



LAND IN FRIESLAND



JAAROVERZICHT 2024 ACTIVITEITEN /// RESULTATEN RMT

www.eropuitinfriesland.nl

INHOUDSOPGAVE

SNEL OVERZICHT



SAMENVATTING	2
VAN HET BESTUUR	3
RMT – WIE WE ZIJN EN WAT WE DOEN	4
DOEL EN SPEERPUNTEN	5
AMBITIES 2024	6
ONZE ACTIVITEITEN IN 2024 / MARKETING	8
ONZE ACTIVITEITEN IN 2024 / GASTHEERSCHAP	9
ONZE ACTIVITEITEN IN 2024 / LEREND NETWERK	10
ONZE ACTIVITEITEN IN 2024 / ORGANISATIE	12
FINANCIËN	13

SAMENVATTING

Stichting Regiomarketing Toerisme Noordoost Friesland (RMT) had in 2024 als Dienst van Algemeen Economisch Belang (DAEB) twee opdrachten. Kort gezegd is activiteit één het reguliere werk van RMT en activiteit twee het partner- en penvoerderschap van het regiodealproject dat inmiddels bekend is als Vrijtijdsregio Noordoost Friesland en moet zorgen voor een basisinfrastructuur in de sector en regie op de toeristische visie.

Dit verslag gaat over het reguliere werk van RMT, opdracht één dus.

Recreatie en toerisme kan een regio heel veel brengen, niet voor niets voorspelt de provincie dat het samen met zorg de grootste werkgever zal zijn in 2030. In Noordoost Friesland hebben we in 2024 dan ook weer samen met partners en stakeholders hard gewerkt aan gastheerschap, marketing en het lerend netwerk om ons doel dichterbij te brengen: **De wereld laten zien hoe mooi onze regio is en daarmee toeristen (terugkerend) naar onze regio te trekken.**

Voor marketing werken we nauw samen met Merk Fryslân. Door medewerkers “te delen” bundelen we de krachten en doen we minder dubbel. Wij zorgen ervoor dat Merk Fryslân telkens weer gevoed wordt met parels uit de regio, voor campagnes, persreizen en andere promotie. Voor inwoners zijn de eerste resultaten zichtbaar van krachtenbundeling met de gemeenten, zoals door de advertentie op de gemeentepagina's en beursdeelname in Fulda.

Het gastheerschap ondersteunen wij met een uitgebreide website met concrete activiteiten, als een grote bron van informatie voor gasten, ondernemers, inwoners en gastheren. Sinds de overgang naar het gezamenlijk websiteplatform hadden we geen Duits- en Engelstalige website meer. In 2024 hebben we een flinke slag gemaakt met het Duitstalige deel. Daarnaast brengen we orientatiekaarten, uitkalenders, activiteitenoverzichten uit,

Het lerend netwerk hebben we vooral bediend met support, verbindingen en twee bijeenkomsten. En dit jaar hebben we voor het eerst raadsleden meegenomen op tour langs een aantal bedrijven. Heel waardevol en voor herhaling vatbaar.



VAN HET BESTUUR

Het activiteitenoverzicht is bedoeld om zicht te geven op onze missie, onze activiteiten, ons netwerk, en de resultaten. En het is een uitnodiging om samen te werken aan de versterking en promotie van onze regio. Want de hele wereld verdient die te leren kennen.

In 2024 bestond RMT 10 jaar! Het was ook het eerste jaar dat we volledig als DAEB draaiden. De constructie heeft ons werk uiteraard veranderd. Met gemeenten zoeken we naar de meest effectieve manier van opdrachtnemerschap en wij zien dat het een gezamenlijke zoektocht is. Zoals Noordoost Friesland voorop liep in deze vorm van regiomarketingorganisatie, zijn er nu ook nog niet veel voorbeelden van een dergelijke organisatie die is aangewezen als Dienst van Algemeen Economisch Belang. Maar dat we het samen doen – ondanks hobbels, verschillende rollen en soms verschil van inzicht – is van grote waarde en dat is met open naar elkaar zijn ook de eigenschap die in deze regio nodig is om langdurig succesvol te zijn als toeristische regio. Daarom ook koesteren wij onze ondernemers die met zoveel de gastvrijheid van de regio maken en wij zijn trots dat wij met elkaar zulke mooie verhalen, producten en belevenissen bieden. Als RMT blijven we doen wat hen helpt dit optimaal te doen.

Ook in 2024 hadden wij als stichting het penvoerderschap van het project Basisinfrastructuur R&T en regie Toeristische Visie Noordoost Friesland als extra taak. Een flinke klus, maar we zien wat het de regio brengt. Hierdoor is de Vrijetijdsregio Noordoost Friesland ontstaan en dat deze in zo'n korte tijd al een mooie bekendheid en bijna vanzelfsprekende plek heeft, zegt iets over het belang dat gezien wordt. Vanaf de start hebben wij gewerkt aan het borgen van de producten die hier uit voortkomen.

Het financieel overzicht is opgenomen in het financieel jaarverslag dat apart is gemaakt. Veel van onze producten en activiteiten zijn beschikbaar voor iedereen die iets doet met of voor recreatie & toerisme; van ondernemer tot gemeente, van cultuurmaker tot natuurgids. Alles is dan ook beschikbaar, ook voor jou. Lees je iets dat je nog niet hebt, of wat je graag onder de aandacht brengt? Stuur dan een mail naar het werkteam (info@rmtnof.nl) en we pakken het op!

Hartelijke groet,
Bestuur RMT NOF

Sigrid Hoekstra (voorzitter).
Hieke Wouda
Audrey Stielstra
Jacob Bosma
Willy Okkema

Pier Jan Boersma (penningmeester)
Bert Gommers (secretaris – tm maart 2025)
Iris Rusz
Sjak Papma

WERKTEAM 2024 (totaal 1 Fte)
Regisseur – Liesbeth Schievink –
Coördinator – Niels Lahuis
Coördinator – Sofie van Ginkel
vanaf september:
Stagiaire – Adriana Visser



RMT - WIE WE ZIJN EN WAT WE DOEN

Ontstaan

In 2014 hebben de gemeenten in Noordoost Friesland de regiopromotie in handen gelegd van een Stichting van toeristische organisaties en verbanden, vanuit de overweging dat de actie moet liggen waar het belang het meest direct is. Nu is regiomarketing een vliegwieltje voor een bestemming – stad of regio – maar de partijen die de gast het meeste spreekt, is de toeristische ondernemer. En daarmee kan hij deze kennis het meest direct doorvertalen naar de regiomarketing.

Wat we doen

In de loop van de afgelopen jaren is een vruchtbare samenwerking ontstaan. Tussen de verschillende toeristische verbanden en met het openbaar bestuur en de ambtenaren. En dat heeft geleid tot een ware bundeling van krachten waar naar mening van betrokkenen inwoners, ondernemers, economie en overheid van profiteren. Zo werken we samen aan een bloeiende toeristische regio.

Het bestuur van RMT bestaat uit vertegenwoordigers van verschillende recreatief-toeristische verbanden. Zij werkt volgens het sociocratisch model, waardoor de activiteiten breed gedragen zijn.

Bestuursleden 2024:

Sigrid Hoekstra	KHN Friesland	Voorzitter
Pier Jan Boersma	Noardlike Fryske Wâlden.	Penningmeester
Bert Gommers	Vereniging Uytland	Secretaris
Hieke Wouda	Gastengilde	Algemeen lid
Audrey Stielstra	Ond. ver.Groene Ster – Buuten	Algemeen lid
Iris Rusz	TIP Eastermar	Algemeen lid
Jacob Bosma	Markant Friesland	Algemeen lid
Sjak Papma	Stichting Vitale Waddenkust	Algemeen lid
Willy Okkema	Toeristenbureau Earnewâld & NP De Alde Feanen	Algemeen lid

Het werkteam bestond in 2024 uit Liesbeth, Niels & Sofie. Met elkaar hebben zij 40 uren (plm per week) voor RMT. In september is het team versterkt met stagiaire Adriana. Zij staan in verbinding met het veld en ontwikkelen vraaggestuurd producten en diensten. Voor meer informatie over het ontstaan, onze werkwijze en het sociocratisch model verwijzen we graag naar het advies van Hanneke Schmeink en Theo de Bruin.



DOEL EN SPEERPUNTEN

DE WERELD LATEN ZIEN HOE MOOI ONZE REGIO IS EN DAARMEE TOERISTEN (TERUGKEREND) NAAR ONZE REGIO TE TREKKEN

Dat deden we ook in 2024 aan de hand van 3 speerpunten:



MARKETING

de regio Noordoost Friesland met al haar kwaliteiten op de kaart zetten bij potentiële toeristen. Dat doen we waar mogelijk in samenwerking met andere partijen zoals Merk Fryslân, de streekmerken en andere regio's. Maar we nemen met name de streekmerken ook werk uit handen door ze te promoten bij onze doelgroepen.



LEREND NETWERK

Stichting RMT werkt aan de bundeling van krachten door het faciliteren van een 'lerend netwerk'. Kennisbijeenkomsten met verschillende thema's worden voor toeristische ondernemers georganiseerd om zo goed mogelijk op de hoogte te zijn. Uiteraard is er ook ruimte voor inspiratie om elkaar beter te leren kennen (netwerken).



GASTHEERSCHAP

De gasten in het gebied hebben een goede ervaring wanneer zij van goede informatie worden voorzien. Hierbij horen onder andere een inspirerende website, geprinte producten en bevoorrading van de fysieke informatiepunten.



ONZE PRINCIPES

- Een goede ervaring is de beste marketing
- Persoonlijke tips zijn het meest krachtig
- Meetbaarheid en monitoring zijn belangrijk, maar mogen niet leidend zijn voor wat we doen. We vinden de meetwijze bij de activiteit en niet andersom
- Geen dubbele dingen doen
- Gebruik maken van elkaars krachten
- Spaarzaam met budget
- Wij staan in dienst van de regio, ondernemer en gast
- Iedereen is gelijkwaardig, ook daarom werken en besluiten wij volgens Sociocratie 3.0



STICHTING
RMT NOF



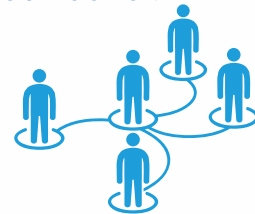
AMBITIES 2024

SMART?

Onze ambities zijn niet hard meetbaar. Als het gaat om regiomarketing, welke opbrengsten meet je dan? Bekend is dat goede regiomarketing meerwaarde levert op veel gebieden. Als het gaat om ons doel, het trekken van toeristen, is echt meten lastig. Laat staan wat toe te schrijven is aan marketing, aanbod en factoren als het weer. Inmiddels is DataFryslân aan de slag en zijn eerste waardevolle data gegeneerd. En we kijken uit naar oogst van de Vrijetijsregio om te bezien hoe we als geheel de afgelopen jaren hebben gescoord.

LEREND NETWERK

- Contact en support ondernemers met vermeldingen, kansen koppelen en dergelijke. Via mail, Whatsapp, telefoon, Facebookgroep, nieuwsbrief.
- Organiseren Foldermarkt en najaarsbijeenkomst
- Contacten met partners en stakeholders.
- Werksessie voor ondernemers organiseren
- E-learning module voor Noordoost vullen
- RMT site voor ondernemers en stakeholders bijhouden
- PR voor de sector



GASTHEERSCHAP

- Magazine maken (NL)
- Oriëntatiekaart regio updaten en drukken (NL, DU, ENG)
- Weer een Duitstalig en Engelstalig websitedeel opstarten
- Zorgen voor voorraad en verkoop knooppuntennetwerkkarten (Marrekrite)
- Vermeldingen, routes en evenementen plaatsen op eropuitinfriesland.nl
- Samenwerken aan routevermeldingen ed, met Dagrecreatieve netwerken.
- Activiteiten, evenementen en logiesverstrekkers verbinden met kalenders



AMBITIES 2024

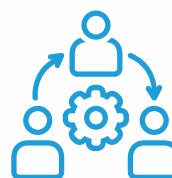
MARKETING

- Website bijhouden en uitbreiden
- Social media (Facebook, Instagram, Pinterest)
- Online- en offlinemarketing: campagnes en promotieacties
- Regionaal aanbod Arcadia aanjagen
- Ondernemers verbinden aan persreizen
- Via widgets activiteiten, routes, evenementen op ondernemers- en stakeholdersites plaatsen
- Samen met Merk Friesland Noordoost vermarkten
- Fotografie – goede professionele beelden laten maken



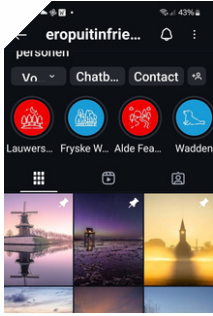
ORGANISATIE

- Overgang naar door partners gewenste Office365
- Doen opzetten en inregelen administratie en controlling
- Rapportages, plannen en aanvragen
- Ontwikkeling organisatie voor DAEB en andere wetgeving
- Ondersteunen bestuurders
- Overleggen gemeenten
- Bestuurdersverzekeringen



ONZE ACTIVITEITEN IN 2024

/ MARKETING



PROVINCIALE ACTIES: We denken mee, verzamelen en leveren content voor online en offline marketing in diverse samenwerkingen. We proberen de acties zoveel mogelijk op de behoeften van ondernemers en regio's af te stemmen. Dit gaat over extra bezoeken in het laagseizoen, maar ook over kennis delen over musea, activiteiten en het stimuleren van bestaand aanbod. We leveren input voor provinciale acties zoals de Voorjaarscampagne, Open Watersportweken en Najaarscampagne.

WEBSITE: We verwerken doorlopend updates en ontwikkelen de website verder. Dat gaat efficiënt omdat teamleden ook bij Merk Fryslân en VisitWadden werken.

FOTOGRAFIE: We hebben in het voorjaar een fotoshoot gedaan voor lente en zomer. De foto's zijn beschikbaar voor ondernemers en gemeenten.

WEBSITE FRIESLAND.NL EN VISITWADDEN.NL: We zorgen dat alle vermeldingen uit Noordoost ook op deze sites komen en leveren informatie en tips aan. Door samenwerking met collega's is Noordoost Friesland de afgelopen jaren veel meer zichtbaar geworden op deze drukbezochte sites.

SOCIAL MEDIA: We plaatsen minstens 3 berichten per week op Facebook en Instagram. Door een sterkere aanpak groeit vooral het aantal volgers op Instagram flink (nu meer dan 3.000). Op Facebook hebben we 6.500 volgers.

PERS & PR: In samenwerking met Merk Fryslân denken we mee met het programma en verbinden we met ondernemers. We streven naar zoveel mogelijk persreizen naar Noordoost.

INFLUENCER MARKETING: In september hebben 4 influencers een weekend door de regio gereisd. De berichten zijn bijna 72.000 keer bekeken. Het aantal keer dat berichten zijn opgeslagen (116) is een goede indicatie van interesse. Vooral de influencer met hond als specialisme scoorde hoog (84 keer opgeslagen).

PROVINCIAAL MARKETINGOVERLEG: We overleggen elke 6 weken met Merk Fryslân, regio's en VisitLeeuwarden om samen te werken waar mogelijk.

EXTRA

IT HAT WOL WAT: Samen met RTV NOF een winactie om vooral inwoners mooie plekjes te laten delen. Toch kregen we ook zelfs inzendingen vanuit Brabant. Goed voor inwoners en voor de verbinding met toerisme.

/ GASTHEERSCHAP



ONZE ACTIVITEITEN IN 2024

/ LEREND NETWERK



LINKEDIN



RMTNOF.NL



NIEUWSBRIEF



FACEBOOKGROEP

FOLDERMARKT: Samen met Merk Fryslân en Bestemming Noardwest bundelden we de krachten op het Frysk Toerisme Kongres. De opkomst was lager dan verwacht (90 bezoekers), maar de impact buiten onze regio was aanzienlijk. We combineerden dit evenement strategisch met de Vrijetijdsregio, een win-winsituatie.

NAJAARSBIJEENKOMST: In samenwerking met de Vrijetijdsregio organiseerden we een succesvol evenement over de kracht van samenwerking en unieke regio-ontwikkeling. De Feestfabriek (Zwarte Cross!) en andere experts inspireerden 120 enthousiaste deelnemers.

ONLINE INTEGRATIE TOERISTISCHE & STAKEHOLDERSWEBSITE: www.mtnof.nl is nu geïntegreerd in www.eropuitinfriesland.nl. Deze consolidatie van websites zorgt voor meer focus. We blijven de website regelmatig updaten.

NIEUWSBRIEF: We verstuurden 26 nieuwsbrieven met updates en kansen. De nieuwsbrieven worden goed gelezen door onze 600+ abonnees (gemiddeld 47% leespercentage). Ook de UITagenda die we versturen wordt gebruikt door ongeveer 50% van de abonnees.

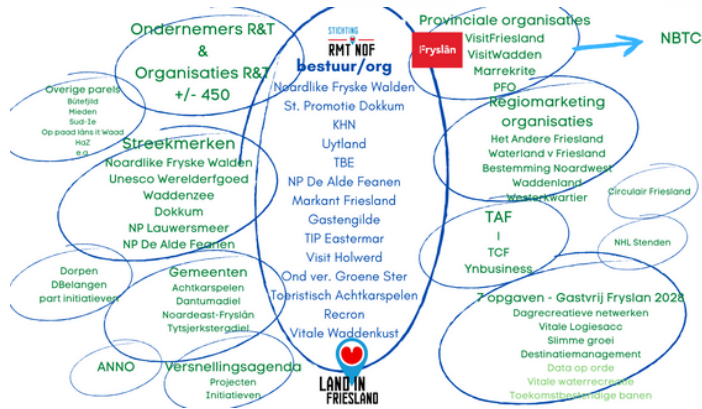
FACEBOOK: Onze ondernemersgroep op Facebook is met ruim 500 leden actief. Meer dan 200 berichten werden gedeeld door verschillende ondernemers (en ons). De groep heet Regiomarketing Toerisme Noordoost Friesland.

LINKEDIN: Onze LinkedIn-pagina groeit gestaag en telt nu 195 volgers. Ook deze is bedoeld voor onderlinge uitwisseling en aankondigingen. Te vinden als company: RMT NOF.

ONDERNEMERSSUPPORT: We bieden ondersteuning aan ondernemers via e-mail, telefoon en WhatsApp. Daarnaast ondersteunen we evenementenorganisatoren bij de vermelding van hun evenementen op de website.

ONZE ACTIVITEITEN IN 2024

/ LEREND NETWERK



KENNISDELING: We delen informatie over bijeenkomsten en meetings via onze kanalen (R&T Achtarkspelen, Noardeast-Fryslân, Wetterwâlden, TAF en vele anderen).

REGIONALE VERTEGENWOORDIGING: We vertegenwoordigen de sector in de TAF voor alle sectorbijeenkomsten.

MAGAZINECONTENT: We leveren 2-3 pagina's content voor elk ONOF-magazine. De online edities zijn te vinden op netwerknoordoost.frl m

E-LEARNING: Onze E-learning is beschikbaar voor ondernemers, vrijwilligers en professionals in de gastvrijheidssector. Via www.rmtnof.nl kan een account worden aangevraagd om toegang te krijgen.

KNOOPPUNTENKAARTEN: Wij regelen de bestellingen, afstemming en bevoorrading. TIP Dokkum is het afhaalpunt en voert de distributie uit. Ondernemers kunnen bij TIP Dokkum terecht voor gastheermaterialen.

BEELDBANK: Onze beeldbank zit boordevol beeldmateriaal voor de regio. Na 10 jaar flinke groei, was het soms lastig zoeken. Daarom hebben we de structuur verbeterd om beelden makkelijker vindbaar te maken. Dat is nog niet klaar en we werken er in 2025 verder aan.

WORKSHOPS: We organiseren zelf geen workshops, maar ondersteunen de communicatie, zoals bij de boosterworkshop van de Vrijtijdsregio en QOP.

EXTRA

TOUR MET DE RADEN: Een langgekoesterde wens ging in oktober in vervulling! We namen 15 raadsleden mee op tour langs ondernemingen en informeerden hen over actuele ontwikkelingen. Hier hebben ze nu ook altijd toegang toe via het "Boekje foar yn'e bûse". De reacties waren enthousiast en wij vonden het zelf ook erg leuk en waardevol.

ADVERTENTIE & SOCIALS: De eerste communicatieacties in samenwerking met de gemeenten: we zorgden voor een advertentie die in de zomerperiode op de gemeentepagina's van de kranten kwam en leverden berichten voor de social mediakanalen.

WAT ER OOK BIJ HOORDE IN 2024

/ ORGANISATIE

RMT voert een eervolle taak uit voor de regio en krijgt daarvoor financiële middelen van de vier gemeenten. Wij pakken op wat de markt niet kan, zoals dat hierboven beschreven is. Dit is door de gemeenten met de aanwijzing tot DAEB (dienst van algemeen economisch belang) bekrachtigd. Dat vraagt niet alleen om onze altijd al aanwezige transparante houding. Het brengt tevens verplichtingen mee in rapportage en verantwoording.

Als basis voor ons werken en onze besluitvorming dient sociocratie 3.0.

SA DOGGE WY DAT!: In ons beleidsplan hebben wij omschreven hoe wij onze organisatie en verplichtingen hebben gestructureerd. Dit evalueren we regelmatig.

DE REGIO ALS KANTOOR: In 2024 zaten wij minder bij ondernemers dan we van plan waren. We waren met een grotere groep en daarnaast was tijd nodig bij Merk Fryslân op kantoor en bij de Vrijetijdsregio.

AUTOMATISERING: Het heeft driekwartjaar geduurd door IT mankementen, maar medio 2024 hadden we Office365 en TEAMS goed draaien. Nu werken we gestroomlijnd met de verschillende applicaties en dat is belangrijk bij ons continu “reizend bestaan”.

FINANCIËLE ADMINISTRATIE, ANALYSE EN RAPPORTAGE: Met een externe administrateur hebben we extra controle in het proces. De accountant verzorgt voor ons het financiële deel van onze rapportage, die wij vervolgens volledig maken met de benodigde verantwoording.

EXTERNE ADVISEURS (FISCALIST-JURIST E.A.): Eind 2024 zijn we gestart met het toekomstplan. Hierbij hebben we een juridisch en fiscaal adviseur ingeschakeld.

BESTUURS- EN VERGADERKOSTEN: Bestuurders maken kosten in tijd en beschikbaar stellen van faciliteiten. Hiervoor ontvangen zij een onkostenvergoeding.

OVERLEGGEN

- Het bestuur vergaderde 8 keer in 2024.
- Daarnaast waren diverse overleggen in klein comité zoals tussen voorzitter, penningmeester en regisseur, domeinoverleggen en korte overleggen met betrokken bestuursleden over een bepaald onderwerp.
- Het werkteam had wekelijks een sprintoverleg.
- Het ambtelijk overleg met de regisseur was beperkt in 2024, maar is in het laatste kwartaal weer opgestart.
- Bestuurders Merk & regio's hadden 3 overleggen waarbij samenwerking nog steeds een discussiepunt is.
- Regisseurs van de regio's en Merk troffen elkaar iedere 6 weken om samen af te stemmen.

ARCHIVERING

We hebben stapjes gemaakt om de archivering up to date te maken, maar daar moet nog een flinke slag gemaakt worden.

CIJFERS & FINANCIËN 2024

Het werkteam verricht werk op alle drie de vlakken: marketing, lerend netwerk en gastheerschap. We besteden het doorlopende werk niet uit, maar hebben zelf de vaardigheden in huis. Hierdoor zit een aanzienlijk deel van het budget in de organisatie, dus een beetje vertekenen, maar maakt ons slagvaardig. Daarnaast kost de organisatie zelf natuurlijk ook tijd, dat ligt vooral bij de regisseur. De rest van het budget wordt out of pocket besteed aan inkoop van middelen. Er is gewerkt met een begroting gebaseerd op de beschikking van € 244.871,- . In het jaarverslag is de verantwoording daarover opgenomen.





COLOFON

Dit jaaroverzicht is gemaakt door RMT NOF
– Stichting Regiomarketing Toerisme
Noordoost Friesland

REDACTIE EN VORMGEVING:
Liesbeth Schievink

FOTO'S
uit beeldbank van RMT NOF

DISCLAIMER

Dit jaaroverzicht is met alle zorg en
enthousiasme tot stand gekomen. Aan
deze uitgave kunnen echter geen rechten
ontleend worden.



RMT NOF

Post:

Seadwei 3 9261XL Eastermar

info@rmtnof.nl

www.rmtnof.nl

voor bezoekers:



www.eropuitinfriesland.nl



[/eropuitinfriesland/](https://www.instagram.com/eropuitinfriesland/)



[/eropuit.in.noordoost.friesland/](https://www.facebook.com/eropuit.in.noordoost.friesland/)