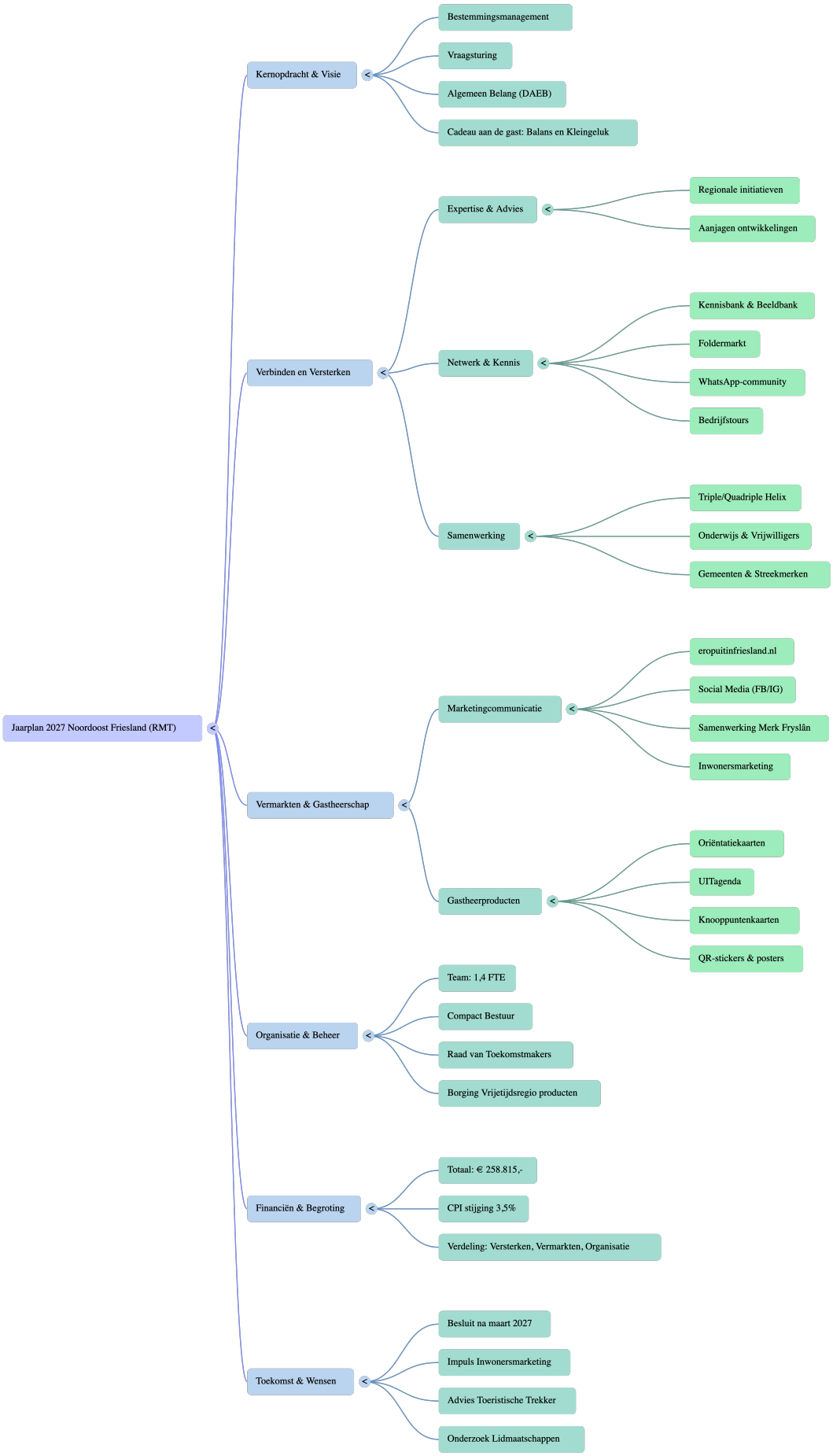
JAARPLAN 2027

RMT NOF

Inhoudsopgave

Samenvatting 3
1. Inleiding en aanleiding 4
2. Ontwikkelingen en koers 5
2.1 Uitvoering opdracht in 2027 5
3. Activiteiten 2027 6
3.1 Verbinden en versterken – bestemmingsontwikkeling 6
3.2 Vermarkten – vraagsturing 7
4. Organisatie 8
5. Begroting 9

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.



RMT NOF

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.

1. INLEIDING EN AANLEIDING

Het cadeau aan onze gasten
It bêste lân fan d'ierde; bezoekers aan de regio voelen aan onze gastheren en -vrouwen dat we dat koesteren en delen. De ongekunsteldheid, natuur, gekoesterde cultuur; samen met de typisch Friese vrijheidsdrang een onweerstaanbare beleving wanneer je ervan houdt of naar verlangt je pad te banen, niet bang bent voor een beetje modder aan de broek, nieuwsgierig bent naar de verbinding tussen de mens en haar landschap. En dat je het eigenlijk ook wel lekker vindt dat het soms een beetje kneuterig en oorspronkelijk is.

Bij vertrek neem je de wijsheid mee dat balans bestaat uit veel klein geluk kunnen zien. En dat je snapt dat wij dat hier te vuur en te zwaard beschermen en de balans goed bewaken. Dat niet alles een kroon behoeft en sneller en grootser verre van beter is.
En dat is misschien wel het grootste cadeau dat je kunt krijgen.

Vanuit RMT helpen we de regio dagelijks om de wereld te laten zien hoe mooi het hier is en denken we mee over initiatieven (en uitdagingen) om de regio nog verder te ontwikkelen. Dat doen we met veel partners en ondernemers. Heel concreet en dichtbij, met een brede blik die ook trends, ontwikkelingen en het grotere speelveld in beeld houdt.

Een mooie opdracht
Voor wie is het nu eigenlijk belangrijk om regiomarketing te doen? Is het vooral de toeristische ondernemer die er baat bij heeft en in actie moet komen? In de Vrijetijdsregio hebben gemeenten, NHL en RMT met elkaar geconcludeerd dat recreatie en toerisme van algemeen belang zijn voor de regio; zowel economisch als voor een leefbare en aantrekkelijke woonomgeving. Sinds 2023 voert RMT de opdracht uit zoals vastgelegd in het aanwijzingsbesluit tot DAEB (Diensten van Algemeen Economisch Belang) door de vier gemeenten. Deze aanwijzing loopt tot 1 maart 2027. Op dit moment is nog niet bekend hoe de gemeenten regiomarketing daarna willen organiseren. Dat vraagt even tijd, maar we hebben met elkaar te maken met een cyclus waarin een jaarplan en begroting wel in het late voorjaar van 2026 ingediend moet worden bij de gemeenten.

De ingeslagen weg
Dus wij volgen in dit jaarplan de in 2026 ingezette koers waarmee we verder bouwen op de succesvolle lijn richting bestemmingsmanagement en vraagsturing. Deze koers is het gevolg van een kettingreactie van ontwikkelingen en gebeurtenissen:

- De visie toerisme en recreatie Noordoost Friesland werd ontwikkeld met de regio. Een extra aanleiding daarvoor was de toegekende regiodeal. De visie gaf een duidelijke actiekalender voor inhoud en organisatie. Daarin was al duidelijk dat een permanent grotere aanjaagfunctie nodig is in de regio.
- Gemeenten hebben RMT gevraagd met hen regie te voeren op deze actiekalender en enkele belangrijke punten uit deze kalender met hen op te pakken. Daaronder vielen het aanjagen en het creëren van een basisinfrastructuur voor de samenhang van aanbod en netwerk. Dit werd het project dat 'Vrijetijdsregio Noordoost Friesland' is gaan heten.
- Een onderdeel van regiodealprojecten is de borging na afloop van het project. Dat is op twee manieren gedaan:
    1. Wie wordt 'eigenaar' van de producten die de Vrijetijdsregio heeft opgeleverd? Dat is belegd in een borgingsplan dat kortweg bepaalt dat RMT alles gaat beheren binnen de huidige organisatie. Gemeenten staan aan de lat om hun deel van de basisinfrastructuur te beheren door wijzigingen en ontwikkelingen te delen met RMT. De triple helix wordt compleet gemaakt door de relaties die RMT onderhoudt met het onderwijs. En zelfs de 'quadriple' wordt gevormd met de verbinding die RMT heeft met vrijwilligers- en

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.

dorpsinitiatieven: overheid, onderwijs, ondernemers en burgers. Producten als de kennisbank en contactenwaaier ondersteunen de basisinfrastructuur en worden door RMT beheerd. Acties uit de Toeristische Visie zijn opgeleverd door het project, zijn ook terug te vinden op www.rmtnof.nl. En RMT houdt ze op de agenda bij haar stakeholders.

2. Een aanzet vanuit RMT voor de koers en organisatie in de toekomst. Er is een beknopt onderzoek gedaan naar de opzet en evaluatie van RMT, de lessen van de Vrijetijdsregio, de rol op het speelveld en de behoeften vanuit de regio, de stakeholders en partners. Op basis daarvan is een koers uitgestippeld die daar antwoord op geeft. Dit is opgeleverd als praatstuk met gemeenten om zo toe te werken naar een robuuste toekomst die ook juridisch en financieel geborgd is.

- In 2026 zijn we gestart met het volgen van deze koers binnen de mogelijkheden. Het past volledig in het aanwijzingsbesluit (activiteit 1) en pakt ook veel mee uit het projectdeel (activiteit 2).

Alhoewel we nog vroeg in het jaar zitten, merken we dat deze koers past bij zowel de verwachtingen als de wensen van de regio en stakeholders. Ze missen alleen de capaciteit die groter leek door de Vrijetijdsregio. Daarom blijven wij ons focussen op het landelijke destinatiemanagementmodel (NBTC) om de regio te verbinden, te versterken en verantwoord te vermarkten.

Slimme marketing
We blijven ons zeker verantwoordelijk voelen voor marketing; dat is een belangrijke taak om ons doel te halen. Maar dan wel op de manier die het meeste effect geeft. Dus zorgen we ervoor dat de regio stevig zichtbaar is in Frieslandcampagnes en andere marketinguitingen. Merk Friesland is de marketingorganisatie van Friesland en daar werken wij nauw mee samen. Begin 2026 hebben wij met elkaar een grote vervolgstap gezet. Nadat we in 2021 het initiatief namen om de krachten te bundelen en elkaars expertise in te zetten, zijn we nu echt netwerkpartners die in het werk verweven zijn. Wij zorgen voor inhoud, Merk voor de marketing. Zo wisselen we inzet uit. Daar hebben we beiden profijt van en het laat een veel groter publiek kennis maken met de regio. Daarmee zullen we misschien wel nog vaker horen dat RMT nauwelijks zichtbaar is. Wij doen ons werk achter de schermen en zijn de verrijkende schakel tussen ondernemers, de vijf streekmerken en Merk Friesland.

We hebben nog een eigen toeristische website, www.eropuitinfriesland.nl die al sterk verbonden is met www.friesland.nl en www.visitwadden.nl .

2. ONTWIKKELINGEN EN KOERS

Omdat we in afwachting zijn van het besluit van de gemeenten over de inrichting na 2027, zetten we de aanpak van 2026 voort. Dat vraagt flink flexibel zijn, maar dat zit in ons DNA, dus we balanceren en proberen zoveel mogelijk te verbinden. Wel passen we onze inzet aan op wat de regio nú extra nodig heeft: we merken dat de expertise van RMT om mee te denken in ontwikkelingen veel wordt gevraagd, dus daar willen we structureel meer tijd aan besteden. Deze adviserende rol is een logische vervolgstap binnen de pijler Bestemmingsontwikkeling en blijkt onmisbaar voor het succes van de regio.

2.1 Uitvoering opdracht in 2027

Onze basistaken zijn, net als vorig jaar, onderverdeeld in twee hoofdclusters:

a. **Verbinden en versterken | bestemmingsontwikkeling en -management**

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.

RMT fungeert als verbinder en faciliteert de ontwikkeling van de bestemming, met aandacht voor economische groei, behoud van cultuur en natuur en een positieve impact op de omgeving.

- **Expertise en advies:** actief tijd en capaciteit vrijmaken om als RMT te adviseren en mee te denken over en in regionale toeristische ontwikkelingen en initiatieven.
- **Bijeenkomsten:** we organiseren bijeenkomsten voor ondernemers, zoals de Foldermarkt en een najaarsbijeenkomst, en zijn partner bij regionale initiatieven zoals het Frysk Toerisme Festival.
- **Kennisdelen & lerend netwerk:** we faciliteren kennisbijeenkomsten, workshops en bedrijfstours. Daarnaast beheren we de kennisbank en onderhouden we de faciliteiten voor de basisinfrastructuur, waaronder de Whatsapp-community.

b. Vermarkten | vraagsturing door gastheerschap en marketingcommunicatie

RMT is aanjager en regisseur voor het aantrekken van de juiste gasten.

- **Gastheerproducten:** ontwikkeling van fysieke middelen zoals oriëntatiekaarten, evenementenkalenders en producten in samenwerking met de Raad van Toekomstmakers.
- **Marketingcommunicatie:** we beheren de toeristische website www.eropuitinfriesland.nl en actieve socialmediakanalen (Facebook, Instagram). Belangrijke informatie vertalen we naar het Engels en het Duits.
- **Samenwerking regiopromotie:** we werken intensief samen met Merk Fryslân voor campagnes en persreizen en trekken op met RTV NOF en gemeenten voor inwonersmarketing. Voor dat laatste hebben wij geen opdracht of budget, maar door onze inhoud slim te koppelen aan faciliteiten en kanalen van deze partners kunnen we de eigen regio toch enigszins bedienen.

3. ACTIVITEITEN 2027

Van plannen naar uitvoeren, zo doen we dat.

3.1 Verbinden en versterken - bestemmingsontwikkeling

Grote ondernemersbijeenkomsten

Zelf organiseren wij de Foldermarkt en de najaarsbijeenkomst. Als partner verzorgen wij een netwerkplek op het Frysk Toerisme Festival zodat beleidsmakers en andere regio's Noordoost-Friesland tegenkomen.

Kennis- en netwerk

- Wij organiseren workshops.
- Op verzoek werken we mee aan bedrijfstours en bijeenkomsten per gemeente.
- De kennisbank blijven wij versterken met stappenplannen en nieuw materiaal op de beeldbank
- Verbinden van ondernemers – vragen - initiatieven blijft een belangrijke taak voor ons.
- Support bij vermeldingen en vragen: wij helpen ondernemers en organisaties om zo de regio te versterken en tegelijkertijd te zorgen voor een compleet aanbod richting "buitenwereld".

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.

- www.rmtnof.nl is de verzamelplaats voor alles dat voor de ondernemer en overheid van belang kan zijn in deze sector. Dat blijven wij vullen met agenda-items, relevante organisaties en de bovengenoemde kennisbank.

Communicatie in het netwerk

- Door nieuwsbrieven, de WhatsApp-community, LinkedIn, de Facebook-groep en de website bereiken we onze achterban.
- Een op een hebben we contact via mail, telefoon en aan de keukentafel.
- We leveren een bijdrage aan het Netwerk Noordoost-magazine en sturen wanneer relevant persberichten of uitnodigingen.

Representatie en verbinding

- RMT zorgt voor aanwezig bij netwerken en streekmerken; door mensen van het werkteam en/of bestuur.
- We zijn deelnemer in de TAF en het Wandelplatform.
- Het bijhouden van de basisinfrastructuur en contactenwaaier is van belang voor de kracht van de regio. Dat doen wij waar we kunnen en door voeding vanuit onder andere de gemeenten.
- Ook onderwijs is een belangrijk deel van de basisinfrastructuur, daarom benoemen wij het apart. Door de contacten in ieder geval op minimaal niveau te onderhouden, blijft de verbinding.

Expertise bestemmingsontwikkeling

- Op verzoek denken wij mee met ontwikkelingen en leveren wij kennis en netwerk.
- Vanuit onze expertise jagen wij initiatieven aan.
- Er wordt zoveel kennis gedeeld! Wij verzamelen en houden het bij op de kennisbank. Ook daarvoor krijgen wij hulp van partners.
- Dit jaar moet de monitor “Maatschappelijk belang van recreatie en toerisme voor Noordoost Friesland” weer plaatsvinden. Wij zorgen voor de uitvoering.

3.2 Vermarkten – vraagsturing

Gastheerproducten

- We ontwikkelen, produceren en verspreiden orientatiekaarten, activiteitenoverzichten, stickers en posters met QR codes.
- UITagenda maken en verzenden we online naar onze achterban. (wekelijks, tweewekelijks)
- De regio prominent op www.friesland.nl en www.visitwadden.nl ; daar zorgen wij voor door input te leveren.
- www.eropuitinfriesland.nl blijven we aanvullen, vooral met praktische informatie en vermeldingen van ondernemers en evenementen.
- Waar mogelijk helpen we met het maken en plaatsen van vermeldingen in Engels en Duits op site.
- Samenwerking met Merk Fryslân: Adriana werkt 1 dag per week bij Merk en levert input voor acties, campagnes, pers & PR. Zowel qua inhoud als toetsen aan praktische haalbaarheid en effect.
- De bestellingen van wandel- en fietsknooppuntenkaarten loopt via ons. TIP Dokkum levert ze uit aan ondernemers.

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.

- Wij zorgen voor regelmatig nieuw fotomateriaal dat ook gebruikt kan worden door ondernemers en gemeente. En door Merk Fryslân en VisitWadden: goede beelden die bij hun strategie passen zijn de beste manier om onze regio extra in de kijker te spelen!
- Provinciaal marketingoverleg: met regio's en Merk Fryslân proberen we zoveel mogelijk krachten te bundelen en taken te verdelen. We overleggen ongeveer eens per 6 weken.
- Inwonersmarketing doen we waar mogelijk.

4. ORGANISATIE

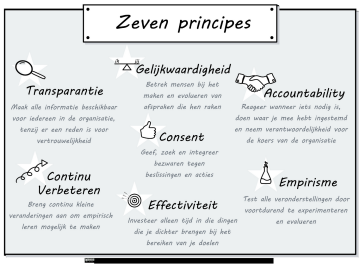
Het werk wordt uitgevoerd door een werkteam van in totaal 1,4 FTE. Zij adviseren en realiseren. We zitten op kantoorplekken, maar zijn ook nog altijd "reizend" door de regio. Waar mogelijk werken we ook graag met stagiaires.

RMT werkt met een compact bestuur voor formele taken en de Raad van Toekomstmakers voor brainstormsessies. Zo zijn mensen vanuit verschillende gemeentes, branches en grootte betrokken en kunnen ze invloed uitoefenen op wat RMT doet.

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



Taken voor een soepele organisatie

- Alhoewel de persoonlijke aanpak onmisbaar is in een organisatie als RMT, zorgen we voor maximale overdraagbaarheid door een actueel archief en planning in Office365.
- Voor de administratie is het vierogenprincipe ruimschoots geborgd: een boekhouder boekt in, medewerkers controleren en penningmeester controleert en betaalt. En twee keer per jaar checkt het accountantskantoor.

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.

- 2x per jaar verzorgt de accountant een financiële rapportage. Wij voorzien het van een halfjaarsupdate en jaarlijks activiteitenverslag.
- Bestuursvergaderingen vinden ongeveer 6 keer per jaar plaats.
- Met Raad van Toekomstmakers hebben we 3 tot 4 sessies per jaar.
- Ongeveer 4 keer per jaar wisselen we uit tijdens ambtelijk overleg met gemeenten. De praktijk heeft uitgewezen dat twee keer per jaar een bestuurlijk overleg prima werkt. Voor beide niveaus geldt dat we elkaar altijd weten te vinden wanneer dat nodig of gewenst is.
- Met een klein team dat zich veel opsplitst zijn naast dagelijks contact overlegmomenten van belang. Dat doen we dan ook wekelijks.
- Bestuurdersoverleggen met Merk Fryslân en de regio's voeren we ongeveer 2 keer per jaar.
- Sinds de Vrijetijdsregio komen er meer stageverzoeken binnen en dat is een prachtige win-win. Begeleiden stagiaires kost tijd, maar het levert weer nieuwe inzichten en andere werkverdeling op.
- Jaarplannen, verslagen en begrotingen horen bij een professionele organisatie, geven richting en evaluatie en een aantal is natuurlijk ook gewoon verplicht vanuit de opdrachtgever.

5. BEGROTING 2027

Vanwege het ongewijzigde beleid in afwachting van het besluit over de periode ná maart 2027, gaan we uit van een vergelijkbaar budget. Wanneer er meer in recreatie en toerisme geïnvesteerd zou worden, hebben we zeker een aantal zaken op het wensenlijstje. Dat hebben we toegevoegd aan dit jaarplan. Vorig jaar hebben we de toegezegde indexatie niet gevraagd omdat de gemeenten tegen het ravijnjaar aanliepen. Voor 2027 lukt dat niet meer. Kosten zijn eenvoudigweg te veel gestegen.

Op het moment van schrijven is het wankel in de wereld en wordt verwacht dat dit flinke stijgingen met zich meebrengt. Anderzijds: het zou zomaar kansen kunnen bieden voor mensen die (nog) meer openstaan voor een vakantie dichterbij huis. Dus zeker geen tijd om stil te zitten.

Voor RMT is het vooral de vraag wat dit zelfs bij gelijkblijvende werkzaamheden gaat betekenen voor transport (van drukwerk) en personele kosten. Vooralsnog gaan we uit van een stijging van de CPI van 3,5% waarbinnen we ons werk moeten zien te doen. Dat percentage is een gemiddelde van de laatste 5 jaar. Wij hebben onze begroting gecalculeerd op € 258.815,- inclusief BTW.

We zijn wat beperkt in hoe we dat verdelen. In vaste kosten zoals drukwerk, onderhoud website, accountant en andere administratieve verplichtingen kunnen we niet schrappen.

Het geheel levert dan de volgende verdeling op:

- **Versterken en Verbinden** € 109.600,-
- **Vermarkten** € 93.317,50
- **Faciliteiten en Organisatie** € 55.897,50

RMT NOF

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.

Bijlage - Wensenlijstje

- Inwonersmarketing, het is niet onze primaire taak. En op zich doen we het niet slecht in Fryslân: een flink aantal inwoners verblijft ook in vrije tijd in de eigen provincie. Onze regio is daarbij soms nog wel onderbelicht. Met een aanpak voor eigen inwoners, uit de regio en provincie, zouden we meer bezoek kunnen creëren met nog een aantal effecten: meer waardering voor eigen regio en dus betere en gastvrije ambassadeurs. Een project waarin we een aantal zaken opzetten en nog acties realiseren en borgen uit de "mogelijke samenwerkacties gemeenten – RMT" zoals in 2023 aangeleverd, zou een flinke impuls kunnen geven.
- Project uitwerken en realiseren advies toeristische trekker: "beide benen op de grond"- advies ontwikkeling recreatieve infrastructuur als trekker voor Noordoost-Friesland". Dit zal minimaal een Publiek Private Samenwerking (PPS) constructie moeten hebben, maar waarschijnlijker is dat dit alleen door overheden en grondbezitters gedaan kan worden. RMT kan wel zorgen voor gedragen en professionele uitwerking en met elkaar kunnen we zoeken naar funding.
- Verbinding met ANNO; inzet RMT als expert Recreatie & Toerisme. Wanneer de gemeenten op alle vlakken gebruik maakt van de expertise die er is, scheelt dat indirecte kosten en levert het veel kennis op.
- Intensieve samenwerking met TIPS en streekmerken om marketing en gastheerschap verder te professionaliseren.
- Project: hoe zouden lidmaatschappen kunnen werken voor regiomarketing. Dat vraagt veel investering, maar is voor lange termijn om meerdere redenen mogelijk interessant. Wanneer dit als solitair project opgepakt kan worden, verwachten we daar meer resultaat van.

Dit document is opgemaakt in een Ecofont. Dat scheelt bijna 50% inkt bij printen.