



AANSCHERPEN EN DOORPAKKEN

EEN TERUGBLIK OP 2020



2020

EEN ENERVEREND JAAR

Het afgelopen jaar had een ongekennde impact op onze samenleving en economie. De coronacrisis raakte de toeristische sector recht in het hart. Zodra de eerste lockdown een feit was, was het bij MarketingOost alle hens aan dek. Op initiatief van de provincie Overijssel en MarketingOost bundelden overheden en organisaties de krachten in een taskforce. MarketingOost functioneerde als coördinatiepunt en speelde een centrale rol in het bundelen van beleid, en richtte een helpdesk in om ondernemers met vragen te helpen. Onze afdeling Strategie & Onderzoek werkte een aantal scenario's uit om de sector inzicht te geven en te helpen bij het herstel op langere termijn. Onze merkleiders en gebiedsadviseurs stonden klaar om met ondernemers te sparren en hen te adviseren. Landelijk sloten we aan bij de werkgroep van het NBTC en andere partners, en bedachten en startten we de campagne 'Hier moet je zijn'; een gezamenlijk initiatief vanuit de sector om de Nederlandse bezoekerseconomie weer op een verantwoorde manier op vlieghoogte te brengen en te laten zien hoe verrassend mooi het 'hier' in Nederland is.

Hoewel hectisch en druk, hebben we ons als organisatie snel aangepast aan de nieuwe situatie als gevolg van COVID-19. Onze dienstverlening is vrijwel probleemloos voortgezet en onze teams zijn succesvol op afstand gaan werken. Daarnaast hebben we mooie successen geboekt met onze campagnes: we lanceerden onze eerste tv-commercial met daarin Twente in de spotlights en aan het einde van het jaar zijn de campagnes Liesje22 en de Familie Flamingo beloond met de prestigieuze Lovie Awards. Een geweldige prestatie!

2020 was ook het jaar waarin we onze strategische koers aanscherpten en we onze vier diensten Branding, Smart data, Gebiedsontwikkeling en Aanbodontwikkeling een duidelijkere plek gaven in ons aanbod. Eind 2020 hebben we deze aangescherpte strategie en het bijbehorende meerjarenplan (2020-2024) gepresenteerd aan onze stakeholders. In 2021 gaan we verder met deze strategie concreet vorm en uiting te geven.

2020 was kortom een enerverend jaar. Ik wil mijn speciale dank uitspreken naar de VTE-ondernemers in Overijssel. In deze lastige coronatijd mochten we steeds rekenen op hun vertrouwen. Bijzonder trots ben ik op de manier waarop onze mensen, in nauwe samenwerking met onze opdrachtgevers, ondernemers en overheden, hun werk hebben gedaan. Door hun inzet en aanpassingsvermogen heeft MarketingOost in 2020 - ondanks alle uitdagingen - mooie prestaties geleverd.



EVELYN BORGSTEIJN
Directeur-Bestuurder

“

“MarketingOost heeft een groot netwerk en brengt ons in contact met de juiste personen en instanties. Ondernemers en overheden werken vaak in een ander tempo. MarketingOost is als een brug tussen beide partijen, zorgt voor wederzijds begrip en houdt ons verbonden.”

”

Natasja Martin,
eigenaar Vechtdal Express en
SomerWende in Rheeze



INHOUDSOPGAVE

- › Over MarketingOost
- › Vrijtijdseconomie in Overijssel cijfers 2020
- › Hoogtepunten merken 2020
- › Hoogtepunten MarketingOost 2020
- › Financiën 2020
- › Samenwerken?

“

“Nationaal Park Weerribben-Wieden beleef je pas echt met een kanotocht. Samen met MarketingOost hebben wij het concept Kanoparadijs in het gebied vormgegeven. MarketingOost heeft overheden, natuurorganisaties en ondernemers aan elkaar verbonden en de promotie verzorgd. Het is een ongekend succes geworden!”

”

Oeds van den Berg,
initiatiefnemer Kanoparadijs
in Weerribben-Wieden



OVER MARKETINGOOST

REGIE OP VRIJETIJDSECONOMIE

MarketingOost heeft kennis van marketing, strategie en onderzoek in combinatie met de vrijetijdseconomie. We zijn marketingcommunicatie-specialisten, maar ook lobbyisten, 'economisch acquisiteurs', productontwikkelaars, aanjagers en daarmee regisseurs van vrijetijdseconomie.



ANIMATIE

De missie en dienstverlening van MarketingOost in anderhalve minuut.

www.marketingoost.nl/nl/over-marketingoost

BEKIJK ONZE ANIMATIE >



OVERIJSSSEL VOOR IEDEREEN

MarketingOost helpt overheden en ondernemers om met behulp van de vrijetijdseconomie Overijssel verder te ontwikkelen. Als fraaie bestemming voor bezoekers uit binnen- en buitenland en als heerlijk leefgebied voor bewoners. Daarnaast als kansrijk marktgebied voor bedrijven.



BESTEMMING IN BALANS

Met regie op vrijetijdseconomie streven we naar de juiste balans tussen economie en leefbaarheid in Overijssel. Zo blijft Overijssel een aantrekkelijke bestemming voor bezoekers, bewoners en bedrijven.

VIER DIENSTEN

We leveren vier diensten die bijdragen aan de economie én leefbaarheid van Overijssel:



Smart data

We verzamelen smart data die relevante inzichten verschaffen over vraag en aanbod van bezoekers, bewoners en bedrijven.



Gebiedsontwikkeling

Op basis van inzichten adviseren we overheden bij de ontwikkeling van gebiedsvisies. We verbinden overheden en ondernemers.



Aanbodontwikkeling

We stimuleren ondernemers hun aanbod te ontwikkelen, zodat dit aansluit bij de wensen van bezoekers én bewoners.



Branding

We brengen het aanbod bij de juiste doelgroepen onder de aandacht. Op regionaal, nationaal en internationaal niveau.

SAMEN BEREIK JE MEER



MarketingOost werkt samen met overheden, ondernemers, cultuurorganisaties en natuurpartijen. We zorgen voor allianties op het gebied van de vrijetijdseconomie met andere sectoren, zoals zorg, natuur, agro en food, die een effectieve bijdrage kunnen leveren aan een bestemming in balans. Dit doen we vanuit een onafhankelijke positie en zonder winstoogmerk.



VRIJETIJDSECONOMIE IN OVERIJSSSEL

CIJFERS 2020

DATA EN KENNIS ALS BRANDSTOF VOOR EEN AANTREKKELIJKE PROVINCIE

MarketingOost zet de provincie met al haar diversiteit op de kaart. Want de mensen, de natuur, de historie en het karakter van de provincie zijn het waard om gezien en herkend te worden. Inspanningen die ook meetbaar zijn. Goed doen voor Overijssel, is Overijssel zichtbaar maken. Daarom verzamelen wij het hele jaar door data van en doen wij onderzoek naar bezoekers, bewoners en bedrijven. Hiermee adviseren we overheden bij de ontwikkeling van gebiedsvisies, helpen wij ondernemers in hun aanbodontwikkeling en sturen we op het op de juiste manier onder de aandacht brengen van aanbod bij verschillende doelgroepen.

OVERNACHTINGEN


IN OVERIJSSSEL
IN 2020:
6.249.000
OVERNACHTINGEN

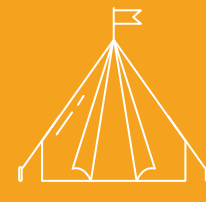
92%
van de
overnachtingen
in Overijssel werd
gemaakt door
binnenlandse
bezoekers
t.o.v. 83% in 2019



DALING
VAN
15%
t.o.v. 2019 door de
beperkingen van de
coronacrisis

Gemiddeld
in Nederland
NAM HET
AANTAL OVER-
NACHTINGEN MET
30% AF

BINNENLANDSE MARKT

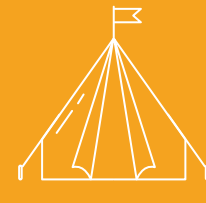

Totaal
5.744.000
overnachtingen

Aantal
overnachtingen
daalde met
6%



Verblijfsduur
steeg van
3,2 NAAR
3,6
NACHTEN

INKOMEND TOERISME


Totaal
505.000
overnachtingen

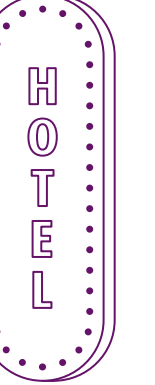

Aantal
overnachtingen
daalde met
60%

Verblijfsduur
steeg van
2,7 NAAR
2,9
NACHTEN


BESTEDINGEN


295^{MLN.}
BESTEDINGEN
IN 2020.
DIT IS EEN
DALING VAN 15%.

**VOORAL HOTELS
ZIEN EEN FLINKE
DALING (-22%),**
met name door het wegvallen van
de zakelijke markt.



De gemiddelde privébesteding per persoon
per nacht op toeristisch vlak was
€ 42,40(+13%)

WERKGELEGENHEID

IN 2020 WAREN
37.221
MENSEN
WERKZAAM IN DE
R&T SECTOR IN
OVERIJSSSEL.



Dit is een
krimp van
3,3%
t.o.v. 2019

VOOR MEER CIJFERS EN FEITEN
WWW.KENNISPLATFORMMOOST.NL 

Disclaimer:

Genoemde cijfers zijn gebaseerd op de data van CBS (Statistiek Logies Accommodaties). Met behulp van de Regiomonitor hebben we de cijfers van CBS (overnachtingen) naar de regio's in Overijssel vertaald. Deze hebben we aangevuld met overnachtingen die plaatsvonden bij accommodaties die buiten de steekproef van het CBS vallen. Voor de berekening van de totale bestedingen maakten we gebruik van data uit het Continue Vakantie Onderzoek (CVO) van NBTC-NIPO.





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

- › Congresregio Twente
- › Congresregio Zwolle
- › Hanzesteden Marketing
- › IJsseldelta Marketing
- › Salland Marketing
- › Twente Marketing
- › VisitOost
- › Vechtdal Marketing
- › Weerribben-Wieden Marketing
- › Zwolle Marketing

Op de volgende pagina's leest u over de hoogtepunten van onze merken in 2020. De icoontjes aan de rechterzijde geven aan bij welke van onze diensten – Branding, Aanbodontwikkeling, Gebiedsontwikkeling of Smart data – de bereikte resultaten en hoogtepunten aansluiten.



BRANDING



SMART DATA



GEBIEDSONTWIKKELING



AANBODONTWIKKELING





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

CONGRESREGIO TWENTE

- 18 geplande bijeenkomsten waaronder Twente Ondersteboven, Techmed Event, TI-Coast, Summit Logistieke hotspots en een aantal High Tech en Robotica events. Door COVID-19 werden 14 van de geplande 18 bijeenkomsten geannuleerd. De resterende vier vonden plaats in aangepaste vorm (digitaal).
- Lancering campagne '**Twente: de mooiste vergaderlocatie van Nederland**' gericht op kleine groepen mensen die buiten of op bijzondere plekken binnen de coronarichtlijnen willen vergaderen.
- Sterke focus op relatiebeheer en sparringpartner voor boekers: wat kan er wel, wat zijn digitale mogelijkheden, en wat zijn de mogelijkheden na COVID-19.





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

HANZESTEDEN

- Ontwikkeling **1,5meter Hanzeflyer** met coronaproof content in het Nederlands en Duits (oplage 17.500).
- Ontwikkeling storytellingverhaal 'Leven-de-Hanze!' dat laat zien dat de Hanze nooit echt is afgesloten, maar vandaag de dag nog springlevend is.
- Free publicity in o.a. ANWB Kampioen en **3opReis**. Totaal geschat offline potentieel bereik (DU, BE en NL): 17,2 miljoen mensen.
- Realisatie Hanzesteden **winter-mood clip** om warme perscontacten in Duitsland, Vlaanderen en Nederland aangehaakt te houden bij de Hanzesteden. Voor consumenten ontwikkelden we een verkorte teaser voor social media.
- Samenwerking met Travel Trade Duitsland en reisorganisaties TUI en FTI om de Hanzesteden onder de aandacht te brengen bij de individuele Duitse reiziger.
- Opzetten verschillende doelgroepencampagnes in Duitsland en Vlaanderen. Helaas konden deze door COVID-19 niet worden uitgevoerd.





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

IJSSELDDELTA

- Lancering nieuwe vaarkaart Noordwest-Overijssel, wandelkaart IJsseldelta en fietskaart Noordwest-Overijssel.
- Lancering twee nieuwe **fietsroutes** die de fietser meeneemt naar het achterland van de Hanze.
- Lancering **beleefknapzak IJsseldelta**, een goed gevulde knapzak waarmee gezinnen corona-proof de omgeving kunnen ontdekken en beleven.
- Ontwikkeling businesscase voor het waterrecreatie-project 'IJsseldelta en nautisch Kampen verbonden'.
- Ontwikkeling Arrangement Tour Reevediep met vogelsafari.





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

SALLAND

- Andere uitvoering van de in 2019 ontwikkelde strategische agenda 'Het Salland Kompas' vanwege COVID-19 met meer focus op fietsen en wandelen wat resulteerde in een grote stijging in vraag naar en downloads van fiets- en wandelroutes. Ook adviseerde en informeerde Salland Marketing ondernemers over COVID-19-regelingen en ondersteunde hen met de lokale promotie van streekproducten en maaltijden.
- Ontwikkeling Sallandse fietsroutes 'De heks van Lettele' en 'Landgoederen Heino'. Realisatie van de routes zijn mede mogelijk gemaakt door een Leadersubsidie aan De Slinger van Salland.
- Lancering ambitieplan 'De Sallandse Heuvelrug: in de transitie naar het nieuwe Nationale Park', waarin Salland Marketing een verbindende en regisserende rol nam in de marketingwerkzaamheden.
- Coördinatie crisisarrangement Olst-Wijhe 'Hier Stroomt de Liefde', een door de provincie Overijssel in het leven geroepen initiatief om ondernemers tijdens de coronacrisis te ondersteunen bij het verwerven van inkomsten.
- Betrokken bij uitvoering van centrumarrangement Olst-Wijhe, een programma ter bevordering van een vitaal en beleefbaar dorpscentrum.
- Eerste concrete stappen ontwikkeling IJsselvallei tot belevingsgebied, samen met partners De Liemers, Achterhoek Toerisme, Visit Veluwe en Gastvrij Overijssel.
- Samenwerking met Sallandse WandelVierdaagse ter promotie van wandelen in Salland, o.a. met advertenties in wandelmagazines en tv- en radiocommercials op RTVOost.





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

TWENTE

- Lancering award winnende campagne **Cowfluencer Liesje22** die een bereik van meer dan 1,5 miljoen haalt op social media en in de nationale pers (Jinek, Radio 1, QMusic, Metro).
- Ontwikkeling **mini-gids** over verrassende plekken in Twente met een bijbehorende widget voor ondernemers om op hun website te plaatsen.
- Ontwikkeling jaarlijkse glossy magazine **Typisch Twente** (oplage 60.000).
- Ontwikkeling restaurantgids met vele restaurants in Twente. De gids is uitgegeven in Nederlands, Engels en Duits.
- Oplevering **vier e-learning**s over bezienswaardigheden in Twente ter verbetering van de gastvrijheid en de customer journey.
- Realisatie 88.000 leads (potentiële klanten) naar ondernemers via de website **www.visittwente.nl**.
- Maandelijks gemiddeld bereik van 960.000 unieke personen via social media, waarbij het engagement gemiddeld lag op 8%. Landelijk lag dit gemiddelde op 3%.





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

VECHTDAL

- Ondertekening **samenwerkingsovereenkomst** met 16 partners voor gezamenlijke indiening van het plan 'Brede Welvaart in het Vechtdal' waarin subsidie wordt aangevraagd voor uitvoering van 23 projecten die bijdragen aan waterveiligheid, biodiversiteit, recreatieve en natuurlijke voorzieningen, economische groei en verduurzaming, en behoud en ontwikkeling van het Vechtdallandschap. Vechtdal Marketing werkt hierbij aan gebiedsontwikkeling vanuit onder andere de projecten Merkontwikkeling en Varen.
- Ontwikkeling verschillende businesscases en Leader-aanvragen:
 - 'Reestdal, idyllisch beekdal voor fijnproevers' i.s.m. Ondernemend Reestdal, ondernemers, Ondernemershuis Vechtdal, Bureau Schröder, Landschap Overijssel, Staatsbosbeheer, Historische Vereniging de Ommerschans en Museum Staphorst.
 - 'Openluchtmuseum Verrukkelijk Vechtdal' i.s.m. Vechtdal Express en Vechtdal Hooglanders, gericht op meer culinaire streekbeleving op en rondom de Vecht.
 - 'Vechtfloat' i.s.m. toeristische bedrijven, agrarische bedrijven en belanghebbende partijen om duurzame beleving op de Vecht te stimuleren, in combinatie met natuureducatie.
 - 'Boer-Inn' concept, waarbij circulair ondernemen en het 'verhaal van grond tot mond' centraal staat. De circulaire verblijfsaccommodaties in de vorm van een melkbus staan verspreid in Overijssel en worden verbonden met smaak- en streekfietsroutes langs agrarische bedrijven en horeca.





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

WEERRIBBEN-WIEDEN

- Ontwikkeling en beschikbaar stellen van Corona-pakketten voor ondernemers, in samenwerking met gemeente Steenwijkerland.
- Ontwikkeling Beleefkaart Weerribben-Wieden (in samenwerking met IVN, oplage 30.000).
- Ontwikkeling brochure Duits & Engels (oplage 10.000).
- Ontwikkeling Regiogids (oplage 50.000).
- Digitale koppelingen met evenementen en activiteiten-organisatoren zoals Theater De Meenthe, Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer.
- Slimme integratie, verbindingen en samenwerking met **Kanoparadijs**, **Gastroeien**, **WandelReijk** en Giethoornholiday.





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

STAD EN REGIO ZWOLLE

- Samenstelling **aanjaagteam** Regio Zwolle, de eerste stap richting de ambitie om 4e economische topregio van Nederland te worden. In dit kader werd ook de vernieuwde website **4e economische topregio van Nederland!** gelanceerd (i.s.m. Regio Zwolle bureau).
- Lancering van het **ambassadeursnetwerk** Regio Zwolle (i.s.m. Regio Zwolle bureau) om de regio landelijk op de kaart te zetten en te versterken.
- Ontwikkeling van een basis onepager en sectorale onepagers ter duiding van de Regio Zwolle (i.s.m. Regio Zwolle bureau).
- ANWB coffee special over Zwolle (oplage 3,6 miljoen).
- Ontwikkeling Hanzestad Zwolle flyer ter promotie en positionering van de stad onder kenniswerkers/young professionals (oplage 5.000).
- **Mediacampagne** in FD, BNR nieuwsradio en Binnenlands bestuur (i.s.m. Regio Zwolle bureau) (bereik 2,7 miljoen).
- Lancering nieuwe website **Congresregio Zwolle** ter promotie van de Regio Zwolle op het gebied van zakelijke events.
- Succesvolle congreslobby om onder andere het **Topsector Logistiek-congres** en het **medische Nachtcongres** naar Zwolle te halen.
- Publiciteit in onder andere het landelijk vakblad **MeetingMagazine** over het organiseren van zakelijke bijeenkomsten in tijden van COVID-19.
- Ontwikkeling **Events Congressspecial**.





HOOGTEPUNTEN MERKEN 2020

VISITOOST

- Ontwikkeling van verschillende succesvolle bewonerscampagnes tijdens de lockdowns, zoals Familie Flamingo, **Overijssels DOE-Boek**, **Pak de herkantie!**, **samenwerking Kaartje2Go**, en aansluiting op de nationale campagne 'Hier moet je zijn'.
- Lancering eerste Ster & Cultuur **tv-spot** over Overijssel over de kastelen van Twente. Bereik: 4,3 miljoen kijkers.
- Ontwikkeling **digitale adventkalender** ter promotie van lokaal aanbod van ondernemers. Bereik: 130.000 mensen.
- Veel persaandacht, o.a. door ANWB, 3opReis, Telegraaf, NS Spoor en Expeditie Achtertuin.



HOOGTEPUNTEN MARKETINGOOST 2020

MarketingOost startte een breed scala aan activiteiten op om de vrijetijdsector in Overijssel zo optimaal mogelijk te ondersteunen tijdens de corona-uitbraak. Zo richtte zij samen met provincie en gemeenten een corona-taskforce op, richtte ze een eigen coronahelpdesk in voor ondernemers, stuurde dagelijkse updates en wekelijkse nieuwsbrieven uit over de geldende wet- en regelgevingen en voerde consumenten- en ondernemerspeilingen uit om maximaal in te spelen op hun behoeften in coronatijd. Ook zette MarketingOost extra accountmanagement door gebiedsadviseurs in, die met ondernemers sparden, informatie deelden en hoorden wat er bij hen leefde.



Lancering eerste e-learning uit een reeks van vier over bezienswaardigheden in Twente. In de maanden juni – juli 2020 volgden nog meer uitbreidingen op het online trainingsaanbod die MarketingOost via www.kennisplatformoost.nl aanbiedt.



MarketingOost presenteerde haar aangescherpte strategie aan haar stakeholders. De vier diensten Branding, Smart data, Aanbodontwikkeling en Gebiedsontwikkeling krijgen hiermee een duidelijkere plek in het aanbod van MarketingOost.



MarketingOost verleende haar medewerking aan het populaire tv-reisprogramma **3opReis** wat resulteerde in twee afleveringen waarin de mooiste plekjes van Weerribben-Wieden, Vechtdal, Salland en Zwolle worden getoond (tussen 229.000 en 582.000 kijkers).



MarketingOost Symposiumweek
'Bewuste bestemmingen: omdenken in tijden van corona' met dagelijks krachtige 12-uurtjes van sprekers uit binnen- en buitenland.



JANUARI

FEBRUARI

MAART

APRIL

MEI

JUNI

JULI

AUGUSTUS

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DECEMBER



MarketingOost organiseerde met enkele partners een viertal webinars voor ondernemers, overheden en andere stakeholders, waarin we inspiratie, kennis, tips en adviezen deelden om organisaties te helpen om te gaan met de coronacrisis binnen hun bedrijf of in de regio. Deze trokken ruim 300 live deelnemers.

Lancering van de Druktemeter, die visueel weergeeft welke toeristische locaties de komende maanden naar verwachting veel bezoekers trekken. Daarnaast werkte MarketingOost aan een dashboard voor trends en ontwikkelingen in de sector: de **Kansenkaart** (lancering februari 2021).



Lancering nationale campagne '**Hier moet je zijn**', waarmee MarketingOost zich samen met NBTC en andere partners inzet om Nederlanders te laten zien hoe verrassend mooi het 'hier' in Nederland is. Met de hashtag #hiermoetjehier spoorde de campagne Nederlanders aan hun unieke ervaring met Overijssel te delen. De campagne maakte onderdeel uit van de herstel aanpak van de toeristische sector in Nederland.



Lancering VisitOost campagne met Twente in de hoofdrol.



Nominatie van de prestigieuze Lovie Awards voor campagnes Cowfluencer Loesje 22 en Familie Flamingo, die PR-bureau Lemon Scented Tea voor MarketingOost ontwikkelde. In november namen we de awards daadwerkelijk met trots in ontvangst.



fotocredits: Vincent Croce



FINANCIËN 2020

In dit financiële overzicht wordt in grote lijnen ingegaan op de financiële resultaten van de bedrijfsvoering van MarketingOost in 2020.

	2020 (X EUR 1.000)
Baten	
Omzet en subsidies	5.164
Inkoopwaarde omzet en promotiekosten	2.379
Dekkingsbijdrage	2.785
Lasten	2.780
Resultaat uit gewone bedrijfsvoering	5

	2020 (X EUR 1.000)
Activa	
Vaste Activa	92
Vlottende Activa	970
Vorraden	16
Vorderingen	954
Waarde lopende projecten	132
Liquide middelen	1.351
Totaal	2.545
Passiva	
Stichtingsvermogen	461
Kortlopende schulden	872
Waarde lopende projecten	1.212
Totaal	2.545

RESULTATEN

Bijgaande tabellen geven een overzicht van het resultaat en de balansstanden van 2020.

“

“Gebiedsmarketing vergroot het inkomend toerisme, versterkt de regionale identiteit, en draagt bij aan aangenaam wonen en werken in de streek. Zaken die je als ondernemer nooit in je eentje voor elkaar krijgt. Daarom werken wij al jaren samen met MarketingOost. Alleen kun je sneller, maar samen kom je verder!”

Raymond Strikker,
Twents hotelier &
restaurateur Landhuishotel
De Bloemenbeek

”



SAMENWERKEN?

Nieuwsgierig geworden naar wat wij allemaal doen of wat wij kunnen betekenen voor ondernemers en overheden? Innovatieve ondernemers die samen met andere ondernemers ideeën hebben voor een product of dienst helpen we graag verder. Ook ontvangen we altijd graag suggesties en feedback van partners, brancheorganisaties en stakeholders in de vrijetijdsbranche.

LAAT GERUST VAN U HOREN! WE STELLEN EEN AANTAL COLLEGA'S VOOR, DIE GRAAG MET U IN GESPREK GAAN:



EVELYN BORGSTEIJN
Directeur-bestuurder

✉ eborgsteijn@marketingoost.nl
☎ 038-4216798



NICO SPIT
Manager Finance & Control

✉ nspit@marketingoost.nl
☎ 038-4216798



QUIRINE TER HAAR
Manager Stakeholdermanagement

✉ qterhaar@marketingoost.nl
☎ 06-51 20 03 50



WENDY WEIJDEMA
Manager Strategie, Onderzoek en Innovatie

✉ wweijdeema@marketingoost.nl
☎ 06-14 60 65 28



ALICE VOORHORST
Manager Branding

✉ avoorhorst@marketingoost.nl
☎ 06-43 48 64 98

Heeft u vragen over één van onze merken?

Neemt u dan contact op met onze gebiedsmanagers via het secretariaat van het betreffende merk:

CONGRESREGIO TWENTE

✉ info@congresregiotwente.nl
☎ 0547-745606

CONGRESREGIO ZWOLLE

✉ info@congresregiozwolle.nl
☎ 038-4215720

HANZESTEDEN MARKETING

✉ info@hanzestedenmarketing.nl
☎ 038-4686652

IJSSELDelta MARKETING

✉ info@ijsseldeltamarketing.nl
☎ 038-4686659

REGIO ZWOLLE

✉ regiozwolle@marketingoost.nl
☎ 038-4686659

SALLAND MARKETING

✉ info@sallandmarketing.nl
☎ 0570-600029

TWENTE MARKETING

✉ twente@marketingoost.nl
☎ 0547-745606

VECHTDAL MARKETING

✉ info@vechtdalmarketing.nl
☎ 0529-462138

WEERRIBBEN-WIEDEN MARKETING

✉ info@visitweerribbenwieden.com
☎ 0521-520351

ZWOLLE MARKETING

✉ info@zwollemarketing.nl
☎ 038-4213844



“

“Het belang van MarketingOost is voor mij en de regio erg groot. Als Sallander, woonachtig in Den Nul, ben ik enorm trots op mijn regio. MarketingOost is ons doorgeefluik naar toeristisch Nederland en zet ons mooie gebied op de kaart.”

”

Leon Ripperda,
eigenaar horecagelegenheid
BIJRipperda in Den Nul



**MEER WETEN? KIJK OP:
WWW.MARKETINGOOST.NL/
JAARVERSLAGEN**

Post- en bezoekadres

Hanzelaan 351
8017 JM Zwolle

✉ info@marketingoost.nl
☎ 038-4216798

