

Activiteiten verslag Coöperatie Appelscha Regio 3.0 2022 – 2023

Conform subsidie beschikking 085-AZK-62849

Bijgaand het verslag van de activiteiten die de coöperatie Appelscha Regio 3.0 (hierna CAR3.0) heeft verricht in 2022-2023 in het kader van onze opdracht: bevordering van de versterking en groei van recreatie en toerisme in de gemeente Ooststellingwerf, zoals o.a. geformuleerd in de beschikking, door

- Het bevorderen van de onderlinge samenwerking tussen ondernemers in de sector
- Het verzorgen van toeristische promotie van de gemeente Ooststellingwerf

Inhoud

Uitgevoerde activiteiten 2022.....	1
1. Organisatie	1
2. Lokale Samenwerking.....	2
3. Merk en Promotie ontwikkeling	2
4. Promotie Turfroute	2
5. De Bosbergtoren.....	3
Uitgevoerde activiteiten 2023.....	3
1. Organisatie	3
2. Lokale samenwerking	3
3. Merk en Promotie ontwikkeling	4
4. Turfroute	4
5. De Bosbergtoren.....	4
Betrokkenheid ondernemers 2022-2023	4
Voortgang ambities 2025	5
Indicaties ten aanzien van de effecten	5

Uitgevoerde activiteiten 2022

1. Organisatie

- **Uitvoering en coördinatie taken CAR3.0.**
 - Dagelijks bestuur bestaande uit voorzitter, secretaris, penningmeester, en algemeen bestuurslid van VTRBO.
 - Periodiek overleg met college en de ambtelijke organisatie over uitvoeringstaken en behaalde resultaten.
 - Gebruik van ZZP-gebaseerde diensten van een gebiedsregisseur en een contentmedewerker op urenbasis.
- **Twee actieve werkgroepen binnen CAR3.0:**
 - Marketing en Bosbergtoren.
 - Werkgroepen bevatten leden van de Coöperatie, bestuurslid, contentmedewerker, en gebiedsregisseur.
- **Twee ledenbijeenkomsten**
- **Samenwerking/fusie VTRBO**
 - Gesprekken met VTRBO gestart in 2022.
 - Na verkennende gesprekken is een werkgroep ingesteld voor de voorbereiding.

2. Lokale Samenwerking

- **Presentatie Ooststellingwerf als "Het Buitensport Walhalla bij Appelscha"**
 - Met deze presentatie streven naar eenheid door de diverse landschappen en identiteiten te integreren.
 - Dit gezien de ligging van Ooststellingwerf in de punt van (Zuid-Oost) Friesland, grens van Drenthe, tussen Drents-Friese Wold en Koloniën van Weldadigheid Frederiksoord en Veenhuizen.
 - Routes langs bezienswaardigheden, toeristische bedrijven en horeca.
 - Meer dan 50 bedrijven actief betrokken en betaalden voor een plaats op de routekaart.
 - Diverse routes voor wandelaars, fietsers, MTBers en ruiters op bestaande knooppunten- en routenetwerken.
- **Onderhoud van Netwerken:**
 - Bezoeken van activiteiten en bijeenkomsten van TRZF, Recreatieschap Drenthe, St. Weldadig Oord.
 - Bezoek Bijeenkomsten over Paarden toerisme, wandelknooppuntennetwerk, Recreatiecongres, Regio Safari, Gagelvenne.
- **Exploitatie Bosbergtoren:**
 - In 2022 nam CAR3.0 de exploitatie van de Bosbergtoren over van de gemeente.
 - Deelnemers aan het routeproject ontvingen Bosbergtoren tickets voor hun gasten.
 - Bosbergtoren gebruikt om ondernemers te ontvangen en te informeren over toeristische samenwerking, zoals de Safari van TRZF.
- **Maandelijks Nieuwsbrief:**
 - Uitgave van een maandelijks nieuwsbrief.
 - Bijdrage namens CAR3.0 aan de nieuwsbrief van gemeente Ooststellingwerf
 - Informatie over activiteiten van CAR3.0.
 - Inspiratie voor ondernemers om deel te nemen aan interessante activiteiten, zoals workshops van derden, zoals het recreatiecongres of de safari van TRZF.

3. Merk en Promotie ontwikkeling

- **Marketingprogramma:**
 - Opgezet met thema's gedurende het jaar, belichting van activiteiten en accommodaties in het Buitensport Walhalla.
 - Samenwerking met extern reclamebureau (De Noormannen in Beilen).
 - Gebruik van communicatiekalender ontwikkeld in de marketingcommissie.
 - Thema's gedurende het jaar: Wintersport, Natuur, Kunst en Cultuur, Najaar/Kerst.
 - Binnen deze thema's belichting van verschillende activiteiten en accommodatievormen, zoals camperplaatsen in de zomer en B&B's in de winter.
 - Beoordeeld op basis van bezoekers op de website appelscha.nl. Voortschrijdend jaargemiddelde gevolgd, met bijna 100.000 unieke bezoekers eind 2022.
 - Promotie gericht op Midden- en West Nederland en Vlaanderen.
 - Doel van de targeting is gericht op meerdaags verblijf vanwege de verwachte grotere economische impact.

4. Promotie Turfroute

- **Distributie Promotietasjes:**
 - CAR3.0 heeft opnieuw, zoals voorgaande jaren, de distributie van promotietasjes naar verschillende entrees naar Ooststellingwerf op de Turfroute verzorgd.
 - Samenwerking met TIP-Appelscha voor de uitvoering van deze distributie.
 - Samenwerking met TRZF over aanschaf en ontwerp Turfroute tassen

5. De Bosbergtoren

- **Exploitatie Bosbergtoren:**
 - In 2022 heeft CAR3.0 de exploitatie van de Bosbergtoren overgenomen van de gemeente Ooststellingwerf.
 - In het eerste jaar lag de focus op beheer en optimalisatie van de communicatie op locatie, vooral in het geval van storingen.
 - Voor dagelijks toezicht is een torenmeester op ZZP-basis aangesteld, die de toren dagelijks opent, sluit, en inspecteert.
 - Het TIP kantoor fungeert als meldpunt voor storingen.
 - Aan het einde van 2022 is een opdracht gegeven aan NHL Stenden voor het ontwikkelen van ideeën om meer beleving aan het bezoek aan de Bosbergtoren toe te voegen.
 - Vijf verschillende groepen studenten hebben deze opdracht opgepakt.

Uitgevoerde activiteiten 2023

1. Organisatie

- **Uitvoering en coördinatie taken CAR3.0.**
 - Grotendeels ongewijzigd ten opzichte van 2023.
 - Het bestuur houdt maandelijkse vergaderingen, waarbij de gebiedsregisseur aanwezig is.

2. Lokale samenwerking

- **Buitensport Walhalla bij Appelscha**
 - Het centrale thema blijft "Buitensport Walhalla bij Appelscha".
 - Positieve ontvangst lokaal en in Friesland en Drenthe.
 - Focus op ontwikkeling van de 3D-inspiratiekaart in 2024.
 - Streven naar betrokkenheid van ondernemers met betaalde vermeldingen op de kaart.
 - We hebben deze campagne weer gecombineerd met een actie met gastentickets voor de Bosbergtoren
 - Vanwege het schrijnende tekort aan hotelaccommodaties hebben we ook een campagne ontwikkeld voor B&B's die door een samenwerking met lokale horeca op de Hotel-pagina de gasten een alternatief bieden.
 - In totaal doen en betalen 60 (!) bedrijven en organisaties uit Ooststellingwerf mee.
- **Bosbergtoren**
 - Campagne met gastentickets voor de Bosbergtoren en een B&B-campagne door samenwerking met lokale horeca, waarbij 60 bedrijven deelnemen.
- **Nieuwsbrief**
 - Maandelijkse nieuwsbrief voor ondernemers met informatie over activiteiten en inspiratie voor workshops en evenementen.
- **Fusie VTRBO**
 - Gesprekken over fusie met lokale recreatieorganisaties vertraagd door ruis over de positie van lokale recreatieorganisaties in Ooststellingwerf binnen de gemeente, maar hervat in de tweede helft van 2023, streven naar definitieve vormgeving in 2024.
- **Regionale samenwerking**
 - Voortdurende ontwikkeling van samenwerking met TRZF, Weldadig Oord, Recreatieschap Drenthe inclusief afstemming campagnes en oproepen aan recreatiebedrijven.
 - Ondanks zoektocht naar de juiste vorm ontstaat een productievere samenwerking door uit te gaan van eigen kracht, zoals in de voorbereidingen voor de Duitse gast.
 - Gebiedsregisseur onderhoudt regelmatig contact met collega's van TRZF, andere gemeenten in Zuid-Oost Friesland en Stichting Weldadig Oord.
 - Contacten en gezamenlijke overleggen met organisaties zoals IVN, Staatsbosbeheer, Gebiedscoöperatie Zuidoostfriesland, Natuurmonumenten en Veenhuizen Boeit.

3. Merk en Promotie ontwikkeling

- **Inspiratiekaart**
 - 3D- Inspiratiekaart ontwikkeld, mede mogelijk gemaakt door een subsidie (€2.400) van Recreatieschap Drenthe. Voor de zomer gedrukt en 5000 exemplaren verspreid.
 - Kaarten zijn heel goed ontvangen, van deze kaart inmiddels ook een interactieve versie gemaakt, o.a. voor onze online campagnes en op de website
- **Bosbergtoren**
 - 3D-kaart gepresenteerd in een "Bosbergtoren-display" om ook het bezoek aan de Bosbergtoren te bevorderen.
 - Financiering van promotiecampagnes gegenereerd door het bevorderen van Bosbergtoren-bezoeken
- **Appelscha.nl**
 - Onze marketingorganisatie NC-websites is ook betrokken bij de promotie van de Bosbergtoren en gekozen als beste partij voor regiopromotie na gesprekken. Campagnes uitgevoerd op dezelfde manier als in 2022, uitvoering NC-websites.
 - Op Appelscha.nl wordt nieuwe content gecreëerd, waaronder blogs, om de regio op diverse manieren vindbaar te maken.
- **Themacampagnes**
 - Kunst en Cultuur campagne in het najaar in augustus gestart, inclusief promotie voor Open Stal.
 - Oktober Bikefest opgenomen in de najaarspromotiecampagne.

4. Turfroute

- **Promotie**
 - Zoals in voorgaande jaren heeft CAR3.0 opnieuw de distributie van promotietasjes naar verschillende entrees naar Ooststellingwerf op de Turfroute verzorgd.
 - Samenwerking met TIP-Appelscha voor de uitvoering van deze distributie.

5. De Bosbergtoren

- **Promotie**
 - Een promotiecampagne buiten Ooststellingwerf is gestart met flyers en posters. Verspreiding via de foldermarkt van TRZF en op campings en gastenverblijven in de rest van Drenthe, Friesland en Overijssel.
- NHL Stenden studenten bedachten creatieve ideeën, afvaardiging van de Bosbergtoren werkgroep heeft de presentatie van de ideeën bijgewoond tijdens een bezoek in Leeuwarden. Aantal ideeën zijn vertraagd en worden gerealiseerd/uitgewerkt in 2024
- **Voorzieningen op/bij de toren**
 - De verrekijker op de toren werd minder gebruikt vanwege het gebrek aan kleingeld. Om meer mensen van het uitzicht te laten genieten, heeft CAR3.0 zelf een kijker gekocht, deze wordt gratis beschikbaar gesteld door de entreprijs met € 0,50 te verhogen. Wordt nu veel gebruik van gemaakt.
 - Een afspraak is gemaakt met een groep van OlmenEs (mensen met een beperking) voor het onderhoud van het mindervalidenpad rond de Bosberg en naar de toren. Materiaal is aangeschaft, en de groep voert wekelijks opruim- en veeggrondes uit. Dit initiatief heeft in 2023 veel positieve reacties opgeleverd.

6. Betrokkenheid ondernemers 2022-2023

- CAR3.0 had in 2023 13 leden en 160 leden die indirect via VTRBO lid zijn
- Belangrijkste indicator voor de betrokkenheid van ondernemers is de (betaalde) deelname aan onze projecten en campagnes. In 2022 namen ruim 50 ondernemers deel aan de campagnes, in 2023 steeg dit met 20%. O.a. met betaalde deelname aan de inspiratiekaart en in de B&B/hotelcampagne. We zien deze betrokkenheid ook terug in het openen en aantal kliks in onze nieuwsbrieven.

Voortgang ambities 2025

In 2021 hebben we een aantal ambities voor 2025 uitgesproken, hierbij een korte opsomming van de activiteiten die in de afgelopen jaren zijn ondernomen

Activiteiten

- *Buitensport Walhalla heeft diverse Toeristische Opstap punten (TOP's).* De fysieke TOP's is een project in handen van de gemeente en Marrekrite. In het Buitensport Walhalla zijn een aantal overstappunten benoemd (we noemen deze om verwarring te voorkomen "Poorten") Deze poorten vind je terug in onze routes en op het routeplatform Routeyou. Spelen o.a. een belangrijke rol bij de spreiding van toeristen over de regio, bijvoorbeeld als startplaats voor de 100km wandeltocht.
- *Natuurbeheerders (Staatsbosbeheer en Natuurmonumenten) spelen een cruciale rol in het ontwikkelen van toeristische informatiepunten en nemen regie in boeiende en speelse bezoekersinformatie.* Voorbeeld van deze rol is de betrokkenheid van SBB bij het ontwikkelen van beleving op de Bosbergtoren: SBB gaf de input voor welke natuur op de verschillende bordessen van de Bosbergtoren gaat worden uitgelicht
- *Centrum Appelscha: de Boerestreek wordt het centrum van Buitensport Walhalla, waar sport, eten, overnachten en spelen samenkomen en alle aanbieders worden verbonden.* CAR3.0 heeft samen met de alle ondernemers rond de Boerestreek een plan laten schetsen voor de poorten, waarmee de Boerestreek ook het fysieke centrum van het Buitensport walhalla wordt gemaakt. We zijn met alle partijen in gesprek over het vervolg
- *Coöperatie Appelscha Regio 3.0 en VTRBO/TIP zijn gefuseerd tot één organisatie.* Proces is nog gaande, liggen op schema voor realisatie in 2024
- *TIP verzorgt alle informatie, evenementenkalenders, brochures en informatiepunten voor gasten.* Is onderdeel van de fusie
- *Werkgroep regiopromotie beheert online marketing en biedt ondersteuning aan ondernemers voor hun marketing en PR.* Ook onderdeel van de fusie. De werkgroep Marketing vervult op dit moment al de rol
- *Afdeling promotie beheert boekingsplatform Huisje-huren met een link naar regiomarketing: dalende bezetting stimuleert activiteit.* Huisje huren is activiteit van VTRBO, wordt na fusie gerealiseerd, op koers dus
- *Werkgroep Productontwikkeling en evenementen richt zich op de kernwaarden van de regio: gezondheid, bewegen, natuur.* Productontwikkeling is op dit moment nog verdeeld over adnere werkgroepen (marketing en Bosbergtoren) Gezondheid bewegen en natuur zijn nu al de kernwaarden in het Buitensport Walhalla, bijvoorbeeld voor de verschillende routes
- *Bosbergtoren heeft een belangrijke plaats in de regio: trekpleister, icoon, startpunt en wordt benut voor gebiedsgerichte promotie.* We liggen hierbij op schema, deze ambitie is verwerkt in de plannen die NHL Stenden mede heeft ontwikkeld en worden in 2024 gerealiseerd. In 2022 en 2023 hebben 50 ondernemers actief deelgenomen in de campagnes, waarbij de uitgifte van tickets voor de Bosbergtoren een item waren

Beoogde effecten:

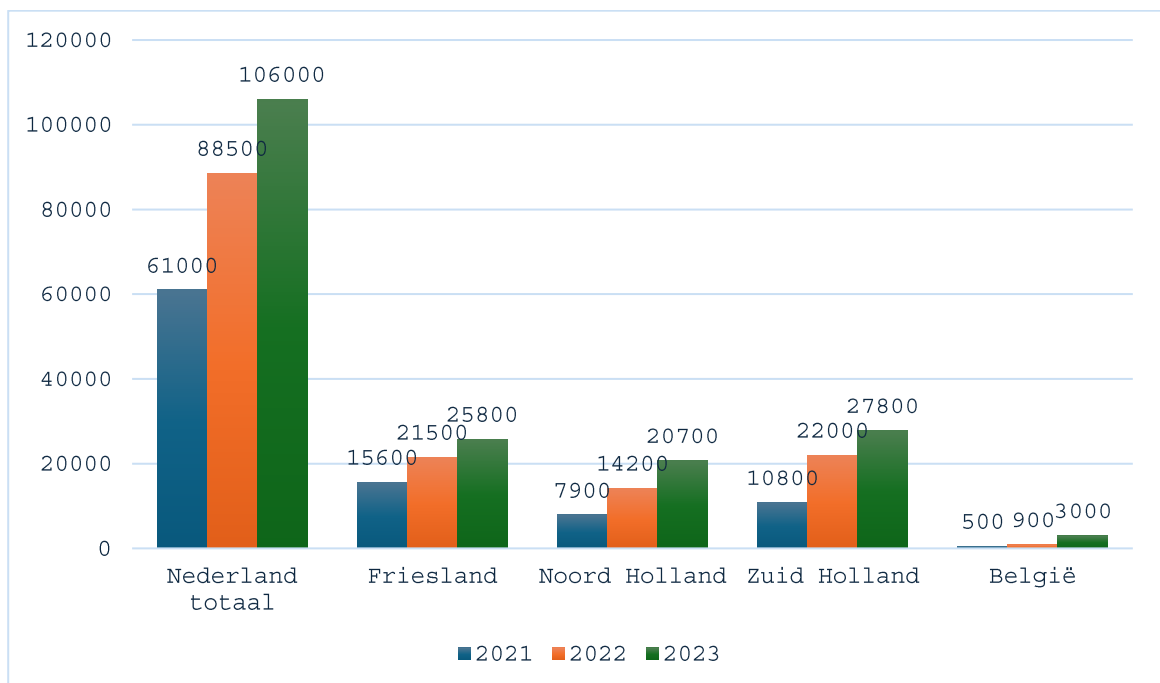
- In 2025 trekt de regio veel bezoekers uit Midden-, West- en Zuid-Nederland vanwege de gezonde omgeving
- Gasten verblijven minimaal enkele dagen en maken gebruik van de horeca die streekproducten uit de regio benut.

Indicaties ten aanzien van de effecten

De inzet moet bijdragen aan de verdere groei van de sector 'recreatie en toerisme' in de gemeente Ooststellingwerf en zorgt voor een versterking van de werkgelegenheid en leefbaarheid.

De conversie is voor CAR3.0 (en regiopromotie platforms in het algemeen) is moeilijk te meten, immers, we doen geen boekingen. Onze belangrijkste rol binnen het AIDA proces (marketingterm) is het creëren van Aandacht en Interesse. De Actie vindt plaats op in het contact (online) met de ondernemer. Toch zien we een aantal belangrijke indicatoren voor het positieve effect van de inspanningen van CAR3.0

- Alle marketing inspanningen zijn gericht op Midden, West en Zuid Nederland en Vlaanderen. We meten maandelijks binnen Google Analytics de ontwikkelingen in bezoekersaantallen op de website, inclusief de herkomst van de bezoekers. Uit bijgaande grafiek blijkt, dat sinds 2021 het totaal aantal bezoekers uit Nederland steeg van 61.000 naar 106.000, een toename van 73%



- Het aandeel bezoekers uit Noord- en Zuid Holland steeg van 18.700 naar 48.500 is een toename van 159%. Dit is een rechtstreeks gevolg van onze online targeting: al onze campagnes zijn gericht op het midden en westen van Nederland en Vlaanderen.
- Van de vrijwilligers op het TIP-kantoor horen we, dat in Appelscha steeds vaker Vlaamse gasten binnen komen. Ook wordt gemeld, dat vaker Belgische kentekenplaten in de gemeente worden gezien.
- Dit jaar heeft CAR3.0 ook lokale evenementen meegenomen in haar promotie, bijvoorbeeld het Oktober Bikefest met een MTB en Gravelfietstocht door onze regio. Het bestuur van de fietsvereniging meldde, dat er dit jaar meer bezoekers uit de rest van het land aanwezig waren.
- Tijdens gesprekken met ondernemers wordt aangegeven, dat velen inmiddels boven de aantallen en bezettingsgraad van voor de Corona periode zitten.