

PROJECTPLAN Gebiedsmarketing Zuidwest Drenthe

Regio Zuidwest-Drenthe | 2024 – 2028

ACHTERGROND:

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.

Goede samenwerking tussen ondernemers en stakeholders onderling is nodig. Dit verbetert de informatieverstrekking en het gastheerschap richting de gast. Een verbinder die het regionale belang voor ogen houdt is hierbij van belang.

In Zuidwest-Drenthe hebben de vier gemeenten Westerveld, De Wolden, Meppel en Hoogeveen in de afgelopen jaren samengewerkt voor wat betreft de toeristische regiomarketing. Dit is uitgevoerd op projectbasis vanuit een gezamenlijk LEADER project onder de penvoering van Marketing Drenthe, met hulp van een onafhankelijke projectcoördinator.

In deze vier jaar is geconstateerd dat samenwerking op dit vlak dermate loont dat zowel gemeentes als de lokale toeristische ondernemers vereniging/stichting de wens hebben uitgesproken om in de aankomende jaren de toeristische regiomarketing duurzaam vanuit één organisatie (stichting) te organiseren. Dat betekent concreet dat het doel is om een overkoepelende stichting boven de bestaande gemeentelijke vereniging en stichting te plaatsen. De huidige lokale organisaties blijven dus behouden, m.n. vanwege nog aanwezig vastgoed en als klankbord voor de gemeente en ondernemers.

VAN GEMEENTELIJKE PROMOTIE NAAR REGIOMARKETING:

Toeristische promotie is momenteel in Meppel, Hoogeveen, De Wolden en Westerveld gemeentelijk belegd. Toch zie je dat gemeentes steeds vaker gaan samenwerken in regiomarketing organisaties (vb. Zuidoost-Friesland, De Kop van Drenthe, Koloniën van Weldadigheid). Dit heeft een paar redenen, DRAAGVLAK, DRAAGKRACHT en SLAGKRACHT:

VANUIT DE RECREANT/TOERIST

- 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;

VANUIT DE ORGANISATIE

- 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;
- Efficiënter en daadkrachtiger samenwerken met partners als Marketing Drenthe, de provincie, terreinbeheerders, het Recreatieschap etc.;

VANUIT DE ONDERNEMER

- 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

NBTC

Marketing Drenthe

Regiomarketing

City of dorpsmarketing

Lokale ondernemer

TAAKSTELLING (IN GROTE LIJNEN)

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

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

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.

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

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 Zuidwest-Drenthe:

De kracht van de regio versterken. Dit doen we door te werken vanuit de volgende pijlers (zie ook bijlage 1 voor nadere uitwerking):

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 stichting (*Westerveld: Stichting Toeristische Promotie Westerveld*) en vereniging (*De Wolden: Vereniging Gebiedspromotie De Wolden*) belast met dorps-/city-/gebiedspromotie.

De regiomarketing-organisatie is een stichting met een 5-koppig bestuur (1 Meppel, 1 Hoogeveen, 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). Tevens dragen de lokale vereniging en stichting per aangesloten ondernemer een jaarlijkse fee van af:

- B&B, mini-camping en restaurants - € 100
- Hotels, campings & vakantieparken - € 175

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 een team aangesteld bestaande uit:

- 1 Regiomanager – 6 uur p/w*
- 2 parttime regio coördinatoren – 1x 24 uur en 1x 28 uur p/w
- 1 TIP / Servicepunt coördinator – 24 uur p/w

N.B. De regiomanager functie is mogelijk tijdelijk en ingesteld om de nieuwe regiomarketing voor het eerste en tweede jaar aan te sturen en te begeleiden.

Het team is (m.u.v. de regiomanager) in dienst bij de stichting.

Om de continuïteit van de stichting en dus de arbeidsrelatie met de medewerkers te borgen is een meerjarige garantie (minimaal 4 jaar) vanuit de gemeenten in hun jaarlijkse bijdrage een belangrijke voorwaarde.

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 regiomarketing Zuidwest-Drenthe.

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

FUNCTIONIES & TAKEN

Algemeen

Uitgangspunt voor 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 het bijwonen van meetings en uitwerken/opvolgen van afspraken gemaakt met ondernemers.

Regiomanager – 6 uur p/w*

- Teamoverleg 1x per week, bestuursoverleg 1x per maand, R&T overleg ZW Drenthe 1x per maand;
- Aansturen coördinatoren;
- Aanspreekpunt voor bestuur en beleidsambtenaren R&T;
- Bijwonen meetings provincie, Marketing Drenthe en Recreatieschap Drenthe;
- Bijwonen meetings lokale city-/dorpsmarketing.

Regio coördinatoren – 24/28 uur p/w

- Teamoverleg, R&T overleg ZW Drenthe
- Bijwonen meetings lokale city-/dorpsmarketing
- Bijwonen meetings Marketing Drenthe
- Eerste contactpersoon voor ondernemers (e-mail, telefoon)
- 8 uur per week ondernemersbezoek
- 4 uur per week uitwerken/opvolgen afspraken gemaakt met ondernemers
- 4/8 uur per week projectmanagement

TIP / Servicepunt coördinator – 24 uur

- Teamoverleg, R&T overleg ZW Drenthe
- 8 uur per week ondernemersbezoek
- 12 uur per week TIP coördinatie

Verder werken de regiocoördinatoren/ TIP coördinator in gezamenlijkheid aan:

- Bijhouden website ZW Drenthe
- Content planning en coördinatie social media
- Maken van eventkalender
- Creatie van nieuwsbrieven
- Verantwoordelijk voor het aanleveren van teksten en beeldmateriaal indien gevraagd
- Schrijven van persberichten

BEGROTING Personeelskosten

Regio Manager, 6 uur	€ 20.000
Regio Coördinator, 24 uur	€ 40.000
Regio Coördinator, 28 uur	€ 50.000
TIP Coördinator, 24 uur	€ 30.000
Declaraties reiskosten/autokosten	€ 5.000

Verbinden

Bijeenkomsten voorjaar en najaar o.b.v. 125 deelnemers per sessie	€ 8.000
Sector tafels (campings, hotels, horeca, recreatie, B&B)	€ 2.500

Gastvrijheid/Kennis

Gebiedssafari	€ 3.000
Kennisworkshops	€ 10.000

Informatievoorziening

Drenthe Gids - regiobijdrage	€ 6.000
Vakantiedoeboek - regiobijdrage	€ 2.500
Inspiratiekaart ZW Drenthe	€ 5.000
Kaartwerk (ATB, Fiets, Wandel)	€ 5.000
Display ondernemers	€ 2.500
Distributie/verspreiding materialen	€ 2.000

Promotie

Evenementenposters & drukwerk	€ 7.500
Erleb Drenthe regiobijdrage	€ 2.500
Social Media Campagne	€ 2.500
Foto & Video materiaal	€ 2.500
Fiets- en Wandelbeurs	€ 8.500

Divers € 2.500

Facilitair € 7.500

Administratie € 5.000

Kantoor huur € 5.000

TOTALE KOSTEN € 235.000

Gemeente Westerveld € 90.000 (+€ 40.000 STPW)

Gemeente De Wolden € 55.000

Gemeente Meppel € 20.000

Gemeente Hoogeveen € 40.000

Bijdrage stichting/vereniging € 30.000

(afdracht ondernemers –

Via vereniging 100 x € 100

Via stichting 200 x € 100)

TOTALE INKOMSTEN € 235.000

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 'aanjagers'.

→ Bijeenkomsten / samenwerking met de 'buren'

Regiomarketing Zuidwest-Drenthe is de organisatie om het contact met burens 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 destiniatiemanagement 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 vak 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.

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).