

Jaarrapportage 2023



1. Voorwoord

"Drenthe is zoo mooi. Het is onbeschrijflijk schoon." Dit schreef Vincent van Gogh in zijn brief aan zijn broer Theo van Gogh.



Drenthe heeft de eer onderdeel uit te maken van de culturele erfenis van Vincent van Gogh, één van de drie bekendste kunstenaars ter wereld. Hij was in het najaar van 1883 een paar maanden in Drenthe. Een korte, maar zeer bepalende tijd in zijn leven en carrière. Het landschap, de bewoners en de oorspronkelijkheid van Drenthe maakten grote indruk op hem en inspireerden hem. Het jaar 2023, 140 jaar na dato, hebben we aangegrepen om het erfgoed van Van Gogh beter beleefbaar en zichtbaar te maken. En inmiddels weten we in Drenthe dat deze culturele erfenis erg bijzonder is. Van Gogh zorgt voor trots in Drenthe en maakt energie los. Met als resultaat veel (lokale) initiatieven en regionale, landelijke en internationale media-aandacht.

Het oorspronkelijke Drentse landschap inspireerde Vincent van Gogh om in alle rust zijn passie voor de kunst te ontwikkelen. Datzelfde landschap geeft de inwoner en bezoeker van Drenthe vandaag de dag ruimte om weer op te laden. Dit blijkt ook uit ons bezoekersonderzoek, waarin 90% van de bezoekers aangeeft tot rust en op adem te komen in Drenthe. Wat een voorrecht dat wij in en voor zo'n bijzondere provincie mogen werken.

Mensen maken steeds bewuster keuzes en hebben hierbij meer oog voor eigen gezondheid, omgeving en medemens. Dit zal naar verwachting blijvende gevolgen hebben voor aanbieders in de vrijetijdsmarkt. Vakanties krijgen een andere invulling, bepaalde bestemmingen, zoals een natuurlijke en rustige omgeving, winnen aan populariteit. Door in 2024 het landschap van Drenthe centraal te stellen, sluiten we naadloos aan bij deze trend én bouwen we voort op de activiteiten uit 2023, toen we naar dit landschap keken door de ogen van Van Gogh. De discussies hoe we de natuur en het landschap kunnen beleven nemen toe. Daarom zoeken we voor onze activiteiten nadrukkelijk de samenwerking tussen onze sector, natuurorganisaties en de agrarische sector. We zijn ons bewust hoe belangrijk ons landschap is, we hebben oog voor de kwetsbaarheid én kijken naar een goede spreiding in tijd en ruimte.

Oerprovincie Drenthe heeft met haar oorspronkelijke karakter en het mooie landschap de gave om je weer in contact te brengen met jezelf. En met elkaar. Als ik 2023 moet samenvatten in één woord is dat misschien wel het juiste woord; contact. Van Gogh bracht sectoren, organisaties, bedrijven en mensen samen en zorgde voor nieuwe relaties. Dank aan iedereen die hier een bijdrage aan leverde.

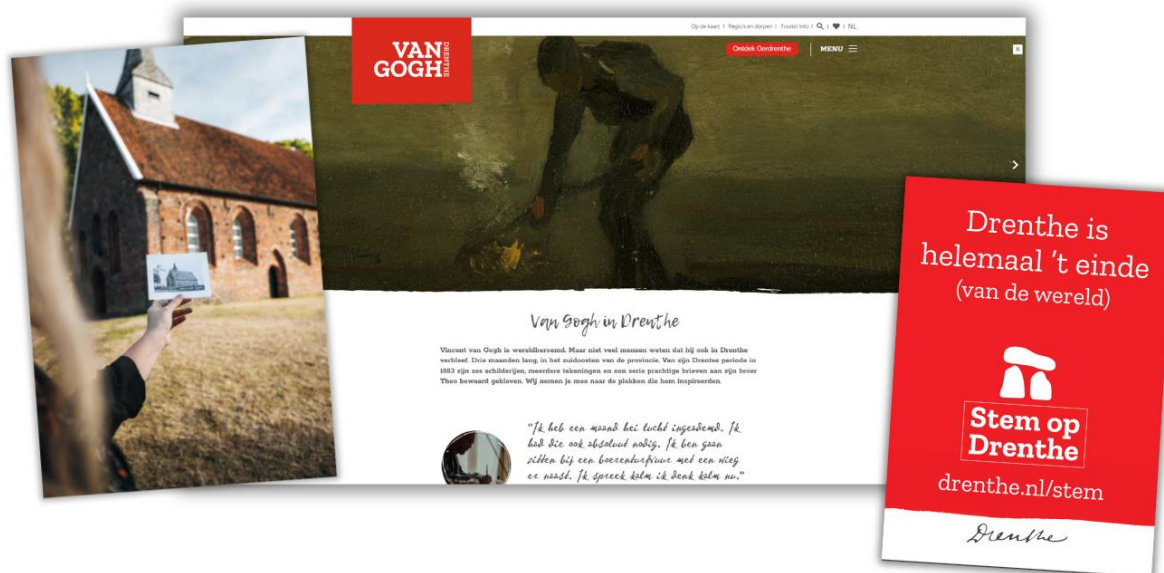
Maar ook intern was het jaar 2023 het jaar van verbinding. In het boek "Het leven praat terug" van Gabriël Anthonio las ik de zin "als we maar doordenderen zonder samen stil te staan in het hier-en nu maken we nooit werkelijk contact". We hebben als team het afgelopen jaar de tijd en ruimte genomen om soms even pas op de plaats te maken en werkelijk contact te maken. Dit heeft ervoor gezorgd dat we zowel individueel als als team gegroeid zijn, wat ons nog sterker en beter maakt. Of om met de woorden van Ray Klaassens (ex- special forces en inspirator op het gebied van persoonlijk leiderschap) te spreken; 'sfeerkrachtig'. Dit maakte 2023, naast alle activiteiten die we deden, tot een mooi en inspirerend jaar. Dank aan alle medewerkers van Marketing Drenthe voor het contact en de verbinding. Ik kijk uit naar 2024.

Astrid Crum
Directeur-bestuurder



2. Onze activiteiten in 2023

Niemand kan er na 2023 meer om heen. Van Gogh heeft een waardevolle periode in Drenthe doorgebracht en wij hebben er samen met vele anderen voor gezorgd dat dit stukje uit zijn levensgeschiedenis zichtbaar en beleefbaar is geworden. We zijn omver geblazen door al het enthousiasme in Drenthe. Meer dan 135 activiteiten zijn er afgelopen jaar georganiseerd. Van de grote tentoonstelling 'Op reis met Vincent' in het Drents museum tot interessante Van Gogh lessen op scholen. En van een geweldige nieuwe invulling van het Van Gogh Huis Drenthe tot lokale tentoonstellingen en lezingen. Het projectbureau was ondergebracht bij Marketing Drenthe. Hier kwam alles samen. We hebben samen met o.a. het Recreatieschap Drenthe fiets- en wandelroutes ontwikkeld en luisterverhalen gerealiseerd. Letterlijk grote eyecatchers zijn de metershoge muurschilderingen in Hoogeveen en Nieuw Amsterdam/Veenoord. Ondernemers haakten aan met o.a. Van Gogh Roadtrips en Van Gogh menu's. En natuurlijk zorgden we ervoor dat in onze campagnes Van Gogh en het landschap dat hem inspireerde centraal stond.



Twee campagnepieken

De eerste campagne startte op 30 maart met een officiële aftrap van Van Gogh Drenthe. Met de uitgave van een programmaboek en het lanceren van een tv commercial was Van Gogh in Drenthe een feit. We zorgden voor online zichtbaarheid in Nederland en Duitsland en de eerste uitingen in de pers verschenen. De eerste campagnepiek was vooral gericht op zichtbaarheid en mensen kennis laten maken met het verhaal van Van Gogh in Drenthe. De tweede campagnepiek, die startte in september, stond in het teken van activatie. We inspireerden mensen om de tentoonstelling in het Drents Museum te bezoeken of het landschap te ontdekken met één van de fiets- of wandelroutes. Trots zijn we op het feit dat de fietsroutes ook nog eens verkozen zijn tot Europese fietsroute van het jaar.

We organiseerden in 2023 persreizen voor o.a. het AD, HP de Tijd en Trouw en samen met het NBTC ontvingen we de internationale pers. Ook zorgden we samen met hen, Van Gogh Brabant

en Van Gogh Europe o.a. voor een bijlage in de National Geographic. In Duitsland werd aandacht besteed aan Van Gogh in Drenthe in o.a. De Bild Urlaubspecial, Welt am Sonntag, NRZ en STERN.

Uiteraard besteedden we niet alleen aandacht aan Van Gogh in 2023, maar ook aan fietsen, wandelen, overnachtingsmogelijkheden, dagjes uit, evenementen enz in Drenthe. Het totaal van alle uitingen zorgden voor een bereik van 26 miljoen in Nederland en Duitsland en voor een significant hogere bezoekingententia aan Drenthe. Het genereerde veel verkeer op onze websites, wat uiteindelijk zorgde voor ruim 450.000 click-outs naar ondernemers in Drenthe.

Actieve ondernemers

Ondernemers haakten aan op Van Gogh met o.a. Van Gogh Roadtrips, Van Gogh menu's, Van Gogh brood, Van Gogh Bier en puzzeltochten. De populariteit van Van Gogh in Duitsland was een extra stimulans voor ondernemers om te zorgen dat ze klaar waren om de Duitse gast te ontvangen. Er werd gretig gebruik gemaakt van onze vertaalactie voor besuchdrenthe.de en de opfriscursus Duits. Ook gingen we met ondernemers aan de slag met reviews, omdat we zagen dat in de besluitvorming van een bezoeker online reviews een grote rol spelen. Meer dan 50 bedrijven deden mee aan deze trainingen, wat zorgde voor meer dan 8.000 nieuwe reviews. In het voorjaar lanceerden we de Oerdrenthe schommel, die dienen als selfiespot voor zowel toeristen als inwoners. Schommelaars kunnen hun foto's delen via instagram, waarmee een prijs te winnen valt. De schommels zijn geplaatst op fotogenieke plekken bij ondernemers binnen de vrijetijdsector

Verkiezingen

In aanloop naar de Provinciale Statenverkiezingen hebben we het belang van de sector recreatie en toerisme goed onder de aandacht gebracht. Landelijk werd door de Destinatie Marketing Organisaties en Gastvrij Nederland (Nationale Raad voor toerisme, recreatie, horeca en vrije tijd) een manifest opgesteld met de oproep aan de Provincies om recreatie en toerisme ruimte te geven in het coalitieakkoord. Op provinciaal niveau organiseerden we samen met zes andere partijen een sectordebat en vertaalden we het manifest naar een Drentse versie. Met een knipoog naar de verkiezingen riepen we inwoners op om 'op Drenthe te stemmen'. Met positieve en prikkelende slogans over Drenthe op driehoeksborden nodigden we creatievelingen uit via drenthe.nl/stem hun eigen slogan in te sturen. Doel van de campagne was het aanwakkeren en uitdragen van de trots van inwoners en ondernemers. In totaal kwamen er meer dan 200 reacties binnen en was het online bereik 120.000. Ook trots waren de inwoners op het EK wielrennen dat in Drenthe gereden werd. Wij verzorgden een online campagne rond dit evenement, dat erg succesvol was omdat we heel gericht konden targetten.

Het belang van onze sector stond ook centraal op de Nationale Toerisme Top, die in september in Drenthe plaatsvond. De Top brengt overheid, bedrijfsleven, toeristische organisaties en andere belangstellenden bij elkaar om samen gericht te werken aan de duurzame ontwikkeling van bestemming Nederland richting 2030. Dit jaar stond het thema ruimte centraal. Met ruim 500 aanwezigen spraken we over de ruimtelijke uitdagingen en de noodzaak om ruimte te creëren voor recreatie en toerisme.

Kennis delen is kennis vermenigvuldigen

In 2023 is er, met inbreng van o.a. Marketing Drenthe, een landelijke datastrategie ontwikkeld. Doel is om relevante data en inzichten over en voor alle partijen binnen de sector toerisme en recreatie te ontwikkelen, delen en toepasbaar te maken voor beter onderbouwde (beleids)keuzes. Vanuit onze rol in de programmaraad van de Landelijke Data Alliantie (LDA) denken we ook mee om de visie in de praktijk te gaan brengen. Dit deden we bijvoorbeeld door onderzoek te doen naar hoe we bewoners in het dorp Nieuw Amsterdam/Veenoord konden betrekken bij alle Van Gogh activiteiten, zodat zij daar ook profijt van zouden hebben. We deelden de inzichten die wij hierbij opdeden.

Via de LDA kregen we ook een beter beeld van het internationaal bezoek aan Drenthe, met de oplevering van het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) en Onderzoek Inkomend Dagbezoek (OID).

In 2023 gaven we tevens weer een vervolg aan onze Vrijtijdsmonitor, die de verwachtingen voor het seizoen bij de ondernemers peilt. Onze bezoekersmonitor gaf ons nog meer inzicht in waarom bezoekers naar Drenthe komen. Onze kennis op al deze onderwerpen deelden we met name via kennisblogs, factsheets en onze online trainingen

Via panelonderzoek keken we kritisch naar onze eigen activiteiten en kregen we een beeld van het effect van onze campagnes. Hieruit bleek dat onze uitingen leidden tot een significant hogere bezoekingententive aan Drenthe.

Tot slot verdiepten we ons verder in de Drentse opgaven, de betekenis van onze sector voor die opgaven en welke rol we als Marketing Drenthe kunnen spelen om de toegevoegde waarde van de sector te vergroten. Dit werkten we uit in de eerste rode draden voor ons meerjarenplan 2025-2029.

3. Verslag Raad van Toezicht

In 2023 besteedde de Raad van Toezicht tijd en aandacht aan de samenwerking met het Recreatieschap, samenwerking met de Provincie en aan de relaties met de ondernemers uit de vrijetijdsindustrie in de provincie Drenthe. De Raad van Toezicht vergaderde vijf keer in 2023.

Interne organisatie

Samenstelling directie/bestuur

De directie bestond in 2023 uit:

- mevrouw A. Crum, directeur-bestuurder.

Samenstelling Raad van Toezicht

Op 1 januari 2023 was de Raad van Toezicht als volgt samengesteld:

- de heer R.E.J. Berting (19-02-1955), voorzitter en wonende te Haren en werkzaam als zelfstandig adviseur te Haren.
- mevrouw J. Spa (18-04-1975), lid en wonende te Meppel en werkzaam als directeur Shared Service Center bij Landal Greenparks.
- mevrouw A. Houwing (16-08-1968), lid en wonende te Annen en werkzaam als eigenaar van Houwing Consultancy.
- de heer A.R. Timmermans (18-02-1962), lid en wonende te Heerenveen en werkzaam als directeur/eigenaar van TTMA Management & Advies.
- de heer E.J. Gels (09-07-1984), lid en wonende te Klazienaveen en werkzaam als directeur/bestuurder IT Hub Hoogeveen.

Het rooster van aftreden is nu als volgt:

naam	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
De heer A.R. Timmermans	2	3	3	3			
De heer R.E.J. Berting	3	3	3				
De heer E. Gels	2	3	3	3			
Mevrouw J. Spa	1	2	2	2	3	3	
Mevrouw A. Houwing	1	1	2	2	2	3	3

De heer Timmermans heeft aangegeven niet herbenoembaar te zijn voor een 3^e termijn. In diens opvolging is per 1 januari 2024 voorzien door mevrouw A. Pronk.

Samenstelling portefeuilles

Binnen de Raad van Toezicht hebben de leden ieder een eigen aandachtsgebied, gebaseerd op de aanwezige deskundigheid. Dit betekent overigens niet dat de aandacht voor overige gebieden daardoor is beperkt.

De heer Timmermans heeft als aandachtsgebied marketing en vrijetijdsindustrie; de heer Gels richt zich vooral op IT en data; mevrouw Spa heeft de focus op financiën; mevrouw A. Houwing behartigt het HR- en organisatiebelang en de heer Berting richt zich op het algemene management.

Besluiten

In 2023 heeft de Raad, conform het gestelde in de statuten, besluiten genomen op de navolgende terreinen.

- Vaststelling jaarplan en begroting 2024
- Vaststelling jaarrekening 2022
- Herziening Directie- en RvTreglement
- Herziening AO/IC
- Vaststelling nieuwe pensioen uitvoeringsovereenkomst

Kwaliteitsborging

Zelfevaluatie

De Raad van Toezicht heeft begin januari 2024 het eigen functioneren en van de individuele leden, alsmede van de directie geëvalueerd. Hiervan is verslag gemaakt en met de uitkomsten van deze evaluatie is de koers voor het komende jaar uitgezet. De Raad evalueert jaarlijks het eigen functioneren en van de individuele leden.

Onafhankelijk en geen tegenstrijdig belang

Over 2023 voldeden de leden van de Raad van Toezicht aan het onafhankelijkheids criterium als opgenomen in het profiel van de Raad van Toezicht. Er zijn door leden geen melding gedaan van (potentieel) tegenstrijdige belang van materiële betekenis.

Verkrijgen van informatie anders dan van de directie

De voorzitter van de Raad van Toezicht is aanwezig bij de periodieke (overleg)bijeenkomsten met de Provincie Drenthe. De leden van de Raad van Toezicht waren aanwezig bij bijeenkomsten met ondernemers uit de vrijetijdsindustrie en een themabijeenkomst met het personeel van Marketing Drenthe. Tijdens deze bijeenkomsten is informatie gedeeld over wat er onder de relaties en partners alsmede onder het personeel leeft met betrekking tot de dienstverlening van Marketing Drenthe.

Robert E.J. Berting
Voorzitter

4. Financiën

Het financieel jaarverslag is opgemaakt door Anesti BV en gecontroleerd door Van der Meer Accountants & Adviseurs.

Korte toelichting

In 2023 ontvingen we van de Provincie Drenthe een subsidie van € 1.532.418,-. Daarnaast realiseerden we € 158.499,- aan overige subsidies en opbrengsten.

De solvabiliteit bedraagt ultimo 2023 28% (2022: 20%). De current ratio (vlottende activa/kort vreemd vermogen) bedraagt ultimo 2023 1,33 (2022: 1,21). Uit de jaarrekening blijkt een klein negatief resultaat van € 951,-. Dit wordt ten laste van het eigen vermogen gebracht. Een bedrag van € 55.358,- aan niet besteed projectbudget schuiven we door naar 2024. Door externe omstandigheden hebben we vertraging opgelopen in het uitvoeren van een bewonersonderzoek en een aanbodanalyse. Ook de programmacommunicatie over het Perspectief 2030 is nog niet afgerond. Tenslotte zijn er op een aantal andere projecten kleine bedragen over, die we in 2024 voor het vervolg van deze projecten kunnen gebruiken. Omdat we in het derde kwartaal van 2023 al voorzagen dat we niet alle projecten konden realiseren, maakten we toen al de afspraak met de Provincie om deze projecten in 2024 te realiseren.

Per 31 december 2023 betreft het vrij besteedbaar vermogen € 145.998,-.

Begroting 2024

In 2024 ontvangen we een bedrag van de Provincie Drenthe van € 1.586.053,-. Hiervoor hebben we reeds een beschikking ontvangen. De verdeling van de kosten is in grote lijnen gelijk aan 2023. Voor 2024 verwachten we nu een netto resultaat van rond nihil.

Wet normering bezoldiging topfunctionarissen in de (semi) publieke sector (WNT)

Mededelingen in het kader van de Wet Normering bezoldiging Topfunctionarissen

Met ingang van 2013 is de Wet Normering Topinkomens (WNT) van kracht. Stichting Marketing Drenthe is WNT-plichting. Om deze reden is in de jaarrekening van de stichting de WNT-informatie opgenomen. De toepassing van de WNT van SMD is gebaseerd op het WNT maximum voor de semi-publieke sector. Het bezoldigingsmaximum in 2023 voor SMD is € 223.000. Het weergegeven individuele WNT-maximum is berekend naar rato van de omvang en de duur van het dienstverband, waarbij voor de berekening de omvang van het dienstverband nooit groter kan zijn dan 1,0 fte.

Het individuele WNT-maximum voor de leden van de Raad van Toezicht bedraagt voor de voorzitter 15% en voor de overige leden 10% van het bezoldigingsmaximum, berekend naar rato van de duur van het dienstverband.

De bezoldiging van de leidinggevende topfunctionaris is als volgt:

Naam	Mw. A. Crum
Funcienaam	Directeur
Duur dienstverband in 2023	1/1 - 31/12
Omvang dienstverband (in fte)	80,00%
Gewezen topfunctionaris?	nee
Echte of fictieve dienstbetrekking?	ja
Individueel WNT- maximum	178.400
Beloning	86.967
Belastbare vaste en variabele onkostenvergoedingen	0
Beloning betaalbaar op termijn	13.629
Subtotaal	100.596
-/- Onverschuldigd betaald bedrag	-
Totaal bezoldiging	100.596
Motivering indien overschrijding:	
Gegevens 2022	
Duur dienstverband in 2020	1/1 - 31/12
Omvang dienstverband (in fte)	80,00%
Gewezen topfunctionaris?	nee
Echte of fictieve dienstbetrekking?	ja
Individueel WNT- maximum	172.800
Beloning	81.529
Belastbare vaste en variabele onkostenvergoedingen	0
Beloning betaalbaar op termijn	10.709
Subtotaal	92.238
-/- Onverschuldigd betaald bedrag	-
Totaal bezoldiging	92.238

Naam	R.E.J. Berting	E.J. Gels	A.R. Timmermans
Funcienaam	voorzitter	lid	lid
Duur dienstverband in 2023	1/1 - 31/12	1/1 - 31/12	1/1 - 31/12
Individueel WNT- maximum	33.450	22.300	22.300
Beloning	6.300	3.300	3.300
Belastbare onkostenvergoedingen	0	0	0
Beloning betaalbaar op termijn			
Subtotaal	6.300	3.300	3.300
-/- Onverschuldigd betaald bedrag	-	-	-
Totaal bezoldiging	6.300	3.300	3.300
Duur dienstverband in 2022	1/1 - 31/12	1/1 - 31/12	1/1 - 31/12
Individueel WNT- maximum	32.400	21.600	21.600
Beloning	6.300	3.300	3.300
Belastbare onkostenvergoedingen	0	0	0
Beloning betaalbaar op termijn			
Totaal bezoldiging	6.300	3.300	3.300
Naam	J.A.E. Spa	A.M. Houwing	
Funcienaam	lid	lid	
Duur dienstverband in 2023	1/1 - 31/12	1/1 - 31/12	
Individueel WNT- maximum	22.300	22.300	
Beloning	3.300	3.300	
Belastbare onkostenvergoedingen	0	0	
Beloning betaalbaar op termijn			
Subtotaal	3.300	3.300	
-/- Onverschuldigd betaald bedrag	-	-	
Totaal bezoldiging	3.300	3.300	
Duur dienstverband in 2022	1/1 - 31/12	10/11 - 31/12	
Individueel WNT- maximum	21.600	3.600	
Beloning	3.300	550	

Belastbare onkostenvergoedingen Beloning betaalbaar op termijn	0	0
Totaal bezoldiging	3.300	550

5. Bijlage doelstellingen 2022 en resultaten

Marketing Drenthe kent drie kernactiviteiten: verkennen, verbinden en verleiden. Om meer bezoekers te trekken verkennen we de behoeften van de gast middels onderzoek, analyses en monitoring van onze activiteiten. Met deze kennis in onze achterzak zoeken we verbinding met partners uit de vrijetijdsbranche om voor én met hen via effectieve campagnes de gast te verleiden een bezoek aan Drenthe te brengen. Hiervoor hadden we in 2023 de volgende KPI's opgesteld die tot de volgende resultaten hebben geleid.

Verkennen

KPI's 2023	Resultaat
Feiten en cijfers Inzichten in: <ul style="list-style-type: none">• Duitse markt en Duitse gast• Binnenlandse markt en gast• Standpunten en wensen inwoners• Vrijetijdsaanbod	<u>Duitse markt/gast</u> Statistiek Logies Accommodaties (SLA, CBS)/Trendata In 2023 zagen we dat het internationale reisverkeer zich sterk verder herstelde. In Drenthe is Duitsland veruit de belangrijkste inkomende markt. Het aantal gasten uit Duitsland groeide door en zit in 2023 weer boven niveau van voor corona. Vanuit het Trendata zoekwoordenonderzoek zagen we ook een toename van het zoekvolume vanuit Duitsland. Onderzoek Inkomend Toerisme en Dagbezoek In 2023 kwamen voor het eerst sinds vijf jaar weer nieuwe gegevens over het inkomende dagbezoek en inkomend toerisme beschikbaar. 3 miljoen Duitse daggasten en een kwart miljoen toeristen in Drenthe brengen samen 350 miljoen euro in het laatste. Vooral Assen, Emmen, het Drents Museum en WILDLANDS zijn populaire uitjes voor Duitsers. <u>Nederlandse markt/gast</u> Statistiek Logies Accommodaties /Vakantiesentiment In 2023 zagen we dat de binnenlandse overnachtingen zich stabiliseerden. Vanuit het Vakantie Sentiment Onderzoek blijkt dat Nederlanders weer vaker kiezen voor zomervakantie in het buitenland (aandeel dat in NL op vakantie wil is gehalveerd). Wel viert men vaker een korte vakantie in NL, buiten het hoogseizoen om. Drenthe heeft bij NL vakantiegangers een stevige (top-of-mind) positie in de top 3. Als het op werkelijk aantal overnachtingen aankomt, staat Drenthe echter op een 8 ^e plek (met 6% marktaandeel). Inzicht bezoekgedrag via bezoekersonderzoek Drenthe

	<p>Via ons continue bezoekersonderzoek kregen we ook in 2023 weer relevante inzichten over motieven en activiteiten van gasten in Drenthe. De bezoeker komt nog altijd voornamelijk voor de natuur naar Drenthe en om tijd door te brengen met elkaar. 85% voelt zich tot rust gekomen en vrijwel iedereen heeft genoten van de natuur. Slechts een klein deel (9%) vindt het te druk in Drenthe. 2 op de 3 bezoekers was bekend met Vincent van Gogh in Drenthe, 1 op de 6 heeft een Van Gogh-gerelateerde activiteit ondernomen.</p> <p>Verdieping thema duurzaamheid</p> <p>In 2023 wilden we verdiepende inzichten ophalen over het thema duurzaamheid. We namen deel aan het duurzaamheidsonderzoek van Trends & Tourism. Hieruit bleek dat Drenthe door Nederlanders wordt gezien als meest duurzame provincie, met name vanwege de stilte, ruimte en aandacht voor natuur en cultuur. Ook vanuit de Leefstijlvinder focusten we extra op dit thema. We waren betrokken bij opzet van een verdiepend onderzoek naar duurzaam vakantiedrag van de verschillende leefstijlen. De uitkomsten en praktische toolkit volgen begin 2024. Uit onderzoek van het NBTC naar agrotourisme bleek verder dat er veel interesse is in plattelandsvakanties onder Nederlanders en Duitsers. Drenthe is daarbij een voor de hand liggende keuze voor de Nederlandse gast.</p> <p><u>Bewonersonderzoek</u></p> <p>Na diverse alternatieven te hebben bekeken, bleek een bewonersonderzoek via Drents Panel veruit de beste optie qua betrouwbaarheid en budget. Na hernieuwde bestuurlijke druk is het gelukt om dit onderzoek alsnog op de agenda te krijgen van dit burgerpanel. De opzet van de vragenlijst staat klaar en het onderzoek gaat februari 2024 van start.</p> <p>Afgelopen jaar stond in het teken van Van Gogh. Inwoners van Nieuw-Amsterdam/Veenoord bekeken de ontwikkelingen kritisch. We hebben de mening van inwoners gepeild. Met name de muurschildering en bloemenweide werden gewaardeerd.</p> <p><u>Vrijetijdsaanbod in beeld</u></p> <p>Eind 2023 is in gezamenlijkheid met de LDA een briefing opgesteld om het verblijfsrecreatief aanbod landelijk goed in beeld te brengen. Tevens is gevraagd om kosten voor een jaarlijkse update, zodat de data jaarlijks geactualiseerd wordt (voor een periode van 5 jaar). Inmiddels is een bureau geselecteerd. Het startgesprek vindt in februari 2024 plaats, wij zitten in de begeleidingsgroep.</p>
Monitoring en ontwikkeling	Drenthe.nl – inzichten uit gebruikersonderzoek

<p>Inzichten in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkeling inhoudelijke bekendheid merk Drenthe. • Effect ingezette middelen • Tevredenheid ondernemers, organisaties, overheden 	<p>We voerden begin 2023 een gebruikersonderzoek uit om in kaart te brengen hoe Drenthe.nl wordt ervaren, wat knelpunten en wensen zijn. De inzichten nemen we mee bij de inrichting van onze nieuwe website. Uit het gebruikersonderzoek blijkt dat het beeldmateriaal en aanspreekvorm bijzonder wordt gewaardeerd. Ook kan men over het algemeen goed vinden wat men zoekt. Verder bleek dat de bezoeker vaak op zoek is naar concreet aanbod en zich graag oriënteert d.m.v. kaartjes. Van die inzichten maken we gebruik bij de opzet van de nieuwe website. Tevens gebruiken we de inzichten vanuit het Trendata zoekwoordenonderzoek om goed SEO-proof in te richten.</p> <p>Positioneringsonderzoek – imago en positionering</p> <ul style="list-style-type: none"> • Positie als Oerprovincie is verstevigd bij consument (49% vindt Drenthe dé Oerprovincie versus 44% vorig jaar) . • Ook steeds meer ondernemers zijn tevreden over de oerpositionering (87% vs. 77%). • Bezoekintentie is afgenomen t.o.v. coronajaren, weer gelijk aan situatie voor corona. • Ook uit Merken en Steden onderzoek blijkt dat Drenthe na Limburg als meest aantrekkelijke binnenlandse bestemming wordt gezien, met een hoogste score op ruige natuur. <p>Effectmetingen voorjaar/najaar van Gogh campagne</p> <p>We hielden na afloop van zowel de voorjaarscampagne als de najaarscampagne een effectmeting in zowel Duitsland als Nederland. De van Gogh campagne viel in beide landen in de smaak. Het bereik was mede door inzet van tv groot: respectievelijk 3,3 miljoen en 4,5 miljoen in het voorjaar en nog eens 3,8 en 4,5 miljoen in het najaar. De campagne scoorde significant hoger op het aspect 'onderscheidend'. In Duitsland zette dit bij maar liefst 57% aan tot bezoek. In Nederland was dit 35%. Duitsers waren onder de indruk van de beelden, positief over Drenthe en ook nieuwsgierig. Leerpunt: nog duidelijker in beeld brengen waar Drenthe precies ligt.</p> <p>KTO – tevredenheidsonderzoek ondernemers/overheden</p> <p>Het KTO verloopt dit jaar via de Provincie, aangezien zij een soortgelijke tevredenheidsmeting wilden uitvoeren. Wij hadden daarbij inspraak in de opzet voor de vragenlijst om onze kpi's daarbinnen te borgen. Gevolg is wel dat definitieve uitkomsten iets later dan gebruikelijk bekend zijn. Uit de tussentijdse resultaten blijkt dat zowel ondernemers als overheden stabiel positief zijn: Voorlopige cijfers 7,6 van ondernemers en 8,1 van overheden/regio-instanties.</p> <p>VTE monitor</p>
---	--

	<p>We voerden 3x per jaar de VTE monitor uit: bij start van het seizoen, vlak voor de zomervakantie en vlak voor de herfstvakantie. Het voorseizoen lag de bezetting iets bovengemiddeld, terwijl de zomer juist wat gematigder was. In het najaar merkten vooral campings een hogere bezetting. Ondernemers hebben zorgen omtrent stijgende lasten, klimaat/duurzaamheid, personeelskrapte en onzekerheid wet/regelgeving. Een meerderheid van de ondernemers vindt de thema's uit ons jaarplan 2024 aansprekend. Landschap (76%) en Duitse markt (73%) het meest, gevolgd door spreiding (68%), duurzaamheid (62%) en bewoners (51%). Bewoners staat bij dagrecreatie en horeca juist op een 2^e plek (78%).</p>
<p>Kennisdeling:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 200 deelnemers kennissessies • 3000 paginabezoeken op kennis/expertise op marketingdrenthe.nl • 100 logins drenthe.nl/trainingen 	<ul style="list-style-type: none"> • 204 deelnemers kennissessies en 184 deelnemers Recreatiecongres (waarvan 35 aan workshop MD). • 3650 bezoeken kennisblogs en 3065 bezoeken expertisepagina's; totaal 6715 paginabezoeken. • 454 paginabezoeken online trainingen, waarvan 292 doorgeklikt; 86 online trainingen door 35 cursisten gevolgd.
	<p>Ook buiten Drenthe delen we kennis onder meer in de programmaraad Landelijke Data Alliantie, werkgroepen omtrent nieuwe onderzoeken, nieuwe landelijke data strategie, werkgroep bewonersprofijt, koplopersgroep duurzaamheid. Van Gogh Nieuw-Amsterdam en Veenoord is meermalen uitgelicht als inspirerend voorbeeld om bewoners te laten profiteren.</p>

Verbinden

KPI's 2023	Resultaat
<p>Bijeenkomsten/ communicatiemiddelen b2b /relatiemanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenminste 200 deelnemers aan bijeenkomsten (excl. Toerisme Top) • Tenminste 1600 abonnees Oerkreet 	<ul style="list-style-type: none"> • KPI ruim behaald met onderstaande bijeenkomsten: <ul style="list-style-type: none"> - Startbijeenkomst reviewtraining – 90 - April - Inspiratietocht Verhalenweekend – 55 - Online bijeenkomsten reviewtraining – 68 - Slotbijeenkomst reviewtraining – 30 - December – Recreatiecongres - 184 • Aantal abonnees Oerkreet: 1831
<p>Zichtbaarheid Drenthe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bij 65% bedrijven hangt Drentse vlag • 30% ondernemers maakt gebruik beeldbank, huisstijl (bron KTO) 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkoop merchandise: <ul style="list-style-type: none"> - Stickers 1264 - Gevelvlag 88 - Mastvlag 108 - Baniervlag 74 • 37%* heeft Drentse vlag hangen • 41%* maakt gebruik van Beeldbank, 17%* van huisstijlgids <p>* o.b.v. tussentijdse resultaten vanuit het KTO 2023</p>
<p>Voorbereiden Duitse markt</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 extra ondernemers op besuchdrenthe.de • 60 deelnemers activiteiten 	<ul style="list-style-type: none"> • In totaal staan er nu 479 locaties op Besuchdrenthe.de (dit is exclusief 182 locaties onder beheer van Recreatieschap Drenthe en Marketing Drenthe, dat zijn voornamelijk natuurgebieden, hunebedden etc.). In 2023 zijn er 104 nieuwe locaties ingevoerd n.a.v. de vertaalactie. • 52 deelnemers bij de opfriscursussen. 4 deelnemers bij onze eerste afspraak over de pilotgroep van Duitsland (hierbij konden 2 ondernemers niet aanwezig zijn, daar hebben we achteraf telefonisch contact mee gehad). <p>Doel was om eerst te inventariseren met een kleine groep koplopers wat de wensen zijn. In Q1 2024 geven we hier een vervolg aan met een kennisbijeenkomst en werksessie voor uitwerking van de pilot.</p>

<p>Gezamenlijke acties</p> <ul style="list-style-type: none"> • 85% ondernemers tevreden met branding van Drenthe • 75% neemt zelf Drenthe bewust mee in de promotie • 55% verwijst door naar drenthe.nl • 100 deelnemers gezamenlijke acties en persreizen 	<ul style="list-style-type: none"> • 85%* tevreden over manier waarop we Drenthe promoten • 78%* neemt Drenthe zelf bewust mee in promotie • 56%* verwijst door naar Drenthe.nl, 70% verwijst naar ander recreatief aanbod in provincie <p>* o.b.v. tussentijdse resultaten vanuit het KTO 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> • 161 deelnemers aan gezamenlijke acties: <ul style="list-style-type: none"> - Insta-take-over: 5 - Wandelposters: 68 - Bezoek NBTC: 7 - Drenthe schommel: 10 - Losse persreizen: 35 - Internationale persreis Van Gogh: 8 - Instameet: 6 - Rondje werkveld: 22
<p>Planvorming</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoofdpijnen Meerjarenplan 2025-2029 • Visie voor Marketing Drenthe, incl. stakeholderanalyse 	<p>Op basis van verkenningen en analyses zien we dat Drenthe staat voor opgaven op gebied van economie (vitale arbeidsmarkt en economie), ecologie (klimaat, energie en duurzaamheid), sociaal-maatschappelijk (vasthouden welzijnsniveau, woon-en zorgopgaven). We verdiepten ons in de betekenis van onze sector voor deze opgaven en welke rol we als Marketing Drenthe kunnen spelen om de toegevoegde waarde van de sector te vergroten. Marketing Drenthe kan als schakel tussen vraag en aanbod op een positieve manier bijdragen met een focus op de juiste bezoeker, op het juiste moment op de juiste plek. De hoofdpijnen van ons meerjarenplan werken we uit in 2024 in afstemming met de provinciale agenda waarbij we gezamenlijk het werkveld bevragen. Inspiratieve voorbeelden die passen bij het gedachtengoed van het Perspectief op bestemming Drenthe 2030 zijn gebundeld op www.bestemmingdrenthe2030.nl</p>

Verleiden

KPI's 2023	Resultaat
Nederland	
Gebruikers Drenthe.nl: 1,3 miljoen	1.551.246 gebruikers
Gemiddelde tijd op site: 2.20 min Terugkerend bezoek: 30%	Met de overgang van Google Analytics Universal naar Google Analytics 4 op 1 juli 2023 is er behoorlijk wat veranderd in de gegevens die we ophalen vanuit GA4. Het systeem is meer gericht op gebeurtenissen en gedrag op de website. Hierdoor konden we na Q2 bepaalde statistieken niet (goed) meer meten. Het gaat dan om de 'Gemiddelde tijd op de site' en 'Terugkerende bezoekers'. Vanaf Q3 werden deze daarom niet verder opgeteld en zijn de resultaten niet opgenomen in dit jaarverslag.
Aantal click-outs: 400.000	451.117 click-outs
Bereik Facebook: 12,5 miljoen	2.441.315 bereik
Stijging volgers Instagram: 1.250	Eind 2022: 15.026 volgers Eind 2023: 16.329 volgers Stijging aantal volgers: 1.303
Gebruik #Oerdrenthe: 7.000	Eind 2022: 40.128 keer gebruikt Eind 2023: 46.700 keer gebruikt In 2023: 6.572 keer gebruikt
Online bereik (inarticle video/instagram/online artikelen): 2,5 miljoen	3.662.791 online bereik Google Adwords: 1.325.448 impressies (<i>aparte vermelding ivm andere waardes, impressies ipv bereik</i>)
Offline bereik Pers&PR: 6 miljoen	13.888.540 bereik
Clickrate nieuwsbrief - Stellen 20% - Gezinnen 15%	- Stellen: 17% - Gezinnen: 14%
Duitsland	
Gebruikers Besuchdrenthe.de: 120.000	167.177 gebruikers
Gemiddelde tijd op site: 1.30 min Terugkerend bezoek: 15%	Met de overgang van Google Analytics Universal naar Google Analytics 4 op 1 juli 2023 is er behoorlijk wat veranderd in de gegevens die we ophalen vanuit GA4. Het systeem is meer gericht

	op gebeurtenissen en gedrag op de website. Hierdoor konden we na Q2 bepaalde statistieken niet (goed) meer meten. Het gaat dan om de 'Gemiddelde tijd op de site' en 'Terugkerende bezoekers'. Vanaf Q3 werden deze daarom niet verder opgeteld en zijn de resultaten niet opgenomen in dit jaarverslag.
Click outs: 20.000	18.137 click-outs
Bereik Facebook: 3,5 miljoen	1.375.899 bereik
Offline bereik: 5 miljoen	8.652.574 bereik
Online bereik: 7,5 miljoen	Online bereik: 3.300.952 online bereik Google Adwords: 416.488 impressies (<i>aparte vermelding ivm andere waardes, impressies ipv bereik</i>)

6. Bijlage Facts & Figures Van Gogh Drenthe

SAMENVATTING RESULTATEN 2023 & DOEL 2030



Waar zijn we trots op

- Groot draagvlak bij inwoners Drenthe
- Tentoonstelling 'Op reis met Vincent', Drents Museum
- Vernieuwde Van Gogh Huis Drenthe
- Mega muurschilderingen
- 2000 verkochte Van Gogh fiets- en wandelroutes
- Van Gogh doorkijkpanelen
- Samenwerking lokaal, nationaal en Europees



Doel 2030

We willen de culturele erfenis van Vincent van Gogh in Drenthe blijvend zichtbaar en beleefbaar maken voor eigen inwoners en binnenlandse en buitenlandse bezoekers. Daarnaast willen we het bijzondere verhaal van Van Gogh gebruiken om de (huidige) waarden van Drenthe te benadrukken.