



LAND IN
FRIESLAND



JAARPLAN 2026

www.rmtnof.nl

STICHTING
RMT NOF

INHOUDSOPGAVE

SNEL OVERZICHT

SAMENVATTING

3

1 INLEIDING

4

1.1 OPDRACHT RMT

4

1.2 KOERSWIJZIGING

5

1.3 LEESWIJZER

5

2. BASISTAKEN RMT

6

3. UITVOERING OPDRACHT IN 2026

7

3.1 VERBINDEN EN VERSTERKEN/ BESTEMMINGSONTWIKKELING

7

3.2 VERMARKTEN / VRAAGSTURING

8

4. ORGANISATIE

9

5. RESULTATEN

10

6. BEGROTING 2026

11

REGIOMARKETING EN PROMOTIE

Het imago van een regio wordt op meerdere niveaus bepaald.

Primair vertellen we (onbewust) “wie wij zijn” met ons landschap, gebouwen; alles wat er staat en de infrastructuur. Ook ons gedrag en organisaties vertellen van alles.

Secundair komt wat we traditioneel marketing en communicatie noemen: campagnes, PR en zaken als website en informatiemateriaal. Als derde komt de mond- tot- mond, media en dergelijke.

In dit plan ligt de nadruk op de secundaire communicatie. Doordat we dat zo gebundeld en breed gedragen doen, kunnen wij een verhaal vertellen dat klopt met wat primair ervaren wordt. Dat kan zeker nog een flinke impuls krijgen, maar door onze organisatie zijn we in staat de verbinding te leggen tussen wat we in de regio hebben en wat toeristisch gezien aantrekkelijk is. En zo dus ook de taal van de regio zo voortbrengen dat we daarmee ook de toerist aanspreken die hier past.

SAMENVATTING

In 2026 voert RMT opdracht 1 uit zoals in het aanwijzingsbesluit tot DAEB staat. Daarvoor kiezen wij een koers die meer gericht is op de invulling met bijbehorende rol zoals wij die hebben ontwikkeld voor de toekomst. De partijen op het speelveld zien de grote meerwaarde van RMT als bestemmingsmanagementorganisatie die zorgt voor:

- Verbinden en versterken | Bestemmingsontwikkeling en -management: RMT fungeert als verbinder en faciliteert de ontwikkeling van de bestemming, met aandacht voor economische groei, behoud van culturele en natuurlijke rijkdommen, en een positieve impact op de omgeving. Dit omvat samenwerking met ondernemers, overheid, platforms en andere relevante organisaties.
- Vermarkten | Vraagsturing door gastheerschap en marketingcommunicatie: RMT is aanjager, regisseur en uitvoerder van activiteiten gericht op het aantrekken van de juiste gasten, verspreid over het jaar en de regio. Dit omvat samenwerking met partijen binnen en buiten de regio en provincie, gastheerschap en marketing.

Daar passen ook de activiteiten bij die wij overnemen van het project Vrijetijdsregio Noordoost Friesland. Wat we doen in 2026:

VERSTERKEN EN VERBINDEN

- 2 Bijeenkomsten voor ondernemers en betrokkenen
- Kennisbijeenkomsten, workshops & bedrijfstours:
- Communicatie met ondernemers, organisatoren en andere betrokkenen
- Kennisdelen door kennisbank en op andere manieren
- Kennisvergaren met de reservering van budget voor de tweejaarlijkse monitor

VERMARKTEN

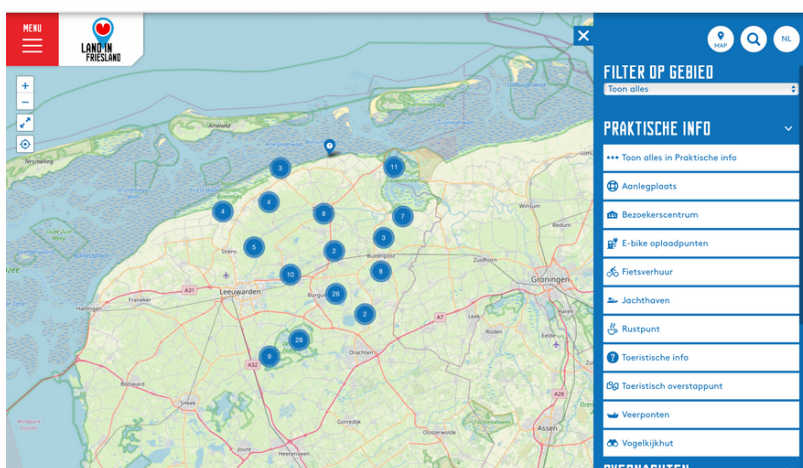
- Gastheerproducten: orientatiekaarten, uitagenda's en een nog te ontwikkelen product door de Raad van Toekomstmakers.
- Marketingcommunicatie: door de websites en socials, samenwerking met Merk Fryslân en andere campagnes voor gasten en inwoners.

Bij dit bedrag hoort een begroting van in totaal € 250.206,40 inclusief BTW. Dat is nagenoeg gelijk aan de beschikking van 2025.



1. INLEIDING

Het jaarplan 2026 dient als leidraad voor RMT Noordoost-Fryslân en informeert opdrachtgevers, stakeholders en de achterban over de beoogde activiteiten. In dit jaar komen diverse ontwikkelingen samen, waaronder de afronding van de reguliere DAEB-taak, het einde van de subsidieperiode voor de Vrijetijdsregio en de financiële uitdagingen waarmee gemeenten worden geconfronteerd. RMT ziet dit als een uitdagende opdracht en zet zich in om hieraan bij te dragen.



1.1 / OPDRACHT RMT

Zoals in het aanwijzingsbesluit van de gemeenten staat, is de opdracht van RMT:

- Gastheerschap van de regio Noordoost Friesland (4 gemeenten)
- Organisatie van foldermarkten
- Informatievoorziening voor toeristen en bezoekers
- Onderhoud van de website <https://www.rmtnof.nl/>
- Organisatie van kennisbijeenkomsten
- Productontwikkeling (flyers, nieuwsbrieven, columns, fietskaarten, informatiefolders)
- Samenwerking met Merk Fryslân

Daarnaast is RMT verantwoordelijk voor de borging van de resultaten van de Vrijetijdsregio Noordoost Friesland, waaronder:

- Beheer van de kennisbank
- Beheer en stimulering van faciliteiten voor de Basisinfrastructuur (accountmanagement, Whatsappcommunity, gedeelde verantwoordelijkheid voor de Routekaart voor ondernemers)
- Uitvoering van de tweejaarlijkse monitor "de maatschappelijke waarde van recreatie en toerisme in Noordoost Friesland"



1. INLEIDING

1.2 / KOERSWIJZIGING

In dit jaarplan zie je al iets terug van de koerswijziging, die voortkomt uit het project Vrijtijdsregio Noordoost Friesland en een onderzoek naar de toekomstige rol van RMT. We konden natuurlijk de eerste concrete lijnen hiervan niet laten liggen voor 2026. De schakel van bestemmingsontwikkeling en verbinding blijkt onmisbaar in het succes, dus daar steken we tijd in. We verwerken ook trends en ontwikkelingen in de sector in onze concrete acties.

1.3 / LEESWIJZER

Hoofdstuk 2 beschrijft de basistaken van RMT. Hoofdstuk 3 geeft inzicht in de uitvoering van de opdracht in 2026. Hoofdstuk 4 behandelt de organisatie en het beleid van RMT. In hoofdstuk 5 en 6 nemen we je mee in de verwachte resultaten en financiën.



2. BASISTAKEN

Het plan "RMT van de toekomst" hebben we gemaakt aan de hand van het landelijk model van NBTC: het destiniatiemanagementmodel. Alhoewel dat in zijn geheel pas bedoeld is voor 2027 en verder, slaan we in 2026 wel alvast deze weg in. Daarom zijn ook in dit plan de clusters Lerend netwerk, Gastheerschap en Marketing ingedeeld in:

- **VERBINDEN EN VERSTERKEN** | Bestemmingsontwikkeling en -management: RMT fungeert als verbinder en faciliteert de ontwikkeling van de bestemming, met aandacht voor economische groei, behoud van culturele en natuurlijke rijkdommen, en een positieve impact op de omgeving. Dit omvat samenwerking met ondernemers, overheid, platforms en andere relevante organisaties.
- **VERMARKTEN** | Vraagsturing door gastheerschap en marketingcommunicatie: RMT is aanjager, regisseur en uitvoerder van activiteiten gericht op het aantrekken van de juiste gasten, verspreid over het jaar en de regio. Dit omvat samenwerking met partijen binnen en buiten de regio en provincie, gastheerschap en marketing.



3. UITVOERING OPDRACHT IN 2026

3.1 / VERBINDEN EN VERSTERKEN | BESTEMMINGSONTWIKKELING



Bijeenkomsten ondernemers en betrokkenen:

- o Partner Frysk Toerisme Festival: Presentatie van de regio, samenwerking met Merk Fryslân en Visit Noardwest, en mogelijkheid voor ondernemers om folders te delen.
- o Foldermarkt: Uitwisseling van folders, netwerken en seizoensstart.
- o Najaarsbijeenkomst: Afhankelijk van budgettaire overwegingen.



Kennisbijeenkomsten, workshops & bedrijfstours: Workshops over relevante thema's (Instagram, content, AI, reviewmarketing, talen) en bedrijfstours om kennisdeling en netwerken te bevorderen.



Communicatie met ondernemers, organisatoren en andere betrokkenen:

- o Informatie en middelen: Via www.rmtnof.nl, LinkedIn RMT NOF en nieuwsbrieven.
- o Contact: Mail, telefoon, Whatsapp community, online support, Facebookgroep.
- o Netwerk: Actieve deelname in relevante netwerken.



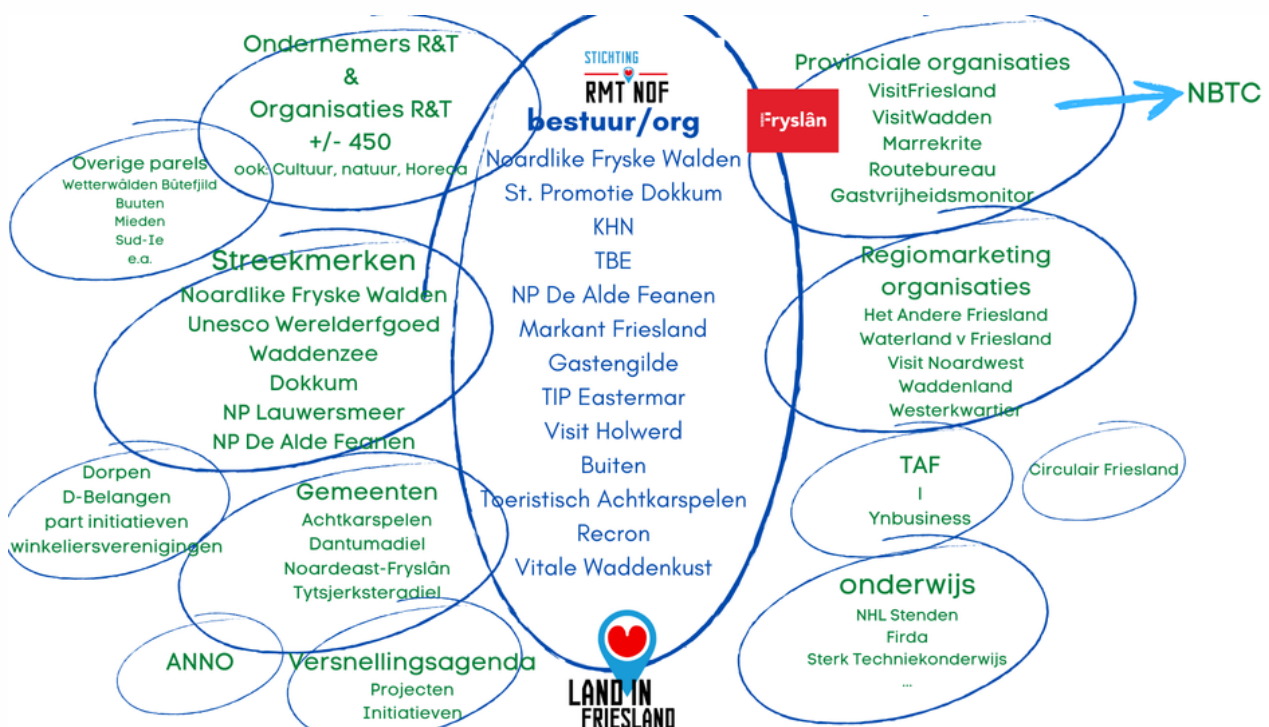
Kennisdelen:

- o Beheer van de kennisbank met onderzoeken, projecten, kennis, werkdocumenten en een routekaart van het netwerk.
- o Medewerking aan de ontwikkeling en bekendmaking van e-learning en andere initiatieven.
- o Beschikbaarstelling van toolkits en een beeldbank.
- o Creatie en distributie van een activiteitenkalender, widgets en routedownloads.
- o Verbinding van TIP's en verbetering van de toeristische informatievoorziening.



Kennisvergaar:

- o Reservering van budget voor de uitvoering van de tweejaarlijkse monitor van de maatschappelijke waarde van recreatie & toerisme in 2026.



3.UITVOERING OPDRACHT IN 2026

3.2 / VERMARKTEN: VRAAGSTURING DOOR GASTHEERSCHAP EN MARKETINGCOMMUNICATIE



Gastheerproducten

- o Ontwikkeling van een inspirerend product (magazine, kaarten, etc.) in samenwerking met de Raad van Toekomstmakers.
- o Oriëntatiekaarten: Productie van kaarten voor gasten en bezoekers.
- o Activiteitenoverzichten
- o Evenementenkalender: Wekelijkse of minder frequente publicatie van een praktisch PDF-overzicht van evenementen.



Marketingcommunicatie

- o Beheer van www.eropuitinfriesland.nl als gastheersite in samenwerking met Merk Fryslân.
- o Plaatsing van inspiratie en informatie op relevante platforms (friesland.nl, visitwadden.nl).
- o Vertaling van belangrijke pagina's en informatie naar Duits en Engels.
- o Deelname aan online campagnes.
- o Social media: Beheer van Facebook en Instagram kanalen.
- o Persreizen / bloggersevents: Facilitering van persreizen via Merk Fryslân en het aandragen van wensen voor persreizen.
- o Inwonersmarketing: Voortzetting van samenwerkingen met RTV NOF en gemeenten om inwoners te betrekken bij de promotie van de regio.



4. ORGANISATIE

RMT voert een DAEB-taak uit en ontvangt hiervoor financiële middelen van de vier gemeenten. De organisatie werkt transparant en voldoet aan rapportage- en verantwoordingsverplichtingen. De basis van de besluitvorming is Sociocratie 3.0.

- **BESTUUR EN RAAD VAN TOEKOMSTMAKERS** / Een compact bestuur voor formele taken en een Raad van Toekomstmakers voor brainstormsessies, klankborden en verbinding met de achterban. Leden van deze beide groepen vertegenwoordigen altijd een achterban van minimal 3 ondernemers/organisaties.
- **WERKTEAM** / met in totaal 1 Fte wordt het werk gedaan. Zij adviseren en zorgen vervolgens dat de plannen gerealiseerd worden.
- **DE REGIO ALS KANTOOR** / Flexibele werklocaties om de verbinding met de regio te behouden.
- **AUTOMATISERING** / Gebruik van Microsoft 365 applicaties.
- **FINanciële ADMINISTRATIE, ANALYSE EN RAPPORTAGE** / Uitbesteding van boekingen aan een administratiekantoor en controle door een accountant.
- **VERZEKERINGEN** / Afsluiting van benodigde verzekeringen.
- **BESTUURS- EN VERGADERKOSTEN** / Bepaalde kosten door zoveel mogelijk bij bestuursleden aan de keukentafel te overleggen.



ONZE PRINCIPES

STICHTING
RMT NOF

- 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

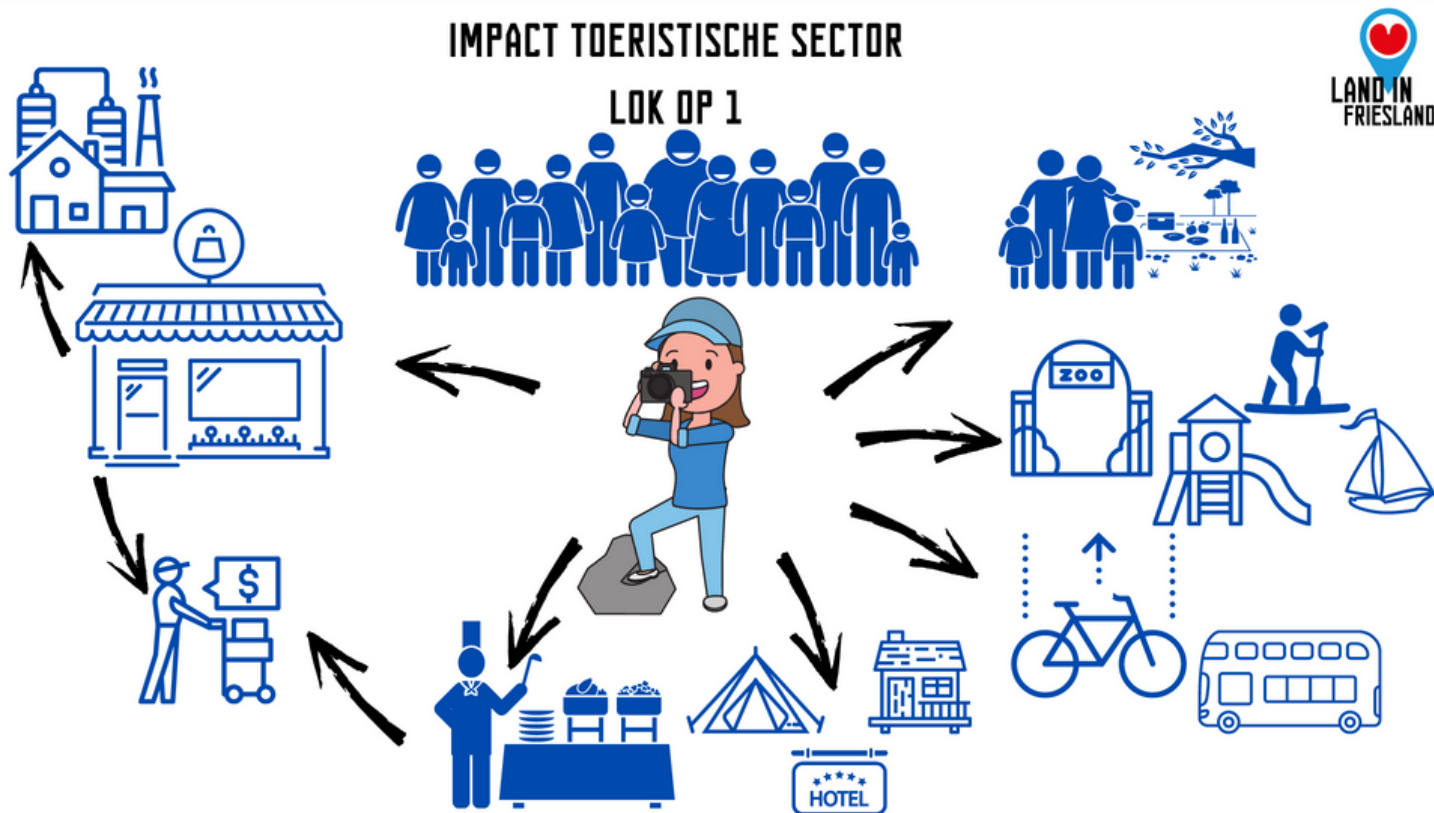


RESULTATEN

Het is complex om de directe impact van RMT's inspanningen op bezoekersaantallen en economische effecten te meten. De Friese gastvrijheidsmonitor biedt inzicht in de ontwikkeling van recreatie en toerisme en daar dragen wij met elkaar aan bij. Daarnaast heeft ook de nulmeting "maatschappelijke waarde van recreatie en toerisme" inzicht gegeven in de effecten van wat we doen.

Van wat we wel kunnen meten hebben we doelstellingen gemaakt:

- Website eropuitinfriesland.nl: 200.000 bezoeken
- Zichtbaarheid friesland.nl: A posities op pagina's op alle verhaallijnen en campagnes waar wij aanbod voor hebben.
- Zichtbaarheid visitwadden.nl: A posities op alle pagina's waar wij aanbod voor hebben.
- Deelname in persreizen: 6 Totaal geschat bereik: 600.000
- Oriëntatiekaarten: 40.000 stuks
- Locaties waar gasten in contact komen met de regio door onze gastheermiddelen: 150
- Bezoek bijeenkomsten RMT: 200 (unieke bezoekers)
- Mail, telefoon etc: 150
- Meedoen in regiopromotie: 200 (gastheermaterialen, widgets etc)
- Widget op site ondernemers: 60
- Openen en lezen nieuwsbrief RMT: 350 (gemiddeld per nieuwsbrief, is inclusief overige stakeholders)



BEGROTING 2026

Het plan is altijd gericht op een balans tussen ambitie en kosten. Wij weten wat er beschikbaar is bij gemeenten en omdat wij zijn aangewezen als DAEB, is het complex om andere financiële middelen te genereren.

Alhoewel gemeenten sinds 2024 indexeren conform de consumentenprijsindex en hebben toegezegd dat te blijven doen, hebben wij voor 2026 besloten onze plannen aan te passen aan de hoogte van de compensatie zoals deze in 2025 is toegekend. Om precies te zijn zit hier een verhoging in van € 2,40 waarbij het totaal aangevraagde bedrag komt op € 250.206,40.

In de grote delen is dat als volgt opgebouwd:

VERSTERKEN EN VERBINDEN	€ 107.360,-
VERMARKTEN	€ 84.726,40
FACILITEITEN EN ORGANISATIE.	€ 58.120,-

Dit is uitgewerkt in een gedetailleerde begroting

RMT kan geen BTW terugvorderen, dus dit bedrag is inclusief BTW.





COLOFON

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

REDACTIE EN VORMGEVING:
Liesbeth Schievink

FOTO'S
Uit beeldbank van RMT NOF (eigen foto's,
Marit Anker, Lydia Annema)

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

STICHTING

RMT NOF

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/)