



MARKETINGAANPAK SMAAK VAN DE MAASHEGGEN

praktische uitwerking door Helen Bekkers (Gradoen) en Erik Jansen (programmteam) van de door Di-visie ontwikkelde marketingstrategie.

Huidige deelnemers

- Maasheggen-gin van Sander Graat (Boxmeer)
- Gouden Hiep tripel van Gradoen (Vortum-Mulleem)
- Maasheggenbier blond van de Cuijkse Brouwbrigade (Cuijk)
- Maasheggen Kruidenthee van de Kruiden van de Maasheggen (Boxmeer)
- Appel-perenstroop van Fruitpark Groenz (Boxmeer)
- Maasheggensiroop van Aanmakerij het Veerhuis (Oeffelt)
- Regiosap van het Groenings Hofke (Groeningen)
- Honing van imkerij De Moassense Berg (bijenkorven staan op diverse plekken in Maasheggengebied)

Wie koopt de streekproducten, waar en waarom?

Wie?	Waarom?	Waar?
toeristen en recreanten <i>naar schatting 85-90% van alle verkoop</i>	herinnering aan verblijf in De Maasheggen	campingwinkel, souvenirwinkel, slijterij/supermarkt, delicatessenwinkel, streekmarkt/braderie
eigen inwoners	voor eigen gebruik	horecabedrijf, supermarkt/slijterij, delicatessenwinkel, streekmarkt/braderie
eigen inwoners	cadeau	horecabedrijf, supermarkt/slijterij, webshop (pakket)
bedrijven uit De Maasheggen en omgeving	relatiegeschenk	webshop (pakket)
liefhebbers <i>nichemarkt</i>	verzamelen van veel verschillende soorten, zoals bier (Untappd)	horecabedrijf, supermarkt/slijterij, webshop ondernemers, webshop Maasheggen (pakket)

Verkoop van producten

algemeen

- boodschappen:
 - je proeft letterlijk van De Maasheggen;
 - De Maasheggen is een eeuwenoud landschap met een UNESCO-status
 - een deel van de opbrengst van de verkoop is bestemd voor de instandhouding van het landschap
- het bijzondere aan het product is dat het niet altijd verkrijgbaar is: 'zolang de natuurlijke voorraad strekt'. Soms is het zelfs seizoensafhankelijk of het product beschikbaar is;
- de makers achter de Maasheggenproducten komen uit het gebied. Dat moeten we meer en beter laten zien, bijvoorbeeld via artikelen op website of korte filmpjes;
- maak duidelijk wat je met nog méér kunt met de Maasheggenproducten. Als voorbeeld: hoe kun je de producten verwerken in gerechten?;
- naast reguliere verkoop van individuele producten en pakketten ook (eindejaars)acties, gericht op bedrijven;

MARKETINGAANPAK

individuele Maasheggenproducten

- via de juiste afzetkanalen: in eerste instantie richten op plekken waar veel toeristen komen (campingwinkels, delicatessenwinkel, streekmarkten, etc)
- rechtstreekse levering én facturatie door producent aan wederverkopers;
- flexibel presentatiemateriaal, zodat het past in elk winkeltype.

pakketten

- verkoop primair via webshop op site Maasheggen UNESCO.
- afspraken maken over afhandeling bestellingen (nu via Maarten Pillen) en ondernemers (aanleveren producten bij Veerhuis)
- voldoende variatie in pakketten (prijs, inhoud). Huidige pakketten zijn gemiddeld genomen te duur.

ACTIES VOOR KORTE TERMIJN

1. lijst van mogelijke afzetpunten (10 – 15) maken;
benaderen van betrokken ondernemers;
benaderen samenstellers streekpakketten (Lookaal / Goei Gerei);
benaderen Ebben voor eindejaarsactie (openstaande afspraak uit 2021).
2. verkoop van pakketten
 - a. samenstelling nieuwe pakketten door ondernemers;
 - b. inrichting webshop door Cybox;
 - c. afhandeling bestellingen door Veerhuis;
 - d. aanleveren producten voor pakketten door betrokken ondernemers;
 - e. ontwikkelen presentatiemateriaal voor distributiepunten.

3. verkoop individuele producten
 - a. levering aan afzetpunten door ondernemers;
 - b. facturatie door ondernemers

4. promotie
 - a. website Maasheggen UNESCO actualiseren met recepten, interviews en filmpjes
 - b. sociale mediakanalen Maasheggen UNESCO inzetten voor promotie;
 - c. op websites deelnemers aandacht voor Smaak van de Maasheggen;
 - d. sociale mediakanalen deelnemers inzetten voor promotie
 - e. deelname markten en braderieën; begin 2023 activiteitenkalender maken

5. organisatie
 - a. hoe versterken we de band en de samenwerking van de producenten? Onderzoeken of zinvol het is om een vereniging/coöperatie op te richten? Afspraak met de ondernemers is dat we vooralsnog verder gaan in huidige structuur, om zo te ervaren of de inspanningen die we samen verrichten ook het gewenste effect hebben. Mocht dat het geval zijn dan gaan we verder met het onderzoek naar de best passende organisatievorm (2023);
 - b. actualiseren samenwerkingsafspraken;
 - c. invulling geven aan gebiedsfonds.

KOSTEN

Vanuit Regiodeal (cofinanciering) is voor 2022 en 2023 een budget van € 57.000 (exclusief BTW) beschikbaar om

- het visuele concept Smaak van de Maasheggen door te ontwikkelen;
- presentatiemateriaal te ontwerpen en te laten maken;
- een webshop te maken en meerjarig te onderhouden;
- een sociale media-strategie te bedenken en uit te voeren;
- materiaal voor free publicity (teksten, beelden) te maken;
- een toekomstbestendige organisatie op poten te zetten.

De werkzaamheden zullen, elk binnen hun eigen expertise, worden uitgevoerd door Di-visie, Cybox en Adviseerik.

De bijdrage van de ondernemers bestaat uit:

- tijd, energie en commitment om de samenwerking tot een succes te maken;
- de kosten van de promotie van de eigen Maasheggenproducten, daar waar dat niet gezamenlijk gebeurt;
- percentage (5%) van inkoopprijs per verkocht product toevoegen aan het gebiedsfonds.

PLANNING

Herintroductie Smaak van de Maasheggen tijdens of rond NK Maasheggenvlechten in maart 2023. Tijdens het NK wordt een cheque overhandigd met de gebiedsfondsbijsdragen van 2021 en 2022; de cheque wordt uitgereikt aan SlaBox.

Voor die tijd:

- webshop gereed;

- website actualiseren;
- presentatiemateriaal ontwikkelen, inclusief benaderen afzetpunten;
- activiteitenkalender maken voor 2023: waar en wanneer (beurzen, markten, festivals, etc) willen we ons gezamenlijk presenteren?