

*Provinciehuus*  
Westerbrink 1  
Assen

Postbus 122  
9400 AC Assen

Telefoon  
(0592) 36 55 55  
Telefax  
(0592) 36 57 77

Aan:  
de voorzitter en de leden van  
provinciale staten van Drenthe

Assen, 28 juni 2004

Ons kenmerk 26/6.13/2004006762

Behandeld door de heer J. Vos (0592) 365356

Onderwerp: Statenstuk 2004-132, Uitvoeringskader toeristisch-recreatieve projectontwikkeling Drenthe 2004-2007; herzien ontwerpbesluit en gewijzigd Uitvoeringskader

Geachte voorzitter/leden,

In de vergadering van de Statencommissie Bestuur, Financiën en Economie op 16 juni 2004 hebt u zich uitgesproken over het Uitvoeringskader toeristisch-recreatieve projectontwikkeling, statenstuk 2004-132. Wij hebben u in dat kader een programmatische werkwijze voor marketing en promotie voorgesteld. U constateerde dat het organiserend vermogen van de sector op dit moment onvoldoende is om op die wijze te kunnen werken. Met deze brief reageren wij op uw opmerkingen en wij stellen daarom voor deze brief bij uw besluitvorming te betrekken.

U vindt achtereenvolgens onze reactie op de door u gemaakte opmerkingen en de gevolgen daarvan voor het door u te nemen besluit. In bijlage II vindt u een herzien ontwerpbesluit.

Wij willen het Uitvoeringskader als volgt aanpassen om aan de wensen tegemoet te komen.

Wij blijven de programmatische aanpak van marketing en promotie voorstaan die wij hebben ingezet. Wij bieden de VVV Drenthe+ en de Stichting Promotie Drenthe een subsidie voor twee jaar om 'kwartier' te kunnen maken en de marketing en promotie van Drenthe stevig neer te zetten. Ons inziens ontstaat daardoor een krachtige organisatiestructuur.

Concreet betekent dit dat wij de VVV Drenthe+ en de Stichting Promotie Drenthe in 2005 en 2006 ondersteunen. In beide jaren krijgen de organisaties elk een incidentele subsidie van € 200.000,--. Die middelen worden onder een aantal voorwaarden



verstrekt. Zo willen wij dat de beide organisaties financieel, organisatorisch en in de uitvoering helder van elkaar gescheiden zijn. Daarnaast willen wij van de VVV Drenthe+ en de Stichting Promotie Drenthe voor elk jaar een goed onderbouwd werkplan of marketingplan waar in staat wat de organisatie gaat presteren. In 2006 vindt een evaluatie plaats en moeten de marketing en promotie van Drenthe volledig op programmatische wijze plaatsvinden.

Om een goede en snelle start te maken moeten ondernemingsplannen en promotieplannen gemaakt worden. Hiervoor stellen wij in 2004 in totaal een bedrag van € 100.000,-- beschikbaar.

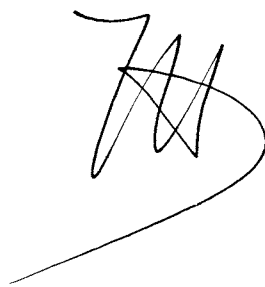
Wij willen uitvoering geven aan uw motie O d.d. 8 en 9 juni 2004 (statenstuk 2004-129) door € 300.000,-- per jaar in 2005 en 2006 uit de reserve flexibel beleid beschikbaar te stellen. U krijgt daarvoor tijdens de begrotingsvergadering in het najaar een voorstel.

Ook verruimen wij de criteria in het Uitvoeringskader waaraan projecten moeten voldoen om voor een provinciale bijdrage in aanmerking te komen. Wij blijven het belangrijk vinden dat projectvoorstellen in lijn liggen met het Uitvoeringskader maar uiteraard staan wij open voor verfrissende en geheel nieuwe ideeën.

In bijlage I bij deze brief treft u de vervangende tekst van het Uitvoeringskader aan waarin bovenstaande veranderingen zijn opgenomen.

Tot slot willen wij u nogmaals wijzen op het herziene ontwerpbesluit dat aan deze brief is toegevoegd. Met de wijzigingen die in deze brief zijn voorgesteld verandert ook het door u te nemen besluit.

Hoogachtend,



, secretaris



, voorzitter

Provinciale staten van Drenthe;

gelezen het voorstel van gedeputeerde staten van Drenthe van 3 mei 2004, kenmerk 17/6.20/2004004241;

## BESLUITEN:

- I. in te stemmen met het Uitvoeringskader toeristisch-recreatieve projectontwikkeling 2004-2007 en de bijbehorende brief;
- II. in te stemmen met een gedeeltelijk programmatische aanpak voor een provinciaal marketing- en promotiebeleid recreatie en toerisme;
- III. structureel € 418.000,-- beschikbaar te stellen voor het promotie- en marketingbeleid en dit te dekken uit de vrijgevallen NNBT-subsidie;
- IV. in te stemmen met het beschikbaar stellen van een projectbijdrage van € 100.000,-- in 2004 voor de startfase van de nieuwe VVV-organisatie en de Stichting Promotie Drenthe, te dekken uit de beschikbare € 418.000,--.

Assen, 7 juli 2004

Provinciale staten voornoemd,

, griffier

, voorzitter

cs/ck/coll.

### Vervangende tekst Uitvoeringskader toeristisch-recreatieve projectontwikkeling

Paragraaf 3.1. Thema: Marketing en promotie kan als volgt worden aangepast.

#### 3.1. Thema: Marketing en promotie

Om het Drentse toeristisch- recreatieve aanbod zo goed mogelijk te laten aansluiten bij de veranderende vraag van de toerist en recreant worden marketinginstrumenten ingezet. Gezien de toenemende concurrentie op de toeristische markt is een goede inzet van deze instrumenten onontbeerlijk. Promotie van het Drentse product en het ontwikkelen van nieuwe producten en concepten zijn de belangrijkste instrumenten. Drenthe is voor de consument en ondernemer een herkenbaar product. Productontwikkeling en promotie op Drentse schaal is dan een logische stap. Qua product- c.q. conceptontwikkeling en promotie dient Drenthe zich te richten op datgene waarin Drenthe zich onderscheidt van andere gebieden. Drenthe moet een eigen verhaallijn ontwikkelen die voor de consument uniek en herkenbaar is. Deze producten en concepten moeten zoveel mogelijk aansluiten bij het Drentse imago en deze versterken.

Het ligt voor de hand dat daarbij aangesloten wordt bij plattelandstoerisme, cultuurtoerisme en actieve recreatie als fietsen, wandelen, paardrijden en recreatietoerisme. Ook de rijke cultuurhistorie en de prachtige natuur en landschappen zijn van groot belang voor Drenthe. Dit zijn sterke punten van Drenthe en die moeten worden gebruikt om verder te ontwikkelen. In het promotiemateriaal wordt het accent op de beleving gelegd en de activiteiten en voorzieningen worden in dat beeld geplaatst. De voorlopige slogan "Drenthe doet je goed" sluit hier goed bij aan. Er kunnen zich natuurlijk ook andere thema's voordoen die goed te promoten zijn en binnen het imago van Drenthe passen. Kansen moeten in dit opzicht worden benut. Gezondheidstoerisme is bijvoorbeeld zo'n onderwerp.

De provincie kiest voor een gedeeltelijk programmatische aanpak van de marketing en promotie. Dit biedt de mogelijkheid te sturen op inhoud terwijl de verantwoordelijkheid voor de ontwikkeling van projecten en activiteiten vooral wordt gelegd bij de sector. Voor dit programma marketing en promotie stelt de provincie tot en met 2007 jaarlijks € 418.000,- beschikbaar. Voor de jaren 2005 en 2006 is door de Staten bij motie een extra bijdrage van € 300.000,- per jaar voor promotie gevraagd. In 2007 is het de bedoeling dat het gehele budget programmatisch wordt uitgegeven.

##### 3.1.1. De organisatiestructuur

Na het wegvallen van de noordelijke organisatiestructuur en de geringe bereidheid van de partijen om dit op dit moment noordelijk op te pakken, moet een nieuwe Drentse organisatie worden opgezet. De volgende zaken moeten in de nieuwe structuur worden geregeld:

- een uniforme dienstverlening naar de toerist en recreant
- een uniforme promotie van het Drentse product

- toeristische projectontwikkeling

Uitvoerige besprekingen met de sector hebben geleid tot het voorstel dat de volgende organisaties de basis gaan vormen voor de marketing en promotie van Drenthe:

- **VVV-Drenthe+**. De vier regio VVV's in Drenthe fuseren tot één VVV Drenthe+ met een klein stafbureau. De provincie is bereid een bijdrage te leveren om deze organisatie in de startfase te helpen. De prioriteit van de VVV-Drenthe+ het komende jaar ligt op het optimaal laten verlopen van het fusieproces en de aansturing van de lokale VVV's met de daarbij behorende taken. Financiering van de VVV-Drenthe+ vindt voor een groot deel plaats door gemeenten en bedrijfsleven. De provincie draagt voor de jaren 2005 en 2006 € 200.000,- per jaar bij.
- **Stichting Promotie Drenthe**. Er komt een stichting promotie Drenthe die als afzonderlijke eenheid onder de paraplu van de VVV-Drenthe+ functioneert met een eigen juridische status en eigen financiering. Voor deze structuur is gekozen om financiële bijdragen voor de promotie van Drenthe los te koppelen van de VVV-organisatie en bijdragen uit het bedrijfsleven mogelijk te maken. Deze stichting is verantwoordelijk voor de ontwikkeling en uitvoering van de promotieactiviteiten voor Drenthe. Ook de Stichting Promotie Drenthe krijgt voor de jaren 2005 en 2006 € 200.000,- per jaar.

Voor beide organisaties geldt dat de incidentele subsidies van € 200.000,- per jaar onder voorwaarden beschikbaar worden gesteld. Zo wil de provincie in elk geval dat:

- De VVV Drenthe+ en de Stichting Promotie Drenthe helder van elkaar gescheiden zijn in financiële zin, in hun taken en in de uitvoering.
- Beide organisaties voor elk jaar een door de provincie goed te keuren werkplan maken waar de te leveren prestaties helder in staan verwoord.
- Er sprake is van een incidentele subsidie voor de duur van 2 jaar waarbij in 2006 een evaluatie plaatsvindt. De behaalde resultaten zullen dan kritisch tegen het licht worden gehouden.

Om de VVV Drenthe+ en de Stichting Promotie Drenthe goed te kunnen laten opstarten, wordt voor 2004 eenmalig een bedrag van € 100.000,- beschikbaar gesteld. Die financiën zijn bedoeld om in de oprichtingsfase snel tot een ondernemingsplan of marketingplan te komen en tot het formuleren van heldere doelstellingen en concrete projectplannen.

De provincie wenst dat naast de promotieactiviteiten ook de product-, project- en conceptontwikkeling actief wordt opgepakt. Binnen de VVV Drenthe+ en de Stichting Promotie Drenthe zou ruimte moeten worden gevonden om een stimulerende taak te vervullen op dit terrein. In het algemeen wil de provincie dat de VVV Drenthe+ en de Stichting Promotie Drenthe 'kwartier maken' voor de komende jaren. Er moet een stevig fundament worden gelegd om toeristisch recreatief Drenthe op de juiste plaats in de markt te zetten.

Om de werkzaamheden van de VVV Drenthe+ en de Stichting Promotie Drenthe contact te laten houden met de sector en ander belanghebbenden, wordt er een adviesraad opgericht. Deze adviesraad zal zowel de VVV Drenthe+ als de Stichting

Promotie Drenthe adviseren over uit te voeren activiteiten. In deze adviesraad zijn de verschillende organisaties, die betrokken zijn bij het vermarkten en de promotie van het toeristisch recreatieve product, vertegenwoordigd. De adviesraad moet nog worden gevormd. In elk geval zullen deelnemen de organisaties verenigd in Toerisme Recreatie Drenthe, Recreatieschap/gemeenten, erfgoedinstellingen, terreinbeheerders en de provincie. De adviesraad kan deskundigen uitnodigen aan het overleg deel te nemen.

### **3.1.2 Het programma voor marketing en promotie**

Het programma marketing en promotie bestaat uit twee onderdelen. Het onderdeel promotie van toeristisch Drenthe en het onderdeel product- en conceptontwikkeling. Beide onderdelen worden hieronder toegelicht.

In het algemeen is bij de uitvoering van het programma voor marketing en promotie goede kennis van de marktontwikkelingen van belang. De provincie heeft hiervoor in de afgelopen jaren samen met de provincies Groningen en Friesland het project Toerdata gefinancierd. Met het project Toerdata worden cijfers over de markt, zoals bezetting van accommodaties en ontwikkelingen in de vraag verzameld. Deze cijfers zijn vrijelijk voor de sector beschikbaar en van wezenlijk belang om de koers en de affectiviteit van het beleid te bepalen.

Afgesproken is dat aan het eind van 2004 het project Toerdata zal worden geëvalueerd. Op basis van de activiteiten van deze evaluatie wordt een advies aan Provinciale Staten opgesteld over hoe de provincie in de toekomst met onderzoek verder wil gaan op het gebied van toerisme en recreatie. Soms is het gewenst tot extra onderzoek over te gaan om specifieke vragen te beantwoorden bij de ontwikkeling van nieuwe producten. Dat kan onderdeel uitmaken van de aanvraag voor subsidiering van een project.

#### *Promotieactiviteiten*

Promotie is erop gericht Drenthe onder de aandacht van de toerist te brengen. Dat kan op verschillende manieren gebeuren, van gidsen en folders tot grootschalige mediacampagnes. Uitgangspunt voor promotieactiviteiten in dit programma is dat ze gericht moeten zijn op de promotie van Drenthe als geheel. Ze moeten het imago van Drenthe versterken als de plaats waar het goed toeven is. De Europese dimensie zou in dit kader ook aandacht mogen hebben. Zijn er kansen om Drenthe in Europa te promoten of meer buitenlanders te wijzen op de mogelijkheden van Drenthe? Een aantal voorbeelden van mogelijke projecten:

- Basispromotieactiviteiten zoals de Drenthegids, folders en het bezoek van beurzen. De Stichting Promotie Drenthe dient hiervoor een project in.
- De internetsite Beleefdrenthe.nl. Het bieden van de mogelijkheid Interactief keuzes te maken, zelf arrangementen samen te stellen. Vanuit het huis boeken en betalen is absoluut noodzakelijk. De Stichting Promotie Drenthe maakt hiervoor een project.
- In het EDR gebied wordt door het Recreatieschap een project ontwikkeld voor verschillende promotieactiviteiten van projecten zoals cultuurtoerisme, veen, fietsen en vaarrecreatie. Dit gebeurt in het kader van het Europese programma Interreg IIIa. Er wordt een provinciale bijdrage gevraagd.

- Mediacampagne. Een goed ontwikkelde mediacampagne gebaseerd op een duidelijk verhaal en imago zal “Drenthe” een grotere bekendheid geven en daarmee beter in de markt zetten. Zo’n campagne moet een meerjarig karakter hebben. Pas dan zal het werkelijk effect kunnen scoren. Uitgangspunt is een provinciale bijdrage van gemiddeld 50% met een maximum van rond de € 150.000 per jaar.

#### *Product- en conceptontwikkeling*

De grillige vraag van de consument vertaalt zich in een noodzaak telkens nieuwe en gevarieerde producten aan te bieden. Aan het ontwikkelen en in de markt zetten van nieuwe producten en nieuwe combinaties van producten zal de komende tijd veel aandacht moeten worden geschonken. De VVV Drenthe+ en de Stichting Promotie Drenthe kunnen de provinciale bijdrage onder andere inzetten om op het gebied van product-, project- en conceptontwikkeling een grote stap voorwaarts te maken.

### **3.1.3. Voorwaarden cofinanciering door de provincie van projecten**

Dat de provincie een programmatische aanpak nastreeft, betekent dat de provincie op basis van een programma thema’s aanwijst, daar budgetten bij plaatst, en afrekenbare resultaten wil leveren. Binnen grenzen van het programma is er ruimte om na verloop van tijd nieuwe initiatieven en projecten voor een bijdrage in aanmerking te laten komen. Deelnemende partijen kunnen projecten indienen met het verzoek om provinciale bijdrage. Het zal duidelijk zijn dat de provincie ook van derden een bijdrage verwacht. Van andere overheden maar vooral van het bedrijfsleven.

Financiering door de provincie vindt uitsluitend plaats op basis van projecten met meetbare resultaten. Projecten die worden ingediend moeten in elk geval voldoen aan de volgende criteria:

- De projecten hebben een collectief en/of innovatief karakter gericht op het versterken van het imago van Drenthe zoals bijvoorbeeld rust, ruimte, cultuurhistorie en natuur en landschap.
- De projecten moeten voornamelijk gericht zijn op het aantrekken van (nieuwe) doelgroepen van buiten de provincie.
- Aansluiten bij de thema’s plattelands-toerisme, cultuurtoerisme of actief toerisme geniet een voorkeur.
- Er is sprake van een maximale provinciale bijdrage in de totale kosten van 50%.
- Er moet draagvlak voor bestaan binnen de sector en de sector moet zelf bijdragen.

In hoofdstuk 4 waarin de financiële randvoorwaarden worden besproken, moet vervolgens een aantal elementen worden veranderd. Het belangrijkste is de financiële invulling van het thema marketing in promotie. Het tweede deel van hoofdstuk 4 gaat er dan als volgt uit zien.

Het thema marketing en promotie is op de volgende wijze begroot. Voor de jaren 2005 en 2006 hebben de Staten een extra bedrag van € 300.000,- beschikbaar gesteld. De cijfers zijn indicatief:

	2004	2005	2006	2007
<b>Basisorganisaties (budgetfinanciering)</b>				
VVV Drenthe + (basispromotie, toepassing internet en ICT)	100.000 (eenmalig)	200.000	200.000	0
Stichting Promotie Drenthe (Algemene Promotie, Promotiecampagne)		200.000	200.000	0
<b>Activiteiten promotie conform uitvoeringskader (programmatisch)</b>				
Promotieprojecten, Product en Conceptontwikkeling	288.000 (waarvan 112.000 reeds bestemd)	278.000	278.000	378.000
Onderzoek en cijfers	30.000	40.000	40.000	40.000
<b>Totaal</b>	418.000	718.000 (waarvan 300.000 Statenmotie)	718.000 (waarvan 300.000 Statenmotie)	418.000