

JAARPLAN 2026

—  —
**VAN
HET ANDERE FRIESLAND**



STICHTING TOERISME REGIOMARKETING ZUIDOOST FRIESLAND

GESCHREVEN DOOR GEBIEDSREGISSEUR INGRID MASCINI /// JANUARI 2026



ACHTERGROND

Dit jaarplan is gebaseerd op het Koersdocument 2030 van de Stichting Toeristische Regiomarketing Zuidoost-Friesland en gaat in op de specifieke activiteiten voor het jaar 2026. In de afgelopen jaren heeft de stichting zich fors ingezet om ondernemers in het gebied te verbinden, de kennis over de regio te vergroten en de toeristische informatievoorziening voor de regio op een goed niveau te krijgen. De basis is op orde om nu in de aankomende vijf jaar een volgende stap te zetten en Het Andere Friesland een landelijk podium te geven, waarbij de ondernemer concreet kan profiteren van de zichtbaarheid en traffic naar de website www.zuidoostfriesland.nl.





5 PIJLERS VOOR HET JAAR 2026





WAAROM REGIOMARKETING ?

Regiomarketing heeft een paraplufunctie boven de lokale stads/dorpspromotie organisaties en wordt ingezet om een specifieke regio met een uniek DNA op de kaart te zetten.

Voordelen:

- Gericht toeristen aantrekken die passen bij het DNA van de regio
- De recreant in het gebied efficiënt informeren en verleiden en spreiden langs de verhalen en points of interest door het gebied (toerist kent geen gemeentelijke grenzen)
- De regio toeristisch van onderop ontwikkelen in samenwerking met ondernemers en stakeholders in het toeristisch veld (wat heeft de recreant/toerist nodig op basis van ervaring uit de praktijk)
- Gemeentelijk de krachten (kennis en financiën) bundelen, zodat er meer bereikt wordt voor minder hoge investeringen.

Regiomarketing werkt nauw samen met de Destinatie Management Organisatie (Merk Fryslân) én de lokale city/dorpsmarketing. Alle drie de lagen hebben een eigen functie richting de recreant/toerist, het één kan niet zonder het ander; een goed samenspel levert synergie op.

ORGANISATIE	TAAKSTELLING (IN GROTE LIJNEN)
NBTC	Campagnes in het buitenland ter promotie van Nederland en diverse daaronder vallende steden en regio's.
Merk Fryslân	Promotie van Friesland in Nederland, Duitsland en Vlaanderen. Taken: bekendheid van, het imago van de provincie, het bezoek naar de provincie, plus onderzoeksfunctie.
Regiomarketing	Het zorgen voor een optimale beleving van en in het gebied. Verbinden van ondernemers, vergroten van kennis van ondernemers, zorgen voor toeristische informatievoorziening, ontwikkelen van brochures/kaartmaterialen. Spreiden en verleiden van toeristen door de regio (stad/platteland). Promotie van de regio daar waar de regio wel de behoefte heeft, maar dit niet door Merk Fryslân ingevuld wordt.
City of dorpsmarketing	Zorgdragen voor een bruisende stad of dorp. Denk hierbij aan stadswandelingen en evenementen. Naast toeristen, zijn inwoners ook een belangrijke doelgroep voor city- en dorpsmarketing.
Lokale ondernemer	Marketing van de eigen accommodatie
Het samenspel tussen dorps/citymarketing, de regionale promotie van Het Andere Friesland en Merk Fryslân is van groot belang. Door slimme inzet zullen de organisaties elkaar significant versterken en wordt dubbelwerk vermeden.	



VERBINDEN EN VERGROTEN GASTHEERSCHAP

- Onderlinge verbinding vergroten tussen de toeristische en recreatieve ondernemers (verblijfs-, dagrecreatie, horeca en evenementenorganisaties)
- Verbinden van toeristische sector met terreinbeheerders, cultuur- en sportorganisaties;
- Verbinding versterken met de 'buren', Weerribben-Wieden, Koloniën van Weldadigheid, Noord-Oost Fryslân, Drenthe;
- Relatie onderhouden en belangen van Zuidoost-Friesland behartigen in overleggen met Merk Fryslân, Marrekrite, routebureau en Provincie Friesland;

Tourist info & Service punten

Ondanks dat TRZF geen eigen Tourist info kantoren heeft, vinden wij het belangrijk om de kantoren met elkaar te verbinden, zodat we elkaar beter weten te vinden en op de hoogte zijn van de activiteiten in ieders lokale omgeving. Ook praten we de gastheren en gastvrouwen van de kantoren bij over de nieuwtjes bij TRZF. Deze bijeenkomsten vinden regulier in maart en november plaats. Steeds op een wisselende Tourist info locatie.

Bussafari's

Ieder najaar organiseert TRZF een bussafari door de regio. Op deze manier leren ondernemers en tourist info medewerkers de regio beter kennen. Dit draagt bij aan onderlinge samenwerking en het niveau van gastheerschap richting de bezoekers van de regio. De safari is populair en trekt ondertussen zo'n 60 deelnemers.

In 2026 is het thema '**sport**' en is het voorstel om de volgende locaties te bezoeken:

De Welle & Jumping XL, Wedlands, Appelscha Buitensport Walhalla, SC Heerenveen, Golf & Country Club Lauswolt.

In 2026 wil TRZF gezien het succes van de bussafari's een tweede safari in het voorjaar organiseren. Voor deze safari is het idee om te gaan kijken in een buur-regio en daar inspiratie op te doen.

Grote Oploop

In januari staat de Grote Oploop op het programma. Dat is de kick off van het nieuwe jaar en trekt tussen de 100 en 120 deelnemende recreatieondernemers & stakeholders. Jaarlijks vindt de locatie van de oploop in een andere gemeente plaats, zodat we evenredig alle gemeentes een podium geven. Op 21 januari 2026 wordt de bijeenkomst gehouden op de locatie Pieter Poot te De Blesse. Naast een presentatie van de highlights van het nieuwe jaar, is er een gastspreker (Chris Zegers) en sluiten we af met een foldermarkt en borrel.



CHRIS ZEGERS, GASTSPREKER OP DE GROTE OPLOOP JANUARI 2026

Kennisworkshops

Jaarlijks worden er in het laagseizoen workshops georganiseerd om de vakkennis van ondernemers in het gebied te vergroten. Bijblijven in ontwikkelingen op het gebied van marketing (chatGPT, Google, Social Media) is essentieel en niet altijd eenvoudig. De masterclasses die gegeven worden zijn populair en zullen wij ook in 2026 dus continueren. Doelstelling is om ca. 40 deelnemende ondernemers per workshop te ontvangen.



Bussafari voor ondernemers



Workshop Online marketing, AI en ChatGPT



TOERISTISCHE INFORMATIEVOORZIENING VAN DE REGIO

(INWONER EN TOERIST OP LOCATIE)

- Vergroten gastheerschap van ondernemers en TIP medewerkers/vrijwilligers;
- Vergroten regiokennis en ambassadeursfunctie ondernemers en TIP medewerkers/vrijwilligers;
- Zorgdragen voor juiste informatievoorziening van de regio op (derden) websites, visitFryslân.nl, sociale media en de interactieve kaart;
- Zorgdragen voor juiste informatievoorziening naar ondernemers, partners en betrokkenen;
- Toeristische ondernemers stimuleren en ondersteunen hun informatievoorziening digitaal op orde te hebben, ook in de Duitse en Engelse taal;
- Toeristische materialen die de regio weerspiegelen en toeristische bewegingen in de regio stimuleren
- Bijdragen aan de promotie van de evenementen in de regio;

Kaartmaterialen

Vanuit de TRZF worden de volgende basismaterialen aangeboden aan de ondernemers ten behoeve van de toeristische informatievoorziening en bekendheid van de regio:

- Inspiratiekaarten met een overzicht van de regio met alle highlights
- Fietskaarten met video beleeffietsroutes die de verhalen van de regio weerspiegelen
- Wandelkaarten met wandelknooppuntennetwerk
- Ansichtkaarten die door de gasten naar het thuisfront verstuurd kunnen worden, inclusief vermelding van de interactieve kaart op de achterzijde > Ontdek Het Andere Friesland

Deze kaartmaterialen worden 3x per jaar bezorgd bij de toeristisch ondernemers en TIP kantoren in de regio via een bezorgservice.



UIT-krant

Mid maart komt de UIT-krant voor Het Andere Friesland uit. Deze wordt gemaakt in samenwerking met Groot Media en Huis-aan-Huis in de hele regio verspreid (oplage 100.000). De krant wordt in een extra oplage van 25.000 gedrukt ten behoeve van Tourist Info kantoren, campings, vakantieparken en hotels.



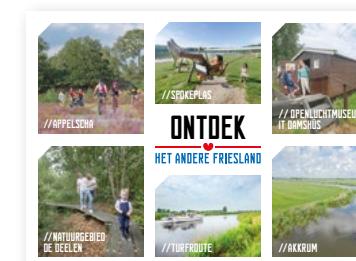
UIT-KRANT

Activiteitenposter

Van april t/m oktober wordt er voor de regio een activiteitenposter gemaakt. Deze wordt per post naar circa 225 ondernemers en tourist info kantoren verstuurd. Op de poster staan alle activiteiten in de regio.



ACTIVITEITENPOSTER

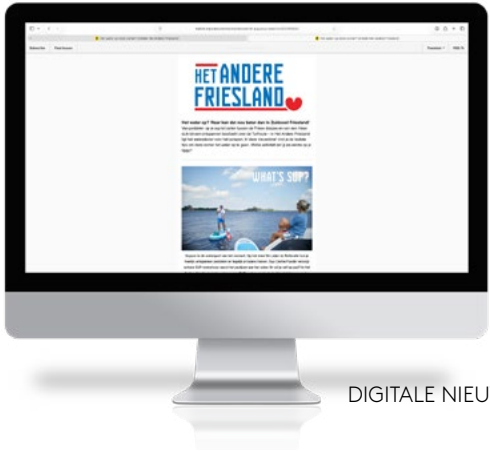


ANSICHTKAART



Nieuwsbrief

Maandelijks wordt er een nieuwsbrief naar ondernemers en consumenten gestuurd met nieuwtjes uit de regio.



DIGITALE NIEUWSBRIEF

Interactieve online kaart

De interactieve online kaart is in 2025 gerealiseerd. Op deze online kaart vindt de bezoeker alle toeristische informatie die nodig is. Van overnachtingslocaties, tot horeca, routes, natuurgebieden, uitkijktorens, dagattracties, pontjes etc. De kaart zal in 2025 uitgebreid worden met actuele evenementen en relevant retail aanbod. Bovendien zullen we investeren in een Duitse kaart t.b.v. onze gasten uit het buurland. De interactieve kaart wordt gepromoot via alle kaartmaterialen van Zuidoost-Friesland en de website.



INTERACTIEVE KAART



// KLIMBOS APPELSCHA

WWW.ZUIDOOSTFRIESLAND.NL

Promotie (toerist naar Het Andere Friesland trekken)

- Eenduidige positionering & huisstijl voor de regio;
- Vergroten van de bekendheid van de verhalen van Zuidoost-Friesland en hoe die kunnen worden beleefd;
- Vergroten van de bekendheid van regio Het Andere Friesland, specifiek voor het laagseizoen, specifiek in de doelgroep Inzichtzoeker in Nederland, Vlaanderen en Duitsland.
- Stimuleren langere verblijfsduur en herhaalbezoek, meer bestedingen in het gebied;

Website (www.zuidoostfriesland.nl)

Doelstelling voor 2026 is om dit jaar de presentatie van accommodaties op de website te optimaliseren door de integratie van Travelbase in de website. Dit in navolging van de stap die Waterland van Friesland (ZW Fryslân) heeft gezet. Los van een betere presentatie, kunnen accommodaties ervoor kiezen om ook hun beschikbaarheid weer te geven en zelfs indien gewenst boekbaar te worden. De mogelijke boekingen worden afgehandeld door VVV Waterland van Friesland tegen een aantrekkelijke commissie van ca 8% (reguliere platforms rekenen gemiddeld 15%).

De website trekt jaarlijks gemiddeld 145.000 bezoekers. In 2026 is het doel om dit door inzet van mediacampagnes op te plussen naar 200.000 bezoekers.

Social Media

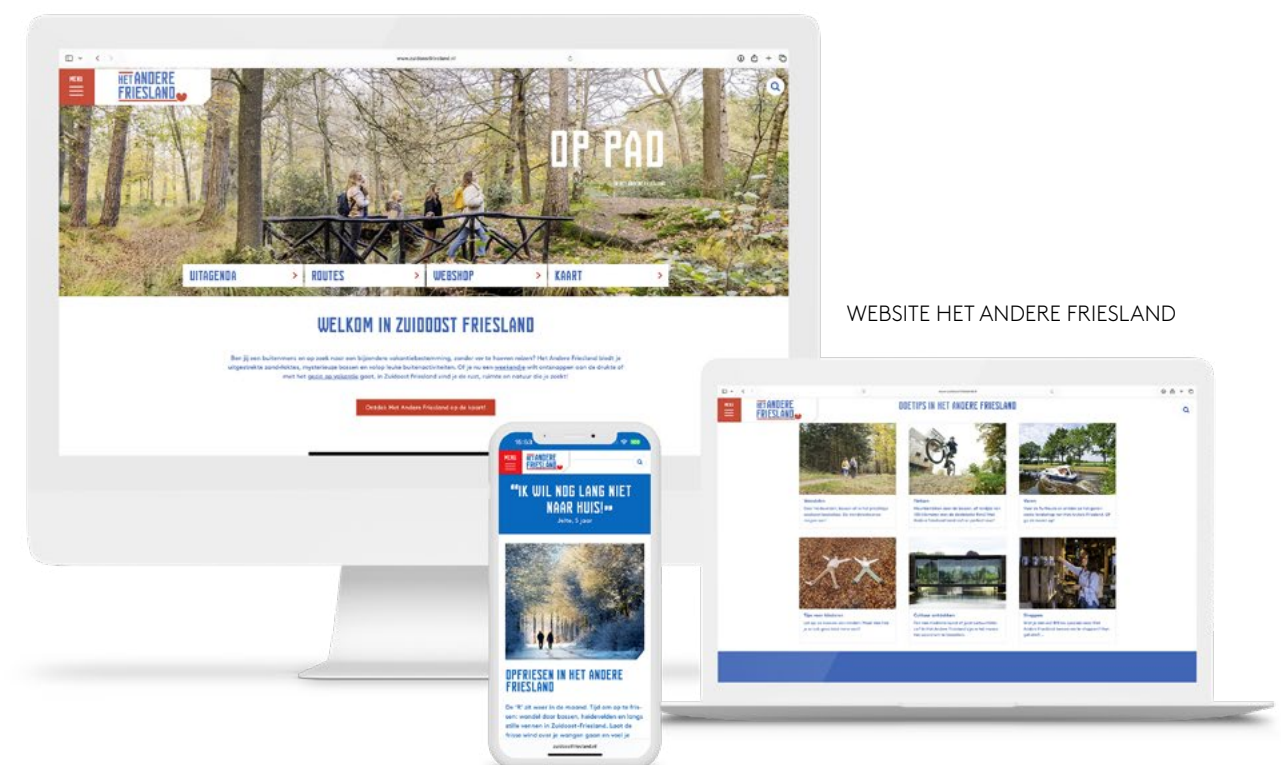
Dit jaar zetten we in op het vergroten van de zichtbaarheid van Het Andere Friesland door meer met stories en reels te doen. Dat betekent dat we wekelijks op reportage door de regio gaan om locaties te promoten. Doelstelling is om hiermee niet alleen een groter bereik te realiseren, maar ook de basis aantal volgers op Instagram te laten groeien te groeien naar minimaal 5000 volgers in de aankomende jaren.

Online Marketing

Ook in 2026 wordt Google Ads ingezet om de doelgroep die zoekt op 'Fietsen Friesland', 'Wandelen Friesland' of 'Varen Friesland' naar Zuidoost-Friesland te trekken. Hier wordt jaarlijks een significant budget voor ingezet met als resultaat duizenden bezoekers op de website.

Persreizen

TRZF zoekt actief naar media en influencers die passen bij het DNA van Het Andere Friesland. Jaarlijks wordt er een keuze gemaakt wie uitgenodigd worden. Ook in 2026 is ruimte voor persbezoeken. Dat kan via aanvragen die via Merk Fryslân binnenkomen, rechtstreeks bij TRZF of via onze eigen zoektocht naar passende mediapartners. Bij persreizen staat het buitensporten/bewegen in de natuur centraal, danwel de beleving rond de verhalen van Zuidoost-Friesland (bijv. verhalen van het veen/turf en de adel). De persreizen worden georganiseerd in samenwerking met de lokale aanjagers (Appelscha 3.0, Platform Gastvrij Smallingerland, Stiek'm Trots), terreinbeheerders en ondernemers.



WEBSITE HET ANDERE FRIESLAND



//BOEK WANDELEN & FIETSEN VANAF DE TURFROUTE

EXTRA PROJECTEN 2026

1/Optimalisatie fiets- en wandelroutes i.s.m. Routebureau

In samenwerking met het 'nieuwe' routebureau worden de fiets- en wandelroutes in de regio geïnventariseerd en geoptimaliseerd. Een eerste onderzoek door het routebureau heeft uitgewezen dat er veel verouderde routes zijn of routes die niet meer helemaal kloppen. Al deze routes worden nu nagelopen door het routebureau en in samenwerking met TRZF en lokale aanjagers aangepast. Ook is het doel van TRZF om per regio de key routes te selecteren, bijv. 5 fiets- en 5 wandelroutes per gemeente waar we op focussen in communicatie en die gepresenteerd worden in de interactieve online kaart.

2/Inventarisatie streekproducten producenten en agro-toerisme (van Friese Bodem)

Zuidoost-Friesland heeft naast een rijke natuur een uniek agrarisch landschap, wat op diverse locaties ook voor de recreant zeer aantrekkelijk is om te beleven. Dat kan zijn op gebied van streekproducten die verkocht worden, zicht- of beleefboerderijen, boerderijroutes of overnachten op het boerenerf. TRZF gaat in 2026 het aanbod in kaart brengen, om vervolgens te bepalen hoe dit aanbod een mooie plek kan krijgen in de promotie van de regio.





DE ORGANISATIE

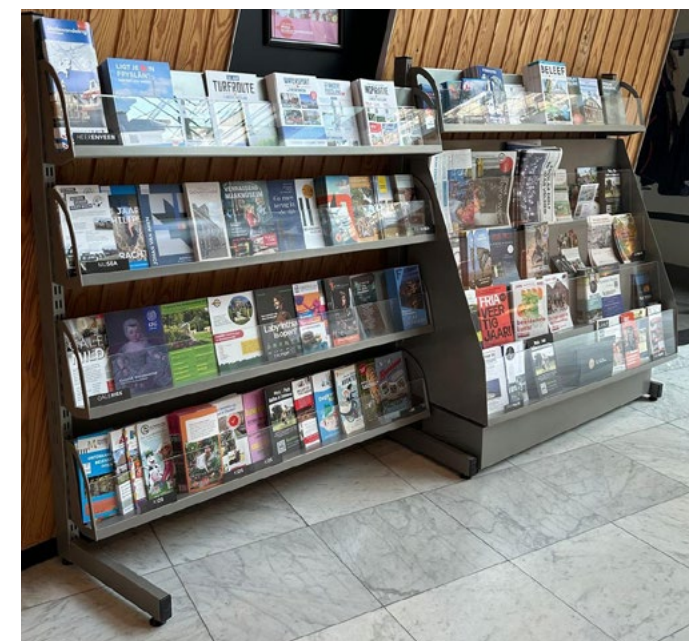
De regiomarketing-organisatie is een stichting met een 7-koppig bestuur waarin alle gemeentes vertegenwoordigd zijn. Het bestuur bestaat uit een voorzitter, penningmeester, secretaris en twee algemene leden. De stichting werkt met de jaarlijkse gemeentelijke bijdragen (subsidies). Er zijn geen additionele inkomsten vanuit bijvoorbeeld ambassadeurs of donateurs.

Het stichtingsbestuur is verantwoordelijk voor accurate exploitatie van de stichting en uitvoering van het jaarplan (dat jaarlijks met de gemeenten wordt afgestemd). Voor het opstellen van het jaarplan en de uitvoering ervan, is een team aangesteld bestaande uit:

- 1 Regiomanager – 8 uur p/w
- 1 Project Manager – 10 uur p/w
- 1 contentmedewerker – 6 uur p/w

Deze personen werken op freelance basis vanuit huis, waarbij per kalenderjaar afspraken worden gemaakt.

Relevante projecten kunnen naast de kerntaken additioneel toegevoegd worden aan de regiomarketing-organisatie. Naar wens en noodzaak kunnen extra professionals ingehuurd worden om mogelijk extra projecten uit te voeren onder de vlag van de Stichting Toeristische Regiomarketing Zuidoost-Friesland.



FOLDERS



FIETS- EN WANDELBEURS

