

Resultaten KTO 2021

A person with a backpack stands on a small island in a lake, surrounded by a dense forest. The scene is misty and atmospheric, with the person's reflection visible in the water. The background is a thick forest of tall trees.

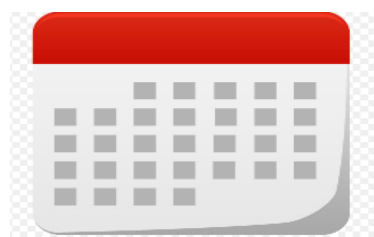
marketingdrenthe

Onderzoeksverantwoording

Doel: Achterhalen hoe tevreden de **achterban*** (ondernemers en overheid) is over **Marketing Drenthe** als organisatie en de wijze waarop wij onze **taken uitvoeren**.



Online onderzoek



December '20 / januari '21



214 respondenten
14% respons

214
respondenten

190

ondernemers
(13% respons)

24

Medewerkers
overheid
(30% respons)

Samenvatting (1)

We hadden minder vaak contact met ondernemers; vooral minder (persoonlijk) afspraken en bijeenkomsten

- Afgelopen jaar heeft een kleiner deel van de ondernemers contact met ons gehad (49% vs. 58% vorig jaar).
- Onder overheid en regio-organisaties bleef het aandeel dat contact met ons had gelijk (87% vs. 85% in 2020).
- Beide groepen troffen ons minder vaak via een persoonlijke afspraak en bij (online/fysieke) bijeenkomsten.
- Onze zakelijke kanalen worden vooral door overheid en regio-organisaties goed gevolgd. Ondernemers volgen deze iets minder vaak actief.

9 op 10 van de ondernemers gebruikt participatiemogelijkheden. Kennis en onderzoek door 6 op 10 toegepast

- 9 op 10 ondernemers maakt gebruik van 1 of meerdere participatiemogelijkheden: 7 op 10 staan vermeld op Drenthe.nl, bij de helft wappert de Drenthe-vlag en een even groot deel ontving afgelopen jaar de Drenthegids.
- 6 op 10 ondernemers maken gebruik van kennis: 4 op de 10 waren bij een bijeenkomst/presentatie, 3 op 10 gebruiken onze feiten en cijfers, en een kwart leest de uitkomsten uit de coronamonitor.
- Ondernemers hebben ook dit jaar minder vaak evenementen ingevoerd en bijeenkomsten bezocht in vergelijking met 2019.

Ook in tweede coronajaar overheerst tevredenheid over Marketing Drenthe

- Ondernemers geven ons een gemiddeld rapportcijfer van 7,5 tegen 7,6 in 2020. Als er afgelopen jaar contact met ons is geweest, ligt het cijfer zelfs op een 7,8 (was 7,9).
- 70% van de ondernemers beveelt ons aan bij collega-ondernemers. Ook hier ligt de score hoger als er contact is geweest (94%).
- Van overheid en regio-organisaties krijgen we een 8,2 (was 8,0). Zij bevelen ons unaniem aan.

Belangrijkste wapenfeiten in 2021: 1) promotie Drenthe 2) kennisdeling en 3) ondersteuning/verbinding

- Ondernemers zien promotie van Drenthe nog altijd als onze belangrijkste kerntaak. Ze noemen dit dan ook het vaakst als belangrijkste wat we afgelopen jaar hebben bereikt. Hierna volgens kennisdeling en ondernemersondersteuning/verbinding.
- Overheid en regio-organisaties vinden al onze kerntaken gemiddeld genomen belangrijker dan ondernemers.
- Buitenland promotie is iets gedaald in de ranking. Toch staan 7 op de 10 ondernemers achter onze inzet op de Duitse markt.

Samenvatting (2)

Ondernemers meest positief over Drenthe promotie, de oerpositionering, onze deskundigheid & expertise

- De aspecten waar ondernemers het meest tevreden over zijn hebben betrekking op de wijze waarop we Drenthe promoten (81%) en de (oer)positionering (77%). Ook zijn 8 op de 10 (zeer) tevreden over onze deskundigheid en expertise (78%).
- De tevredenheid over de wijze waarop we ondernemers bij de marketing van Drenthe betrekken neemt toe (van 43% naar 56%).

Overheid en regio-organisaties steeds vaker tevreden over contact met ons en wijze van samenwerking

- Overheid en regio-organisaties zijn over vrijwel alle aspecten (zeer) tevreden. Er heerst unanieme tevredenheid over het contact met ons en ook is men zeer tevreden over onze deskundigheid en expertise (95%).
- Het verbinden van ondernemers aan elkaar scoort als enige aspect beduidend lager (56% (zeer) tevreden), maar stijgt wel.
- Ze zijn daarnaast steeds vaker tevreden over de wijze waarop we met ze samenwerken, ze betrekken en op de hoogte houden.

Marketing Drenthe wordt vooral gezien als zichtbaar, verbindend, actueel en creatief

- Ondernemers hebben veelal dezelfde associaties bij ons als overheid en regio-organisaties. De woorden zichtbaar, verbindend, actueel en creatief staan bij beide groepen in de top 5, zij het in een iets andere volgorde.
- De associaties van ondernemers zijn weinig veranderd ten opzichte van een jaar geleden. Overheid en regio-organisaties zien ons vaker als verbindend, actueel, gedurfd en krachtig, en minder vaak als zichtbaar, relevant, expert en inspirerend.

Verbeterpunten: meer (persoonlijk) contact, verduidelijken rol Marketing Drenthe en verbeteren drenthe.nl

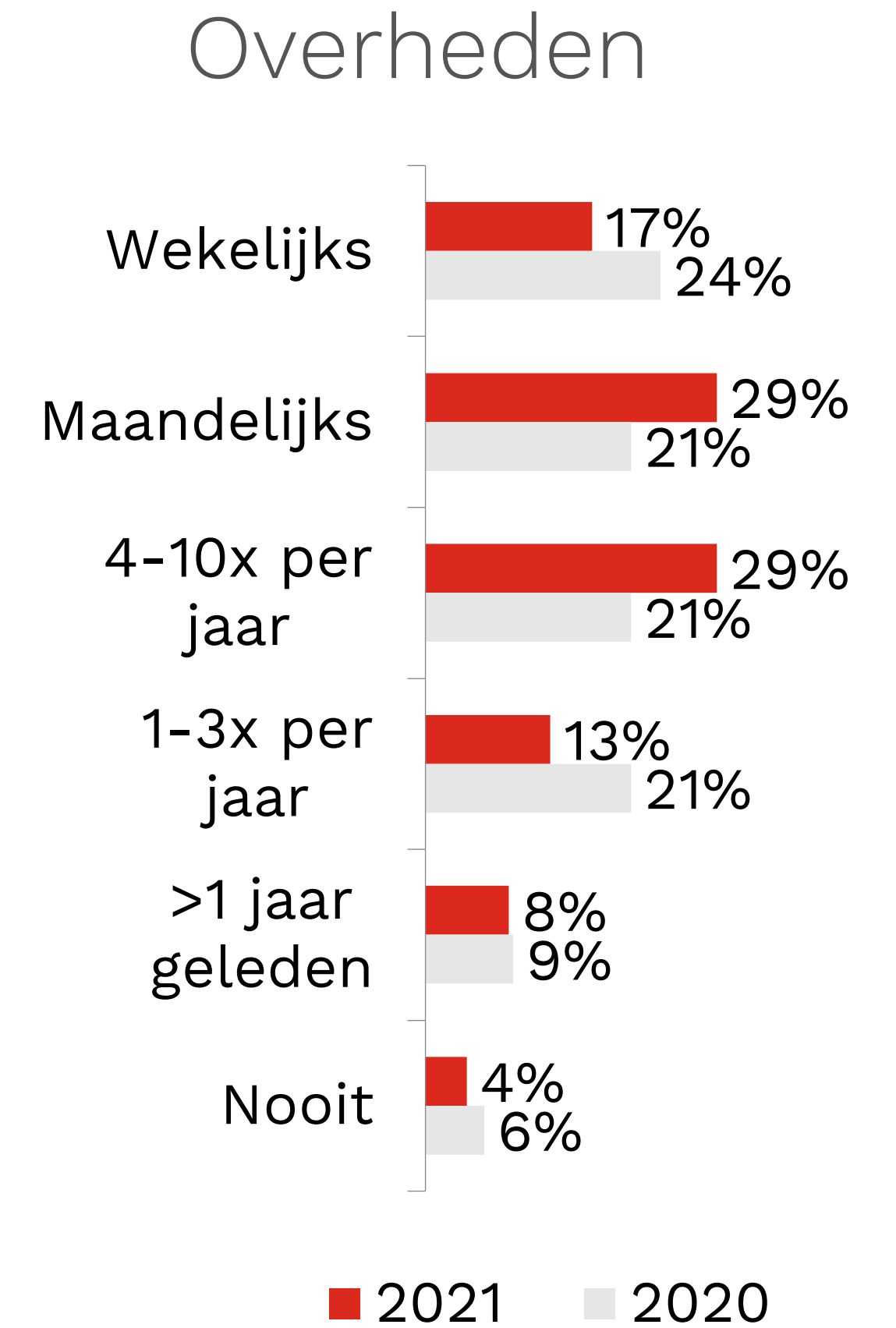
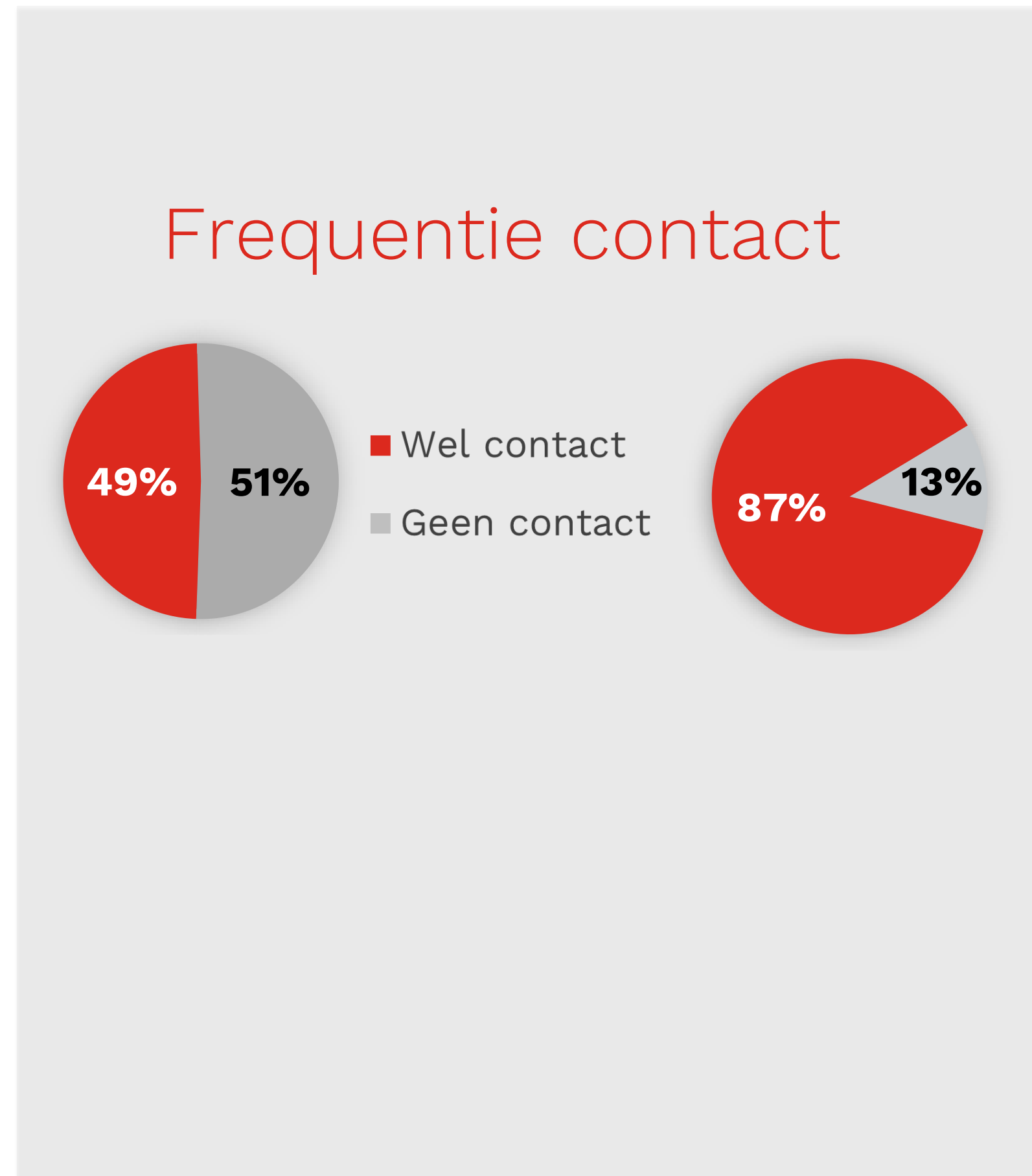
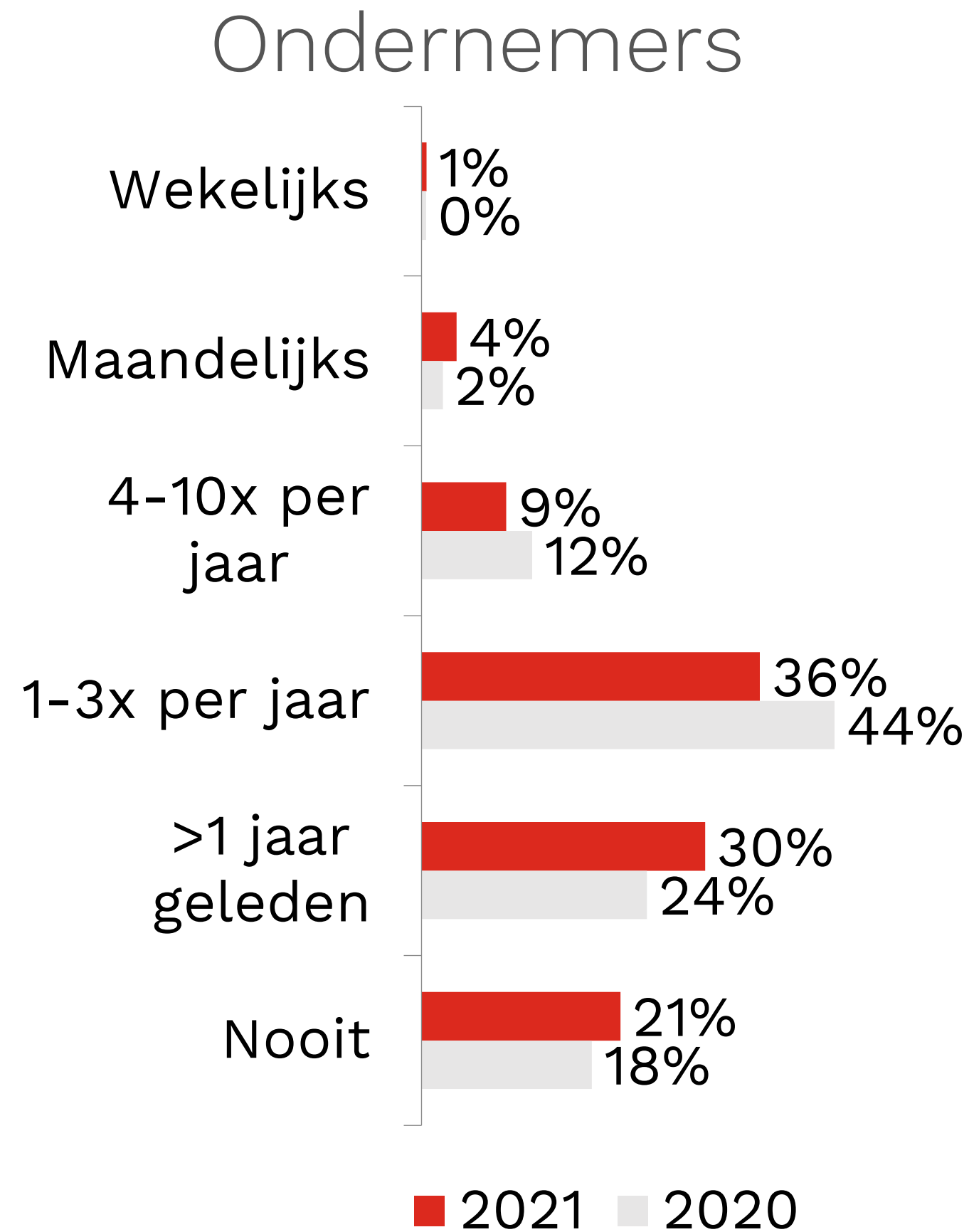
- Ondernemers wensen meer persoonlijk contact met ons. Er ligt tevens een taak om onze rol en meerwaarde duidelijker te maken, vooral voor ondernemers die nog weinig met ons te maken hebben. Ook wordt de gebruiksvriendelijkheid van het CMS van drenthe.nl door meerdere ondernemers als verbeterpunt genoemd.

Draagvlak voor oerpositionering en samen vermarkten van Drenthe is ruim aanwezig

- Een ruime meerderheid staat achter de gekozen positionering als Oerprovincie. De helft van de ondernemers haakt aan.
- Ook wil een meerderheid samenwerken aan de marketing van Drenthe. Dit wordt echter nog lang niet altijd gedaan of ervaren.

Contact & **Betrokkenheid**

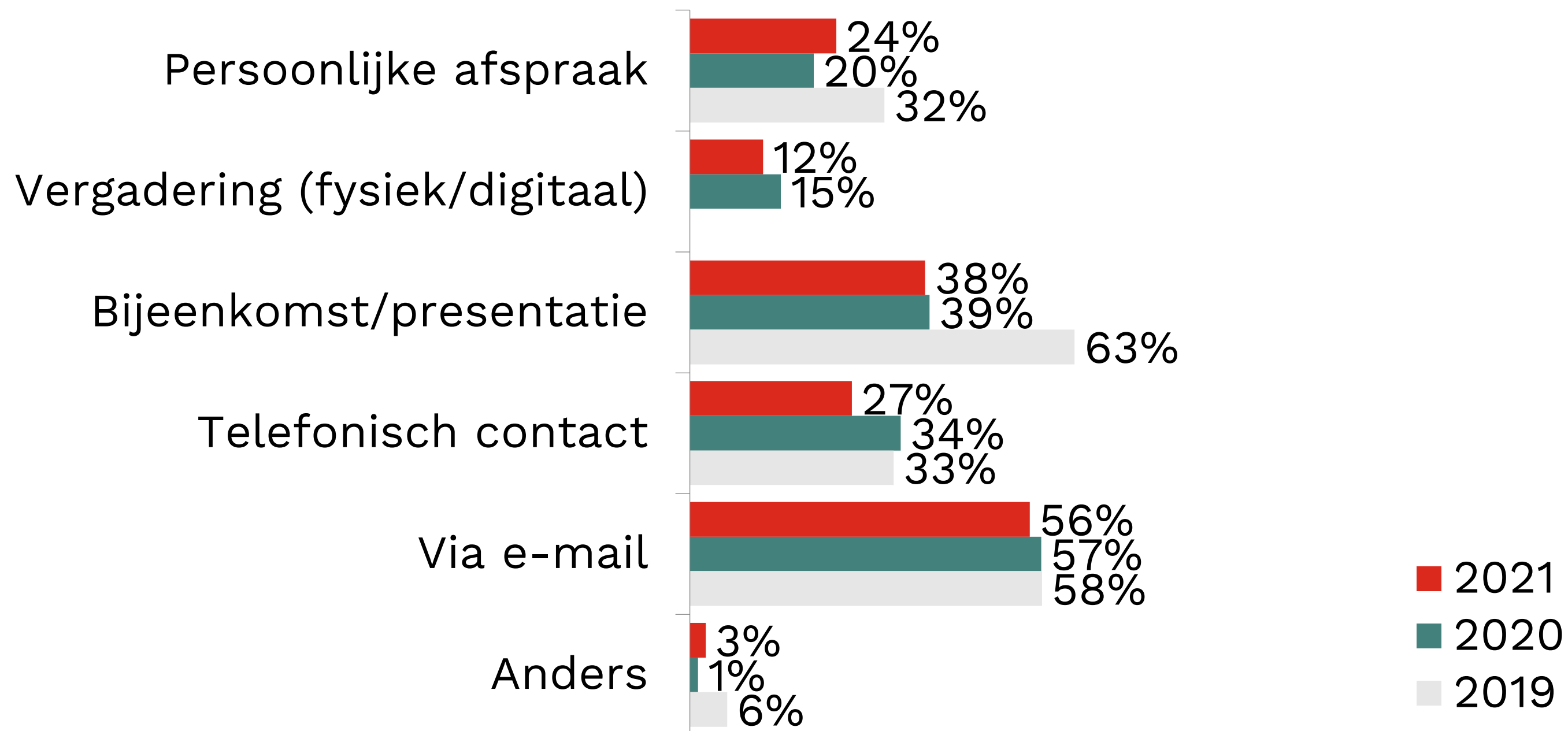
Minder contact met ondernemers in 2021



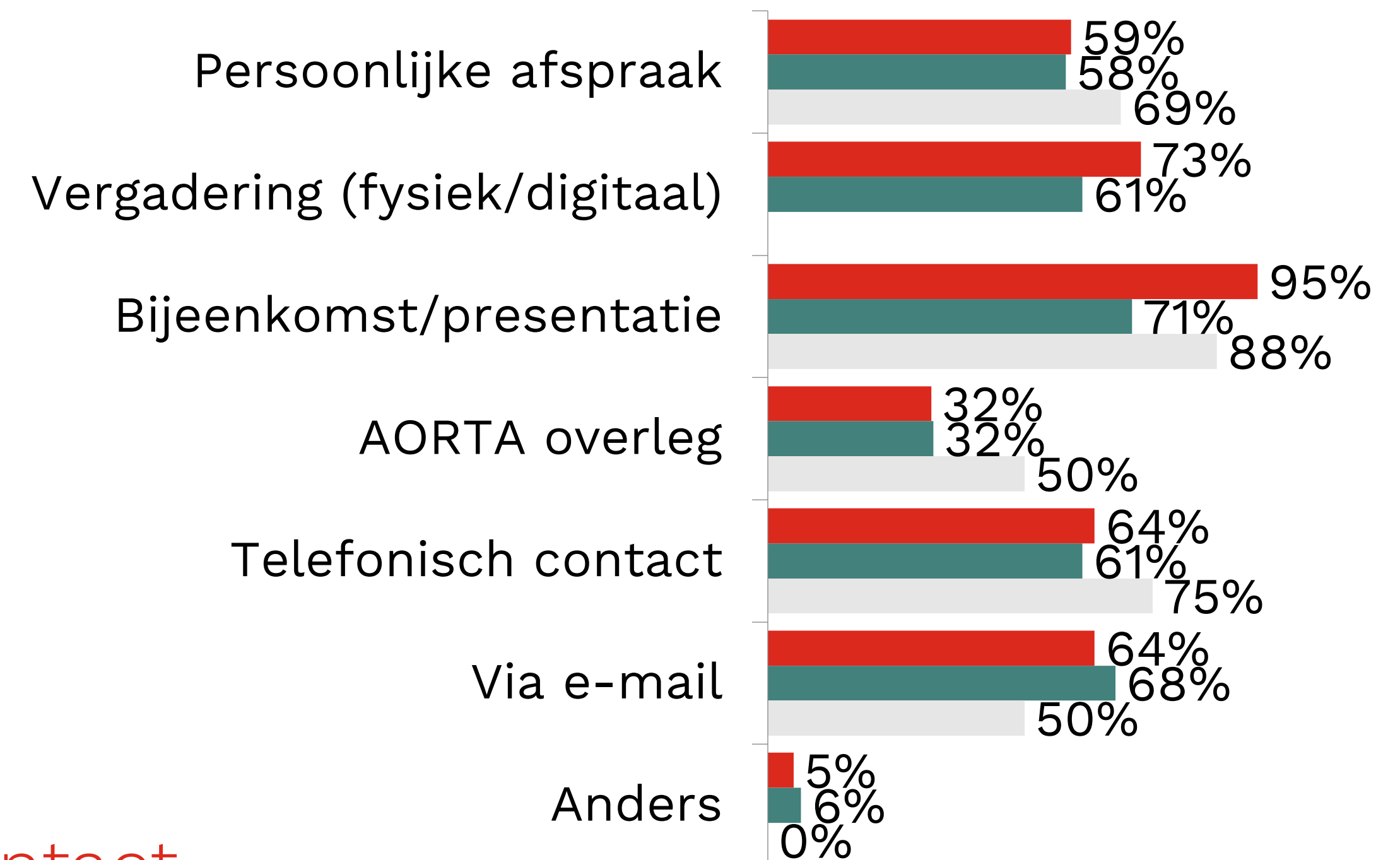
- 49% van de ondernemers heeft afgelopen jaar contact met ons gehad (vorig jaar 58%), meestal 1-3x per jaar.
- Voor 3 op 10 was het contact langer dan een jaar geleden en 1 op de 5 heeft nog nooit contact met ons gehad.
- Van de overheid en regio-organisaties had 87% het afgelopen jaar contact met ons; bij één op zes was dit zelfs wekelijks.

Minder persoonlijke afspraken en bijeenkomsten

Ondernemers



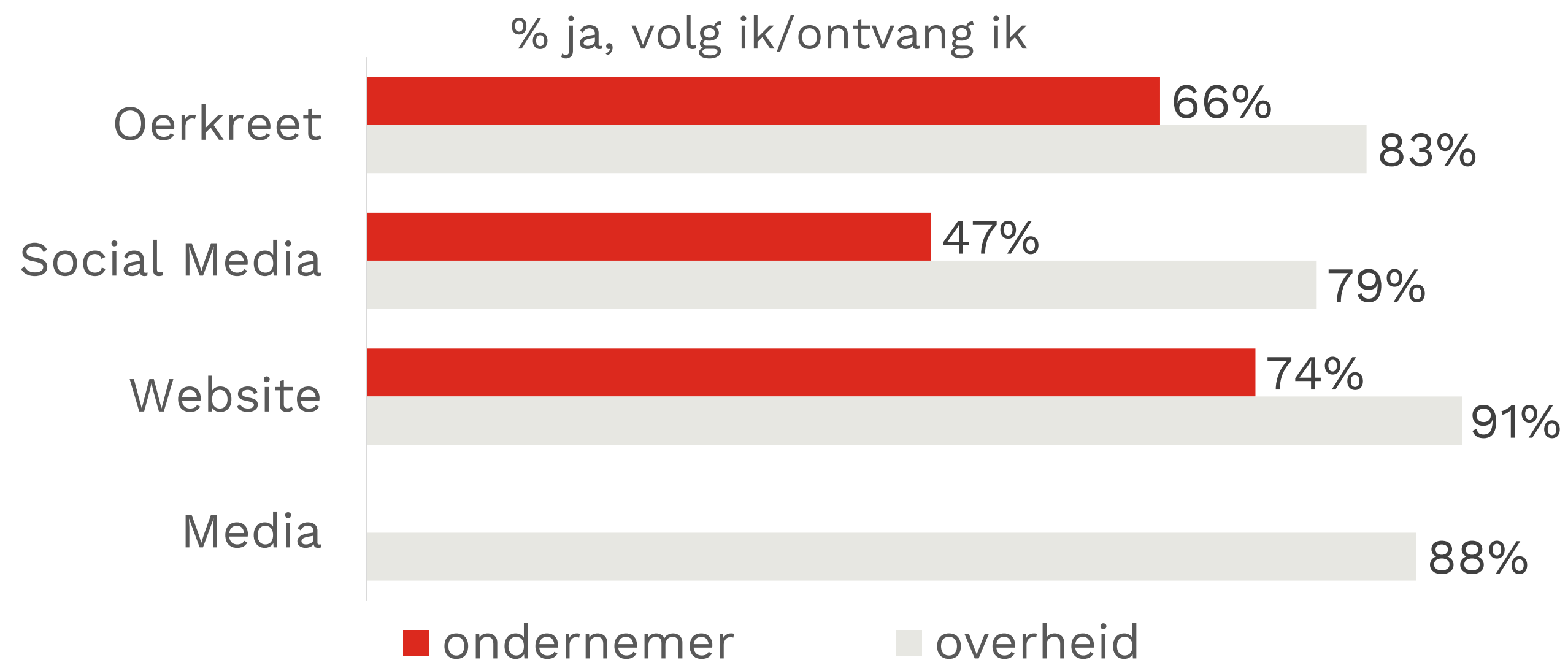
Overheden



Wijze van contact

- In 2021 waren er nog altijd minder afspraken, vergaderingen en bijeenkomsten in vergelijking met de periode voor corona.
- Ondernemers hadden meestal via e-mail contact met ons.
- Overheden waren wel vaker aanwezig bij bijeenkomsten en vergaderingen dan eerdere jaren.

Zakelijke kanalen vooral goed gevolgd door overheid en regio-organisaties

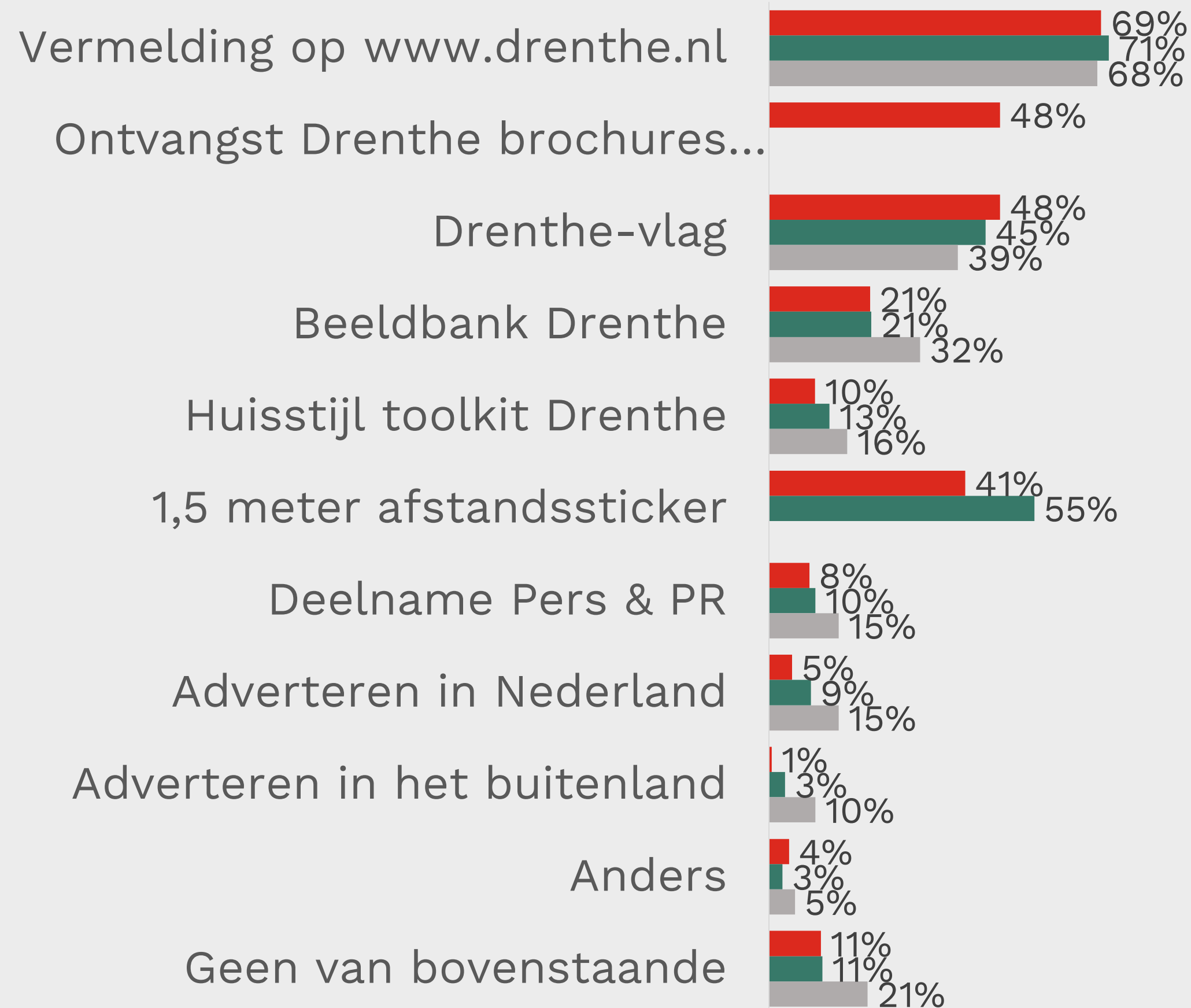


	ondernemers				overheid		
	2021	2020	2019		2021	2020	2019
Oerkreet	66%	74%	83%		83%	79%	95%
Website	74%	82%	82%		91%	88%	79%
Social Media	47%	47%	47%		78%	68%	79%
Media	*	*	*		82%	82%	78%

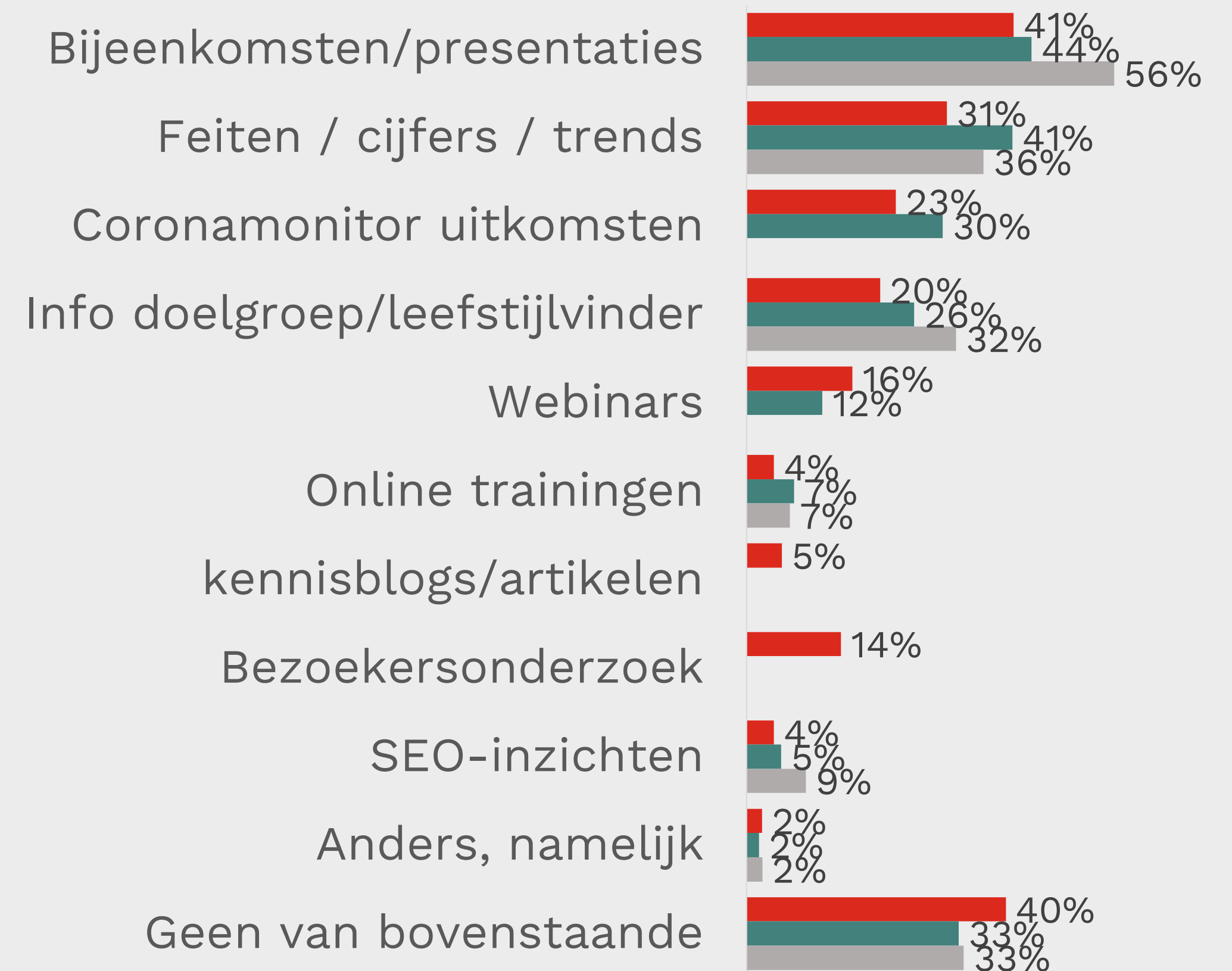
- Overheden en regio-organisaties volgen onze zakelijke kanalen beduidend vaker dan ondernemers.
- Onze website wordt door beide groepen het meest in de gaten gehouden. Overheden volgen onze website steeds vaker, ondernemers juist iets minder vaak.
- 2 op 3 ondernemers ontvangen de Oerkreet tegen 8 op de 10 overheid en regio-organisaties. Bij ondernemers neemt dat aandeel af.

Bij steeds meer ondernemers wappert de Drenthe vlag

Participatie



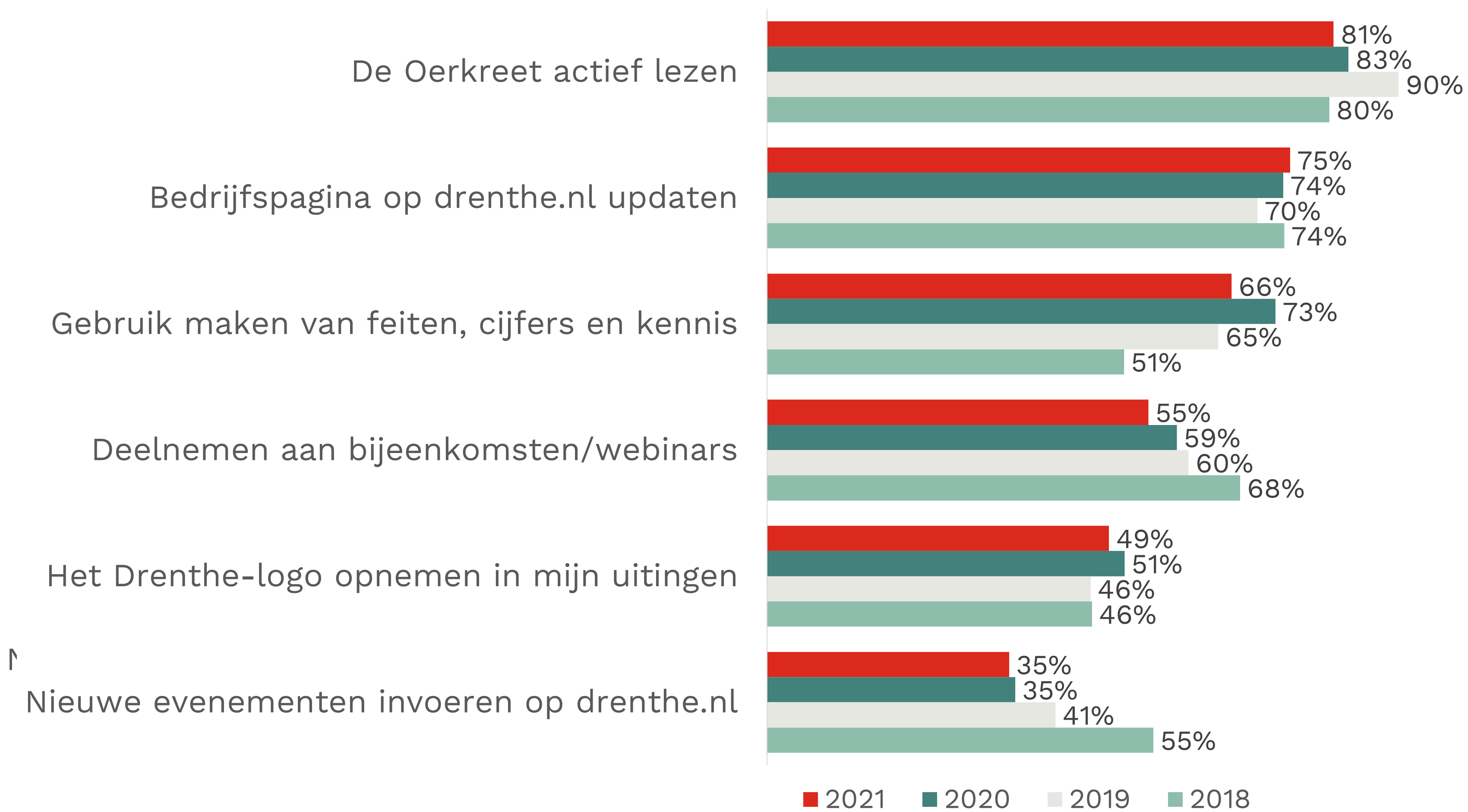
Kennis



■ 2021
■ 2020
■ 2019

- 9 op 10 ondernemers maakt gebruik van 1 of meerdere participatiemogelijkheden, dat is gelijk aan vorig jaar.
- De meeste ondernemers hebben een vermelding op Drenthe.nl (69%), 48% ontving de Drenthegids en bij 48% hangt de vlag.
- Iets minder ondernemers maakten gebruik van onze kennisdiensten 60% tegen 67% vorig jaar.
- Het vaakst gebeurt dit door bijeenkomsten of presentaties bij te wonen (41%), uiteraard nog altijd minder dan in 2019.

Bijeenkomsten minder bezocht en evenementen minder vaak ingevoerd



- 8 op de 10 (ontvangers) van de Oercreet, leest deze actief. Driekwart houdt de bedrijfspagina op drenthe.nl bij.
- 2 op de 3 ondernemers maken gebruik van onze feiten, cijfers en kennis.
- Bijeenkomsten werden ook dit jaar weer minder vaak bijgewoond, ook werden er minder vaak evenementen ingevoerd in vergelijking met 2 jaar geleden. Dit houdt verband met corona.
- De helft van de ondernemers neemt het Drenthe-logo mee in de uitingen.

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

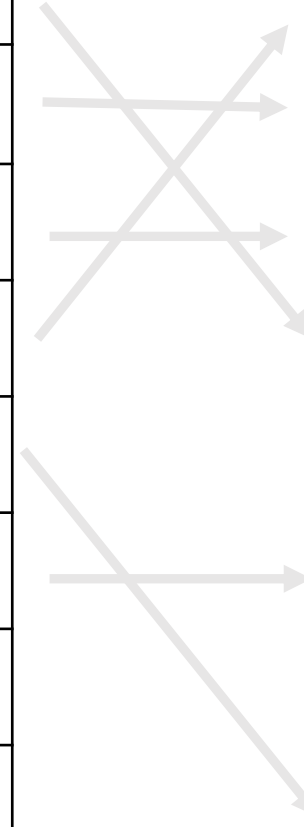
Associaties & **Tevredenheid**

MD: Zichtbaar, verbindend, actueel en creatief

Top 10 Ondernemer

Top 10 Overheid

	2021	2020
1. Zichtbaar	63%	58%
2. Verbindend	38%	39%
3. Actueel	37%	44%
4. Creatief	35%	37%
5. Inspirerend	28%	28%
6. Relevant	22%	21%
7. Proactief	15%	21%
8. Expert	14%	13%
9. Krachtig	12%	14%
10. Vaag	10%	10%



	2021	2020
1. Creatief	59%	58%
2. Verbindend	55%	42%
3. Actueel	50%	39%
4. Zichtbaar	50%	70%
5. Organisatie met lef	32%	18%
6. Relevant	32%	42%
7. Expert	32%	39%
8. Inspirerend	23%	33%
9. Krachtig	18%	6%
10. Ambtelijk	14%	6%

- Vergeleken met vorig jaar vinden ondernemers ons iets vaker zichtbaar en iets minder vaak actueel en proactief.
- overheid en regio-organisaties vinden ons juist vaker verbindend, actueel, een organisatie met lef en krachtig. Zij vonden ons juist minder vaak zichtbaar en iets minder vaak relevant, inspirerend en een expert.
- Bij beide doelgroepen staat er één negatief woord in de top 10. Bij ondernemers is dit vaag (10%) en bij overheid en regio-organisaties ambtelijk (14%).

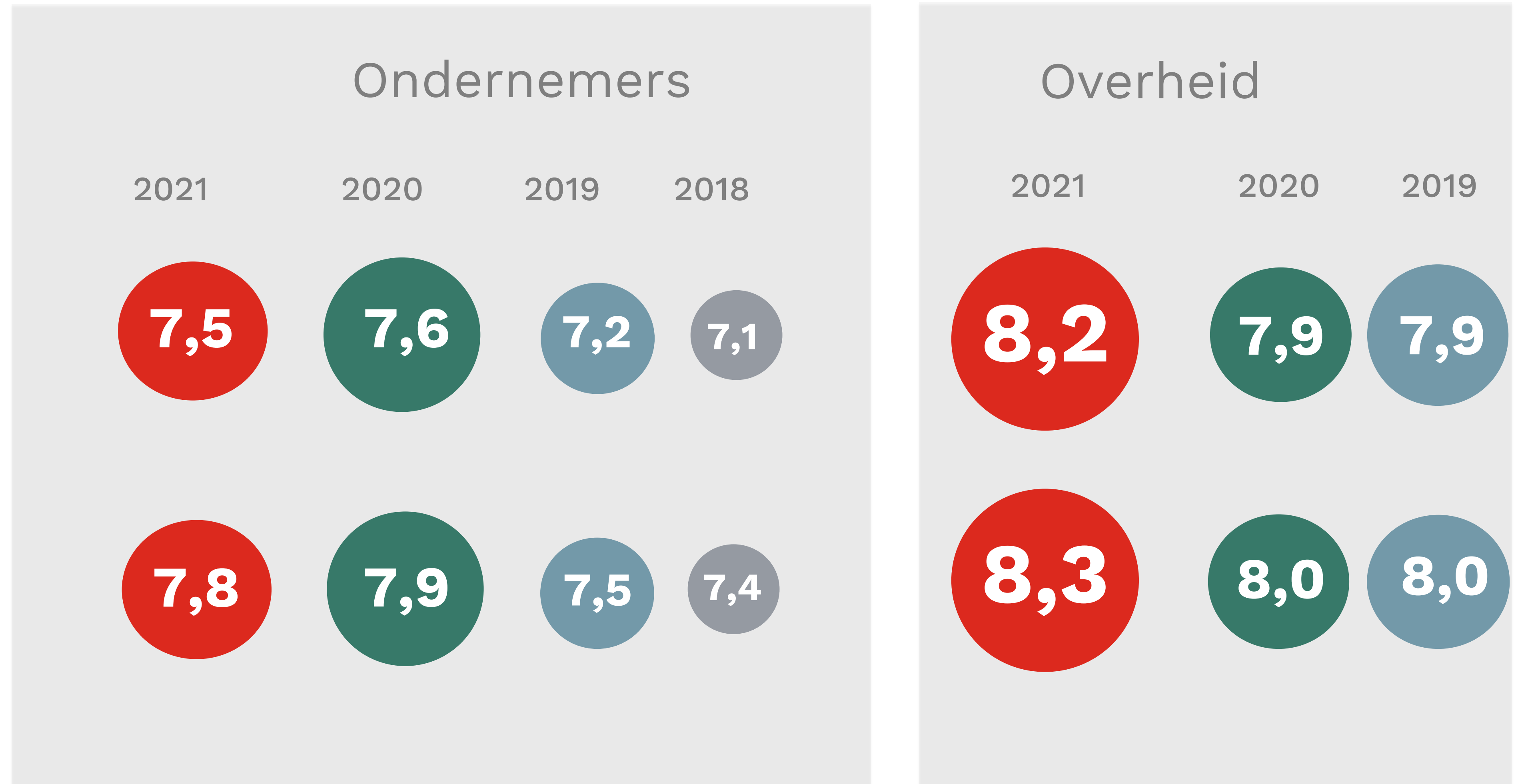
Vraag: Welke woorden associeer je het meest met Marketing Drenthe? Kies maximaal 5 antwoorden.

Woorden waaruit men kon kiezen: Actueel, Ambtelijk, Authentiek, Bureaucratisch, Controlfreak, Creatief, Inspirerend, Krachtig, Niet-creatief, Organisatie die afspraken niet na komt, Organisatie met lef, Overlegclubje, Proactief, Relevant, Soft, Top-down, Vaag, Verbindend, Wollig, Zichtbaar, Expert.

Rapportcijfer ondernemers t.o.v. 2020 fractie lager, cijfer vanuit overheid en regio-organisaties juist gestegen

Indien **contact**
gehad in 2021:

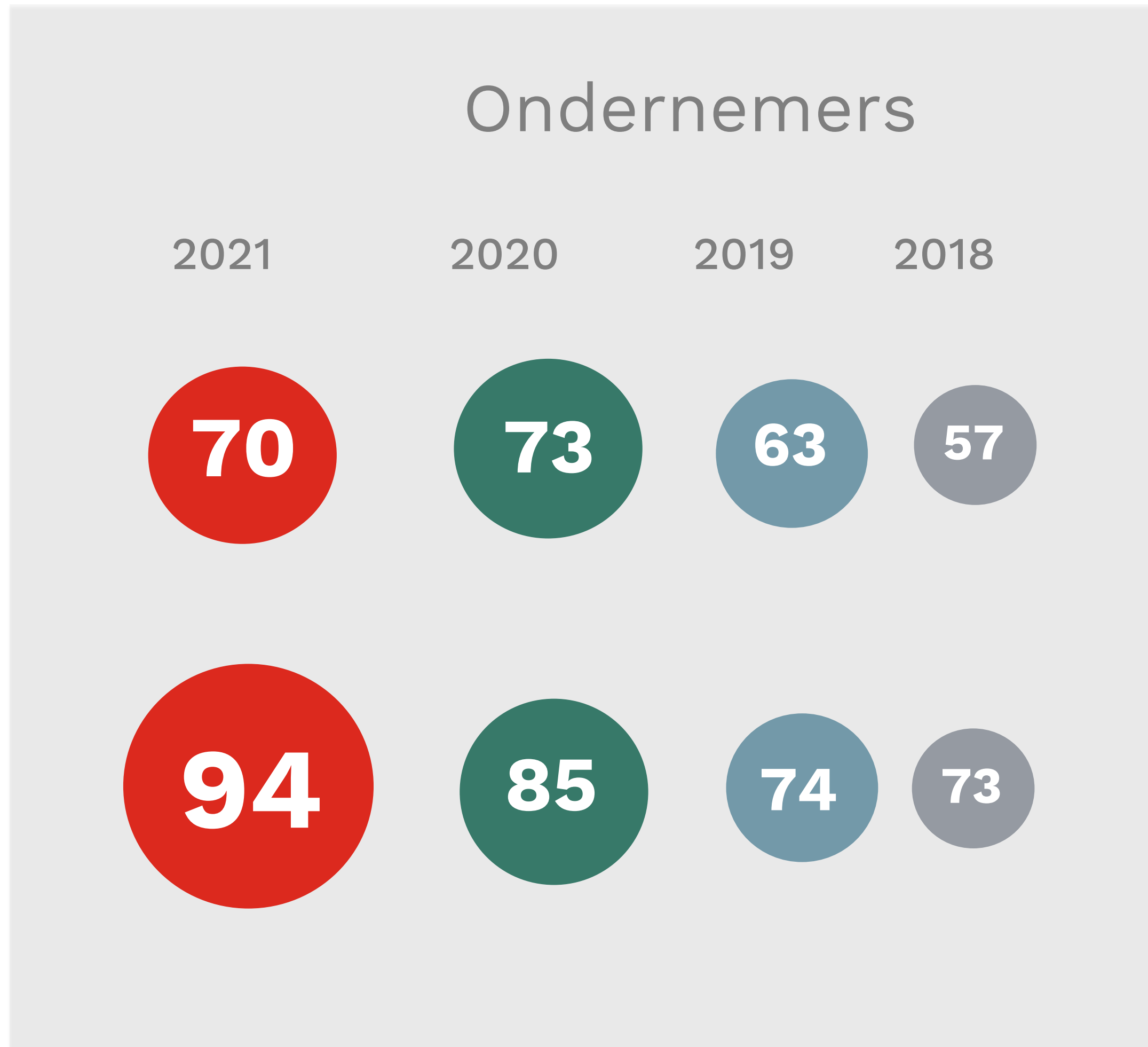
Totaal:



Aanbevelingscore (% 6 of hoger)

Totaal:

Indien **contact**
gehad in 2021:



Ontwikkeling tevredenheid aspecten

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

Wat ging goed,
wat kon beter?

Sector vooral enthousiast over promotie, kennisdeling, verbinding en huisstijl

Wat deden we goed in 2021 (aantal x genoemd)	
promotie/reclame/campagne/Drenthe op kaart	25
kennisdeling/bijeenkomsten/onderzoek/cijfers/actueel	16
verbinding/in contact met ondernemers	12
Herkenbare huisstijl/(beeld)materiaal	12
oer/positionering/branding/merk drenthe	5
Medewerkers/contact	3

- Men is verreweg het vaakst enthousiast over manier waarop we Drenthe hebben gepromoot in het afgelopen (corona)jaar.
- Verder noemen 16 ondernemers het delen van kennis/cijfers en het doen van onderzoek.
- De manier waarop we verbinding zoeken en leggen met ondernemers staat op een derde plaats, samen met de huisstijl en beeldmateriaal.

"De marketing van het product Drenthe doen jullie goed!"

"Zorgen voor inspiratie, delen kennis over digitale ontwikkelingen, cijfers en feiten delen"

"Duidelijke huisstijl, mooi!"

"Goede focus op kernzaken, identiteit Drenthe belichten en daar dichtbij blijven met je marketing, bij het echte dus. dat is stoer en stevig en uniek genoeg."

Complimenten

"Bijeenkomsten super georganiseerd!"

"De afgelopen jaren is de betrokkenheid richting ondernemers gegroeid. dat is een lijn om op door te gaan. Verder is er meer gemeten, gegevens geïnterpreteerd en gedeeld richting ondernemers. Fijn!"

"Een organisatie die meer dan ooit het toerisme centraal stelt en dat ook zichtbaar laat zien aan de wereld."

"De vlag en de dekens vonden we erg @drenthe" leuk!"

"Makkelijk contact mee op te nemen en iedereen op de hoogte van alle ontwikkelingen."

Sector wil meer (persoonlijke) aandacht, contact en intensievere samenwerking

Wat deden we niet goed (genoeg) in 2021 (aantal x genoemd)	
Te veel/weinig aandacht voor (doelgroep/regio/(dezelfde) bedrijven)	13
meer/persoonlijk contact, samenwerking, in gesprek	8
onduidelijk wat jullie doen/kunnen betekenen	8
verbeteren website	5
Samenwerking tussen bedrijven stimuleren/faciliteren	3
afspraken nakomen/reageren	2
kennis internet marketing/SEO actualisatie	2
iets anders/overig	7
Weet niet/geen idee	12
Niets	14

- Een groot aantal ondernemers zou graag zien dat zichzelf, hun regio/gebied, doelgroep of juist een specifiek onderwerp meer aandacht krijgt van ons.
- Meer contact of een intensievere samenwerking staat ook hoog op het verlanglijstje.
- Daarnaast is het voor een aantal ondernemers niet precies duidelijk wat wij doen of wat we voor hen kunnen betekenen.
- Een aantal heeft een verbetertip voor de website.
- Velen geven aan dat ze niet precies weten wat we anders of beter zouden kunnen doen.

"Prima tevreden. Ik heb wel moeten ontdekken wat jullie in "huis" hebben. Misschien zichtbaarder jullie zelf verkopen? "

"Meer de persoonlijke benadering zoeken, dat was door Corona ook lastig, dat snap ik. "

"Niet altijd de vaste stokpaardjes / organisaties in beeld brengen. Juist in het kleine zijn ook pareltjes te vinden"

Verbeterpunten

"Verbeterpunt is de werkbaarheid van het cms van Drenthe.nl waarin je als ondernemer je gegevens invult. Niet altijd even overzichtelijk en het aantal mogelijkheden is beperkt."

"met regelmaat iemand op bezoek bij de bedrijven, dichterbij ondernemer."

"Soms liggen dingen wel heel vast en is er weinig ruimte voor spontane acties."

"betere en functionelere site. meer differentiëren en trechters."

"Drenthe gidsen en vakantie-doeboeken waren tijdens drukste periode niet beschikbaar."

Belang kerntaken

Promotie Drenthe volgens beide doelgroepen onze belangrijkste kerntaak



- 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 beschikbaar stellen van promotiemateriaal en het verspreiden van nieuwsbrieven volgen daar bij ondernemers kort achter.
- Het doen van onderzoek en delen van kennis wordt door driekwart van de ondernemers en 95% van de overheid en regio-organisaties belangrijk gevonden. Het organiseren van bijeenkomsten zit daar kort achter.

Belang van digitale nieuwsbrieven neemt toe

% (zeer) belangrijk	ondernemers					overheid		
	2021	2020	2019	2018		2021	2020	2019
Het verzorgen van de promotie van Drenthe binnen Nederland	89%	94%	97%	90%		100%	100%	100%
Het verzorgen van de promotie van Drenthe in het buitenland	71%	81%	88%	63%		100%	97%	100%
Het beschikbaar stellen van Drents promotiemateriaal	80%	82%	79%	66%		95%	91%	94%
Het bijhouden van social media & website voor Drenthe	83%	84%	88%	83%		100%	97%	94%
Het verzamelen en delen van data, kennis en onderzoek	72%	74%	75%	60%		95%	100%	94%
Het organiseren van netwerkbijeenkomsten	60%	63%	74%	63%		82%	85%	81%
Het verspreiden van digitale nieuwsbrieven aan consumenten	79%	77%	60%	62%		86%	73%	81%
Het creëren van verbinding tussen overheid en ondernemers	71%	77%	69%	57%		73%	91%	81%

- Het belang van promotie van Drenthe in het buitenland en het organiseren van bijeenkomsten is voor ondernemers verder afgenomen.
- Het verspreiden van digitale nieuwsbrieven vinden beide groepen juist belangrijker.
- Overheden vinden de verbinding tussen overheid en ondernemers dit jaar minder vaak een belangrijke taak van ons.

*"ondersteuning dmv
monitoring
kansen/trends
gasten"*

*"aandacht voor alle ondernemers/kleine ondernemers,
verder kijken dan de bekende namen"*

"balans rust en ruimte versus toerisme"

"buitenlandse gast "

Focus toekomst

*"zorg voor
verbinding/business netwerk,
verbindende activiteiten"*

*"websites samenbrengen,
versnippering tegengaan"*

"persoonlijk contact "

"mountainbike"

*"jaarrond activiteiten/evenementen
naar Drenthe halen"*

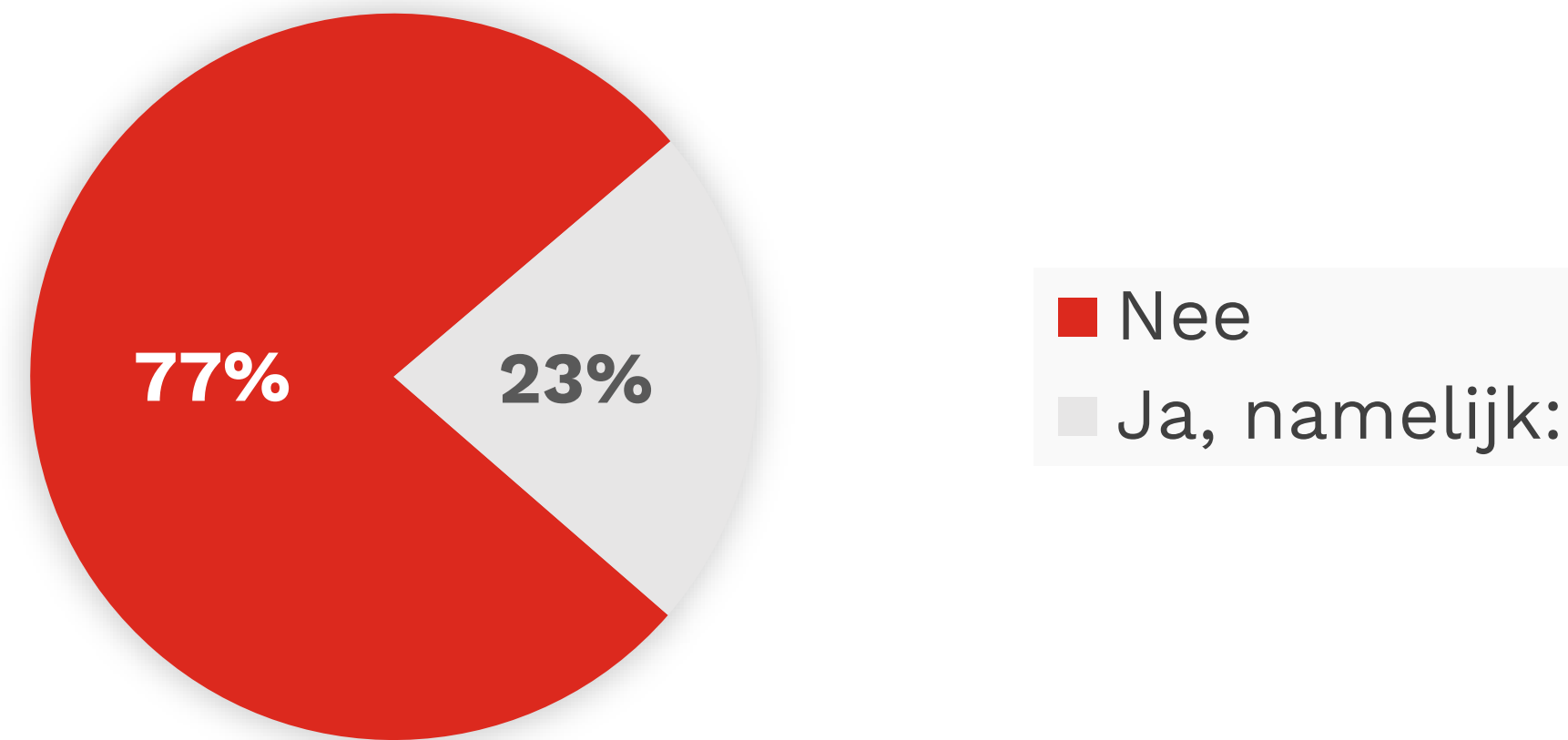
"natuurwaarden, gezonde buitenactiviteiten"

"nieuwe speelbossen, zijn altijd een groot succes ."

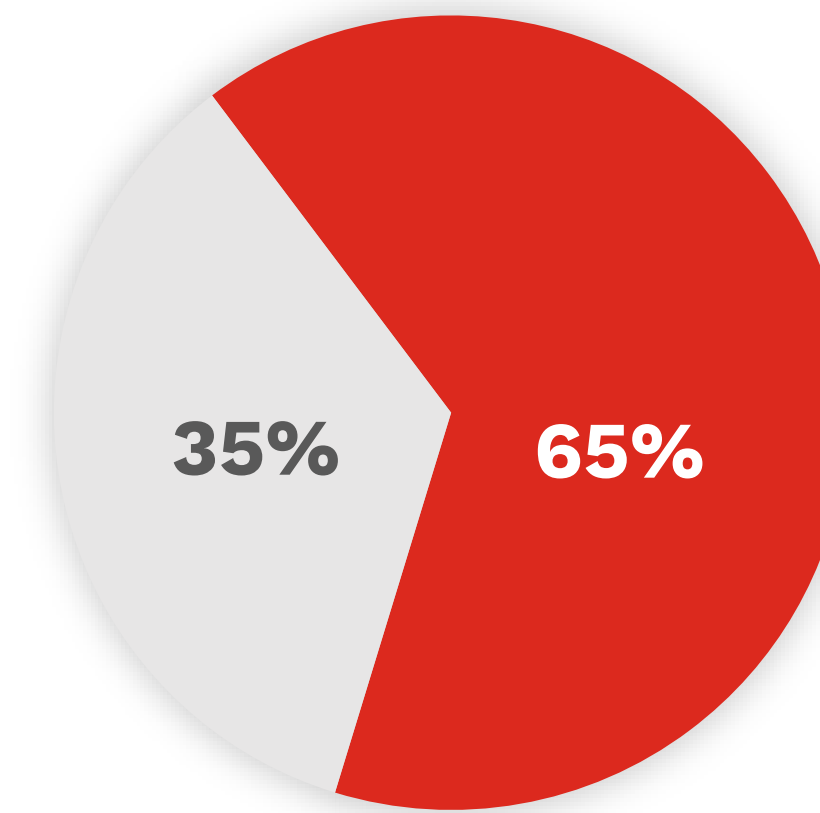
"binnenlandse markt"

Minderheid ziet andere belangrijke taken voor ons

Ondernemers



Overheid



ondernemers

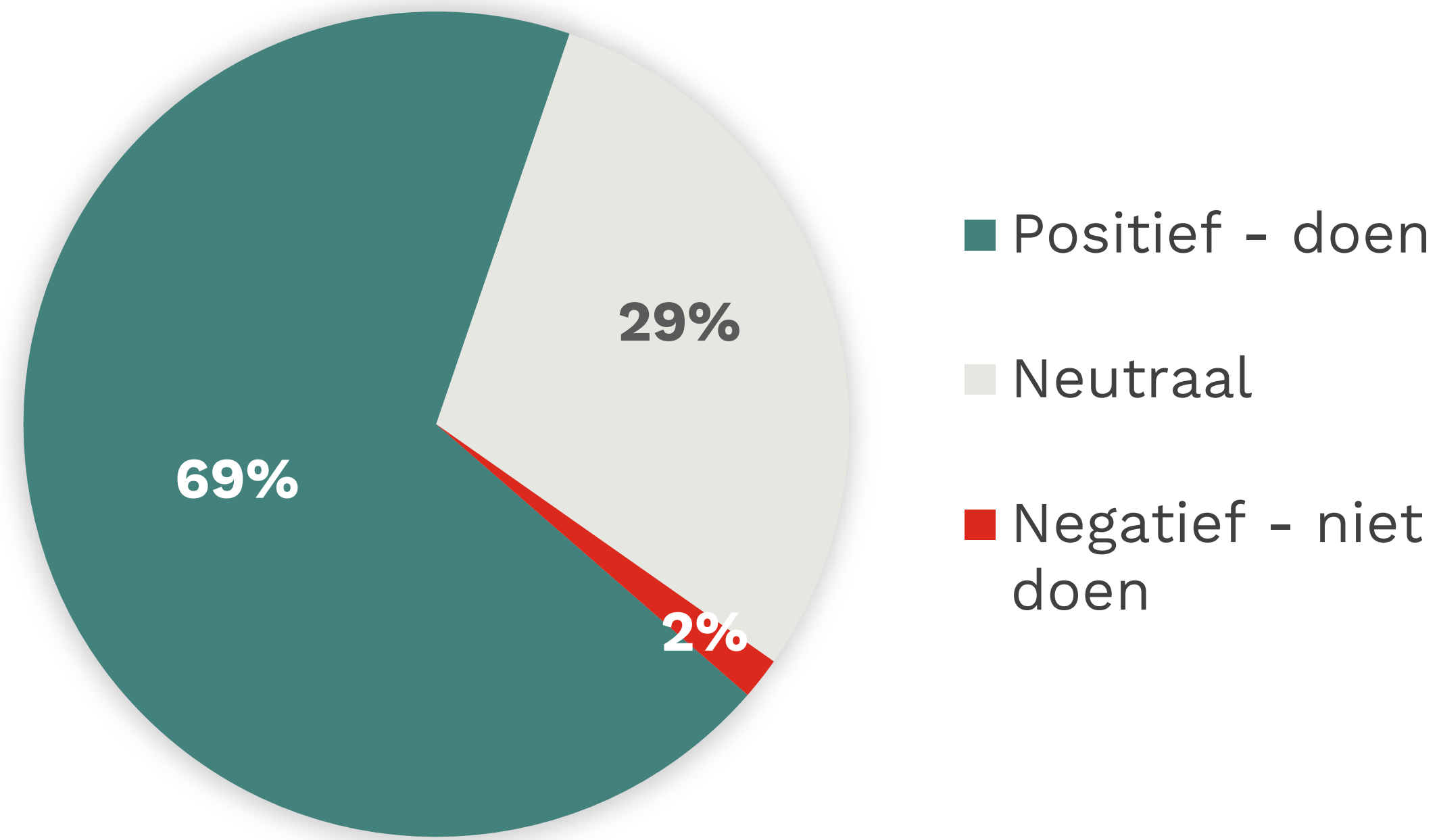
- ✓ samenbrengen en stimuleren van samenwerking tussen regio's, ondernemers,
- ✓ versnippering van aanbod/websites/info tegengaan, gemeente- en regio-overstijgend
- ✓ natuurbewustzijn stimuleren onder toeristen/bezoekers
- ✓ ondernemersondersteuning bij aantrekken gasten
- ✓ beeldkaarten/folders/papieren gidsen

overheid

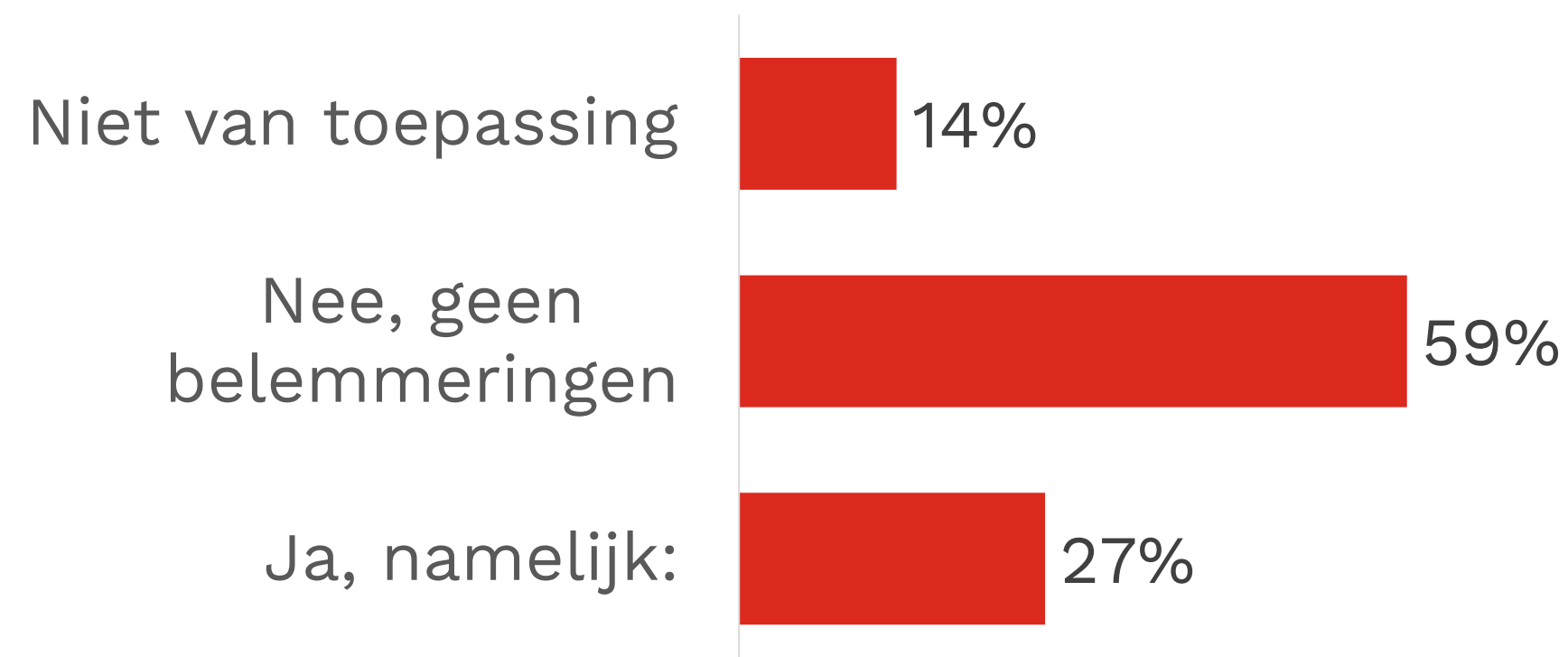
- ✓ visie delen met ondernemers/overheden
- ✓ kwalitatieve productontwikkeling omarmen en in etalage zetten
- ✓ meer insteken op daadwerkelijk bezoek ipv naamsbekendheid
- ✓ kennisniveau van marketing van ondernemers helpen opkrikken
- ✓ Product- en bestemmingsmanagement. Ondernemers samenbrengen en stimuleren tot productinnovatie.

- Een kwart van de ondernemers ziet andere belangrijke taken voor ons weggelegd. Bij overheden is dit een derde.
- In beide groepen wordt genoemd dat het belangrijk is dat we ondernemers ondersteuning bieden bij het uitvoeren van de marketing en het aantrekken van gasten door het delen van onze marketing- en gastkennis.
- Ook wordt als extra taak genoemd dat we ondernemers, regio's en gemeenten moeten stimuleren om samen te werken om zo tot kwalitatieve product- en bestemmingsontwikkeling te komen en versnippering tegengaan.

Ondernemers staan achter inzet Duitse markt



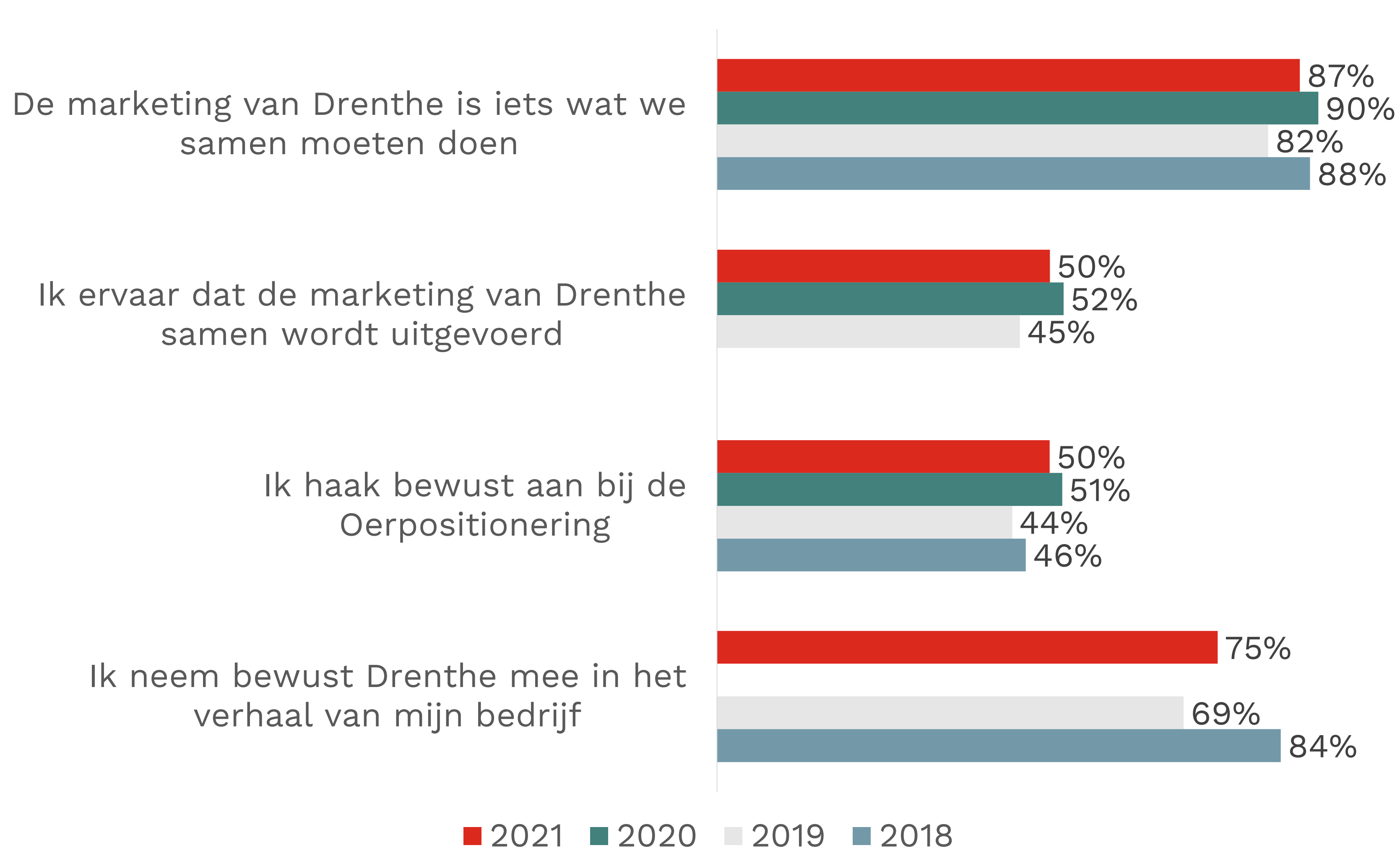
Belemmeringen Duitse markt



- Zeven op de tien ondernemers vinden het positief dat we in 2022 gaan inzetten op de Duitse markt. Drie op de tien staan hier neutraal in. Een enkeling vindt dat we dit niet moeten doen.
- Ruim een kwart van de ondernemers ervaart belemmeringen bij het bewerken van de Duitse markt. Veel genoemde antwoorden zijn de Duitse taal (taalbarrière, taal niet machtig) of het niet kunnen voldoen aan het (hoger) Duitse verwachtingspatroon van een de accommodatie. Ook het gebrek aan (marketing) kennis van de Duitse gast, zoekgedrag etc. speelt een rol.

Samen werken aan de
marketing van Drenthe

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



87%
vindt de marketing van Drenthe een gezamenlijke verantwoordelijkheid

75%
Neemt Drenthe bewust mee in het verhaal van het bedrijf

50%
Ervaart zelf dat de marketing van Drenthe samen wordt uitgevoerd

50%
Haakt bewust aan bij de Oerpositionering

Meerderheid staat achter positionering als Oerprovincie

83%

van de overheid en regio-organisaties, is (zeer) tevreden over de gekozen Oerpositionering (was 93% in 2020);

77%

van de ondernemers is (zeer) tevreden over deze Oerpositionering (was 77% in 2020);

50%

van de ondernemers haakt bewust aan bij de positionering van Drenthe als Oerprovincie (was 44% in 2019);

75%

van de ondernemers neemt Drenthe mee bij het promoten van zijn bedrijf (was 69% in 2019)

Drenthe

Oerprovincie van Nederland

Vragen?

Neem contact op met:



Miranda Horstman
Marktonderzoeker

E: Miranda.horstman@marketingdrenthe.nl

T: 0592 - 79 24 20

marketing**drenthe**

marketingdrenthe

www.marketingdrenthe.nl

Drenthe