

## **Toerisme .nl**

Toerisme is 1 van de topsectoren in Nederland met de komende decennia forse groei. Focus op online geeft iedere regio de kans om zich op de kaart te zetten.

## **Montferland – fietsparadijs, kasteelstad, prachtig bosgebied , 2 landen punt**

### **Montferland .nl .de .be**

Er zijn een aantal factoren bepalend voor een succesvolle campagne om Montferland echt op de kaart te zetten.

#### 1. sterke toeristische trekpleisters / producten

Het prachtige fiets- en wandelparadijs dat zich rondom het Montferlandse bos verspreid is uniek, hiermee kun je Montferland op de kaart zetten. Helemaal bijzonder is het als dit gezamenlijk met het Duitse gedeelte zou gebeuren. Dan breng je ook 2 culturen/landen bij elkaar. Een 2 landen punt met leuke Nederlandse en Duitse dorpen eromheen. Gebied rondom Stroombriek. Kasteelstad Bergh.

#### 2. economische groei

Montferland als regio die tegen de achterhoek aanleunt kan toerisme gebruiken als dé motor voor economische groei en leefbaarheid. Toerisme is door de overheid als topsector aangewezen, hoe ga je daar als Montferland in mee ?

#### 3. Investerings / opbrengsten

Regiomarketing vraagt aan ondernemers en overheid om te investeren in bereik en naamsbekendheid. Ik adviseer vooral te investeren in eigen marketingkracht en niet overal bij aan te sluiten. Montferland is uniek genoeg om het op eigenkracht te doen. Andere regio's kunnen hierbij aanhaken als ze ook meebetalen. Denk dat dit nu precies andersom gebracht word.

#### 4. krachtige organisatie

Met een goede organisatie waarbinnen ondernemers en overheden met elkaar samenwerken en **met elkaar investeren** kun je het verschil maken. Met elkaar zet je een regio goed op de kaart.

Uitdaging hier zijn de ondernemers die vaker elkaar tegenwerken dan met elkaar samenwerken. Er zijn clubjes en als je daar buiten valt heb je een uitdaging. Nu denkt men dus klein en houd alles zo ook klein. **Publiek-private samenwerkingen zijn ook minder gebruikelijk.** Er zijn ontelbare toeristische clubs in Nederland met net zoveel bestuurders en allerlei **verschillende belangen**. Een subsidie voor een marketingcampagne word vaak anders uitgegeven dan een euro waarvoor verantwoording voor afgedragen moet worden. Het zijn 2 verschillende werelden , verschillend soort mensen, die je overigens ook allebei nodig hebt. Alles gaat online tegenwoordig, daar zit je kans , daar zit de omzet.

Een krachtige organisatie bestaat uit een aantal wijze en ervaren mannen / vrouwen die de ruimte en middelen krijgen van overheid & ondernemers een route uit te stippelen om ervoor te zorgen dat Montferland een icoon gaat worden toeristisch met alle voordelen van dien. Jij schijnt je heel goed te kunnen bewegen tussen ondernemers en de talloze overheden en clubjes. Dat zou dus jouw taak kunnen zijn. Een organisatie neerzetten. Je kent alle belangen, de mensen , collega's in het duitse gedeelte van Montferland.

#### 5. krachtig online netwerk

Uiteindelijk moet je een regio als Montferland online goed op de kaart zetten. Betekend voorzien in toeristische informatie online. Dat is nu en in de toekomst dé manier om jezelf te promoten. Dit kan op een dusdanige krachtige manier dat geen enkele ondernemer in Montferland nog afhankelijk hoeft te zijn van OTA's , of andere tech giganten. Onze aanpak zorgt ervoor dat wij bij veel partners 100% beter scoren dan bijvoorbeeld booking.com of het hele scala aan marktpartijen die zich op Travel/Toerisme richten.

## Het begint met : **Montferland.nl – Montferland.de – Montferland.be** **Historie & toekomst**

Wij promoten Montferland nu 20 jaar in welke periode een flink aantal accommodatie verschaffers zijn verdwenen . Gedeeltelijk hopeloos verouderd dus je zou zeggen dat dit op zich niet eens een slechte zaak is. Zei het dat er nu niet direct veel mooie nieuwe accommodatie verschaffers voor terug gekomen zijn.

Er zijn veel positieve ontwikkelingen. Het Peeske is prachtig geworden, Frank Gesthuizen brengt het Waldhotel terug als hotel / restaurant / hotspot, MTB, de komst van van der Valk vlak bij Montferland, Broods in Beek , Kasteelstad, Waterski , outdoor en verblijf rondom het Stroombroek, natuurmonumenten die Montferland steeds mooier en toegankelijker maakt. Uitkijktoren Hulzenberg, Eltenberg informatie punt, camperplekken. Dus veel hotspots in een prachtig bosrijk gebied, ik maak er als recreant al gebruik van en verheug me op elke nieuwe ontwikkeling. Super mooie initiatieven van ondernemers die respect afdwingen.

Ons bedrijf heeft een paar honderdduizend gasten naar Montferland gebracht , paar miljoen omzet. In heel Nederland zijn dat miljoenen gasten en een veelvoud van die omzet. Gezien het feit dat de hotels veranderen in arbeidersaccommodaties is Montferland voor ons eerder een krimpregio aan het worden dan een interessante toeristische regio. Dat is mbt accommodatie vrij bijzonder want wij werken voor alle regio's in nederland en bijna nergens loopt het zo terug als in Montferland. Voor ons betekent dit voor onze Montferland marketing alles opnieuw inrichten en van Montferland als weekendland een plek maken die er bovendien steekt als hotspot voor een leuk dagje weg. Wij bewerken zowel de consumenten als de zakelijke markt. Waar slapen de mensen die van ver moeten komen ? De grootste accommodatie verschaffer werkt alleen vanuit 't hoofdkantoor. Vanuit een nieuwe organisatie kun je ervoor zorgen dat alle accommodatie verschaffers te boeken zijn op [1 montferland.nl](http://1.montferland.nl) / [.de](http://.de) / [.be](http://.be). Dan kun je ook grotere meerdaagse congressen binnen halen en hosten.

## **Het rapport van speldenprik tot speerpunt is een goed rapport/initiatief**

Goed initiatief vind ik persoonlijk. Mijn insteek zou zijn hiervan direct een bedrijf te maken , of een stichting die moet gaan werken als een bedrijf. Online succesvol zijn vergt een bepaalde specialisatie waar je mensen niet 123 in kunt trainen. Een online sales & marketing team met focus op bereik & omzet, een organisatie die zichzelf kan bedruipen. Ik heb zelf 4 jaar in Duitsland gewerkt en kan goed met onze Oosterburen samenwerken. Verder heb wij als bedrijf de afgelopen 20 jaar voor 1000+ recreatieve ondernemers gewerkt, dus ken daar de slagen van de zweep. Tevens hebben we ervaren hoe het is te werken voor de overheid toen wij toeristisch gelderland online op de kaart moesten zetten.

Wij kunnen als bedrijf meewerken om Montferland als 2 landenpunt neer te zetten met daarbinnen de focus op het mooie bosgebied, fietsparadijs en kasteelstad. Doe dit meteen samen met onze Oosterburen en je zet direct Montferland heel goed op de kaart. Ik denk dus ook aan een nieuwe organisatie waarin de overheid en de ondernemers deelnemen. Een aparte onderneming met targets / doelstellingen , een organisatie die zichzelf moet bedruipen. Dat hoeft niet direct een heel groot team te zijn. De online infrastructuur is er al jaren en het is goed te doen online veel beter voor de dag te komen dan tot dusver het geval is. Dat kan heel eenvoudig als er samengewerkt word en je via deze organisatie arrangementen gaat promoten en boeken en bedrijven commissie laat afdragen. Veel van wat je nodig hebt zit al in ons bedrijf :) Wij communiceren, bedenken, bouwen, promoten en boeken. De infrastructuur online hebben we al 20 jaar voor elkaar. Dit voor elke regio in Nederland. De mensen die online goed uit de voeten kunnen heb ik ook zitten.

Ik neem verder in zakendoen nooit een blad voor de mond , met mooi praten kom je nergens :). Wij bestaan al 20 jaar omdat we resultaat leveren en dat jaar in jaar uit. Meerdere regio's in Nederland steken er toeristisch bovenuit. Dat komt vooral door de inspanningen van toeristische ondernemers in die regio's die wij hebben geholpen hun bedrijf en regio goed te promoten op het WEB. Dat komt niet tot stand via radio spots en beursdeelnames. 100% online

Ik heb mijn diensten voor de gemeente Montferland meermaals aangeboden. 20 jaar geleden direct, jaren later en ook nu weer. Op het laatste bezoekje van 7 maanden geleden (op jouw initiatief) kwam verder geen response. Publiek-private samenwerkingen zijn minder gebruikelijk je merkt dat dit nogal stroef en langzaam werkt.

Zoiets als de Doesburg site wat je aangaf is heel eenvoudig en goed te doen. Dat hebben ze ingekocht bij een bedrijf die gemeentes eenzelfde platform aanbieden. Wij doen het toch ff anders, het heet portfolio en netwerk marketing. **Zelf ontwikkelen en promoten vanuit eigen kracht en creativiteit.** Dat is iets wat bijna niemand doet ondanks dat er veel kracht in zit. Het vergt in hoge mate creativiteit, visie en ervaring in toerisme. Je moet online in je bloed hebben zitten en goed begrijpen waar de behoeftes zitten bij recreatieve bedrijven.

Buiten krachtige concepten opzetten kun je door portfolio marketing ervoor zorgen dat deze ook bereik opleveren en zorgen voor drukke events, volle accommodaties en volle agenda's van bedrijven die in de dagtoerisme & horeca actief zijn.

Dat is onze specialisatie. In samenwerkingen werken we op basis van partnership marketing. 100% samen ondernemen.

Ontwikkelen van vrije tijds producten – conceptontwikkeling rondom toeristische thema's, regio's en evenementen – doelgroep marketing – boeken van arrangementen. Creatieve conceptontwikkeling met als doel bereik & omzet voor veel toeristische ondernemers, dit sinds 1999. Er zijn ook voldoende ondernemers die volledig van hun eigen kracht uitgaan en nooit samenwerken. Dat is te respecteren, echter als iedereen meegaat, gaat zelfs de meest eigenwijze ondernemer mee. Vergt veel energie en een paar mensen die wars zijn van de politiek rondom alles en de kar willen en kunnen trekken. Je moet het ook stevig/krachtig neerzetten door met elkaar de markt bewerken. Samen werkt altijd beter. Politiek & eigenbelang zit dat vaak in de weg. Eigenbelang is prima, iets verder kijken dan je eigen voordeel en je hebt het allemaal veel beter.

Groet,  
Rob