

# MARKETINGOOST

## Highlights jaarverslag 2025

“



In 2025 liet de vrijetijdseconomie opnieuw haar waarde zien voor Overijssel: als motor voor leefbaarheid, werkgelegenheid en regionale ontwikkeling. Samen met partners werkten we aan een sterke, toekomstbestendige sector, met focus op balans tussen bezoekers, bewoners en omgeving. Met 8,8 miljoen overnachtingen en groei boven het landelijk gemiddelde blijft Overijssel aantrekkelijk. Tegelijk vraagt de toekomst om wendbaarheid, innovatie en slim gebruik van data en AI. Samen bouwen we verder aan een onweerstaanbaar Overijssel. Voor iedereen.

**Evelyn Borgsteijn,**  
Directeur-bestuurder



### FACTS & FIGURES

## VRIJETIJDSECONOMIE OVERIJSSSEL 2025

Overijssel leeft! In 2025 noteerde onze provincie **8,8 miljoen overnachtingen**, goed voor een groei van 4% ten opzichte van vorig jaar. Ook het internationale bezoek zit in **de lift (+6,3%)**, met Duitsland als **sterke uitschieter (+12,5%)**. De bestedingen komen uit op circa **€ 594 miljoen** en dragen daarmee substantieel bij aan de lokale economie en leefbaarheid.



# ONZE RESULTATEN IN 2025

## Strategie, Innovatie en Onderzoek

- Alle Overijsselse gemeenten werken met Resono dashboards en 200+ meetlocaties voor beheer en beleid.
- KennisplatformOost bereikte 4.500 gebruikers; inzichten en factsheets werden ruim 1.000 keer geraadpleegd.
- Boost: De eerste landelijke prognosedata zijn beschikbaar; lancering van het ondernemers-dashboard volgt in 2026.
- De druktemodule op VisitOost werd succesvol getest. Verdere doorontwikkeling met het informeren van bezoekers volgt.
- Gemeenten zoals Twenterand gebruiken analyses voor Omgevingsvisies en ruimtelijke keuzes in vrijetijdseconomie.

## VisitOost - Nationale branding

- Inzet van seizoenscampagnes en datagedreven content gericht op betere spreiding over regio's.
- Pilot met hotspotmodule voor bezoekersmanagement, om gedrag en drukte beter te sturen.
- Voorbereiding van het tv-programma 'Het Mooiste Plekkie van Overijssel', met focus op concept, productie en inhoudelijke koppeling aan routes.
- Start van GEO/AI-optimalisatie van content, voor betere vindbaarheid en aansluiting op zoekgedrag.
- Sterkere sturing op balans tussen drukte en leefbaarheid, met aandacht voor spreiding en draagkracht.

## Das andere Holland - Internationale branding

- Verdere professionalisering van de Duitse marktwerking richting Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen en Emsland.
- Inzet van de 1e gezamenlijke DAH krant (40 pagina's) met Gelderland en online campagnes, gericht op zichtbaarheid en bereik.
- Groei van het aantal partnerpakketten (Scale-up, Grow-up, Professional), voor gerichte samenwerking.
- Verbeterde online zichtbaarheid en eerste stappen in GEO/AI, met focus op vindbaarheid.
- Sterkere samenwerking met ondernemers, met meer betrokkenheid en gezamenlijke inzet.

# REGIOMERKEN IN ACTIE

## Resultaten van 2025

### Twente Marketing

- Inzet van social-first content en storytelling.
- Intensievere samenwerking met regionale partners.
- Thema's zoals textielhistorie, streekproducten en innovatie kregen extra aandacht.

### Weerribben-Wieden Marketing

- Uitgebreid bezoekersonderzoek en Resono-metingen.
- Inzicht in bezoekersstromen, gedrag en herkomst.
- Doorontwikkeling van het concept Kanoparadijs.
- Gerichte campagnes (o.a. bootverhuur) voor ondernemers.

### IJsseldelta Marketing

- Voorbereidingen herijking van het IJsseldelta Kompas.
- Versterken van de verbinding tussen de drie Hanzesteden en IJsseldelta door routeproducten.
- Onderzoek naar recreatieve ontwikkeling Mastenbroek.
- Versterking van online platforms.

### Hanzesteden Marketing

- Versterking van de Hanzepositionering in NL en DE.
- Groei in bereik via campagnes, PR en influencers.
- Doorontwikkeling van de digitale strategie (incl. AI-zoekgedrag).
- Verkenning van Museo Diffuso / Nationaal Hanze Museum.

### Zwolle Marketing

- Succesvol Ter Borch-jaar met sterke culturele samenwerking.
- Lancering van Zwolle als workation-bestemming.
- Start van Deze Stories binnen LAB Aanbodontwikkeling.
- Stimulering en versterking van ondernemerschap.

### Salland Marketing

- Deelname aan de netwerkorganisatie Sallandse Heuvelrug & Twents Reggedal met het Nationaal Park.
- Campagnes en content voor zichtbaarheid en routedownloads.
- Nieuwe wandelroutes en projecten met partners.
- Uitvoering van het LEADER-project 'Verslingerd aan Smakelijk Salland'.

### Vechtdal Marketing

- Vaststelling van het Vechtdal Kompas 2025-2035.
- Organisatie van bijeenkomsten zoals Theater van de Vrijtijdseconomie.
- Bijdrage aan landelijke leidraad toegankelijkheid.

### Congresregio Zwolle

- Versterking van Zwolle als congres- en vergaderbestemming.
- Deelname aan EventSummit en brancheactiviteiten.
- Groei in zichtbaarheid bij meeting planners.
- Ontwikkeling van projectplan met partners.

### Congresregio Twente

- Samen met een aantal kernpartners Twente herpositioneren als zakelijke bestemming.
- Ontwikkeling van nieuwe structuur en partnermodel.
- Duurzaam model voor gezamenlijke profilering en groei.

[Klik hier voor het hele verslag.](#)



**MarketingOost**

REGIE OP VRIJETIJDECONOMIE

MarketingOost

Grote Voort 247

8041 BL Zwolle

038 - 421 67 98

info@marketingoost.nl

marketingoost.nl