

## Burgemeester & wethouders

**Datum 4 maart 2024**

### Onderwerp

Intentieovereenkomst regionale marketing Zuidwest-Drenthe

### Wij willen

De regio Zuidwest-Drenthe als toeristische bestemming neerzetten en bezoekers verleiden de regio te bezoeken.

### Wij besluiten

1. Een intentieovereenkomst (zie bijlage 1) te sluiten met de gemeenten De Wolden, Meppel en Westerveld met als doel de regionale marketing van Zuidwest-Drenthe als toeristische bestemming samen vorm te geven.
2. De regionale marketing van Zuidwest-Drenthe door een nieuw te vormen stichting uit te laten voeren.

### Want

*1.1 Uit de bestaande samenwerking tussen de gemeenten Westerveld, De Wolden, Meppel en Hoogeveen op het gebied van toeristische regiomarketing blijkt dat het goed werkt.*

In de afgelopen vier jaar is geconstateerd dat samenwerking op dit vlak loont. Zowel gemeentes als de lokale toeristische ondernemers vereniging/stichting willen deze samenwerking formaliseren en uitbouwen.

*1.2 Om de samenwerking in stand te houden is er een bijdrage nodig.*

Omdat de LEADER subsidie in 2023 is gestopt en omdat samenwerking op het gebied van regionale toeristische promotie nog steeds urgent is, is een bijdrage van maximaal € 40.000 nodig om de samenwerking te laten functioneren en door middel van een stichting structureel te maken. Eind 2024 volgt er een samenwerkingsovereenkomst waaruit zal blijken wat de structurele bijdrage vanuit Hoogeveen zal worden voor de jaren 2025-2028. Op voorhand wordt bekeken hoe de bijdrage vastgelegd wordt in de begroting.

*1.3 De ondernemers dragen bij aan de samenwerking.*

Er wordt om een jaarlijkse bijdrage gevraagd van de ondernemers om de stichting te ondersteunen en de betrokkenheid te vergroten. Ook zal het stichtingsbestuur worden gevormd door ondernemers uit de verschillende deelnemende gemeenten.

*1.4 In de afgelopen jaren hebben Stichting Toeristische Promotie Westerveld (STPW) en de Vereniging Gebiedspromotie De Wolden aangetoond dat ze uitstekende dienstverlening bieden en goede marketingcampagnes op kunnen zetten.*

Er zijn jaarlijks meerdere bijeenkomsten voor ondernemers in de recreatie- en toerismebranche die goed worden bezocht. Hier worden ondernemers geïnformeerd en geïnspireerd over de laatste trends en geactiveerd om de samenwerking met elkaar op te zoeken in de vorm van arrangementen. Ook worden ondernemers bezocht en krijgen ze de beschikking over goed doordachte marketingproducten zoals ingesproken fietsroutes

en folder- en kaartmateriaal.

### 2.1 Regiomarketing heeft een paraplufunctie.

Vanuit de samenwerking is de wens uitgesproken om de toeristische regiomarketing vanuit één organisatie (stichting) te organiseren. Deze overkoepelende stichting kan boven de bestaande gemeentelijke vereniging en stichting geplaatst worden. De huidige lokale organisaties blijven dus behouden, met name vanwege nog aanwezig vastgoed en als klankbord voor de gemeente en ondernemers.

Regiomarketing zorgt voor een optimale beleving van en in het gebied. Het verbindt ondernemers, vergroot de kennis van ondernemers en samen wordt gezorgd voor toeristische informatievoorziening en het ontwikkelen van brochures/kaartmaterialen. Er wordt gebruik gemaakt van de toeristische infrastructuur die door het Recreatieschap verzorgd wordt.

## Maar

### 1.1 Er zijn al verschillende marketingtools waar gemeente Hoogeveen geld aan uitgeeft.

Regiomarketing heeft een paraplufunctie boven de lokale stads/dorpspromotie organisaties. Voor gemeente Hoogeveen kennen we de volgende verschillende marketingspartijen:

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.

## Achtergrond

De samenwerking werd in de afgelopen jaren getrokken vanuit Stichting Toeristische Promotie Westerveld (STPW) en de Vereniging Gebiedspromotie De Wolden.

De afgelopen jaren werd er personeel ingehuurd voor de vier deelnemende gemeenten. Zowel Stichting Toeristische Promotie en de Vereniging Gebiedspromotie De Wolden gaat in het komend jaar mee in de nieuw te vormen stichting. De bijdrage vanuit gemeente Hoogeveen zal aan de Vereniging Gebiedspromotie De Wolden overgemaakt worden, waardoor de bijdrage geborgd is voor de nieuw te vormen stichting.

Toeristische promotie is momenteel in Meppel, Hoogeveen, De Wolden en Westerveld gemeentelijk belegd. Toch zie je dat gemeentes steeds vaker gaan samenwerken in regiomarketingorganisaties (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.

### **De financiële gevolgen zijn**

De bijdrage van € 40.000 voor 2024 past binnen de begroting voor toeristische promotie.

### **Alternatieven**

*Geen samenwerking op het gebied van regionale marketing van Zuidwest-Drenthe als toeristische bestemming met de gemeenten De Wolden, Hoogeveen en Westerveld te formaliseren*

Hierdoor profiteer je niet van de samenwerking en zal je als gemeente zijnde veel zelf moeten regelen. Daarbij zal je losstaand afspraken moeten maken met partners zoals Marketing Drenthe, Provincie Drenthe, De Wolden etc. Dit zorgt voor extra werk en zal in praktijk ook duurder worden dan dat het via de samenwerking geregeld wordt. De subsidie zal dan niet verleend worden.

### **Communicatie**

Er komt een ondertekenmoment van de intentieovereenkomst met de betrokken portefeuillehouders.

### **Bijlagen**

- Intentieovereenkomst
- Projectplan Gebiedsmarketing Zuidwest Drenthe