuit ondernemers is dat regiomarketing m.n. ondersteunt in het aantrekken van toeristen buiten de schoolvakanties om. Gezien deze weken redelijk eenvoudig worden gevuld door deze doelgroep is extra support niet nodig en wordt ervoor gekozen inzet van middelen en tijd te investeren in de bezoekers die in het schouder- en laagseizoen naar de regio (kunnen) komen. Er wordt dus geen proactieve promotie ingezet op de doelgroep gezinnen met kinderen, wel is het van belang deze grote doelgroep die het gebied bezoekt te voorzien van de juiste en aantrekkelijke toeristische informatievoorziening (bijv. de Stoer Buitenspelen kaart).

