



# Klanttevredenheidsonderzoek 2022

Ondernemers & Overheid/regio

marketing**drenthe**

# Highlights KTO (1)

## **Tevredenheid stabiel, aanbevelingsscore gestegen onder ondernemers**

- De tevredenheid over Marketing Drenthe is stabiel over de afgelopen drie jaar. Van ondernemers krijgen we een 7,5 en van overheden en regio-organisaties een 8,2.
- Als er contact met ondernemers is geweest, ligt het rapportcijfer hoger; op een 7,7.
- De aanbevelingsscore onder ondernemers loopt verder op, er zijn meer promotors ( $\geq 9$ ) en minder detractors ( $\leq 6$ ).
- Onder overheden ligt de NPS stabiel hoog, het aandeel promotors ligt dit jaar iets lager dan afgelopen jaar.

## **Meer contact, weer vaker via bijeenkomsten**

- We hadden iets vaker contact met ondernemers dan tijdens corona; maar nog altijd minder dan voorheen.
- Contact met ondernemers vond weer vaker via bijeenkomsten plaats dan voorgaande jaren.
- Onze zakelijke kanalen worden door een meerderheid gevolgd, vaker door overheid/regio dan door ondernemers.
- Lichte stijging in het aandeel ondernemers dat de Oerkreet en social media volgt, de website wordt iets minder bezocht

## **Aandeel ondernemers op besuchdrenthe.de verdubbeld; grotere deelname aan bijeenkomsten**

- 9 op 10 van de ondernemers maakten gebruik van onze participatiemogelijkheden (gelijk gebleven).
- Aandeel ondernemers op Besuchdrenthe.de is verdubbeld; ook het aandeel dat Drenthe gidsen ontvangt, is groter.
- 7 op de 10 ondernemers maakten gebruik van onze kennis- en adviesdiensten (gestegen, was 6 op 10).
- Vooral deelname aan bijeenkomsten en gebruik feiten & cijfers toegenomen t.o.v. 2021.
- Invoeren evenementen gebeurt weer vaker, maar is nog niet terug op niveau van voor corona.

# Highlights KTO (2)

## **Promotie zichtbaarste activiteit, daarnaast vaak genoemd als deskundige gesprekspartner en kennisdeler**

- Zowel ondernemers als overheid/regio instanties waardeerden ons m.n. vanwege de promotie van Drenthe.
- Ook onze inzet op en ondersteuning bij het bewerken van de Duitse markt (ondernemers) en onze inspanningen voor projecten als Van Gogh en KvW en het Perspectief 2030 (overheden/regio) vielen op.
- We worden daarnaast vaak opgemerkt als deskundige samenwerkings- en gesprekspartner, deler van relevante kennis/informatie en dataverzamelaar.
- We worden door beide groepen vooral geassocieerd met woorden als zichtbaar, creatief, verbindend en relevant.

## **Ondernemers over gehele linie vaker (zeer) tevreden over ons; tevredenheid overheid/regio stabiel**

- Ondernemers beoordelen ons op veel onderdelen vaker met (zeer) tevreden. Met name op verbinding, samenwerking, campagnes/uitingen, gekozen positionering en wijze van delen van kennis/expertise.
- Het draagvlak voor de oerpositionering is verder gestegen; 9 op de 10 staan achter de profilering als Oerprovincie.
- Ook de website en de medewerkers worden spontaan genoemd als punten waar men enthousiast over is.

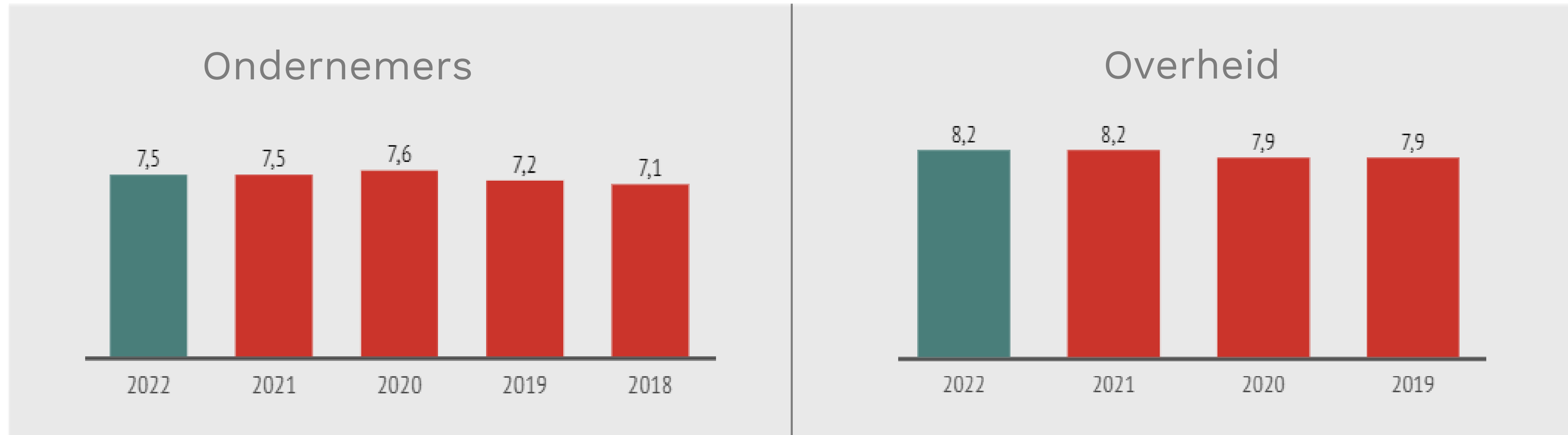
## **Verbeterpunten: meer (in) contact, betere afstemming van en inzicht in activiteiten, minder versnippering**

- Het liefst ziet men dat we ondernemers/regio's (nog) beter betrekken bij onze plannen/activiteiten. Dat we beter inzicht geven welke activiteiten we ontplooiën. Ook het voorkomen van versnippering in activiteiten/bijeenkomsten is een wens.

## **Focus toekomst: promotie binnenland blijft belangrijkste kerntaak, steun Duitse markt**

- Binnenlandse promotie, het beheer website/socials, creëren van verbinding en kennis/onderzoek/data worden gezien als onze belangrijkste kerntaken. Er is ook steun voor bewerken van de Duitse markt.
- Ondernemers adviseren ons om rekening te houden met diversiteit in aanbod, maar oog te houden voor de grote lijn
- Overheid/regio wensen dat we goed in verbinding blijven met het werkveld en waar nodig ondersteuning bieden
- 4 op de 10 overheid/regio instanties zien nieuwe taken voor ons: m.n. productontwikkeling en bestemmingsmanagement.

# Rapportcijfers overheid en ondernemers stabiel Hoger cijfer als er contact is geweest

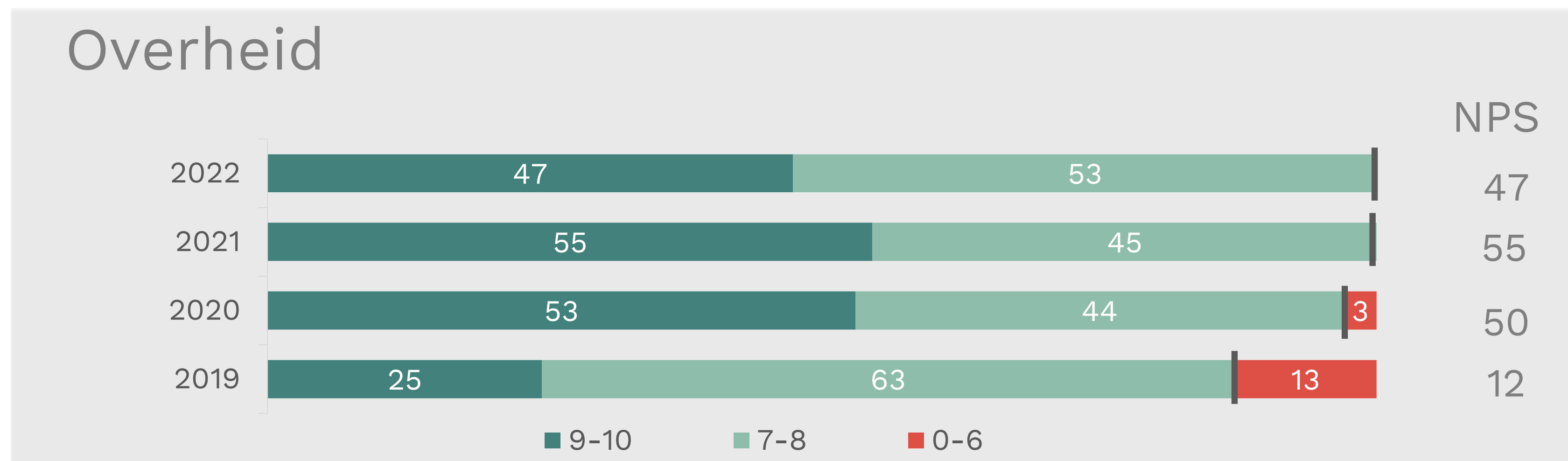
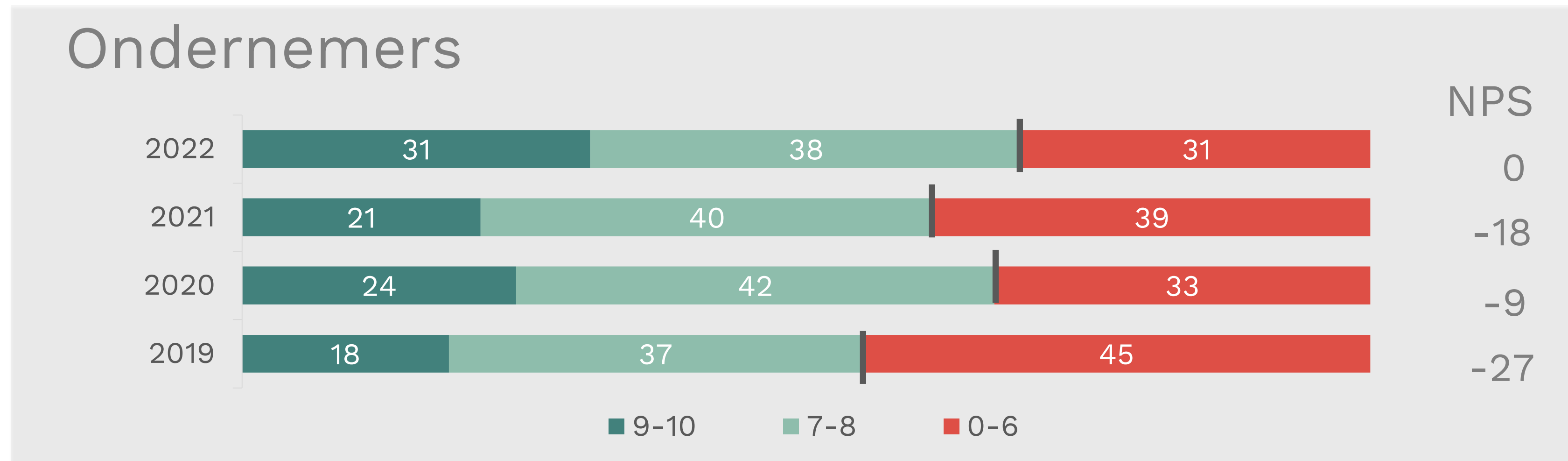


Als er contact is geweest:

7,7

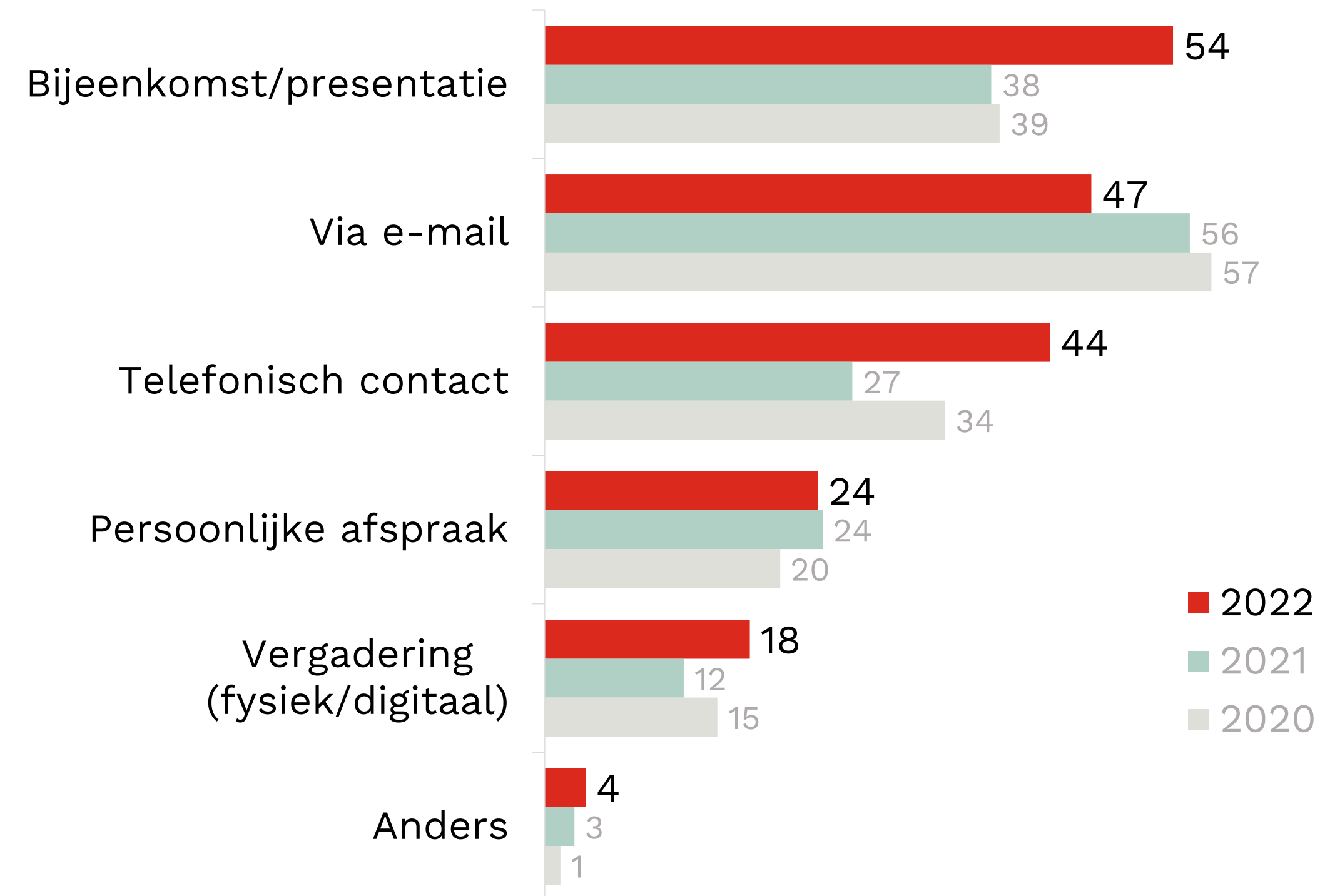
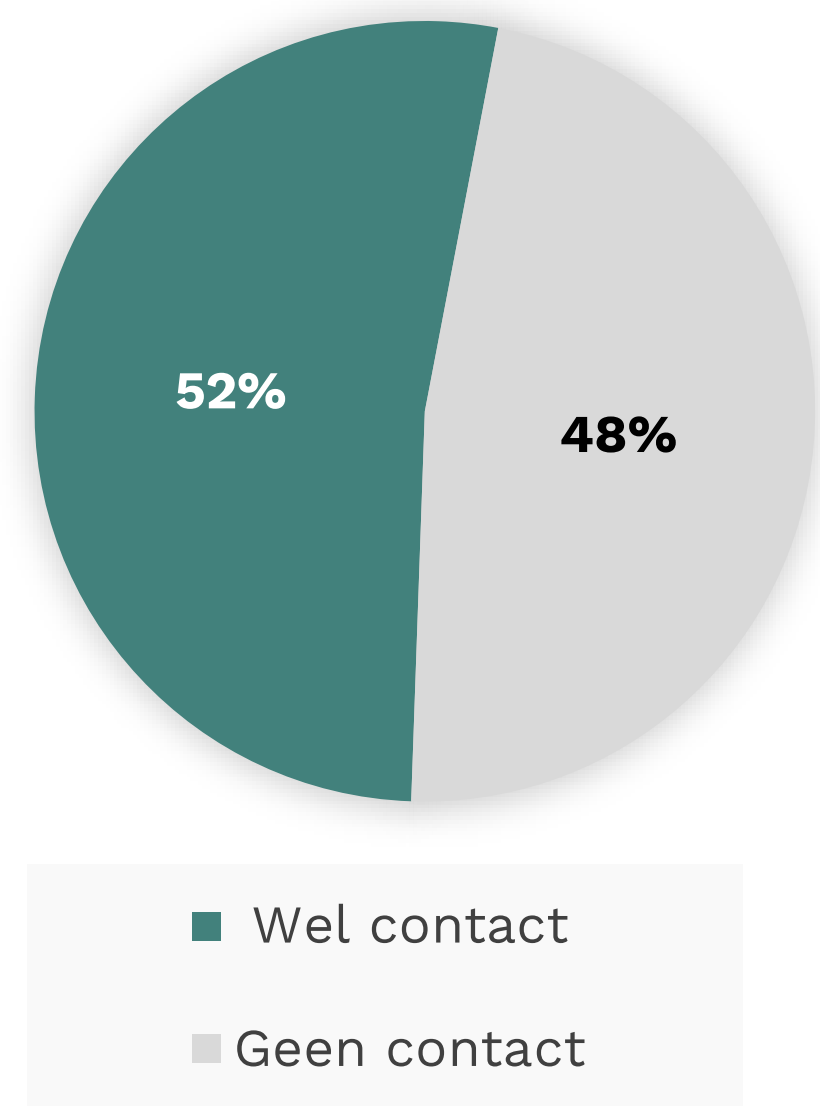
8,2

NPS score ligt onder overheid/regio-instanties fors hoger dan onder ondernemers; onder ondernemers neemt de NPS toe



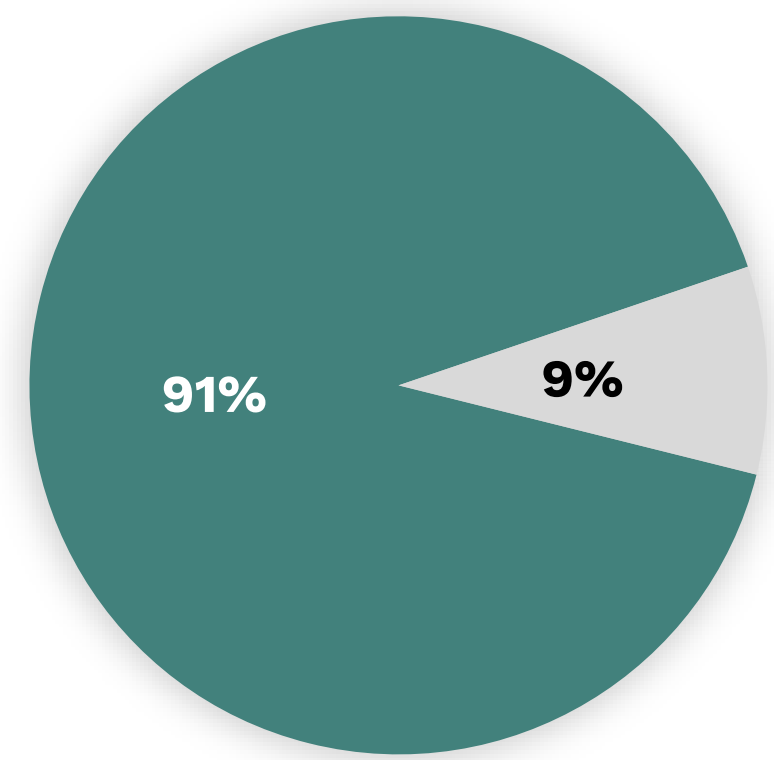
# Contact & **Betrokkenheid**

# Helpt ondernemers heeft contact met ons gehad, weer vaker via bijeenkomsten

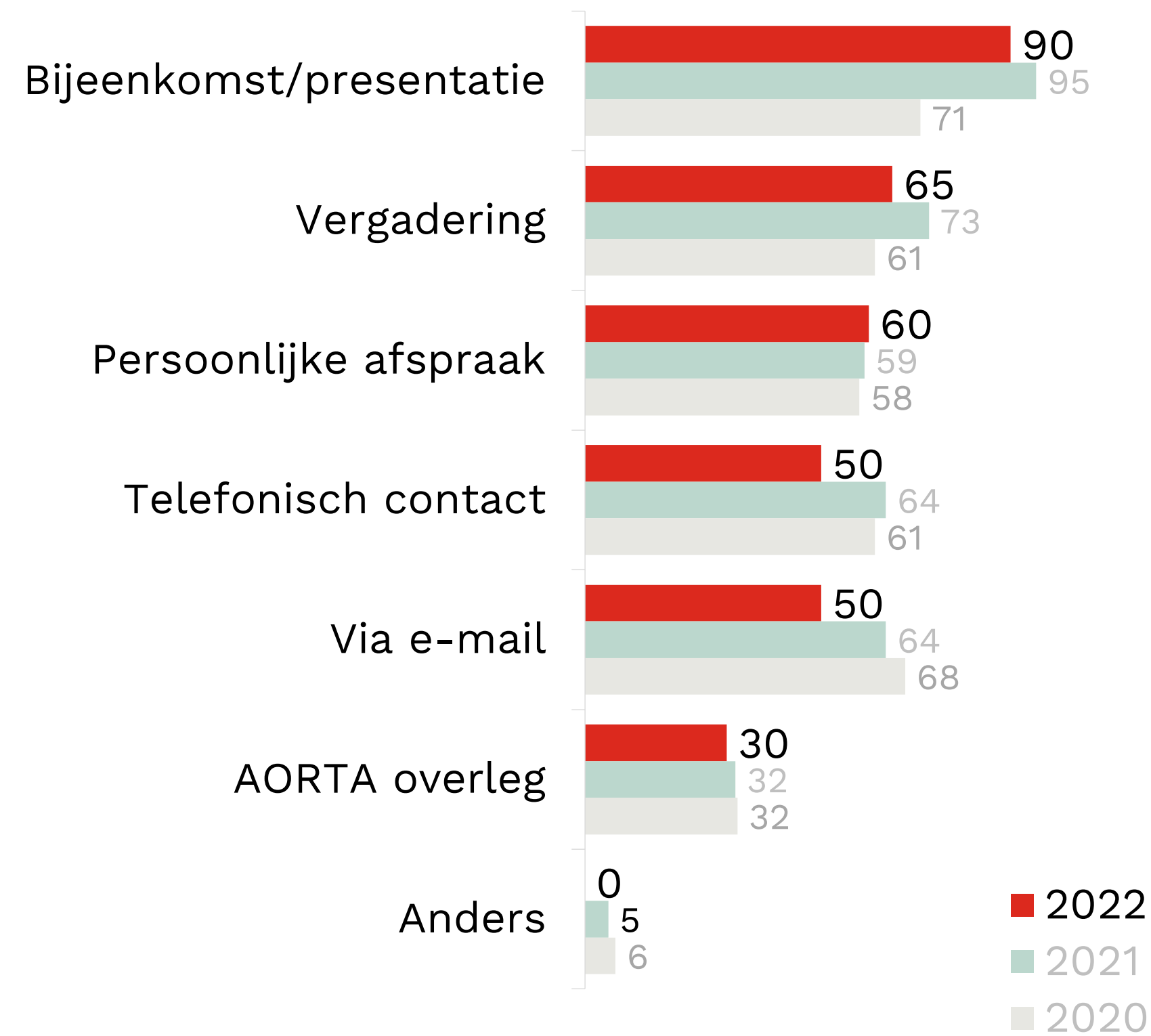


- 52% van de ondernemers heeft afgelopen jaar contact met ons gehad (in 2021 49%), meestal is dat 1-3x per jaar.
- Voor 3 op 10 was het contact langer dan een jaar geleden en 1 op de 6 heeft nog nooit contact met ons gehad.
- Contact vond met name plaats op bijeenkomsten, via email en telefonisch. Een kwart had een persoonlijke afspraak.
- Men had vaker dan voorgaande jaren contact met ons via bijeenkomsten/presentaties en per telefoon.

# 9 op 10 overheden en regio-instanties hadden contact met ons, het meest bij bijeenkomsten/presentaties en vergaderingen



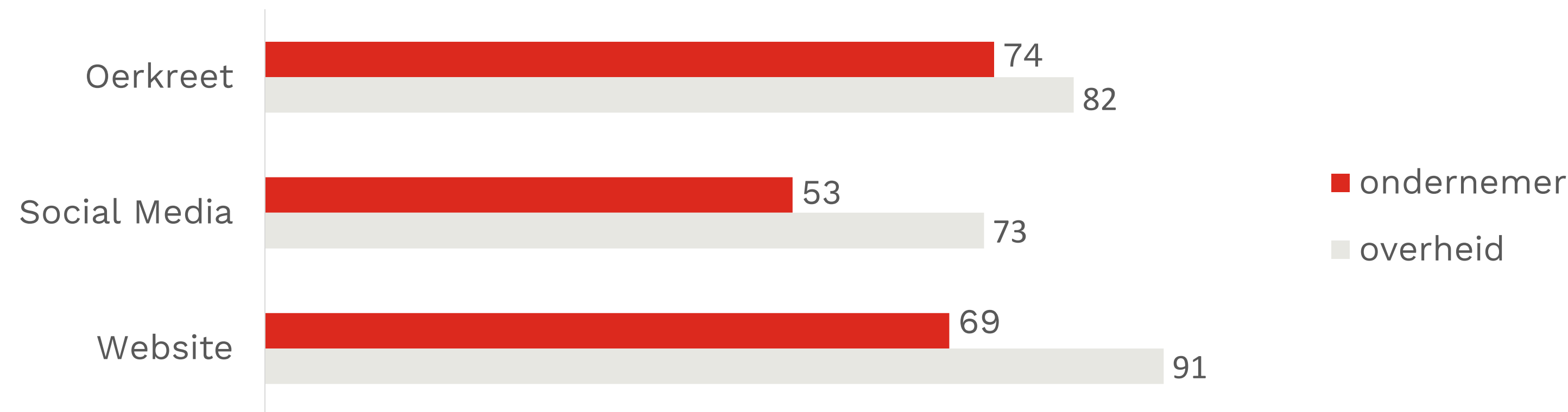
■ Wel contact ■ Geen contact



- Van de overheid en regio-organisaties had 91% het afgelopen jaar contact met ons; bij één op zes was dit zelfs wekelijks.
- Contact vond voornamelijk plaats via bijeenkomsten, vergaderingen of een persoonlijke afspraak. Ook had de helft contact met ons via telefoon of mail.
- Drie op de tien spraken ons bij AORTA-overleggen.



# Zakelijke kanalen door meerderheid gevolgd, vaker door overheden en regio-instanties dan door ondernemers

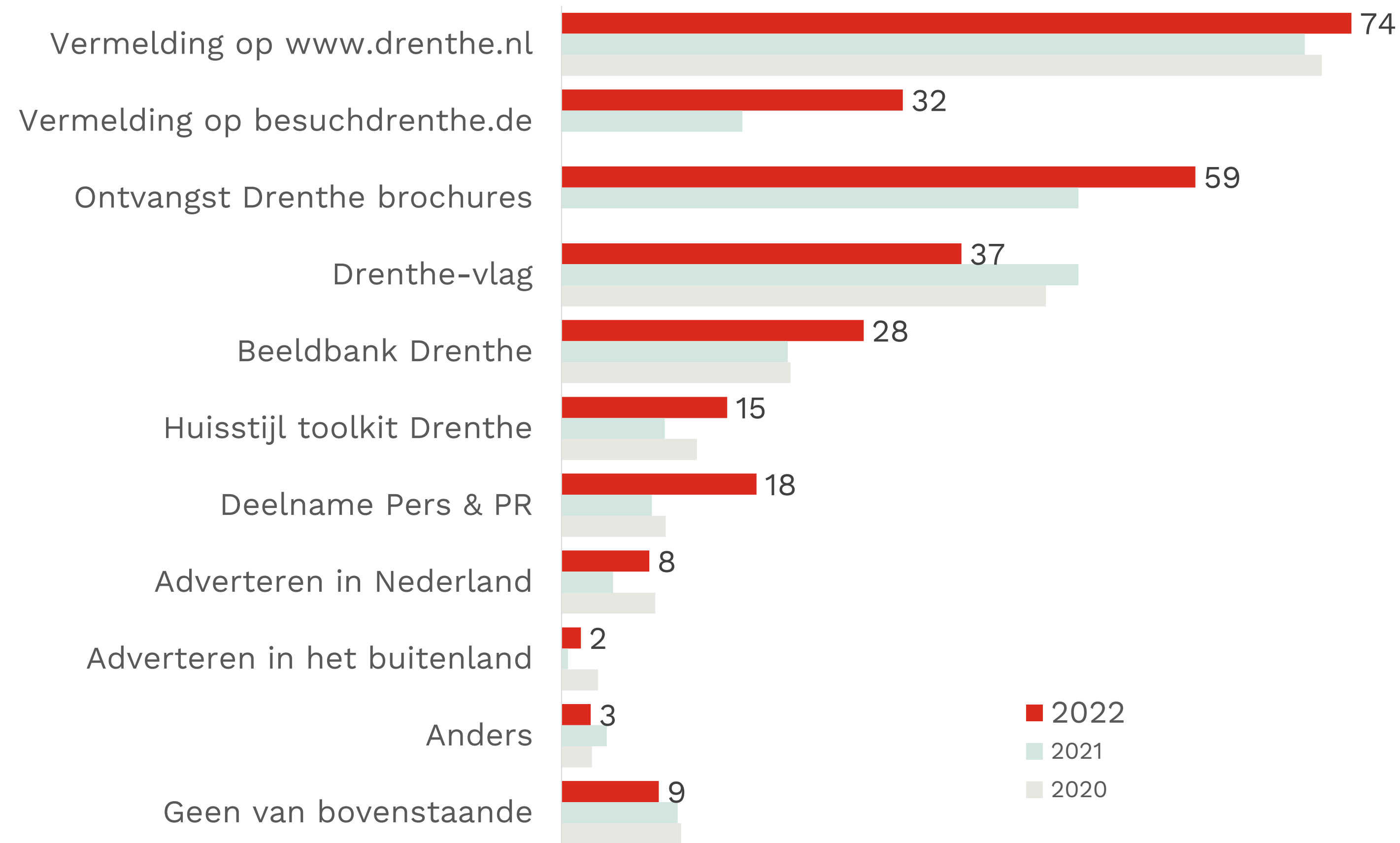


	ondernemers			
	2022	2021	2020	2019
Oerkreet	74	66	74	83
Social Media	53	47	47	47
Website	69	74	82	82
Media	*	*	*	*

	overheid			
	2022	2021	2020	2019
Oerkreet	82	83	79	95
Social Media	73	78	68	79
Website	91	91	88	79
Media	91	87	82	78

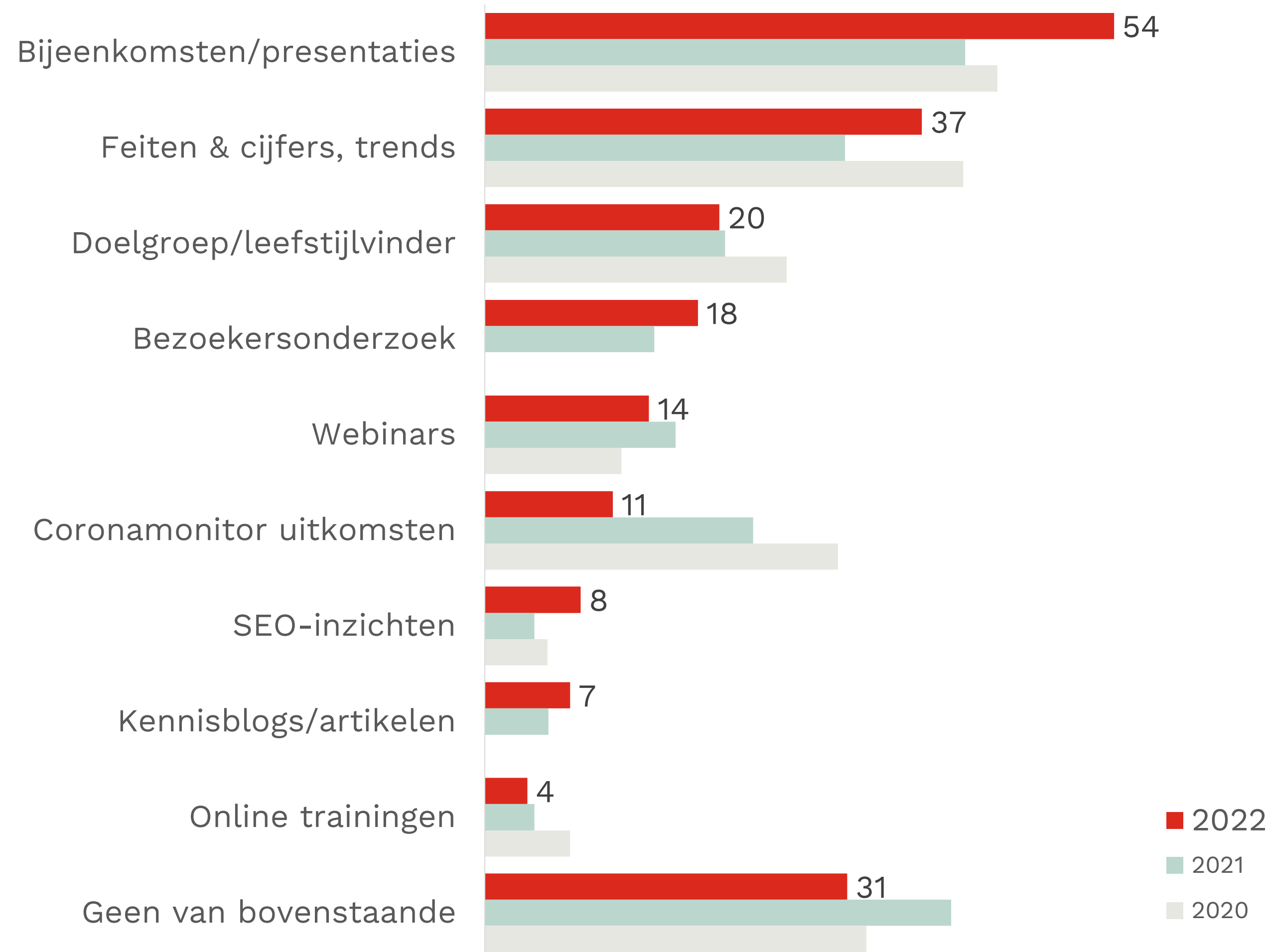
- Overheden en regio-organisaties volgen onze zakelijke kanalen beduidend vaker dan ondernemers.
- Driekwart van de ondernemers volgt de Oerkreet, een stijging ten opzichte van vorig jaar. Onder overheids- en regio instanties is het aandeel gelijk gebleven (82%)
- Ruim de helft van de ondernemers volgt onze social media kanalen. Ook dit is een lichte stijging. Bij overheden/regio instanties ligt het aandeel op 73%, een lichte daling ten opzichte van 2021.
- Onze website wordt door 9 op de 10 overheids- en regio-instanties in de gaten gehouden, tegenover 7 op de 10 ondernemers.

# Toename in vermeldingen op besuchdrenthe.de



- 9 op de 10 ondernemers maken gebruik van onze participatiemogelijkheden.
- Driekwart heeft een vermelding op Drenthe.nl, 1 op de 3 op besuchdrenthe.de. Dat laatste is een verdubbeling ten opzichte van vorig jaar.
- 6 op de 10 ondernemers hebben Drenthe brochures ontvangen om te verspreiden onder gasten. Dit zijn er meer dan vorig jaar.
- De vlag wappert bij bijna 4 op de 10 ondernemers (was 44% in 2021).
- Ruim een kwart maakt wel eens gebruik van de foto's uit onze beeldbank en 15% gebruikt de huisstijltoolkit van Drenthe. Dat is een stijging ten opzichte van eerdere jaren.

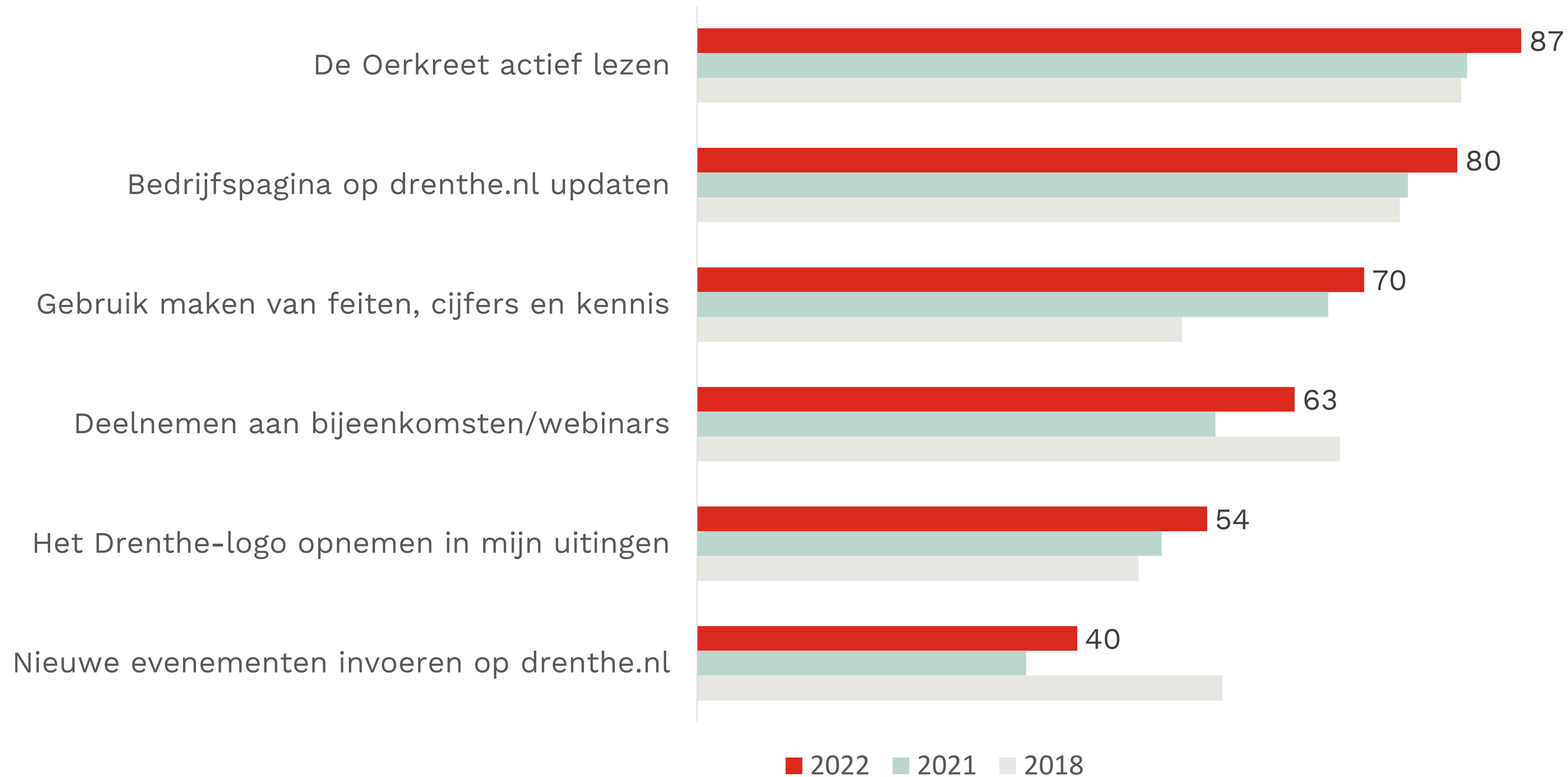
# Stijging in deelname aan bijeenkomsten; gebruik coronamonitor uitkomsten neemt af



- 7 op de 10 ondernemers maakt gebruik van onze kennis- en adviesdiensten, een stijging ten opzichte van vorig jaar (6 op 10).
- Er werd weer vaker deelgenomen aan bijeenkomsten/presentaties (54%) en ook werd er meer gebruik gemaakt van feiten, cijfers en trends (37%) dan vorig jaar.
- Ten opzichte van eerdere jaren neemt de interesse in de uitkomsten van de coronamonitor verder af.
- De kennis vanuit door ons gedeelde SEO-inzichten en kennisblogs worden iets vaker gebruikt dan tijdens eerdere jaren.

# Actievere deelname en betrokkenheid bij activiteiten

## Evenementen worden nog altijd minder vaak ingevoerd dan in 2018



- 9 op de 10 (ontvangers) van de Oerkreet, leest deze actief. 8 op de 10 houdt de bedrijfspagina op drenthe.nl bij.
- Een toenemend aandeel ondernemers, 7 op de 1, maakt gebruik van onze feiten, cijfers en kennis. Ook bijeenkomsten werden dit jaar weer vaker bijgewoond dan vorig jaar.
- Ruim de helft van de ondernemers neemt het Drenthe-logo mee in de uitingen.
- Het aantal dat nieuwe evenementen invoert blijft licht gestegen, maar blijft nog achter op de periode voor corona.

Vraag: Hoe vaak onderneem je onderstaande activiteiten? (% altijd tot en met soms)

# Associaties & **Tevredenheid**

# Promotie Drenthe blijft meest zichtbaar voor sector

Ondernemers waardeerden inzet Duitse markt, kennisdeling en samenwerking

Betere samenwerking en inspanningen rondom van Gogh opgevallen bij overheid/regio's

## Belangrijkste activiteiten in 2022



### Ondernemers

1. Drenthe promotie
2. Inzet op/klaarstomen voor Duitse markt
3. Kennisdeling/informatieverstrekking (bijeenkomst/oerkreet)
4. Betere samenwerking, in contact
5. Positionering/imago
6. Verhalenweekend
7. Onderzoek

### Overheid- en regio-instanties

1. Drenthe promotie
2. Betere samenwerking/gesprekspartner
3. Oerpositionering
4. Project van Gogh (en KvW)
5. Verhalencampagne/-weekend
6. Onderzoek
7. Perspectief 2030

# Zichtbaar, creatief, verbindend en relevant staan bij zowel ondernemers als overheden/regio-instanties in de top 5

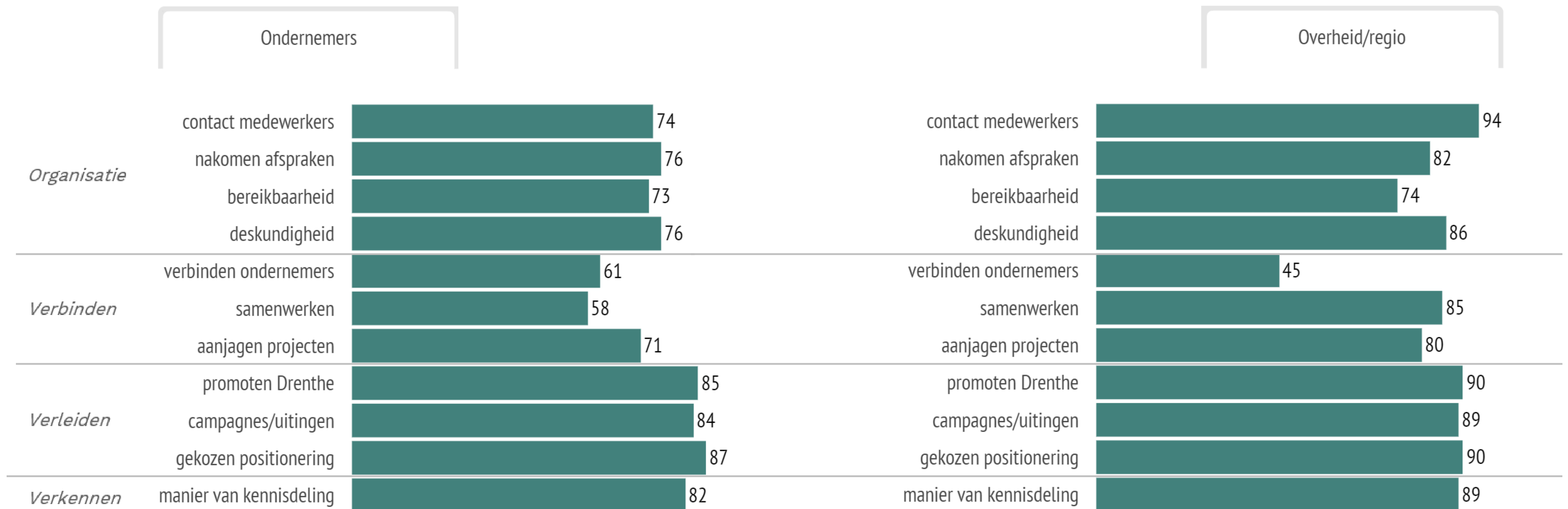
## Top 5 associaties (% genoemd)

Ondernemers	Overheid
1. Zichtbaar (54%)	1. Zichtbaar (76%)
2. Actueel (44%)	2. Creatief (62%)
3. Creatief (40%)	3. Expert (57%)
4. Verbindend (38%)	4. Relevant (43%)
5. Relevant (34%)	5. Verbindend (43%)

- De associaties zichtbaar, creatief, verbindend en relevant staan bij beide groepen in de top 5, aangevuld met actueel (ondernemers) en expert (overheid/regio).
- Vergeleken met vorig jaar vinden ondernemers ons iets vaker relevant, creatief en actueel en iets minder vaak zichtbaar.
- Overheid en regio-organisaties vinden ons juist vaker dan vorig jaar zichtbaar, creatief, expert, relevant en inspirerend. Zij vonden ons juist minder vaak verbindend en actueel.
- Alleen bij overheid en regio-organisaties staat er 1 negatieve associatie in de top 10: overlegclubje (10%).

Vraag: Welke woorden associeer je het meest met Marketing Drenthe? Kies maximaal 5 antwoorden.

# Overheids- en regio instanties vaker (zeer) tevreden dan ondernemers, m.u.v. verbinding met ondernemers





# Ondernemers overall vaker tevreden over ons dan voorheen

## Onder overheids- en regio instanties blijft tevredenheid op hoog niveau

		% (zeer) tevreden					<b>ondernemers</b>				<b>overheid</b>			
		2022	2021	2020	2019	2018	2022	2021	2020	2019	2022	2021	2020	2019
<i>Organisatie</i>	Het contact met onze medewerkers	74	70	68	*	*	94	100	81	*				
	De mate waarin we afspraken nakomen	76	72	72	67	54	82	89	75	67				
	Onze bereikbaarheid	73	74	70	63	58	74	84	79	93				
	Onze deskundigheid, kennis en expertise	76	78	75	72	*	86	95	94	87				
	De mate waarin we onze doelstellingen nastreven	*	*	*	*	*	95	89	94	80				
<i>Verbinden</i>	De manier waarop we ondernemers aan elkaar verbinden	61	51	51	47	52	45	56	54	43				
	De manier waarop we met jou samenwerken	58	49	51	40	39	85	89	78	79				
	De manier waarop we jou bij de marketing van Drenthe betrekken	57	56	43	39	*	*	*	*	*				
	De manier waarop we projecten en producten aanjagen	71	62	70	*	*	80	76	71	*				
	De manier waarop we jou op de hoogte houden van activiteiten	*	*	*	*	*	75	83	75	73				
<i>Verleiden</i>	De manier waarop we het merk Drenthe promoten	85	81	84	82	81	90	89	93	93				
	De uitingen en campagnes die we ontwikkelen	84	70	79	72	*	89	83	93	93				
	De gekozen positionering voor Drenthe (Oerprovincie van NL)	87	77	77	78	*	90	83	93	93				
<i>Verkennen</i>	De manier waarop we onze kennis en expertise delen	82	71	73	64	56	89	82	89	86				
	De mate waarin we cijfers, trends en ontwikkelingen delen	74	71	69	57	54	75	88	90	80				

**Belang kerntaken**

# Ondernemers blij met promotie Drenthe, kennisdeling en website

Overheid/regio's enthousiast over zichtbaarheid, samenwerking, kennisdeling en creativiteit

G  
O  
E  
D

## Enthousiast over

### Ondernemers

1. Vermarkten Drenthe: promotie/uitstraling (oer), professioneel
2. Kennisdeling: bijeenkomsten, oerkreet, actuele cijfers/trends
3. Website: uitstraling, gastvriendelijk, inspirerend
4. Medewerkers: proactief, betrokken, enthousiast, creatief
5. Contact/verbinding: verbindende factor ondernemers/regio's

### Overheids- en regio instanties

1. Zichtbaarheid, inspirerende campagnes, (oer)uitstraling
2. Samenwerking en verbinding
3. Delen relevante kennis en expertise
4. Creatief, behulpzaam, enthousiast
5. Consistente lijn uitzetten



Ondernemers willen meer contact & informatie en minder versnippering

Overheid/regio's wensen meer inzicht in activiteiten, afstemming en samenwerking

B  
E  
T  
E  
R

### Kan/moet beter

#### Ondernemers

1. Oog voor andere ondernemers/doelgroepen
2. Persoonlijk contact, teveel op afstand
3. Tijdig informeren, aanhaken, betrekken
4. Stroomlijnen van materialen/bijeenkomsten
5. Meerwaarde tonen, wat doen jullie?

#### Overheids- en regio instanties

1. Inzicht in activiteiten/planning
2. Samenwerking en afstemming
3. Oog voor andere ondernemers/gebieden
4. Actieve participatie bij projecten
5. Spreiding over tijd/seizoen



# Ondernemers: houdt rekening met variëteit, maar behoudt grote lijn

Overheid/regio: blijf in verbinding met werkveld en ondersteun waar nodig

## F O C U S

### Focus

#### Ondernemers

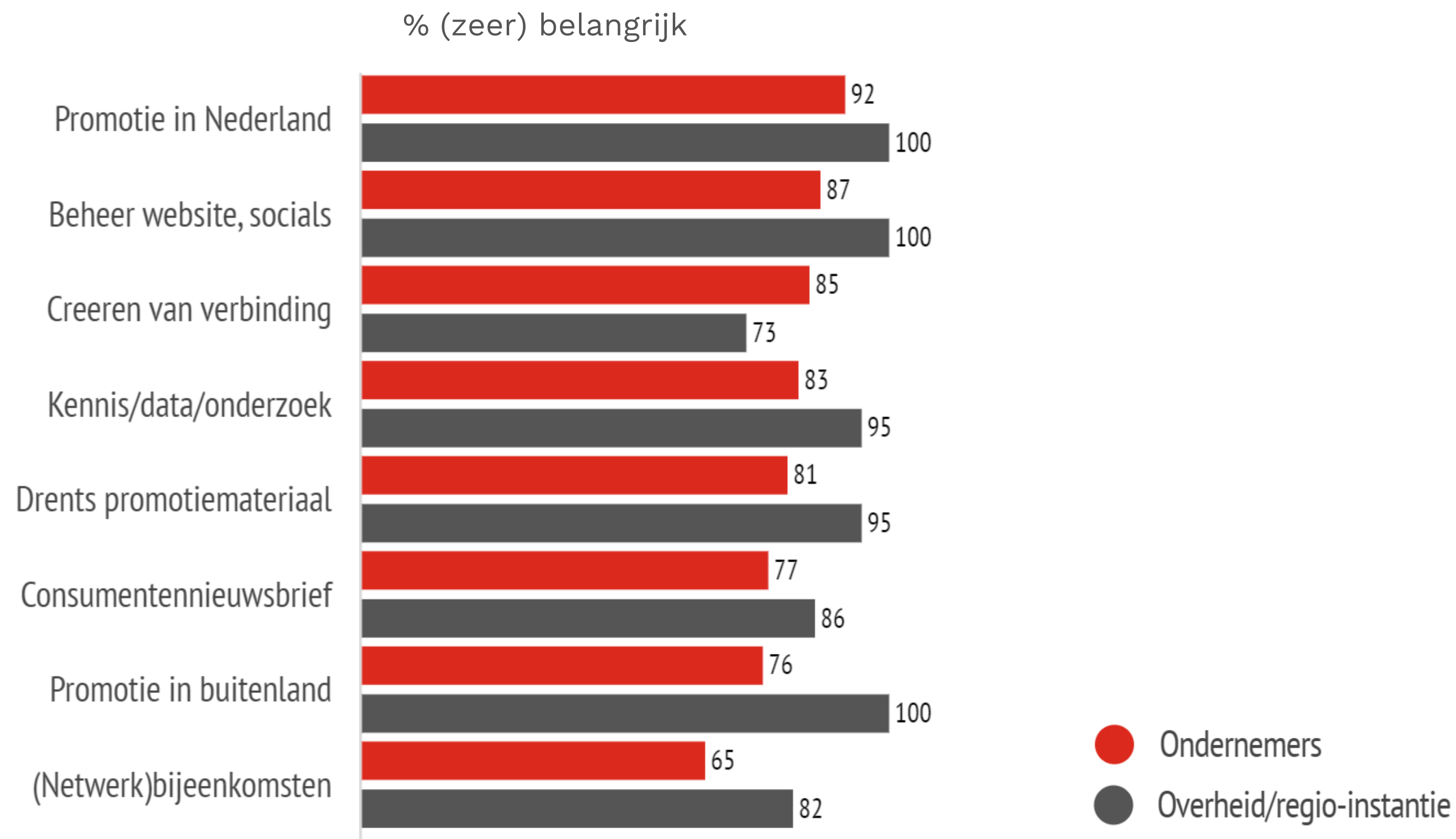
1. Duitsland, maar vergeet de binnenlandse (en Belgische) markt niet
2. Aandacht houden voor diversiteit ondernemers (in type, grootte, behoefte), al kun je niet iedereen bedienen
3. Duurzaam toerisme en balans
4. Verbinding ondernemers, regio's, instanties
5. Authentieke positionering/promotie

#### Overheids- en regio instanties

1. Verbinding/contact, sector meekrijgen, waar nodig ondersteunen
2. (Blijven) monitoren gastwens, inspelen op ontwikkelingen markt
3. Duitse markt
4. Promotie bijzondere activiteiten/plekken
5. Flexibel blijven en tijdig betrekken



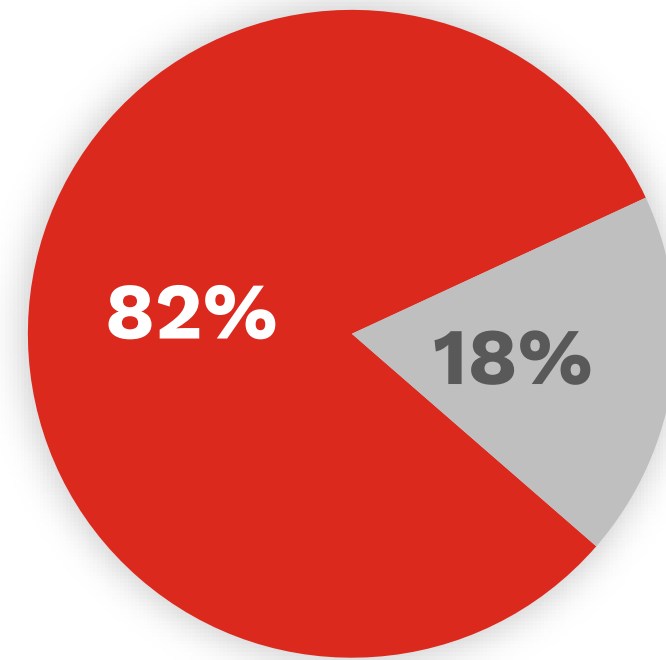
# Promotie in binnenland volgens beide doelgroepen onze belangrijkste kerntaak, gevolgd door beheer van website en social media kanalen



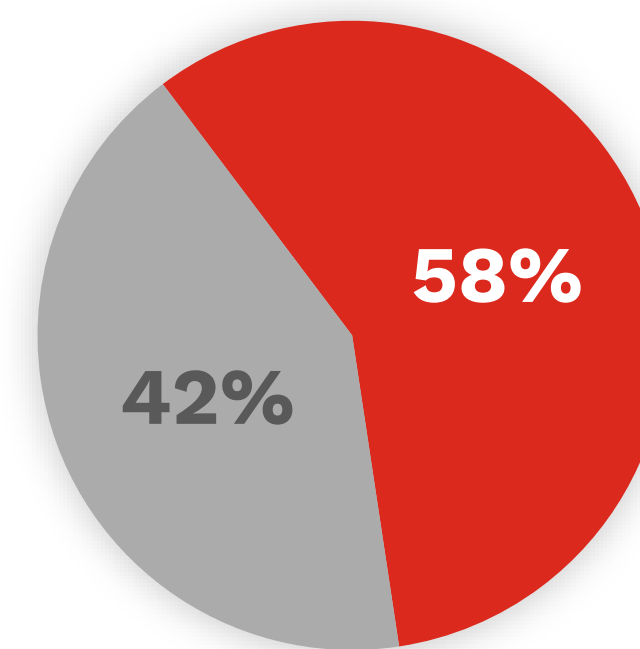
- Overheden hechten overall meer belang aan onze taken dan ondernemers doen.
- Promotie binnen Nederland staat bij beide groepen bovenaan de lijst van belangrijke taken, gevolgd door het bijhouden van de kanalen (social media/website).
- Het doen van onderzoek en delen van kennis wordt door 83% van de ondernemers en 95% van de overheid en regio-organisaties belangrijk gevonden. Het verzorgen van Drents promotiemateriaal zit daar kort achter.

# 4 op 10 overheids- en regio instanties ziet extra taken voor ons

Ondernemers



Overheid/regio



■ Nee

■ Ja, namelijk:

## Ondernemers

- ✓ Gericht sturen op productontwikkeling, verhalen weekend goed voorbeeld.
- ✓ Meer samenwerken of 1 loket voor recreatieve vragen van ondernemers en consumenten.
- ✓ Aanjager/verbinder van best practices op het gebied van duurzame toepassingen bij recreatiebedrijven.
- ✓ Hoe zorgen we ervoor dat onze oerprovincie oer blijft, bewaken van de balans.
- ✓ Onderscheid in grote/kleine bedrijven, belangen en marketingkennis is heel anders.

## Overheid/regio

- ✓ Actievere participatie in productontwikkeling.
- ✓ Koepelorganisatie waaronder regionale informatiewinkels hangen.
- ✓ Inzetten op destination marketing, stimuleren productontwikkeling passend bij profiel Drenthe.
- ✓ Oppakken promotie België (naast Duitsland), promoten stedelijk gebied, LAW.
- ✓ Identiteit van Drenthe versterken, verbinding met horeca versterken, zorgen voor voldoende aanbod schouderseizoen
- ✓ Aanwezig zijn bij EK Wielrennen en Toerisme Top.

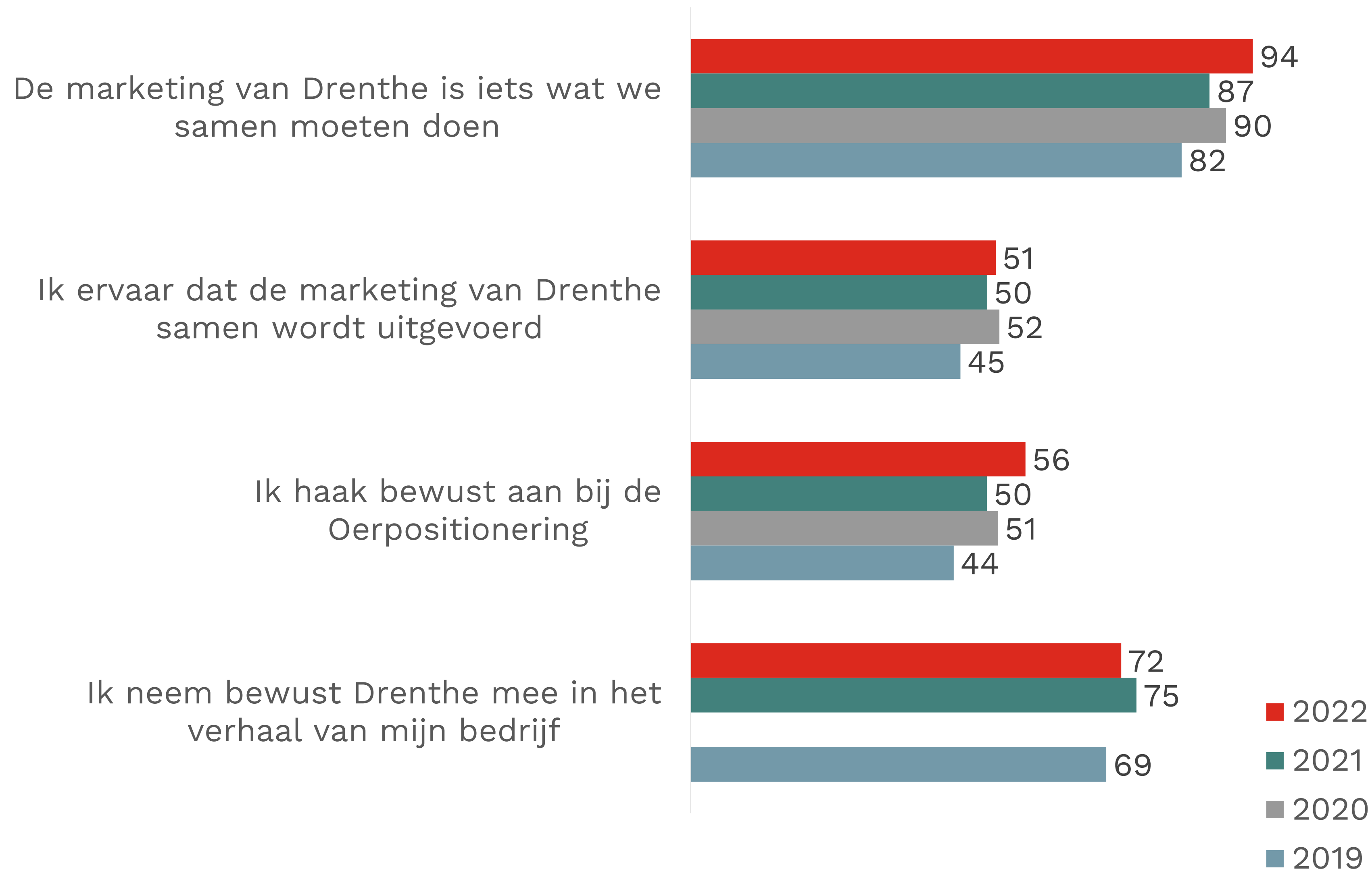
- Een vijfde van de ondernemers ziet andere belangrijke taken voor ons weggelegd. Bij overheden is dit 42%.
- In beide groepen wordt genoemd dat het belangrijk is dat we sturen en bijdragen aan gebieds-/productontwikkeling.
- Ook wordt in beide groepen door een enkeling genoemd dat we toeristische activiteiten moeten samenbrengen en moeten samenwerken met andere toeristische organisaties.

Vraag: Zie jij andere belangrijke taken voor ons weggelegd in de toekomst? Zo ja, welke?

Samen werken aan de  
marketing van Drenthe



# Ondernemers positief over gezamenlijk optrekken, maar samenwerking wordt nog niet altijd ervaren.



**94%**  
vindt de marketing van Drenthe een gezamenlijke verantwoordelijkheid

**72%**  
Neemt Drenthe bewust mee in het verhaal van het bedrijf

**51%**  
Ervaart zelf dat de marketing van Drenthe samen wordt uitgevoerd

**56%**  
Haakt bewust aan bij de Oerpositionering

# Overpositionering

# Meerderheid staat achter positionering als Oerprovincie

**90%**

van de overheid en regio-organisaties, is (zeer) tevreden over de gekozen Oerpositionering (was 83% in 2021);

**87%**

van de ondernemers is (zeer) tevreden over deze Oerpositionering (was 77% in 2021);

**56%**

van de ondernemers haakt bewust aan bij de positionering van Drenthe als Oerprovincie (was 50% in 2021);

**72%**

van de ondernemers neemt Drenthe mee bij het promoten van zijn bedrijf (was 75% in 2021)

*Drenthe*

Oerprovincie van Nederland

KPI's

# KPI's 2022 behaald

## Verbinden

	KPI 2022	Score 2022	Score 2021	Score 2020	Score 2019	Score 2018
Rapportcijfer ondernemers als contact gehad	7,50	7,73 ✓	7,77	7,89	7,45	7,35
% dat Drenthe bewust meeneemt in uitingen	30%	75% ✓	75%			
% tevreden over verbinden van ondernemers	50%	61% ✓	51%	51%	47%	52%
% tevreden over aanjagen product- en bestemmingsontwikkeling	50%	71% ✓	62%	70%	*	*

## Verkennen

	KPI 2022	Score 2022	Score 2021	Score 2020	Score 2019	Score 2018
% overheid tevreden over kennisdeling	80%	89% ✓	83%	90%	80%	*
% ondernemers tevreden over kennisdeling	70%	82% ✓	71%	69%	57%	54%

# marketingdrenthe

[www.marketingdrenthe.nl](http://www.marketingdrenthe.nl)

*Drenthe*