

JAARPLAN 2024

VVV WATERLAND VAN FRIESLAND

VOORWOORD

Beste lezer,

je staat op het punt om ons jaarplan van 2024 te lezen. Een plan dat zich opnieuw kenmerkt door een tastbare uitwerking van het strategisch kader 2020-2025. Het koersdocument dat vier jaar geleden is vastgesteld, is opnieuw de inspiratie om in 2024 veel zaken tot stand te laten komen. Van papier naar dagelijkse praktijk voor onze bijna duizend leden.

In mijn voorwoord stip ik graag een aantal punten aan:

- Dit voorwoord is het eerste van mijn hand. Jarenlang heeft Bart Hakbijl als voorzitter het bestuur geleid en mensen met elkaar verbonden. Door hem en zijn medebestuurleden in Zuidwest Friesland is er een stevige vereniging met tastbare meerwaarde voor VVV-leden neergezet. Het huidige bestuur bouwt voort op het werk van al onze voorgangers, die zich hebben ingezet voor een krachtige sector in ons prachtige gebied. Zeer veel dank daarvoor, en een stevige basis om verder uit te bouwen.
- Dank aan onze leden. Dit jaarplan is erop gericht om de bijna duizend leden te ondersteunen bij hun bedrijfsvoering. VVV Waterland van Friesland biedt een gestructureerd overzicht van uitgebreide informatie aan, en zet zich in voor gastvrijheid, zodat alle gasten een fijne tijd bij ons hebben. Onze VVV fungeert bovendien als een verbindende schakel tussen alle betrokken partijen in de gastvrijheidseconomie. In goede verbinding met elkaar en helpen en verbeteren waar dat kan. Bedrijven, de overheid en het onderwijs spelen een rol bij het faciliteren van ons werk.
- De samenwerking met de gemeenten Súdwest-Fryslân en De Fryske Marren kenmerkt zich door wederzijds vertrouwen en support. De jaarplannen van de laatste jaren zijn eveneens voortgekomen uit deze stimulerende samenwerkingsverhouding. Mooi om samen onze regio op economisch gebied een gastvrije en robuuste toekomst te bieden. Wij voelen ons gesteund maar ook verplicht om het beste uit onze VVV te halen ten dienste aan onze Friese samenleving.
- In 2024 zal onze organisatie met input van onze stakeholders, een nieuw koersdocument maken. Opnieuw een compact, overzichtelijk document dat richting geeft voor de jaren tot 2030. Zodat wij anticiperen en snel inspelen op de nieuwste trends en ontwikkelingen in de economie en samenleving.
- Als bestuur op afstand, hebben we groot vertrouwen in het team van VVV Waterland van Friesland dat zich dagelijks inzet voor onze vereniging, leden, stakeholders, regio en sector. Aarzel niet om contact met hen op te nemen voor ondersteuning, ontwikkeling of vragen over dit jaarplan.

Wij wensen onze leden en alle mensen waarmee wij samenwerken veel inspiratie, plezier en succes in 2024.

Arné van den Boom

Voorzitter bestuur VVV Waterland van Friesland

SANFURD

Hjir bin ik
op 'e râne fan
werklikheid en ferbylding.

Hjir sit ik
behâlden
tusken it floeibere en it ûnfersetlike.

Hjir ferlangje ik
frij kieze te kinnen
tusken wa't ik bin en wa't ik wêze mei.

Hjir sjoch ik
wat romte is:
it streamt tusken it ûnfersetlike troch.

Hjir dream ik
dat myn hert oerstreame mei fan leafde
om myn libben klopje te litten..

Grietje Hoekstra

SANDFIRDEN

Hier ben ik op de rand van werkelijkheid en
verbeelding. Hier zit ik behouden tussen het
vloeibare en het onverzettelijke. Hier verlang ik vrij
te kunnen kiezen tussen wie ik ben en wie ik mag
zijn. Hier zie ik wat ruimte is: het stroomt tussen
het onverzettelijke door. Hier droom ik dat mijn
hart mag overstromen van liefde om mijn leven te
laten kloppen.

INHOUD

Inleiding	7
Missie, visie en kerntaken	8
Verbinden	10
Gastvrijheid	12
Informatievoorziening	14
Marketing	16
Klantreis	18
Organisatie	20
Doelstellingen per kerntaak	22
Begroting	23
Bestemmingsmanagement en -ontwikkeling	24
Organogram	26

Vanuit een versnipperd landschap zonder marketinginspanningen is VVV Waterland van Friesland (2019) uitgegroeid tot de verbinder van toeristisch Zuidwest Friesland. Met één naam, één visuele identiteit en één marketingboodschap draagt de ruim 925 leden tellende organisatie bij aan een duurzame, toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de regio. Met als kerntaken: 'Verbinden', 'Informatievoorziening', 'Marketing' en 'Gastvrijheid'.



DUURZAME BESTEMMING

In ons 'Koersdocument richting 2025' introduceerden wij onze visie. Een duurzame bestemming waar inwoner, bedrijven en toeristen gezamenlijk profiteren. Dit is een bestemming met brede welvaart. Hierin speelt de gastvrijheidseconomie een cruciale rol met zowel grote economische waarde als ook grote waarde voor de leefomgeving en sociale processen. De invulling van onze bestemming moet gezamenlijk worden opgepakt door overheid, ondernemers en onderwijs. De keuzes die we nu maken hebben grote invloed op onze regio in 2030!

INLEIDING FOCUS 2024

In dit jaarplan voor 2024 geven we weer concrete invulling aan ons koersdocument richting 2025 voor de regio Waterland van Friesland. Dit koersdocument, geschreven in 2020, heeft ons een concrete richting gegeven in onze werkzaamheden en de keuzes die we gemaakt hebben in de afgelopen jaren.

De basis van het koersdocument, met onze kerntaken als afbakening, staat nog steeds overeind. En in de extra geschreven bijlage van het koersdocument zijn veel taken en ideeën te vinden die inmiddels zijn uitgevoerd of die op de planning staan om uit gevoerd te worden.

Tegelijkertijd geeft het verstrijken van de tijd nieuwe inzichten, ideeën en richtingen. De wereld om ons heen is volop in beweging. De corona pandemie heeft grote invloed gehad op onze sector (zowel positief als negatief) en momenteel staat ons land voor verschillende grote uitdagingen en transities.

Reden genoeg om de koers van onze regio én onze organisatie te toetsen en herzien in een nieuw koersdocument 2025 – 2030 welke we in 2024 presenteren. Een belangrijk onderdeel in dit nieuwe document is ons doel om te groeien tot een organisatie die in grote mate bijdraagt en regie voert op het bestemmingsmanagement en -ontwikkeling van onze regio. In dit jaarplan zijn al enkele gedachten over dit onderwerp opgenomen.

Interessant hierbij is dat de beide gemeenten bezig zijn met een visie- en/of uitvoerprogramma traject over toerisme en recreatie. Aangezien we hierbij actief betrokken zijn, verwachten we dat deze stukken een basis vormen voor ons nieuwe koersdocument.

Voor onze organisatie wordt het jaar 2024 een jaar waarin we om veel ontwikkelingen een zogenaamde 'strik' willen doen. In de afgelopen twee jaar hebben we veel nieuwe projecten en producten gelanceerd die vaak nog niet een zogenaamde volwassen fase hebben bereikt. In het komende jaar kijken we er naar uit om onderwerpen zoals routes, plattegronden, zoek en boek, tickets enzovoort een stap verder te brengen.

Lastig zal zijn, om soms 'nee' te moeten zeggen. Door onze groeiende impact en aanwezigheid merken we dat we steeds vaker en meer gevonden worden voor de meest uiteenlopende vragen en onderwerpen. Op niet alles kunnen we ingaan en niet alle kansen kunnen we verzilveren. Door deze te toetsen aan onze visie, kerntaken en capaciteit zullen we hierin scherpe keuzes moeten maken.

Als team kijken we uit naar de toekomst. We hebben plezier in ons werk en hebben voor ons gevoel de wind mee. Tegelijkertijd beseffen we dat het voor onze leden maar ook voor onze organisatie uitdagende tijden zijn. Binnen die dynamiek blijven we werken aan onze kerntaken, zoekend naar kansen om onze doelstellingen te behalen en nieuwe kansen te ontdekken.

Veel leesplezier namens het hele team,

Floriaan Zwart
Directeur VVV Waterland van Friesland

MISSIE EN VISIE

Onze missie en visie laten zien wie we zijn, wat we doen en wat we met elkaar willen bereiken. Als regio en als organisatie. We omschrijven hiermee wat onze gezamenlijke toekomstdroom is. Alles wat we doen toetsen we hieraan. Zo weten we zeker dat we op de goede weg zijn én blijven.

Missie

We zijn de stuwende kracht en verbinder van de gastvrijheidseconomie in bestemming Waterland van Friesland. Samen met onze leden creëren we duurzame economische waarde. Al onze producten en diensten zijn bedoeld om inspiratie, gemak en een welkom te bieden. Zowel direct aan de toerist en de inwoner als faciliterend richting de ondernemers.

Visie

**EEN JAAR ROND DUURZAAM
RECREËREN DOOR INWONER EN TOERIST
IN WATERLAND VAN FRIESLAND**

KERNTAKEN

VERBINDEN

We zijn de spil tussen stakeholders van de gastvrijheidseconomie in Zuidwest Friesland. Het verbinden in de regio is de belangrijkste kerntaak van VVV Waterland van Friesland. Het loopt als een rode draad door alle werkzaamheden heen.

GASTVRIJHEID

Het fundament van een aantrekkelijke bestemming. We laten de gast welkom voelen op een authentieke wijze vanuit onze eigen identiteit. Gastvrijheid is een beleving van de gast die wordt bereikt door goed gastheerschap en gastgerichtheid.

INFORMATIE

Informatievoorziening begint bij de menselijke behoefte om iets te willen weten. In de (digitale) overvloed aan informatie brengt VVV Waterland van Friesland overzicht. Dat wordt inspirerend aangeboden via eigen middelen, via onze gastvrouwen en -heren, ondernemers en stakeholders.

MARKETING

Het presenteren van de regio op een zo aantrekkelijk mogelijk manier om meer bezoekers te trekken. We doen dat met een passende boodschap bij de beoogde doelgroep in elke stap van de klantreis. Onze verhalen geven we hierin de hoogste prioriteit.

ORGANISATIE

Het fundament onder verbinden, gastvrijheid, informatievoorziening en marketing. Onze mensen zijn hierin het belangrijkste kapitaal: hun expertise, enthousiasme en slagkracht maken het mogelijk om de kerntaken optimaal uit te voeren.

VERBINDEN JAAR 2024

Krachtige regionale verbinding

We zien en ervaren dat landelijk en provinciaal het belang van de recreatie en toerisme sector niet altijd voldoende op waarde wordt geschat. In 2024 willen we daarom extra aandacht besteden aan een sterke regionaal netwerk zodat we vanuit eigen kracht en zelfstandigheid werken aan uitdagingen en kansen. Vanzelfsprekend blijven we, waar mogelijk, in nauw contact met onze provinciale en landelijke partners.

Het netwerk van VVV Waterland van Friesland is in 2023 verder gegroeid en verdiept. Centraal in dit netwerk staan onze ruim 925 leden. Alleen samen met onze leden kunnen we inspireren en verleiden. Maar ook werken aan een duurzame bestemming, met brede welvaart en een jaarrond recreatie.

Ledengroei mag geen doel zijn zonder dat we werken aan het behoud-, en het verdiepen van de relaties met onze leden. In 2024 streven we naast een groei van 75 leden dan ook veel meer naar een krachtiger netwerk.

Een krachtig netwerk betekent enerzijds dat onze leden nauw met ons in contact staan en gebruik maken van onze producten en diensten, en anderzijds dat wij de verbinding zijn tussen onze leden en overige stakeholders. Ook in 2024 zullen we daarom relaties met de organisaties om ons heen blijven leggen en verstevigen.

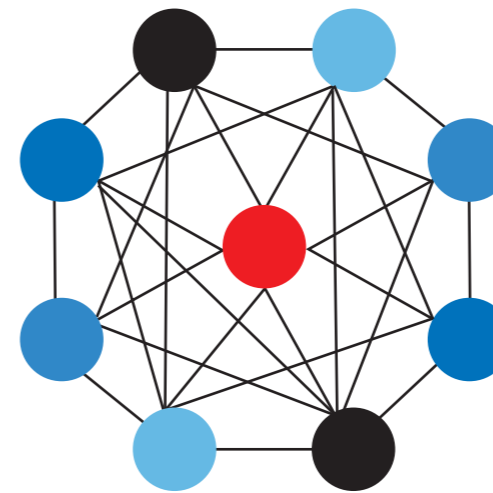
Wij geloven dat wanneer onze leden en belangrijkste stakeholders enthousiast zijn over onze organisatie dit het fundament is voor de toekomst. Daarom stellen we onszelf, bij de werkzaamheden die we doen, steeds de vraag wat de toegevoegde waarde is voor deze partijen.

Basiswerkzaamheden 2024

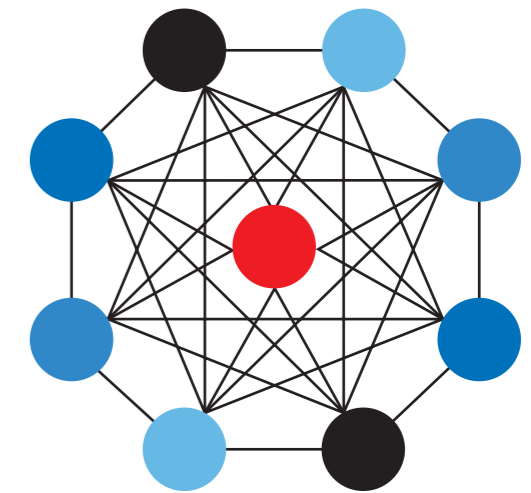
- Werven en verbinden van (nieuwe) leden via presentaties, bezoeken, medewerkers, vrijwilligers, LinkedIn campagnes, netwerkbijeenkomsten en producten
- Relaties met leden onderhouden door middel van direct mailing, post, ledennieuwsbrief, LinkedIn, besloten Facebookpagina, zakelijke website, ledenvergadering (ALV), netwerkbijeenkomsten, foldermarkt, telefoon en bezoeken
- Leden adviseren over producten en diensten, deze verder blijven ontwikkelen en hiermee leden binden. Denk hierbij aan zoek en boek, deelname persreizen, deelname aan cursussen en trainingen, mogelijkheden voor extra promotie via advertenties en online marketing enzovoort
- Presentaties en afspraken met ondernemersverenigingen en promotieclubs
- Overleggen en samenwerking met stakeholders binnen en buiten de regio
- Aanhaken op provinciale en regionale initiatieven om data te verzamelen en verspreiden
- Beleidsmatig en praktisch aanhaken op maatschappelijke ontwikkelingen
- Kennis over de sector actief delen met onze stakeholders
- Aanhaken bij nieuwe initiatieven en ontwikkelingen

Verbinden is de basis, het is de motor voor een succesvolle regio. Verbinden wordt vaak ondergewaardeerd door een focus op concrete producten en output. Maar juist door verbinding ga je kansen ontdekken, samenwerken, vernieuwen, verbeteren en leren. Zo is vanuit de verbinding onze organisatie ontstaan en daarin hebben we onze eigen verwachtingen overtroffen. Blijvend investeren in verbinding als een stuwende kracht in de gastvrijheidseconomie zorgt voor samenwerken. En dat is belangrijk in een snel veranderende omgeving waarin we op weg zijn naar een jaar rond duurzaam recreëren. Samen sta je nu eenmaal sterker.

2024



2025



Als netwerkorganisatie wil VVV Waterland van Friesland verbinden met musea, kunst- en cultuurorganisaties, ondernemersverenigingen, promotieverenigingen/stichtingen, belangenbehartigers (Werkgroep Vrije Tijd, OVRT), regiomarketingorganisaties, Merk Fryslân, NBTC, Nationaal landschap en natuurorganisaties, ondernemers en leden VVV Waterland van Friesland, inwoners, Gemeenten De Fryske Marren en Súdwest-Fryslân, Provinsje Fryslân, Toerisme Alliantie Friesland (TAF), Mediapartners (YING Media), onderwijsinstellingen, Kennisnetwerk Destinatie Nederland en VVV Nederland.

Directeur Floriaan Zwart heeft vanuit VVV Waterland van Friesland zitting in de TAF (Toerisme Alliantie Friesland), bestuur Stichting VVV Nederland, bestuur Vlecke Marketing Joure, werkgroep Toerisme en Recreatie Bolsward en de werkgroep Vitaal Landschap SWF. Daarnaast is hij schipper van de opgave Dagrecreatieve Netwerken (onderdeel van de provinciale uitvoer agenda Gastvrij Fryslân 2028).

FOCUSPUNTEN 2024

Regionale bestemmingsontwikkeling

We merken dat er Friesland breed (nog) geen eensgezindheid is op bestemmingsontwikkeling en -management. Als VVV jagen wij, waar mogelijk, nieuwe ontwikkelingen aan. Denk hierbij aan evenementen(beleid) of ontwikkelingen die bijdragen aan spreiding in tijd en ruimte. Ontwikkeling komt vaak van onderop en waar mogelijk proberen we regionale ontwikkelingen Friesland breed te implementeren.

Regio TAF(el)

De provinciale TAF (Toerisme Alliantie Friesland) heeft laten zien dat het verbinden van overheid, ondernemers, onderwijs en overige stakeholders (cultuur, terreinbeheerders, retail enzovoort) zorgt voor innovatie, wederzijds begrip, nieuwe verbindingen, uitvoeringskracht, verstevigen van provinciaal beleid en uitvoer. Daarom wensen wij, met behulp van de beide gemeenten, een regionale tafel op te richten die op een vergelijkbare manier werkt ten gunste van de regio en onze sector.

Groeiende verbinding met onze leden

In 2024 verwachten we richting de duizend leden te groeien. Een krachtige verbinding via bijeenkomsten, producten, afspraken en communicatie kanalen is nodig om de betrokkenheid van onze leden te borgen en waar nodig te vergroten. Specifiek willen we in 2024 de producten die onze leden ondersteunen in een gastvrij ontvangst van hun gasten extra onder de aandacht brengen, en gerichte 'cluster' bijeenkomsten organiseren voor leden met eenzelfde soort bedrijf/organisatie.

Koersdocument 2025 - 2030

In 2024 werken we aan een nieuw koersdocument voor zowel onze organisatie als onze regio. Hierbij bouwen we verder op de ervaringen van onze eerste jaren als organisatie en maken we onder andere gebruik van de dan vastgestelde visies en uitvoerprogramma's van de beide gemeenten.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze kerntaak verbinden in 2024? Neem dan contact op met Sietje, Arent of Gelske via info@waterlandvanfriesland.nl

GASTVRIJHEID JAAR 2024

Gastvrijheid is de basis van onze bestemming

In al onze werkzaamheden en investeringen in gastgerichtheid en gastheerschap streven we naar een positieve gastvrije ervaring bij de bezoekers van onze regio. Zowel direct via onze organisatie en onze winkels, als via onze leden die vele gasten ontvangen op hun locatie.

Ook in 2024 gaan wij door met onze werkzaamheden op het gebied van gastvrijheid. We blijven investeren in onze medewerkers, vrijwilligers en leden via cursussen, trainingen, bijeenkomsten en bezoeken zodat kennis en ervaring actief gedeeld wordt.

Een stuk van de gastgerichtheid is aanwezig in de andere kerntaken. Denk hierbij aan de opgave seizoensverlenging (het hele jaar rond gastvrij), de toeristische inspiratie en informatie die we geven en ontwikkelen (magazine, routes, Uitagenda, website enzovoort, ticketverkoop en zoek en boek of juist het gastvrije netwerk wat wij vormen met onze leden.

Onze vrijwilligers en baliemedewerkers zijn van groot belang voor onze organisatie. Samen met onze leden zijn zij het gastvrije gezicht van onze regio. In 2024 gaan we door met de speciale bijeenkomsten die wij organiseren voor onze vrijwilligers. Tijdens deze bijeenkomsten bezoeken wij met vrijwilligers een specifieke steden/dorpen, gebieden en/of organisaties om kennis te vergaren, uit te wisselen en onderlinge verbinding te stimuleren.

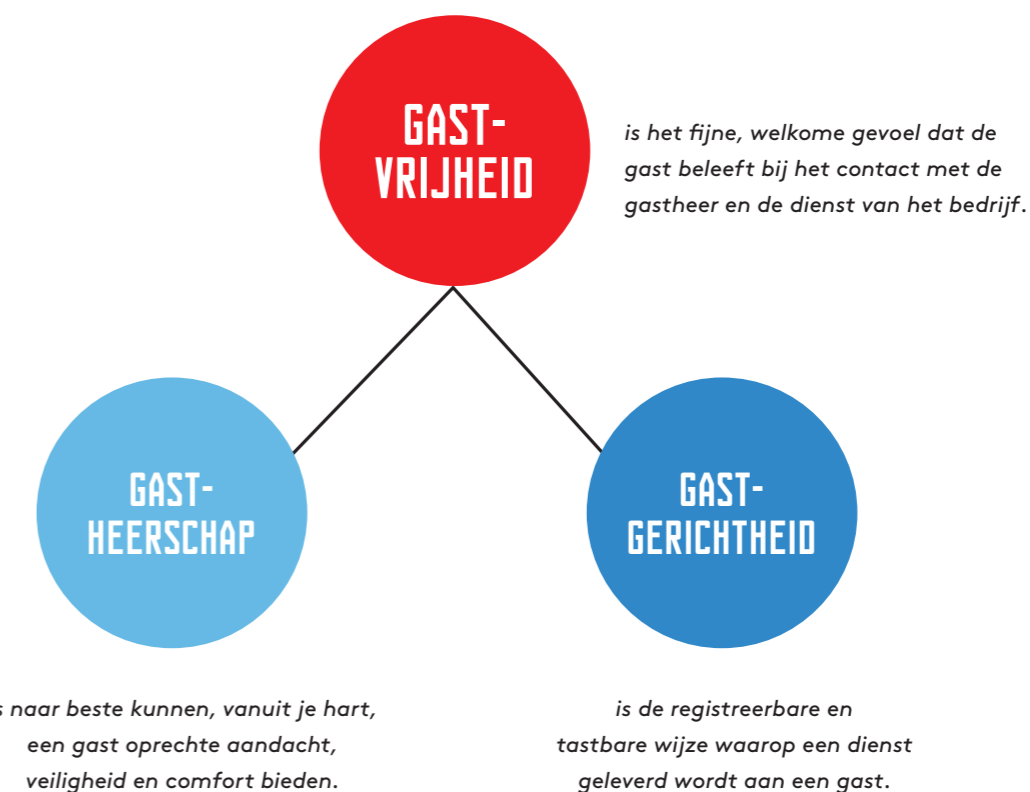
De investeringen in 2023 om onze gastvrouwen en -heren (en die van onze leden) actief te informeren, inspireren en opleiden tot een goede gastheer/vrouw zetten we door. Daarbij gaan we gebruik maken van specifieke trainingen via het provinciale e-learning platform maar ook de in 2023 opgestarte bussafari.

De kennis die we hebben opgedaan in ons nieuwe bezoekerscentrum in Heeg willen we inzetten voor de verbetering van onze winkels en ontwikkeling van nieuwe bezoekerscentra in onze regio.

BASISWERKZAAMHEDEN 2024

- Beantwoorden van vragen aan de balie, per mail en telefoon
- Cursussen (gastgerichtheid, Duits enzovoort), bedrijfsbezoeken organiseren voor gastvrouwen en -heren. Zowel voor eigen vrijwilligers en medewerkers als voor leden met een informatiepunt functie
- Trainingen ontwikkelen en gebruik stimuleren (door medewerkers, vrijwilligers en leden) van het provincie brede e-learning platform
- Behouden, verbinden en betrekken van onze vrijwilligers bij de organisatie (bijeenkomsten, uitjes, opleiding, presentjes enzovoort)
- Ondersteuning van externe VVV informatiepunten (30+31)
- Organiseren en beheren van eigen VVV informatiewinkels (5)
- Ondersteuning en beheer van de VVV inspiratie tablets (24)
- Ontwikkelen van gastvrije producten die de naam en branding van onze regio laden en zorgen voor extra inkomsten
- Werven van onze gastvrouwen en -heren
- Webshop met onze (informatie) producten

Gastvrijheid is het hart van een aantrekkelijk bestemming. Gastvrijheid is het welkome gevoel dat een gast ervaart door de oprechte aandacht en hartelijkheid die hij ontvangt. Gastvrijheid is de totaalbeleving, die wij zo optimaal mogelijk willen faciliteren. Het ervaren van gastvrijheid is van belang als we ambassadeurs willen hebben voor onze regio en als we willen dat nieuwe mensen langskomen en blijven komen. Gastvrijheid is een beleving van de gast die je bereikt door goed en inspirerend gastheerschap en gastgerichtheid. Dat bereik je niet alleen door digitale informatie en het inzetten van vrijwilligers. Het toenemend verwachtingsniveau van onze gasten vraagt om (financiële) investeringen waarmee we hen nog meer kunnen inspireren en nog meer thuis kunnen laten voelen.



FOCUSPUNTEN 2024

Zomermarkten

Via zomermarkten willen we bezoekers en inwoners van onze regio actief opzoeken. Op deze markten zijn we beschikbaar voor (toeristische) vragen, is er promotie materiaal voor onze regio beschikbaar en kunnen onze souvenirs worden gekocht.

Digitaal bereikbaar

In 2023 verbeterden we onze bereikbaarheid per telefoon en mail (snelle eenduidige afhandeling). In 2024 willen we digitaal nog beter bereikbaar zijn door een pilot te starten met een chattool op onze website.

Bezoekersonderzoek

In 2024 gaan we het provinciale platform voor bezoekersonderzoek actief promoten onder onze leden en ook zelf implementeren in onze winkels. Op deze manier willen we, provincie breed, zoveel mogelijk relevante data vergaren over de bezoekers van onze regio.

E-learning verdiepen

De start van het e-learning platform in 2023 is een groot succes. In 2024 willen we hierop voortborduren door extra trainingen toe te voegen en ook meer promotie voor het gebruik van het platform te maken.

Winkel upgrades

Onze winkel in Langweer is verouderd en krijgt een upgrade waarin het verhaal van Langweer centraal komt te staan. Daarnaast werken we aan een nieuw bezoekerscentrum in Stavoren.

Bussafari

In 2023 hebben wij voor het eerst een bussafari georganiseerd. In 2024 willen we dit bestendigen en verbeteren, zodat nog meer leden met elkaar en de regio in verbinding komen. Kennisuitwisseling is hierbij een belangrijk onderdeel. Aanvullend kunnen gastvrouwen en -heren door meer kennis beter hun taak uitvoeren.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze kerntaak gastvrijheid in 2024? Neem dan contact op met Simonia, Maaïke of Marjan via info@waterlandvanfriesland.nl

INFORMATIEVOORZIENING JAAR 2024

Informatie breed gedeeld en gebruikt

De afgelopen jaren hebben wij veel geïnvesteerd in goede en inspiratieve informatie. Denk hierbij aan het magazine, de kranten, de inspiratiekaart, narrowcastingschermen, Uitagenda, stadswandelingen, de regiokaart enzovoort. Maar ook onze ontwikkelde verhaallijnen bieden steeds weer een schat aan informatie die we op verschillende manieren kunnen inzetten en gebruiken.

Offline-, en inspiratieve informatie willen we blijven uitbreiden naast onze digitale kanalen. Zo gaan we in 2024 een eerste stap zetten in het ontwikkelen van familie speurtochten door steden en dorpen in ons gebied. Ook is de wens om nog enkele offline route boekjes uit te brengen inclusief een Duitse vertaling.

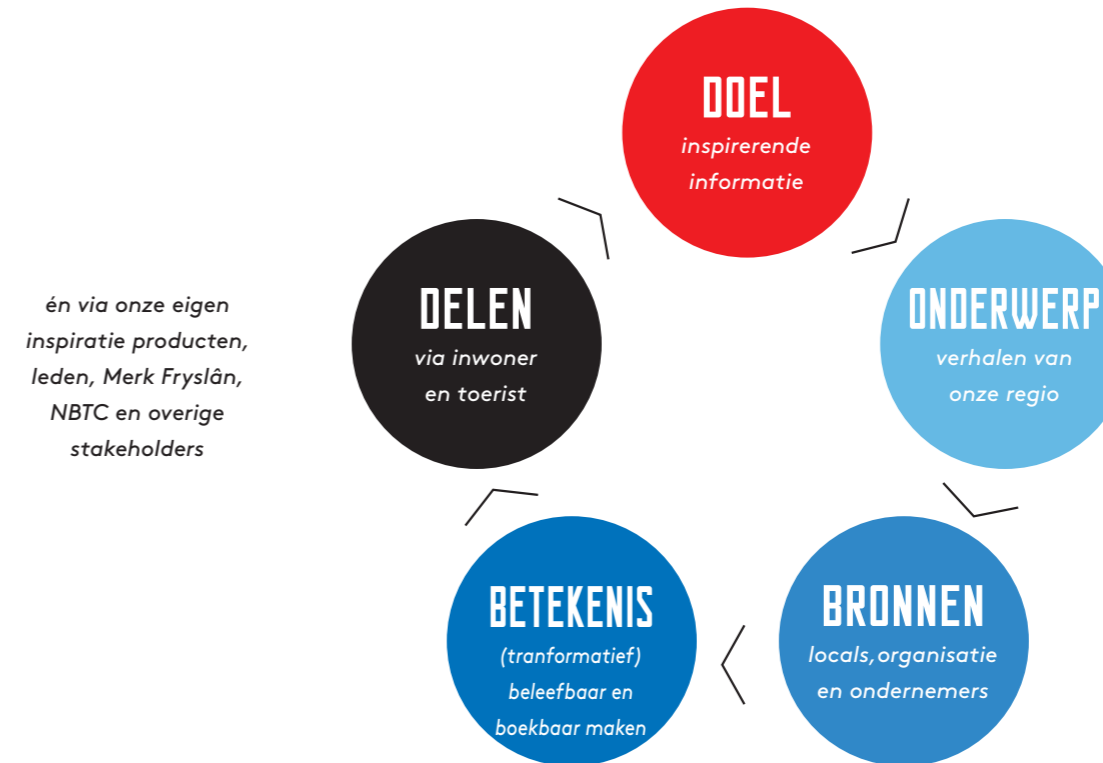
We merken dat er bij onze leden grote vraag is naar goede routes voor hun gasten. Vaak zijn onze leden nog niet voldoende op de hoogte van de mogelijkheden die wij bieden op route gebied. Zo is het mogelijk om een 'standaard' route boekje te personaliseren voor een eigen locatie. In 2024 willen we onze leden hierin meer bereiken zodat zij hun gasten op een goede manier kunnen informeren, inspireren en spreiden door onze regio.

Tegelijkertijd blijven we inzetten op het verbeteren van onze digitale informatie op onze website. Zowel in het Nederlands als Duits. Een belangrijke optimalisatie is de aanpassing van onze Uitagenda op de site. Waar deze zich nu nog richt op eenmalige activiteiten wordt deze via filters zo uitgebreid dat het totaal aanbod van activiteiten makkelijk te vinden is. Zo is de Uitagenda een steeds belangrijker product om zowel inwoners als toeristen te informeren, inspireren en boeken.

Met dit brede palet aan informatie, producten en systemen hebben we goud in handen om de hele klantreis te ontsluiten. Maar tegelijkertijd wordt deze informatie nog niet voldoende gevonden/gepresenteerd door onze eigen leden maar ook organisaties zoals het NBTC, Merk Fryslân en lokale promotie verenigingen. Persoonlijke verbinding, slimme koppelingen en de nieuwe Uitagenda- en routewidgets moeten bijdragen aan het verder benutten van deze kansen. Met uiteindelijk doel om zoveel als mogelijk inwoners en toeristen te bereiken met de juiste informatie.

BASISWERKZAAMHEDEN 2024

- Verzamelen en publiceren van evenementen op de website en in de krant (maandelijks en in eigen Uitkranten) ten behoeve van een complete Uitagenda
- Wekelijks mailen van een digitale Uitagenda voor de komende week die te downloaden en printen is voor inwoners en gasten
- Beheren seizoen specifieke content op de narrowcasting schermen
- Toevoegen van nieuw aanbod in het tickets- en 'zoek en boek' systeem, en het door ontwikkelen van deze systemen
- Opmaken, controleren en uitbrengen van (regio)kaarten, Stadsplattegronden, wandelingen en routeboekjes
- Verzamelen, bewerken, verbeteren en publiceren van informatie ten behoeve van het NBTC, Merk Fryslân en lokale promotieverenigingen
- Beheren, verbeteren en toevoegen van routes op onze website
- Beheren, toevoegen en verbeteren van POI's (Points of Interest) op onze website
- Schrijven en updaten van toeristische informatie op onze website
- Vertalen van teksten in Duits in onze uitgaven en producten



Inspirerende informatie is een constant doorlopend proces van verzamelen, verrijken en verspreiden. VVV Waterland van Friesland wil dit proces blijven aanjagen.

FOCUSPUNTEN 2024

Stadswandelingen en dorpskuiers

Zes van de zeven steden hebben inmiddels een eigen stadswandeling. In 2024 willen we de laatste stad haar stadswandeling geven en ook twee extra dorpskuiers uitbrengen. Daarnaast hebben we als doel om al deze producten in het Duits vertaald te hebben en om meer leden te informeren over deze gastvrije producten zodat zij die ook aan hun gasten gaan aanbieden.

Zoek en boek verbeteren en uitbreiden

Het zoeken en boeken van accommodaties en activiteiten blijven we ondersteunen en uitbreiden. Hierbij helpen we ondernemers om een digitaliseringsslag te maken en regio breed samen te werken via één platform. In 2024 gaan we het aanbod van (zeil)boten en activiteiten uitbreiden en streven we naar een betere integratie van het zoek en boek systeem met onze website.

Doorontwikkeling online Uitagenda

Onze (online) Uitagenda wordt meer en meer gevonden door zowel inwoner als toerist. In 2024 zetten we onze inspanning voort om een breed publiek te bereiken. Op onze website werken we aan een belangrijke verbetering door zowel doorlopende activiteiten als eendaagse evenementen samen te voegen in één overzichtelijke Uitagenda/activiteitenoverzicht.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze kerntaak informatievoorziening in 2024? Neem dan contact op met Alie Maeyke, Boukje, Anna of Lisette via info@waterlandvanfriesland.nl

Implementatie routefilters

In 2024 wordt de implementatie van nieuwe type routefilters op onze website verbeterd en afgerond. Via deze filters is het mogelijk om heel gericht de juiste route te vinden. Denk hierbij aan filters zoals 'in de buurt', type vervoersmiddel of lengte van de route.

Plattegronden

In 2023 hebben we een dorpsplattegrond voor Heeg en een stadsplattegrond voor Hindeloopen ontwikkeld. In 2024 willen we deze plattegrond ook voor andere steden en dorpen ontwikkelen (die hier behoefte aan hebben). Daarnaast onderzoeken we de mogelijkheid om voor zowel de Greidhoeke als Gaasterland een eigen (inspiratie) plattegrond uit te geven in samenwerking met lokale ondernemers en organisaties.

Uitbreiden aantal widgets

Op vele websites zijn inmiddels Nederlands- en Duitstalige widgets te vinden. Dit zijn zowel Uitagenda- als routewidgets. In 2024 gaan we deze uitbreiden met vaarroutewidgets. Daarnaast blijven we zoeken naar verbeteringen in de widgets en verwachten we de implementatie van het aantal widgets nog flink uit te breiden.

Inspirerende informatie is de sleutel voor succesvolle marketing en gastgerichtheid. Goede informatie die enthousiast maakt, sluit naadloos aan bij alle fasen van de klantenreis. Onze informatie helpt partners als Merk Fryslân om aandacht te genereren voor onze regio. Ze helpt bij de overweging (Verhalenroutes, Uitagenda), draagt bij aan een makkelijke reservering (zoek en boek, ticketing) en helpt tijdens het maken van de reis (routes, kaarten, (stads) wandelingen). Daarbij is het noodzakelijk dat alle informatie een eenduidige, herkenbare én inspirerende uitstraling heeft. Wanneer informatie zo is georganiseerd dat zij naadloos aansluit op de klantenreis, dan is dit een basis voor een succesvolle bestemming waarvan toerist, inwoner en bedrijven profiteren.

MARKETING JAAR 2024

Opladen door ontladen

In 2024 leggen we de focus op de verhaallijn Ruimte, opladen door ontladen. We vermarkten Waterland van Friesland als plek om tot jezelf te komen en je hoofd leeg te maken. Even weg van de dagelijkse besommingen, sleur en (werk)druk. Het beeldscherm uit en de blik naar buiten. We laten zien hoe Friezen dit doen, hoe zij nog de tijd nemen. En hoe ze met de ruimte omgaan. Binnen deze verhaallijn geven we aandacht aan het verbreden van het seizoen. Hiervoor ontwikkelen we waar nodig beleefbaar aanbod met onder andere routes. Voor de promotie leggen we verbinding met het NBTC en de campagnes van Merk Fryslân.

We richten ons hierbij met name op de Nederlandse markt, maar ook (via partners) op Vlaanderen en de Duitse grensgebieden. De doelgroep Friezen blijven we intensief benaderen voor met name dagrecreatief aanbod. Qua doelgroep richten we ons op de 'Inzichtzoekers' en 'avontuurzoekers' van marktonderzoeksbureau MarketResponse, evenals Merk Fryslân. Naast de verhaallijn Ruimte geven we ook gedurende het jaar aandacht aan online campagnes met boodschappen als onder andere 'boek nu je (zomer)vakantie', fietsroutes, vaarroutes, watersport, wandelroutes en cultuur.

Het doel is om in 2025 volledig gegroeid te zijn naar een DMMO (Destination Marketing & Management Organisation) en de wens is om in 2030 te groeien naar een DMDO (Destination Management & Development Organisation). Voor de DMMO in 2030 zijn al veel stappen gezet, maar deze stappen kunnen verder doorontwikkeld worden. We hopen in 2024 de eerste inzichten te ontvangen vanuit Data Fryslân en ons aanbod groeit weer verder in boekbaar en beleefbaar aanbod. Hierdoor kunnen we onze marketing steeds beter bijstellen richting conversie.

Wat betreft seizoensverlenging is er een wens om een taskforce op te zetten binnen onze regio met onder andere ondernemers, gemeenten en ons als VVV. Seizoensverlenging is geen doel op zich maar een middel om een impuls geven aan het voorzieningenniveau op het gebied van toerisme, wat ten goede komt aan de leefbaarheid van inwoners in Waterland van Friesland. In 2024 blijven we evenementen en seizoensverlengende activiteiten aanjagen als LUNA Waterstad en mogelijk organiseren we wederom, afhankelijk van gelden, de Open Museum Maand. De pontjes die doorvaren blijven we een warm hart toedragen, zodat dit blijvend is en uitgebreid kan worden waar mogelijk en nodig. Ook geven we in 2024 weer aandacht aan seizoensverlengende activiteiten zoals wintervaren, winterkamperen, winterfietsen, winterzwemmen, wandelen, vogels spotten, sportvissen, auto- en camperroutes.



Alles is marketing. Van de toon van onze e-mails, het opnemen van de telefoon, de uitstraling in de VVV winkels en natuurlijk de campagnes die we voeren om onze doelgroep in het hart te raken. In elke stap van de klantreis moet de merkbeleving hetzelfde zijn. Hierin geven we onze verhalen de hoogste prioriteit. Onze verhalen vertellen op een eigenzinnige manier hoe het water het land heeft vormgegeven. Het juist inzetten van verhalen, middelen, onze sterke visuele identiteit én krachtige netwerk van leden zorgt voor spreiding, seizoensverlenging en geeft ons de mogelijkheid om te profiteren van het toenemend (binnenlandse) toerisme.

BASISWERKZAAMHEDEN 2024

- Organiseren van persreizen en hierbij leden actief aanhaken en op dit gebied ook actief samenwerken met Merk Fryslân
- Het (laten) schrijven van inspiratieblogs voor onze website en sociale media kanalen
- Doorontwikkelen van onze verhalenroutes inclusief het meer beleefbaar en boekbaar maken
- Communiceren met toeristen en inwoners via onze sociale media kanalen en nieuwsbrief
- Uitbrengen van 3 keer per jaar een Uitkrant die huis-aan-huis verspreid wordt
- Ontwikkelen en uitbrengen van een meertalig inspiratiemagazine
- Website optimaliseren voor de gebruiker inclusief aanpassen aan de seizoenen/campagnes
- Website drietalig inrichten en vertalingen van teksten verzorgen
- Website optimaliseren voor vindbaarheid in zoekmachines
- Opzetten en beheren van marketingcampagnes. Waar mogelijk aanhaken bij Merk Fryslân
- Ambassadeurscreatie en verbinding via wedstrijden, reviews en interactie
- Aanhaken op netwerken of initiatieven die ons helpen om de doorontwikkeling tot DMMO te bewerkstelligen

FOCUSPUNTEN 2024

Focus op verhaallijn Ruimte

Ook in 2024 gaan we verder met onze ontwikkelde verhaallijnen. Deze verhaallijnen gaan we nog meer verweven in onze website, magazine en Uitkranten en we voegen hier beleefbaar aanbod aan toe, zoals routes én podcasts. Indien er een duurzaam aspect aanwezig is, krijgt dit extra aandacht. In 2024 ligt de focus op de verhaallijn Ruimte.

Campagne en contentkalender per seizoen

Begin 2024 wordt weer de contentkalender inclusief marketingdoelstellingen gedeeld met al onze stakeholders. Hierin presenteren we de campagnes van 2024 inclusief tijdslijn en volgen we de seizoenen. Alle communicatiemiddelen (website, narrowcasting, social media, kranten, enzovoort) worden volgens deze kalender aangepast.

Seizoen verlengend aanbod

Om het seizoen echt te verlengen en te gaan naar een jaarrond duurzaam recreëren door inwoner en toerist, inventariseren we in 2024 of we een meerjaren plan kunnen opstellen voor seizoensverlenging. In 2024 hopen we samen met onder andere ondernemers en gemeenten een taskforce seizoensverlenging vorm te geven, afhankelijk van draagvlak en gelden. Met als doel om over twintig jaar evenveel overnachtingen te hebben in de winter als in de zomer in Waterland van Friesland, zodat elke geïnvesteerde euro meer dan terug komt. Reeds ontplooidde activiteiten en evenementen geven we hier een mooie plek in.

Inspiratiemagazine en Uitkranten

Ons magazine wordt weer geoptimaliseerd. Bestaande content wordt hergebruikt, waar nodig opgefrist en de focus wordt verlegd naar Verhaallijn Ruimte. Onze drie kranten (voorjaar, zomer en najaar) blijven Uitkrant heten waarbij meer actuele inspiratie naar voren komt: de Uitagenda en eropuit tips van het seizoen.

Conversie boekbaar aanbod

Ook in 2024 blijven we het volume verhogen van het boekbare aanbod op onze website, zowel wat betreft logiesaccommodaties en dagrecreatief aanbod. We gaan onderzoeken bij ondernemers of er behoefte is aan het aansluiten van dagverhuur van sloepen en andere bootjes. Verder blijven we aandacht houden voor het verzamelen van reviews om vertrouwen te bieden aan toekomstige boekers. Door integratie van al het boekbaar aanbod in onze website én Uitagenda willen we conversie verder verhogen. Met de komst van een nieuwe webshop bieden we ook de mogelijkheid om alvast voor thuis handige routekaarten en souvenirs te kopen. Voor de conversie blijven we volop marketing inzetten.

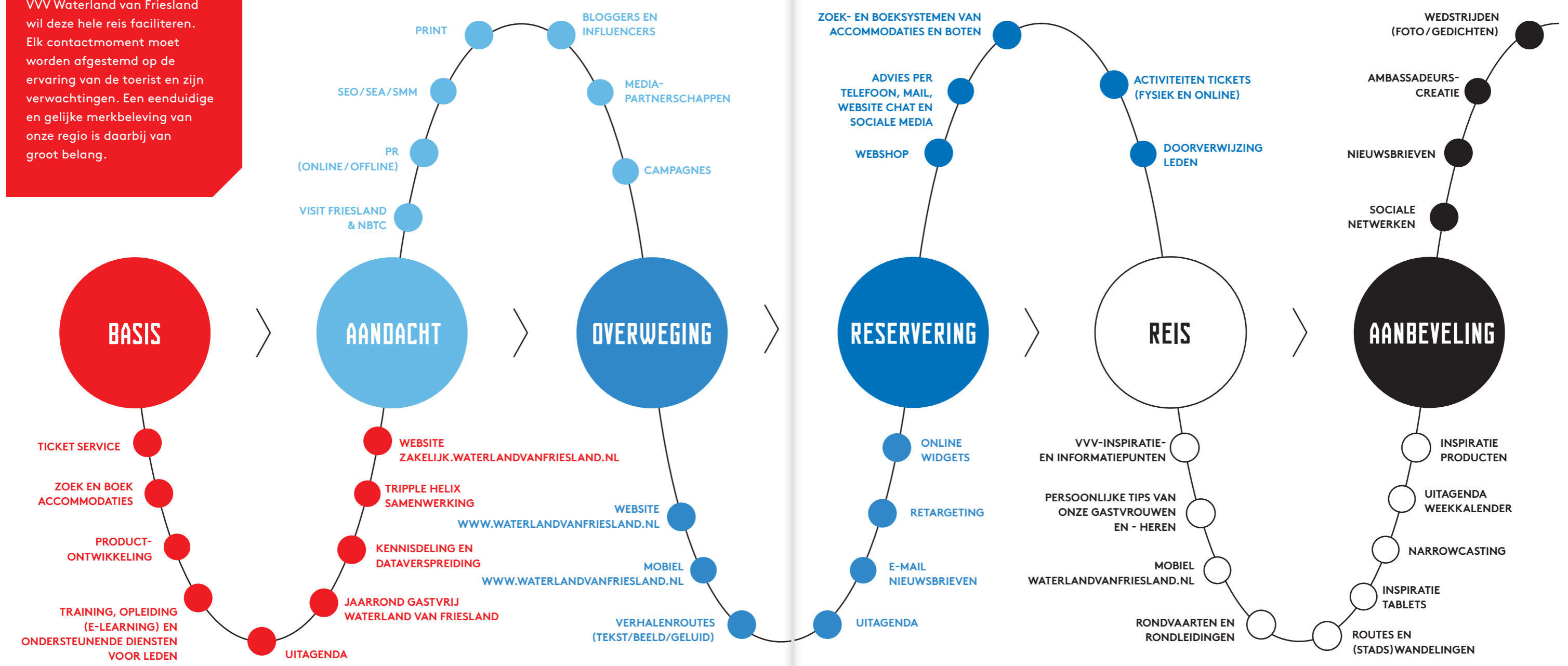
Scherpere keuzes door data

Structureel houden we onze marketingdata bij en sturen waar nodig bij binnen onze marketingactiviteiten. Vanuit de Provinciale opgave 'data op orde' zijn er flinke stappen gezet. In 2024 hopen we hier de eerste vruchten van te plukken doordat de gemeenten het digitale nachregister implementeren en er kwalitatief bezoekersonderzoek wordt gedaan bij onder andere logiesaccommodaties.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze kerntaak marketing in 2024? Neem dan contact op met Grietje, Gelske of Floriaan via info@waterlandvanfriesland.nl

KLANTREIS

Een klantreis (Customer Journey) is de denkbeeldige reis die een potentiële toerist aflegt van zijn oriëntatie tot na zijn bezoek aan onze regio. VVV Waterland van Friesland wil deze hele reis faciliteren. Elk contactmoment moet worden afgestemd op de ervaring van de toerist en zijn verwachtingen. Een eenduidige en gelijke merkbeleving van onze regio is daarbij van groot belang.



ORGANISATIE JAAR 2024

Blijven focussen op onze kerntaken

Voor een organisatie die zich, nog steeds, razendsnel ontwikkeld is het belangrijk om 'rust' te creëren voor de medewerkers zodat zij optimaal uitvoering kunnen geven aan onze werkzaamheden en nieuwe plannen. Zo willen we in 2024 blijven focussen op onze kerntaken waarin dit jaarplan met focuspunten leidend is.

Onderliggend aan dit jaarplan bevinden zich enkele interne jaarplannen die gericht zijn op specifieke onderwerpen. Geen uitgebreide documenten maar korte en krachtige plannen en doelstellingen die richting geven aan de taken die we uitvoeren gedurende het jaar. Per onderdeel wordt dit, waar nodig, aangevuld met een communicatieplan richting de verschillende stakeholders.

In 2023 hebben we enkele nieuwe collega's mogen begroeten en blijven we doorgroeien naar een meer kennisintensieve organisatie. Hierin zijn onze medewerkers en vrijwilligers ons grootste kapitaal. Via een vast en professioneel team kunnen wij een verschil maken voor onze leden en de regio.

Tegelijkertijd is meer medewerkers niet een garantie voor meer productiviteit. In het licht van stijgende loonkosten blijven we daarom kritisch kijken naar de inzet van onze medewerkers, de projecten en werkzaamheden die we oppakken en de toegevoegde waarde voor onze regio en leden.

In 2024 verwachten we meer inkomsten te kunnen genereren uit onze producten, diensten en de subsidie die wij ontvangen. Deze middelen worden vooral geïnvesteerd in onze vier kerntaken marketing, gastvrijheid, informatievoorziening en verbinden. Een gedeelte zal ook worden gebruikt om ons team te kunnen faciliteren.

Daarbij zal het team van VVV Waterland van Friesland via dit jaarplan, met doelstellingen en de nog uit te brengen contentkalender goed voorbereid en met enthousiasme het jaar 2024 in gaan. De focus op verbeteren en verdiepen geeft tegelijkertijd ruimte voor reflectie op de koers en het inspelen op nieuwe kansen en ontwikkelingen.

BASISWERKZAAMHEDEN 2024

- Personeelsbeleid voor betaalde medewerkers en vrijwilligers
- Planning van onze gastvrouwen en -heren
- Financiële administratie inclusief verantwoordingen
- Beheer van onze VVV locaties
- Kennis over- en ontwikkelingen in onze sector bijhouden
- Schrijven van persberichten

KERNWAARDEN



FOCUSPUNTEN 2024

Vrijwilligers, vrijwilligers, vrijwilligers

We ervaren de samenwerking en verbinding met onze vrijwilligers als zeer positief. In 2024 willen we dit in stand houden, intensiveren en waar nodig verbeteren zodat ze met plezier en betrokkenheid hun vrijwilligerswerk blijven uitvoeren.

Doorontwikkeling CRM

In 2023 is het systeem in gebruik genomen en in steeds grotere mate staat het centraal in onze communicatie, en ledenbeheer. Veel mogelijkheden van het systeem worden nog onvoldoende benut en we blijven daarom inzetten op verdere doorontwikkeling.

Verbeteren van onze communicatie

We communiceren (te) veel richting onze leden en stakeholders en daarbij zit er niet altijd een eenduidige lijn in onze berichten. We gaan dit verbeteren, beter afstemmen en waar mogelijk automatiseren, zodat we de informatiestroom beter kunnen beheer en ook het effect ervan meten.

Investeren in het huidige team

We verwachten in 2024 geen nieuwe functies, tenzij we specifieke projecten toebedeeld krijgen. Focus voor 2024 is dan ook om te investeren in ons huidige team. Er wordt hard gewerkt en dat moet voldoende worden gewaardeerd. Ook teambuilding is en blijft van belang om elkaar te blijven waarderen, respecteren en motiveren.

Nieuw kassasysteem

In 2024 implementeren we een nieuw kassasysteem. Het huidige systeem is niet geschikt en zeer omslachtig. Via het nieuwe systeem verwachten we betere inzichten en veel tijdsbesparing in alle handelingen die nu nodig zijn om producten te bestellen, boeken en verkopen.

Implementatie Synology NAS

In 2023 zijn de nodige voorbereidingen getroffen. In 2024 moet ons Dropbox systeem definitief worden vervangen voor een zogenaamd Synology NAS systeem waardoor collega's makkelijk en beter met elkaar kunnen samenwerken.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze organisatie in 2024? Neem dan contact op met Simonia, Marjan of Floriaan via info@waterlandvanfriesland.nl

DOELSTELLING PER KERNTAAK JAAR 2024

KERNTAAK EN DOEL

CIJFER

ONDERDEEL KLANTREIS

VERBINDEN		BASIS	AAN-DACHT	OVER-WEGING	RESER-VERING	REIS	AAN-BEVELING
Gewenste gemiddelde ledenbeoordeling	8,0						
Aantal extra nieuwe leden	75						
Aantal leden eind 2024	1.000						
Aantal te versturen leden nieuwsbrieven	17						
Aantal volgers ledenpagina LinkedIn	1.200						
Ledenvergaderingen en netwerbijeenkomsten (incl. foldermarkt)	2						
Aantal nieuwe (e-learning) trainingen voor leden	4						
Presentaties en overleggen bij en met stakeholders	80						
Aantal bijzondere (leden) bijeenkomsten	3						

GASTHEERSCHAP		BASIS	AAN-DACHT	OVER-WEGING	RESER-VERING	REIS	AAN-BEVELING
Aantal nieuwe vrijwilligers	10						
Cursussen en bijeenkomsten voor vrijwilligers, medewerkers en informatiepunten	6						
Aantal e-learning trainingen voor medewerkers en vrijwilligers	4						
Nieuwe producten in regio stijl	2						
Aantal beschikbare medewerkers voor (online) klantenservice	2						
Extra uren opening VVV locaties op zon- en feestdagen	250						

INFORMATIEVOORZIENING		BASIS	AAN-DACHT	OVER-WEGING	RESER-VERING	REIS	AAN-BEVELING
Updates, vertalingen en nieuwe POI's in database	250						
Aantal nieuwe website pagina's	60						
Aantal te vertalen website pagina's	120						
Aantal activiteiten/evenementen in de Uitagenda	1.000+						
Aantal plekken waar onze widget is geplaatst	250						
Aantal nieuwe stads- en dorpswandelingen	5						
Aantal offline uit te brengen routes	10						
Update routes inclusief vertalen	15						
Aantal verhuureenheden in zoek en boek systeem	500						
Aantal boekbare activiteiten via ticket service	80						

MARKETING		BASIS	AAN-DACHT	OVER-WEGING	RESER-VERING	REIS	AAN-BEVELING
Aantal paginaweergaven website	3.500.000						
Aantal sessies website	1.200.000						
Aantal unieke gebruikers website	900.000						
Bruto bereik campagnes	3.500.000						
Aantal abonnees nieuwsbrief	4.000						
Aantal volgers Facebook	14.500						
Aantal volgers Instagram	10.500						
Aantal uit te brengen kranten en magazine	4						
Aantal pers- en pr reizen	6						
Aantal nieuwe blogs en vlogs	20						
Campagne ambassadeurs creatie	1						
Aantal publicaties in externe media	50						

BEGROTING JAAR 2024

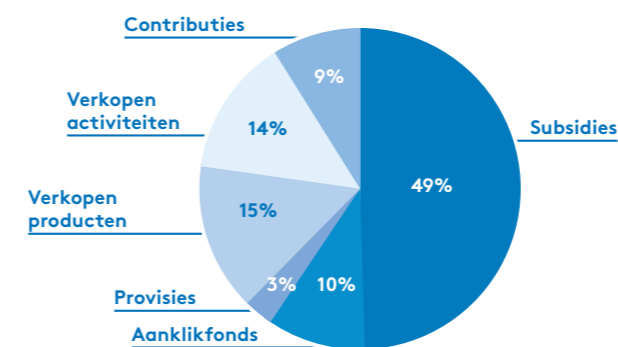
INKOMSTEN IN €

Subsidies gemeenten	€ 765.591,-
Contributies leden	€ 140.000,-
Provisie op tickets, zoek en boek, bonnen en diensten	€ 52.600,-
Verkopen informatie (winkel) producten	€ 233.500,-
Verkopen activiteiten, bonnen en tickets	€ 216.750,-
Ondersteuning, projecten en diensten (aanklikfonds)	€ 157.250,-
Overige inkomsten	€ 2.675,-
TOTAAL	€ 1.568.366,-

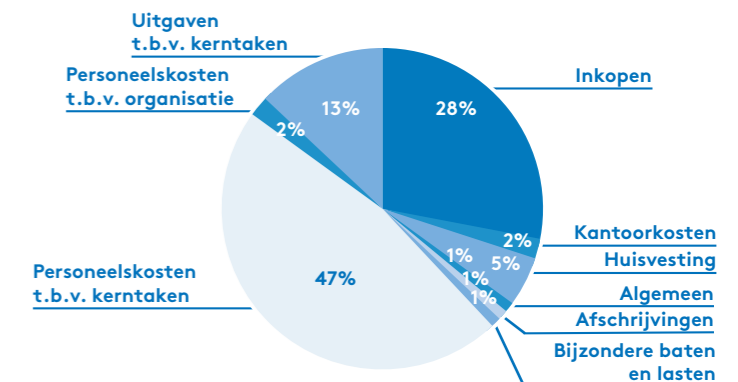
UITGAVEN IN €

Inkopen (tickets, activiteiten, bonnen, projecten, producten etc.)	€ 431.425,-
Kantoorkosten	€ 28.350,-
Huisvestingskosten (kantoor en VVV inspiratie winkels)	€ 82.200,-
Algemene kosten	€ 17.400,-
Personeelskosten (ten behoeve van kerntaken)	€ 744.060,-
Personeelskosten (ten behoeve van organisatie)	€ 39.161,-
Marketing, Gastvrijheid, Informatievoorziening, Verbinden (out-of-pocket)	€ 190.304,-
Afschrijvingen	€ 16.965,-
Bijzondere baten en lasten	€ 18.501,-
TOTAAL	€ 1.568.366,-

INKOMSTEN IN %



UITGAVEN IN %



TOELICHTING

In 2022 waren wij nog voor 57% van onze inkomsten afhankelijk van subsidies. In 2024 verwachten wij dit te verlagen naar 49%. We zijn als organisatie in staat om steeds meer middelen uit de markt te 'halen'. Ondanks deze positieve ontwikkeling hebben we minder 'out-of-pocket' geld beschikbaar. Dit komt door de hoge inflatie en stijgende personeelskosten. Aangezien ons personeel ons grootste kapitaal is blijven we hierin investeren. Tegelijkertijd verwachten de in de toekomst onze inkomsten uit de 'markt' verder te vergroten.

BESTEMMINGSMANAGEMENT EN -ONTWIKKELING DOORKIJK RICHTING 2030

De ambitie van VVV Waterland van Friesland is om in samenwerking met haar stakeholders in 2030 door te groeien naar een DMDO: Destination Management & Development Organisation. Hiervoor willen we in 2024 met onze stakeholders in gesprek gaan om samen te investeren in de toekomst. Om zo vanuit de gastvrijheidseconomie bij te dragen aan brede welvaart, in balans met de natuur en het landschap. Om zo als sector een stem te hebben in de 'strijd om de ruimte'. En om ook bij gebiedsprocessen VVV Waterland van Friesland en toeristische ondernemers mee te laten denken in de rol van recreatie in het betreffende gebied.

We willen meer waardevolle bezoekers aantrekken, die we door het hele jaar heen kunnen spreiden. Zo voorkomen we piekbelasting in de zomer en dragen we bij aan jaarronde banen en een hoger voorzieningsniveau voor inwoners. Het geïnvesteerde geld betaalt zich uit in een groeiende positieve maatschappelijke waarde voor inwoners. We kunnen dit niet alleen maar hebben hiervoor een intensieve samenwerking nodig met onze stakeholders. Daarbij hebben we elkaars kennis, contacten en financiële middelen hard nodig. Samen met deze stakeholders schrijven we in 2024 een nieuw koersdocument voor de periode 2025 – 2030. Deze twee pagina's geven een eerste doorkijk op dit onderwerp.

DOORKIJK WERKZAAMHEDEN EN FOCUSPUNTEN RICHTING 2030

Seizoensverlenging als middel

We jagen het verbreden van het seizoen aan als middel ten dienste van de inwoner en de opgaven van onze regio zoals, verduurzaming, vergrijzing, mobiliteit, biodiversiteit, energie en de landbouwtransitie. Groei door middel van seizoensverlenging mag geen doel op zich zijn. De lusten en lasten moet op een duurzame manier in balans zijn. Seizoensverlenging betekent ook, dat er gekeken wordt naar activiteiten die een jaarrond gedaan kunnen worden. Dit betekent dat in een zomer met herfstachtige weersomstandigheden bezoekers onze regio als een aantrekkelijke bestemming zien. Dit maakt onze sector meer robuust.

Aanbod bestemming

We stimuleren het jaarrond (nieuw) aanbod als dagattracties, culturaanbod, horeca en evenementen. Waar mogelijk evenementen initiëren en in een aansturende rol organiseren. Alsmede onderzoeken en stimuleren van aanbod voor jongeren, om jongeren als inwoner in de regio te behouden of zelfs aan te trekken. We willen 'out of the box' creatief meedenken over nieuwe jaarronde duurzame publiekstrekkingen als drijvende vakantieparken, elektrische restaurantboten, uitkijktorens of natuurherstel door middel van inheemse plantenaanwas. We adviseren bij borgen van bestaand aanbod (bijvoorbeeld onderhoud van kunst in de openbare ruimte) en en door het ontwikkelen hiervan.

Bestemmingsmanagement

Inspanningen gericht op het realiseren van een zo groot mogelijke positieve impact van het gastvrijheidsdomein voor een stad of regio. De positieve impact bestaat uit sociale, ecologische en economische waarde. Bestemmingsmanagement draagt bij aan de kwaliteit van leven voor inwoners, de optimalisatie van bezoekerservaringen en een toekomstbestendige sector voor ondernemers en werknemers. Aan deze inspanningen ligt zoveel mogelijk een integrale aanpak ten grondslag. Daarom vraagt bestemmingsmanagement nadrukkelijk om afstemming met andere domeinen.

Bestemmingsontwikkeling

Het kwalitatief verbeteren van het bestaande aanbod van een stad of regio, het realiseren van nieuw en aanvullend aanbod en het toegankelijk en bereikbaar maken van dat aanbod, op basis van de gedeelde ambities die zijn geformuleerd vanuit bestemmingsmanagement. Bestemmingsontwikkeling is dus onderdeel van bestemmingsmanagement.

Bron: CELTH/NBTC, 2022

	2020 DMO: Destination Marketing Organisation	2025 DMMO: Destination Marketing & Management Organisation	2030 DMDO: Destination Management & Development
opdracht	marketing	marketing, management	marketing, management development
strategie	aantrekken, verleiden	spreiden in tijd en ruimte	'placemaking'
capaciteit	relatief klein budget/FTE	relatief gemiddeld budget/FTE	relatief groot budget/FTE
waarom data	kenmerken van bezoeker	gedrag van bezoeker	sturen bezoekersgedrag
aanpak data	herkomst/demografische kenmerken	persona/leefstijl als basis, aangevuld met database bezoekers	database bezoekers als basis aangevuld met persona/leefstijl
nadruk klantreis	inspiratie en informatiefase	boeken, beleven (in aansluiting op inspiratie, informatie)	beleven, delen/evalueren (in aansluiting op eerdere fases)
type contact	zenden	interactie	dialogoog

Bron: Hartman (2020) Centre of Expertise leisure, tourism & hospitality

Routebureau

We zetten in op het ontwikkelen en actueel houden van routes vanuit routebureau VVV Waterland van Friesland, waarbij het mogelijk is voor ondernemers om routes op maat af te nemen die starten, eindigen of langsgaan bij hun onderneming. We toetsen routes op basis van toegankelijkheid en het in kaart brengen hiervan. We stimuleren de (digitale) belevingswaarde met bijvoorbeeld podwalks, ai (kunstmatige intelligentie) en apps.

Arrangementen

We zetten in op het ontwikkelen, beheren en boekbaar maken van (jaarronde) arrangementen in samenwerking met ondernemers, natuurorganisaties en cultuur. Zo ontwikkelen we unieke belevingen.

Gastvrije jaarronde informatievoorziening

De database van alle Points of Interest en ondernemers in de regio (ODP) verrijken we met jaarronde content en informatievoorziening. We zetten in op een gastvrij(ere) uitstraling met uniforme en verruimde (liefst jaarronde) openingstijden voor onder andere pontjes, bruggen, gemeentelijke jachthavens, musea en VVV's. En daarnaast eenduidige bebording en plattegronden en up-to-date digitale informatie.

Inclusieve informatie

De database van alle Points of Interest en ondernemers in de regio (ODP) willen verrijken met informatie over toegankelijkheid voor mensen met een beperking.

Lokaal eten en drinken

We zetten in op het in contact brengen van lokale producenten en horeca, het verhogen van het kennisniveau over streekproducten bij horeca en het vermarkten van streekproducten bij toeristen.

Agrotoerisme

Er is onderzoek nodig naar de behoefte voor agrotoerisme bij zowel boeren als toeristen. Waar mogelijk dit type toerisme stimuleren, boekbaar maken en vermarkten.

Beleefbaarheid cultuur en landschap

Conceptueel uitwerken van een plan voor beleving van landschap en cultuur door middel van uniforme thematische bebording welke gekoppeld is aan digitale informatie.

Vraagsturing

We willen marketing nog meer data gedreven inzetten en daarbij marketing meer op maat aanpassen aan de hand van de seizoenen, doelgroepen en land van herkomst.

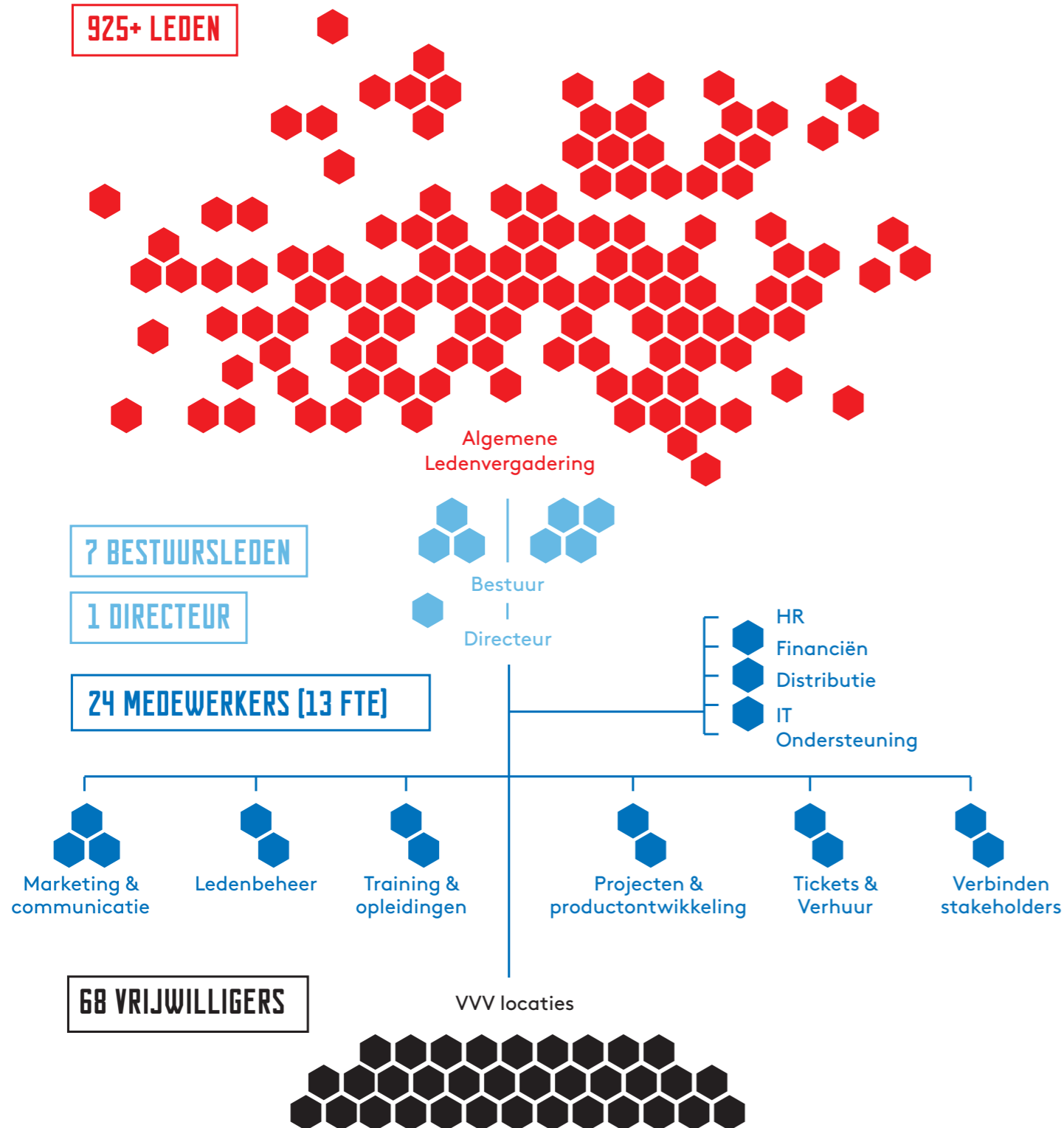
Data delen

We willen de data die we verkrijgen via onze systemen actief gaan delen met onze leden zodat zij meer inzichten krijgen, kunnen benchmarken met andere leden en hun bedrijfsvoering kunnen verbeteren.

Wil je meer weten over onze visie op bestemmingsmanagement en -ontwikkeling richting 2030? Neem dan contact op met Grietje of Floriaan via info@waterlandvanfriesland.nl

ORGANOGRAM

OKTOBER 2023



Disclaimer

Copyright © 2023,
VVV Waterland van Friesland

Overname van informatie uit deze publicatie is toegestaan, mits bronvermelding. Bij het samenstellen van dit jaarplan is de grootste zorgvuldigheid betracht. VVV Waterland van Friesland is echter niet aansprakelijk voor enige directe of indirecte schade als gevolg van de aangeboden informatie uit deze publicatie.

Subsidie

VVV Waterland van Friesland ontvangt subsidie van Gemeente De Fryske Marren en Gemeente Súdwest-Fryslân.

Media partner

Ying Media is mediapartner van VVV Waterland van Friesland.

Fotografie

Hans Brunen en
ThomasVaer fotografie

Voor meer informatie

VVV Waterland van Friesland
Telefoon zakelijk: 0513 - 250 400
Telefoon toeristisch: 0513 - 250 450
info@waterlandvanfriesland.nl
zakelijk.waterlandvanfriesland.nl

