

# Feiten en cijfers Koloniën van Weldadigheid Marketing Nederland

## 2024

In 2024 was er sprake van een tussenjaar. De actie- en investeringsagenda opgesteld in 2022 werd niet langer als leidraad gebruikt voor de samenwerking, al bleef de kern van de gezamenlijke marketing in tact. Dit jaar konden we de vruchten plukken van de inzet van de opstartjaren. Daarnaast werkte de marketingwerkgroep in het gebied aan verdere aanbodontwikkeling voor bezoekers in samenwerking met een overkoepelend toeristisch regisseur.



KOLONIËN VAN  
WELDADIGHEID

## Samenwerking

**7 Koloniën, 8 gemeenten, 4 provincies, 2 landen** en tal van betrokken organisaties en ondernemers: samen willen we aan de slag met de marketing van de Koloniën van Weldadigheid. Een heldere werkstructuur is bij een samenwerking van groot belang. Gelukkig bestaan er regionaal al goede structuren waar we zo veel mogelijk bij aansluiten en die we verbinden. Hiernaast is schematisch aangegeven hoe de samenwerking is opgebouwd.



Aan de basis staan de lokale parels, onze ondernemers. De regionale marketing-organisaties weten deze lokale parels goed te vinden en zetten de Koloniën en haar ondernemers regionaal in de markt. Marketing Drenthe bewerkt de (inter)nationale markt en stemt de input voor de marketing af met de regionale partners via het marketingoverleg. Internationaal werken we samen met het Nederlands Bureau voor Toerisme en met onze Vlaamse partners. Door deze aanpak werken we efficiënt samen omdat we gebruik maken van ieders bestaande netwerk.

## Plan van aanpak

In 2024 zijn de eerste (inter)nationale marketingcampagnes gestart gericht op de vastgestelde doelmarkten en doelgroepen. Daarbij is vanuit de brand manual een mooi scala aan marketingmiddelen ontwikkeld en uitgerold. Bestaande middelen, zoals het inspiratiemagazine en bestaande fiets- en wandelroutefolders zijn omgezet in de huisstijl van de Koloniën van Weldadigheid. De eigen website en social kanalen zijn gelanceerd en gevuld met geverifieerde content die aansluit bij het beoogde imago zoals afgesteld in de brand manual. De acties dragen bij aan de strategie die is benoemd in het Toekomstperspectief om het gewenste type bezoeker te ontvangen en bezoekers ook te spreiden in tijd en ruimte namelijk:

- Inzetten op vergroten naamsbekendheid en vertellen van het uitzonderlijke verhaal
- Gebruik maken van UNESCO wereld-erfgoedstatus en focus op cultuurtoerist
- Focus op Nederlandse en Vlaamse markt
- Inzetten op verblijfsverlenging
- Actief bezoekersmanagement
- Meer websitebezoek



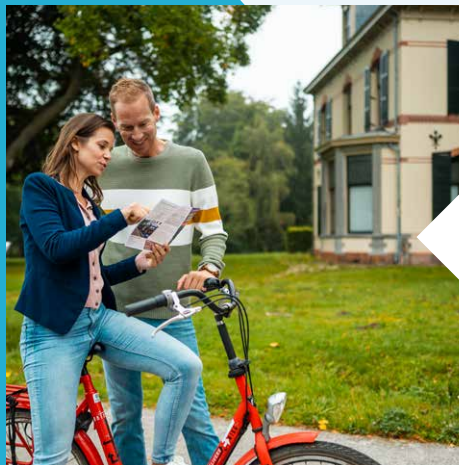
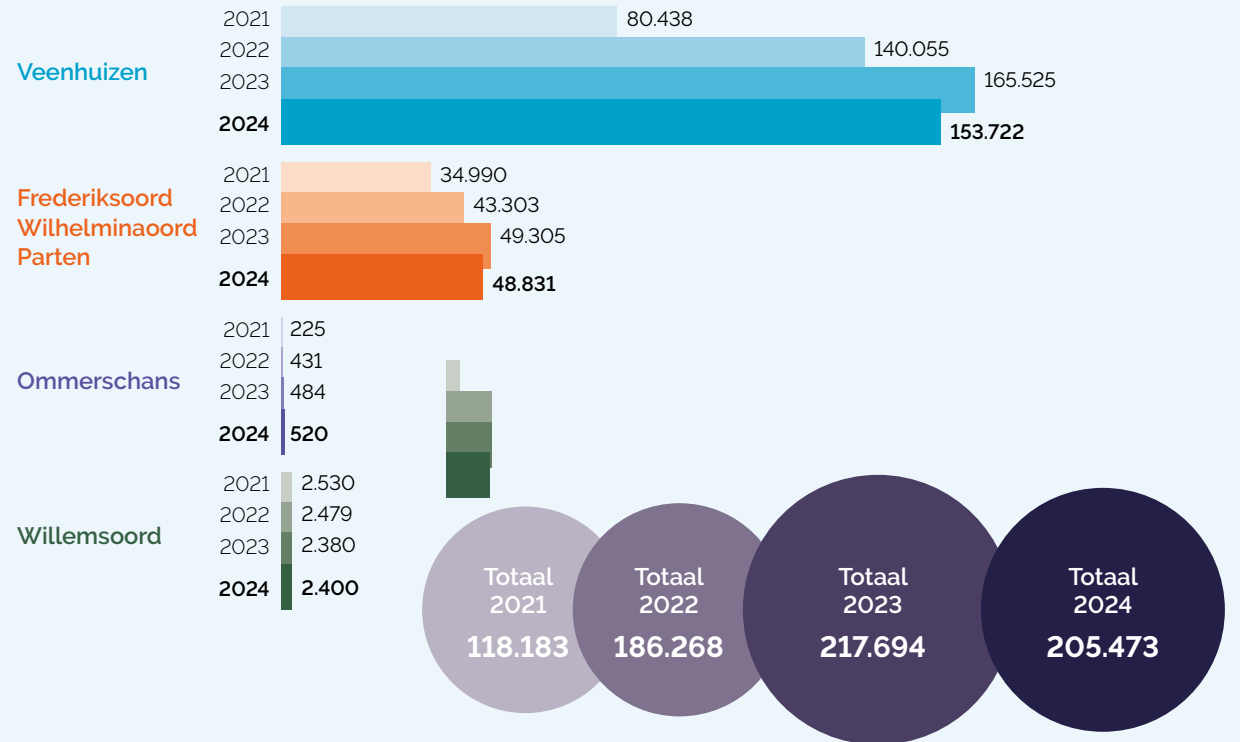
## Met wie werken we samen

- Weldadig Oord
- Kolonie Veenhuizen
- Vereniging Ommerschans
- Regiomarketing Zuidwest Drenthe
- Stichting Kop van Drenthe
- Natuurmonumenten
- Staatsbosbeheer
- Nieuwe Rentmeester Veenhuizen
- Maatschappij van Weldadigheid
- MarketingOost
- Marketing Drenthe
- Regiopromotie Zuid Oost Friesland
- Merk Fryslân
- Stiek'm trots
- Appelscha 3.0
- Nationaal park Weerribben Wieden
- Diverse ondernemersfondsen en dorpsbelangen
- Gemeenten en provincies



## Bezoekerscijfers

Gebaseerd op bezoek musea, gidswandelingen, arrangementen.  
In 2021 zijn de resultaten nog getekend door Covid.



## Naamsbekendheid Koloniën van Weldadigheid 8%

In het voorjaar van 2021 is er een naamsbekendheidsonderzoek gedaan naar de Koloniën van Weldadigheid. Uit het onderzoek van Marketresponse blijkt dat de naamsbekendheid van de Koloniën van Weldadigheid in Nederland en Vlaanderen gemiddeld 8% is. In 2026 willen we opnieuw een naamsbekendheidsonderzoek uitvoeren.



## Inwoners trots op de Koloniën 81%

Begin 2024 is een bewonersonderzoek voor de tweede keer uitgevoerd door I&O Research. In 2021 was iets minder dan driekwart van de inwoners trots op de koloniën van weldadigheid, in 2024 was dat 81%. Er zijn ook aandachtspunten. Eén derde van de respondenten geeft ook in 2024 aan bang te zijn dat het te druk wordt en dat er wrijving zal ontstaan tussen inwoners en toeristen. Een gebalanceerde strategie voor de marketing is daarbij belangrijk en het uitgangspunt voor het Toekomstperspectief Marketing.



PRACHTIGE PROVINCIES

**Ontdek de Koloniën van Weldadigheid**

Op de grens van Drenthe, Friesland en Overijssel ontdek je verborgen verhalen. Maak fietsoed of wandelend kennis met dit unieke Unesco-werelderfgoed.

Nadat Napoleon ons land in 1811 als Koninkrijk der Aansluiting had achtergelaten, richtte de Nederlandse regering de eerste landbouwkolonies op, onder andere in het gebied van Zuidoost-Drenthe. Arme mensen konden daar werken.

**FRIETSEN EN WANDELEN**  
Er zijn heel wat manieren om de Koloniën van Weldadigheid te ontdekken. Zo zijn er verschillende audioboeken, luisterboeken per fiets met onder andere Philip Treutjes en Olof van der Grinten.

Als ANWB lid krijg je korting op de toegang tot het museum- en bezoekerscentrum museum De Proefkolonie naar je mooiste fiets- en wandelroutes door de prachtige natuur in museum De Proefkolonie kun je alles in weten over het koloniale gebied. Het gedachtegoed van kolonies van een fiets en het leven van de eerste kolonisten.

Gevangenis  
Als ANWB lid krijg je korting op de toegang tot het museum- en bezoekerscentrum museum De Proefkolonie naar je mooiste fiets- en wandelroutes door de prachtige natuur in museum De Proefkolonie kun je alles in weten over het koloniale gebied. Het gedachtegoed van kolonies van een fiets en het leven van de eerste kolonisten.

GEVANGENISMUSEUM  
Bring ook een bezoek aan het Gevangenis- en Arbeidsmuseum. Het museum vertelt het verhaal van 'verloren' en 'kolonie' voor weeskinderen en bedienden, als slavenkoningin en als gevangenis. Onderzoek en schepen koken meusingerij. Het is de omgeving vind je vele accommodaties en horecagelegenheden met lokale producten.

40



### Waar zijn we trots op in 2024

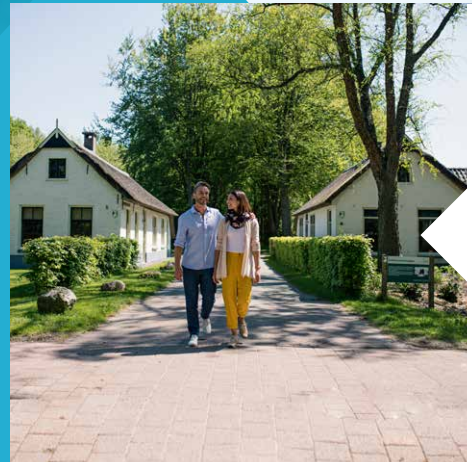
- Opzetten evenement Muziek in het Monument
- Stijging websitebezoek naar 45.000 bezoekers
- Nieuw beeldmateriaal
- Koloniefietsboekje Fokko Bosker
- Gebiedsflyer Koloniën van Weldadigheid
- Hernieuwde samenwerking richting meerjarenplan

### Online- en offline bereikcijfers 2024

	2021	2022	2023	2024
Offline potentieel bereik	5.620.000	5.331.000	5.898.000	3.965.000
Online potentieel bereik	3.378.885	100.000	1.027.529	3.133.898
		(waarvan 3.1 miljoen vanuit radio-spotjes)		
<b>Totaal</b>	<b>8.998.885</b>	<b>5.431.000</b>	<b>6.925.529</b>	<b>7.098.898</b>

### Website bezoek

Na de start in 2023 is er veel gewerkt aan verbetering van de content en via betaalde advertenties gezorgd voor verkeer naar de website.



### UNESCO Werelderfgoed

In 2021 zagen we een duidelijk effect van de Free Publicitywaarde van toekenning van het UNESCO Werelderfgoedlabel waardoor het bereik hoog is. In 2022 en 2023 zien we dat we veel minder Free Publicity hebben gehad en we de inzet van extra marketingcommunicatie nodig hebben om de aandacht voor de Koloniën van Weldadigheid vast te houden.

Aantal verzorgde persreizen in 2024 **3**

kolonienvanweldadigheid.nl

**45.000**  
+ 2.000 bezoekers

facebook

**4.200**  
+ 1.000 volgers

instagram

**1.151**  
+ 80 volgers