

MERK FRYSLÂN - 2023

JAARVERSLAG

FRIESLAND STYLE 

2023.

Ons eerste 'gewone' jaar sinds de pandemie, dat was 2023.

Een regulier jaar omdat 2022 Arcadia volop in de schijnwerpers stond. En we merkten dat activiteiten vaker konden doorgaan omdat we bij een verkoudheid niet meteen in quarantaine gingen.

Ons marketingjaar 2023 ging van start met de beurzen Boot Düsseldorf en de Fiets-en Wandelbeurs in Gent. Er zijn wat jaren verstreken sinds Merk Fryslân op deze internationale wijze aanwezig was, maar we waren zeker niet vergeten. De beursbezoekers maakten enthousiast (opnieuw) kennis met ons.

Op gebied van campagnevoering traptten we in het voorjaar af met de Open Watersport Weken. Deze eerste editie was meteen een stevige campagne rondom de Opening van het Watersportseizoen met talloze evenementen binnen de provincie. Kers op de taart werd verzorgd door Provinsje Fryslân door It Swettehûs te openen, een prachtig nieuwe centrale voor de brugbediening voor de Provinciale Waterstaat. Al met al bezochten er ruim 12.000 waterliefhebbers de evenementen.

Met het oog op duurzaamheid is Merk Fryslân in 2023 overgestapt op een volledig vegetarische lunch met veel veganistische producten en reisden wij meer dan voorheen per OV of carpoolend naar afspraken en evenementen. Met aandacht leverden we bijdrages aan de SDG's in onze campagnevoering en binnen de organisatie.

Spannende tijden braken in de tweede helft van het jaar aan toen er voor zowel Merk Fryslân en haar labels Visit Friesland en Visit Wadden gewerkt moest worden aan de plannen voor 2024. De oplossing is een 'tussenjaar' waarin gewerkt wordt aan structurele plannen en taken voor de jaren na 2024.

De afsluiter van 2023 en inluiders van 2024 was de campagne Opladen Friesland Style. Deze had als doel om potentiële bezoekers enthousiast te maken om onze provincie in de winterperiode te bezoeken. We wezen hen op alle mogelijke manieren om een winterdip te voorkomen. Hierbij kwamen activiteiten op het vlak van mentale en fysieke balans en wellness naar voren.

Was dit dan alles wat we hebben gedaan? Nee, nog lang niet. Daarom nemen we je in dit jaarverslag in vogelvlucht mee langs de mooie activiteiten van 2023 en de resultaten die ze opleverden.

1 / FRIESLAND

2 / CULTUUR

3 / WATERRECREATIE

4 / 11FOUNTAINS

5 / MEETCENTIVES

6 / WADDENEILANDEN

7 / ONLINE

8 / CONCEPT & CREATIE

9 / TRAVEL TRADE

10 / DESTINATIEMANAGEMENT

11 / DUURZAAMHEID

12 / FRYSK

TERUG KIJKEN

FRIESLAND STYLE 



BINGE WATCHEN

FRIESLAND STYLE 

Zit je klaar? Daar gaan we. Waar je aan de waddenkust oneindig tuurt naar kleurrijke luchten en het alsmear veranderende wad, 'binge' je in dit document alle highlights van Merk Fryslân in 2023.



1 / FRIESLAND

1.1 / VISIT FRIESLAND

Binnen Merk Fryslân zet Visit Friesland zich in om bezoekers naar de provincie te trekken en ervoor te zorgen dat ze geïnspireerd worden om ook in het na- en voorseizoen te komen. Belangrijk is daarbij dat ze keuze hebben uit aanbod uit de hele provincie.

Zoals ieder jaar startten we met het Frysk Toerisme Kongres in Thialf, waar we elkaar weer eens fysiek konden zien. Met de mooie en kritische input van de sector in gedachten hebben we het jaar de volgende acties opgepakt:



1.1 / HIGHLIGHTS

Een flinke make-over voor de website

Aan de hand van metingen gaven we de belangrijkste pagina's nieuwe inhoud en ontwikkelden we nieuwe pagina's om bezoekers te laten vinden wat ze zoeken.

Ondersteuning van de Maarten van der Weijden Foundation

We stonden de organisatie van zijn triathlon langs de elf steden bij.

Partner van Musical De Tocht

De Tocht ging in het najaar in première, onze taak is om de musicalbezoeker te inspireren voor een meerdaags verblijf en vice versa natuurlijk. Een mooie samenwerking met een toeristisch informatiepunt van Visit Friesland in de foyer en doorverwijzing bij de aankoop van een ticket.

Publiciteit rondom het Eise Eisinga Planetarium.

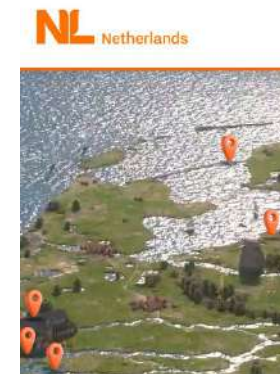
We ondersteunden de toekenning van het Planetarium als UNESCO Werelderfgoed met extra publiciteit. Ook ontwikkelden we de werelderfgoedroute voor campers langs alle erfgoederen in het noorden. Dit sluit goed aan bij onze samenwerking met de Marrekrite om de bezoeker met een camper te bedienen.

Livegang van de Digitale Waterbeleving

Een samenwerking met het NBTC. Watericonen in heel Nederland zijn met een drone in beeld gebracht, zodat je ze thuis de waterwerken kunt bewonderen. Dit inspireert natuurlijk een echt bezoekje. Voor Friesland zijn dit de Afsluitdijk en het Woudagemaal. <https://www.nl-waterexperience.com/>

Start van de campagne 'Opladen Friesland Style'

Deze campagne roept op om in het najaar en winterseizoen je inwendige batterij op te laden in onze mooie provincie. Met een e-magazine, doeboek, diverse online en offline advertising een landingspagina en retraites belandden we in 2024. Hierover dus volgend jaar meer.



BALANS

FRIESLAND STYLE 



2 / CULTUUR

2.1 / CULTUUR

2023 is weer een productief jaar voor de cultuur in Friesland. Cultuur is bij ons veel meer dan alleen podiumkunsten. Het gaat om onze taal, onze gebruiken, de grond onder onze voeten en wie we zijn als Friezen. En laten we ons erfgoed niet vergeten.

We hebben onze homepage compleet vernieuwd om nog beter te laten zien waar we in Friesland trots op zijn. We hebben een nieuw campagnebeeld gelanceerd en de Museumnacht FRL was weer een daverend succes, met meer bezoekers en deelnemende musea dan ooit. Ook hebben we het platform kerken.frl geïntegreerd in friesland.nl, zodat we ons cultureel aanbod nog beter kunnen presenteren. Er zijn boeiende blogs geschreven en we hebben onze onderlinge banden versterkt. Denk hierbij aan samenwerkingen met het Fries Museum, Landbouwmuseum, Natuurmuseum, Afuk, Tsjerkepaad, Stichting Alde Fryske Tsjerken, stichting Staten en Stinzen en meer. Met elk van hen hebben we gekeken hoe we onze samenwerking kunnen verdiepen en verbeteren. Bovendien hebben we nieuwe relaties opgebouwd om ons netwerk te versterken. Zo zetten we cultuur in al zijn facetten op de kaart!



2.2 / RESULTATEN

DOEL	RESULTAAT	TOELICHTING
Museumnacht FRL 25 Musea en 2500 bezoekers	29 Musea Ruim 3000 bezoekers	Nieuwe grensverleggende programmering, doelgroep is bereikt en kwantitatief flink gestegen.
Internationale blockbusters	Samenwerking Visit Leeuwarden met 125 jaar Escher i.s.m. Leon Keer	Route door de stad ter ere van de verjaardag van M.C. Escher.
Uitdiepen nieuwe contacten SAFT, Liberation Route en Staten & Stinzen	SAFT koppeling met onze website. Liberation route op onze website i.s.m. dagrecreatieve netwerken. Staten & stinzen gecontinueerd.	Liberation Route: definitieve samenwerking in 2024 richting 80 jaar vrijheid.

2.3 / HIGHLIGHTS

Museumnacht FRL

Nauwe samenwerking op gebied van marketing en netwerken

Integratie kerken.frl op onze website

Alle kerken zijn nu te vinden als bezienswaardigheid op Friesland.nl

Twée nieuwe campagnebeelden

Avant Garde Friesland Style in het Jopie Huisman Museum (p. 38)

Nieuwbouw Friesland Style bij de Unia State in Bears (p. 11)



NIEUWBOUW

FRIESLAND STYLE 

3 / WATERRECREATIE

3.1 / WATERRECREATIE

De taak om het aanbod aan waterrecreatie bij de bezoekers te brengen ligt bij team Visit Friesland. We richten ons op het informeren en inspireren van de bewoners en verblijfstoeristen die Fryslân al kennen als waterliefhebber. En daarnaast natuurlijk op de rest van Nederland en onze Duitse burens met de boodschap dat Fryslân dé provincie is voor watersportliefhebbers. Dat waterrecreatie ook heel goed kan in schouderseizoenen, wordt mogelijk gemaakt door de pontjes die doorvaren in november en verruiming van brugtijden in de winter.

In 2023 richtten we ons vooral op het bekend maken van het aanbod in Fryslân via beursbezoeken en campagnes. De samenwerking tussen Provinsje Fryslân en Merk Fryslân met de regio's en verschillende ondernemers is daarvoor onmisbaar.



3.2 / RESULTATEN

DOEL	RESULTAAT	TOELICHTING
Paginaweergaven waterrecreatie 150.000	127.087	Het grootste deel is vanwege de Open Watersportweken. Vooraf door persreizen
Mediawaarde € 50.000	€ 590.876,50	
Mediabereik 7 miljoen	6.141.625	

3.3 / HIGHLIGHTS

Met de stralende aanwezigheid van onze herkenbare stand op BOOT Düsseldorf en de Fiets & Wandelbeurs in Gent trokken we de aandacht van de internationale bezoekers. Met ruim 30 routefolders op gebied van varen, fietsen en wandelen op en rondom het water, boden we inspiratie en informatie. Het netwerken met de ondernemers, bestuurders, ambtenaren en gemeenten mocht niet ontbreken.

Nieuw in 2023 zijn de Open Watersport Weken. Een campagne die liep van 1 april tot 15 mei en ruim 12.500 mensen de kans bood om te genieten van de watersport in de breedste zin van het woord. Meer dan 100 ondernemers en organisaties openden hun deuren en kajuiten om hun passie voor watersport in Fryslân te delen. Voor herhaling vatbaar in 2024, we verheugen ons er nu al op.

UITWAAIEN

FRIESLAND STYLE 

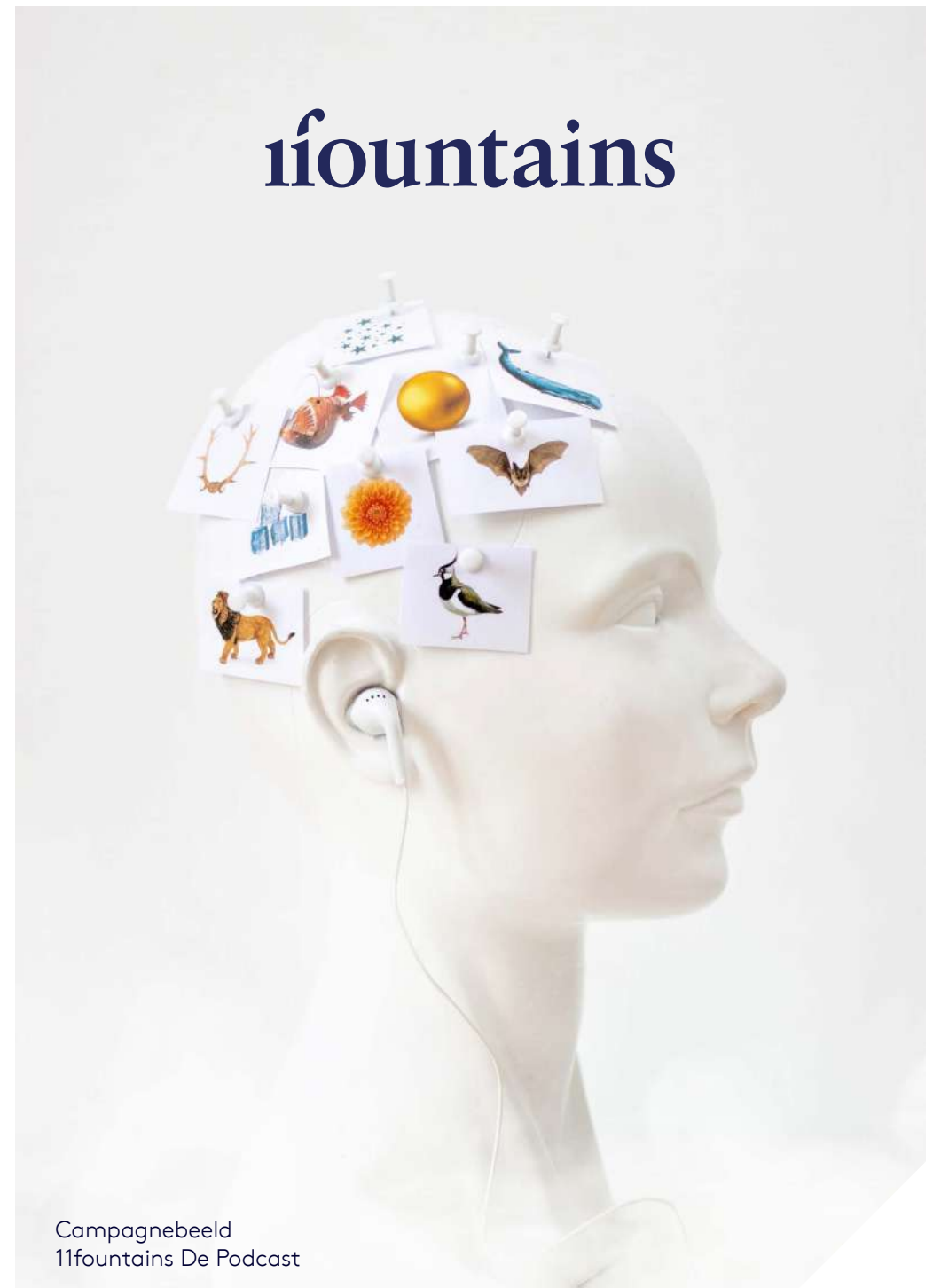
Zeilen is veel meer dan alleen maar zeilen. Vraag dat maar aan iedereen onder de 30 die wel eens op het IJsselmeer, de Friese Meren of de Waddenzee is geweest. Onder invloed van de zeewind en het woelige open water worden vriendschappen voor het leven, een week en soms nóg korter gesloten.



4 / 11 FOUNTAINS

4.1 / 11 FOUNTAINS

Het was een bijzonder jaar voor de 11fountains want we vierden feest! Het is namelijk 5 jaar geleden dat 11fountains hun eerste kletterdei meemaakten. Het is tegenwoordig een jong erfgoed dat zich steeds meer verankert in onze samenleving. Waar de meningen eerst nog verdeeld waren, overheerst nu trots in de gemeenschap en zijn de 11 fontein en in de 11 steden van Fryslân omarmd. Heb 5-jarig jubileumjaar was een druk jaar waarin we de stadgezichtsenserie voltooiden, samenwerkten met Arriva, de podcasts lanceerden, en Kletterdei vierden in Franeker met een speciaal c(h)ampagnebeeld.



4.2 / ONLINE RESULTATEN

DOEL	RESULTAAT	TOELICHTING
Unieke bezoeken 11fountains.nl 40.000	21.976 (11f.nl)	Focus voor de fontein lag in veel gevallen op de pagina op friesland.nl. Zo zijn de unieke bezoekers en weergave doelen voor de fontein ruim bereikt.
Unieke paginaweergaven 75.000	48.037	
Unieke paginaweergaven Friesland.nl/11fountains	87.864	
Facebook volgers	3.884	
Instagram volgers	1.065	
Bruto mediabereik 10.000.000	10.510.721	
Bruto Mediawaarde in euro 500.000	€ 558.733	

5.3 / HIGHLIGHTS

Alle media rondom het jubileumjaar en kletterdei hebben een bruto bereik van 1.985.623 en een mediawaarde van €12.574 opgeleverd

Het 5-jarig jubileum.

Kletterdei feestelijk gevierd in Franeker ondersteund door een mooi programma, berichten in social media en een wens/winactie.

Lancering laatste stadsgezichten.

De video's met stadgezichten in Stavoren, Harlingen, Sloten, Bolsward maakten de reeks van 11 stadsgezichten compleet.

Ontwikkeling en lancering van 11 podcasts van 11 minuten

Spetterende verhalen over de beleving van de fontein door de bezoekers en fans.

Arriva samenreis ticket

Stimuleert duurzaam vervoer en de beleving van de fontein als je minder te besteden hebt.

Persreis 11fountains: Alles is Cultuur



Campagnebeeld 5-jarig
jubileum 11fountains

11

5 / MEETCENTIVES

5.1 / MEET IN FRIESLAND

Het team van Meet in Friesland houdt zich bezig met de positionering van Fryslân als zakelijke bestemming voor bijeenkomsten, meetings en incentives. In 2023 hadden de thema's 'Buitenwerken' en 'Opladen Friesland style' onze volle aandacht. Twee onderwerpen die goed passen in de uitnodiging aan de zakelijke markt om op expeditie te gaan in Fryslân.

Het doel van 'Buitenwerken' is om Fryslân te positioneren als dé bestemming voor een inspirerende zakelijke bijeenkomst waar je buiten zijn integreert met je werk. Het is tenslotte bewezen dat buitenlucht gezond is. We inspireerden met workations, locaties en activiteiten waarbij je de frisse lucht en natuur kunt opzoeken en motivatie om buiten te brainstormen of werken.

Onze aanvulling op de campagne 'Opladen Friesland style' had als doel om Fryslân te laten zien als inspirerende winterbestemming voor bedrijven. Werkgeluk, stoere activiteiten en sfeervolle locaties stonden centraal om te laten zien hoe je gelukkig en gezond aan het werk blijft in de winterperiode.

Twee succesvolle campagnes die samen een mediabereik opleverden van

> **55 MILJOEN.**



5.2 / RESULTATEN

DOEL	RESULTAAT	TOELICHTING
Unieke bezoekers 25.000	9.536	Waar we eerder deze doelstelling haalden, ziet het er voor 2023 anders uit omdat Google op andere wijze metingen is gaan doen. Voor 2024 hebben we onze doelstellingen anders geformuleerd.
Volgers LinkedIn 1200	1.161	Vooraf dankzij de persoonlijke noot van het LinkedInkanaal van Yvonne.
Volgers Instagram 1000	1.258	
Mediabereik 750.000	55.000.000	55.000.000 - overtroffen vanwege de media-aandacht die de campagne Buitenwerken trok.

5.3 / HIGHLIGHTS

Buitenwerken werd opgepakt door De Telegraaf en RTL Online. En regionaal besteedde Omrop Fryslân in het programma Buro de Vries er uitgebreid aandacht aan. Ook Radio 1 en Qmusic repten over buitenwerken in Friesland, terwijl offline artikelen als paddenstoelen uit de grond schoten. Op onze landingspagina's konden luisteraars en lezers terecht voor aanbod en meer over het onderwerp.

5.3.1 / Highlights in cijfers

- Met 20 ondernemers aanwezig op de EventSummit in Jaarbeurs Utrecht
- Meet in Friesland was bij 7 verschillende (netwerk) events
- Het eerste Locatiecongres voor zakelijke locaties uit Fryslân met 75 deelnemers
- 4 persreizen
- 18 artikelen in vakmedia en pers
- 9 Instagram take-overs

BUITENWERKEN IN HET NIEUWS

Binnentuin als echte kantoor- toortuin, buiten werken maakt creatiever

Goatsje de Vries

4 juni, 12:00 • 4 minuten leesijd



Yvonne Huiteman van Merk Fryslân werkt buiten.
© Oetjens Fryslân, Doornikend Vries

Werken in de buitenlucht is goed. Volgens wetenschappelijk onderzoek worden mensen er creatiever en productiever van. Ze hebben meer energie als ze buiten werken.

Merk Fryslân, de organisatie voor Fryslân-promotie, wil dat Fryslân voorop loopt in het buiten werken. Zelf werken de medewerkers van Merk Fryslân ook veel meer buiten. Van het binnentuintje is een echte kantoortuin gemaakt, met veel groen en een aantal werkplekken. Yvonne Huiteman merkt dat het haar goed doet. "Ik heb meer energie en ik ben echt creatiever als ik buiten werk."

Meer buitenwerkplekken

Zij wil ervoor zorgen dat er meer buitenwerkplekken komen in Fryslân en dat bedrijven binnen- en buiten Fryslân hierheen komen om bijvoorbeeld een teambuilding- of een brainstormsessie te doen.

Productiever en gezonder buiten het kantoor

Beter werken in de frisse buitenlucht

door Marijn Visser

NES • Je hebt werkt beter buiten. Je kunt meer oplossingen vinden, je voelt minder stress. Toch werken we meestal in een kantoorruimte onder tielicht, in plaats van tussen echte bomen. Dat kan anders en dat gaan we een dagje ervaren. "Slacht woert" Er bestaat alleen slecht te kleding."

Maria Dooper en Marijn van den Berg maken er met hun bedrijf Buitenbomen hun eigen versie van de natuur te helpen meer buiten te werken. Om dat te bereiken zijn ze uitgenodigd bij de natuurvakantiefestivals in Friesland, midden in de wetlanden bij Akkrum.

Veel meer buiten wordt het niet gaan en groen over het oog kan zien, en regelmatig reizen de ranselende bussen voorbij. Geen tussentijdse locatie het samenbrengen met de natuur is Friesland met de papertje ingeprent, vertelt Yvonne Huiteman van Merk Fryslân, die de "Frisse paradijs" uitlijnt. "Mensen zijn hier niet per se rijk, maar wel heel gelukkig."

Veel buiten zijn draagt daaraan bij, blijkt uit onderzoek. Dat komt in maar wel meten siddingen het kwik komt niet ver boven de 1 graden. Toch prima voor om de dag te beginnen met een kennisgevingssessie. Ook een hagebulten een verfrissend begin van de dag. Een werkstart of een cursusdag begint vaak met een kennis-



wandelen door", zegt Van den Berg. "Dan brainstorm ook, juist! Je bent niet meer in de buitenlucht en je bent creatiever."

De voorbelden blijken duidelijk uit onderzoek, vertellen zij. In de natuur zijn vaak werken productiever, meer gefocust en er minder vaak ook. Zelfs kijkt naar een neoplant leeft al een rustgevend effect. Van den Berg: "Jij de gevraagd is, dan is de natuur een beetje anders."

Veel buiten zijn draagt daaraan bij, blijkt uit onderzoek. Dat komt in maar wel meten siddingen het kwik komt niet ver boven de 1 graden. Toch prima voor om de dag te beginnen met een kennisgevingssessie. Ook een hagebulten een verfrissend begin van de dag. Een werkstart of een cursusdag begint vaak met een kennis-

tuur naar hun werkplek. Daar zijn de minste oplossingen van alle IT's van Nederland. Een ander voorbeeld is Ferrari, dat een fabriek in Italië ontwerpt in een groene oase. Het aantal buiten nam af, de werknemersvredelied toe. Veel bedrijven hebben

een slechte kleding". In moderne bedrijvenbouw kan buiten ook naar binnen worden gehaald, met veel glas en planten. Bij Pean hebben ze daarvoor een paar volledig glazen penshuisjes ontworpen. Ze lukt het goed dat je midden in het veld staat, maar je bent wel beschermd tegen regen en wind. Op een houten bord staat een motto: "Je moet 30 minuten per dag in de natuur moeten doorbrengen. Tenzij je het heel druk hebt. Dan misten een uur."

Toegewijde het werkt lekker. Waar je nu een lange dag in een bedrukt kantoor wat uitgeleefd kan voelen, is dat na een dag buitenwerken zeker niet het geval. Maar tikken met halfbevoeren vingers is ook niet alles. Dan zoeken we een plek, en lekker de ruimte van de lichte op. Je hoeft niet ergens altijd buiten te zijn.

afwisseling is prettig", zegt Van den Berg. "Over bijvoorbeeld een fresh air Friday in

Vaker naar buiten onder werktijd: 'Go eens brainstormen in de frisse lucht'

Door Kira van Goolen

15 april 2023 13:20 • Aangepast 15 april 2023 13:20



Met collega's een frisse ruime buiten.

Een wandeling met je leidinggevende of een vergadering in de kantoortuin, het is gezond om vaker weg te stappen van je bureau en even naar buiten te gaan. Dat voert voor veel Nederlanders als pijnbelen, maar we zouden dat moeten normaliseren. "Door lopend te vergaderen ben je creatiever en efficiënter."

Advertentie geplaatst door Google

Tijdens de coronapandemie hebben we wat afgewend met zijn allen, maar nu we langzaam maar zeker weer vastgezet op kantoor zitten, zijn bij veel mensen de dagelijkse ommetas komen te vervallen. En dat is zonde, want we doen ons brein geen plezier met de hele dag achter een bureau zitten.

Maria Dooper en Marijn van den Berg komen beiden uit het bedrijf/bureau waar ze tegen de zhouhuur aan liepen. "Dan sta je in de auto, reed de parkeerplaats in, stapte in de lift, kroop achter mijn bureau en na acht uur zitten, stapte ik weer in de lift", vertelt Dooper.

OMROP FRYSLÂN
4.000.000
bezoeken per maand

TELEGRAAF
6.839.000
bezoeken per maand

RTL NIEUWS
42.500.000
bezoeken per maand

6 / WADDENEILANDEN

5.1 / WADDENEILANDEN

Team Waddeneilanden zet zich in om de vijf Nederlandse Waddeneilanden bij de duurzame toerist in Zuid-Nederland, Vlaanderen en de Duitse grensregio's onder de aandacht te brengen. De focus ligt op de Friese eilanden en het bereiken van de kwaliteitstoerist. Deze bezoekers zijn geïnteresseerd in natuur en cultuur, houden van unieke belevenissen en willen een zo laag mogelijke footprint achterlaten. Samen met de VVV-kantoren op de eilanden werken we aan campagnes, die aandacht genereren om de eilanden ook buiten de zomer te bezoeken.

5.2 / HIGHLIGHTS

De campagne 'Niet voor Wadjes' werd aangevuld met eilanderverhalen. Echte eilanders vertelden over hun favoriete activiteit en namen de kijkers en lezers mee op expeditie over het eiland. In de vorm van negen mooie verhalen en video's brachten we deze persoonlijke kijk op het wad bij de Duitse en Vlaamse media. Uiteraard deelden ook de VVV's deze content met trots op hun kanalen. We regelden ontmoetingen tussen de eilanders en influencers en journalisten, waardoor de verhalen nog meer tot leven kwamen. [visitwadden.nl/eilanderverhalen](https://www.visitwadden.nl/eilanderverhalen)

LASST EUCH VON DEN INSULANERN DIE WATTENMEERINSELN ZEIGEN!

Die Wattenmeerinseln sind das ganze Jahr über the place to be. Nicht nur im Sommer, sondern gerade auch in den kälteren Jahreszeiten - im Herbst, Winter und im Frühling. In diesen Jahreszeiten prägt ein winterlicher Hauch die Landschaft, spürt man die Kraft der Naturelemente noch deutlicher und glitzern nachts Abertausende Sterne am Himmel. Um dies zu erleben, nehmen die Insulaner Marijke und Thijs euch gerne mit. Seid ihr bereit für dieses einzigartige Erlebnis?



Thijs de Boer

Strandgut sammeln mit Thijs de Boer

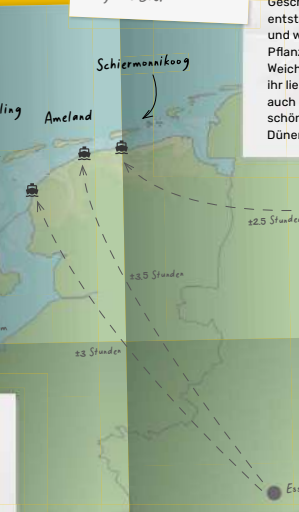
Thijs de Boer kennt Schiermonnikoog wie seine Westentasche und erzählt euch gerne seine Geschichten. So erklärt er euch, wie das Watt entstanden ist, wie die Gezeiten funktionieren und weshalb das Watt für Menschen, Tiere und Pflanzen so wichtig ist. Unterwegs sucht ihr nach Weichtieren, Garnelen und Fischen. Oder bevorzugt ihr lieber trockenen Untergrund? Thijs kennt sich auch in den Dünen sehr gut aus. Er zeigt euch, wie schön, wie herrlich und vor allem, wie wichtig die Dünen für Schiermonnikoog sind.



Marijke Barhorst

Taucht mit Marijke Barhorst in den Wald ein

Ein Spaziergang im Wald hilft gegen den Alltagsstress, senkt den Blutdruck und wirkt gegen Angst und Depressionen. Die Försterin Marijke weiß darüber inzwischen Bescheid. In den kalten Monaten, wenn es auf ihrer Insel ruhig ist, nimmt sie die Inselbesucher mit in den Wald, um Ihnen das Erlebnis des „Waldbadens“ zu vermitteln. „Während des Spaziergangs schreiten wir absichtlich langsam entlang der Nadel- und Laubbäume. Wir schauen dabei auf den Boden und konzentrieren uns auf das Abrollen der Füße... So erlebt man den Moment in vollen Zügen. Wir riechen an den Nadelbäumen, wir lauschen den Geräuschen um uns herum und betrachten unsere Umgebung mit ganz anderen Augen. Viel genauer. Habt ihr zum Beispiel schon einmal bemerkt, wie außergewöhnlich es aussieht, wenn ein abgebrochener Ast zwischen anderen Ästen hängen bleibt? Solche Dinge sieht man nicht, wenn man 'nur' wandert, aber man sieht sie, wenn man ein Waldbad nimmt.“



Fotos: Marcel van Kammen / Mike Bos

Möchtet ihr auch gemeinsam mit Insulanern auf eine Entdeckungstour? Dann besucht diese Seite: www.visitwadden.de/offseason

WADDEN

De Duitse Flow Magazine lezers werden getraakteerd op een spread met eilanderverhalen, opgemaakt alsof het een onderdeel is van het magazine.

5.2.1 / Highlights in cijfers

- Publicaties op ruim 24 mediakanalen in binnen- en buitenland.
- Negen video's over echte eilanders zichtbaar op Visit Wadden én de VVV's op de eilanden.



5.3 / RESULTATEN

DOEL	RESULTAAT	TOELICHTING
Bruto mediabereik 6.000.000	12.057.209	Door een meevaller konden we twee extra persreizen organiseren. Daardoor is ons doel ruimschoots behaald.
Mediawaarde €900.000	€ 2.877.514,28	Zie bovenstaand
Unieke bezoekers 350.000	415.214	
16.500 volgers Instagram	16.300	In Q3 is het Instagram kanaal van de eilanden ingevoegd in het kanaal van Visit Wadden.



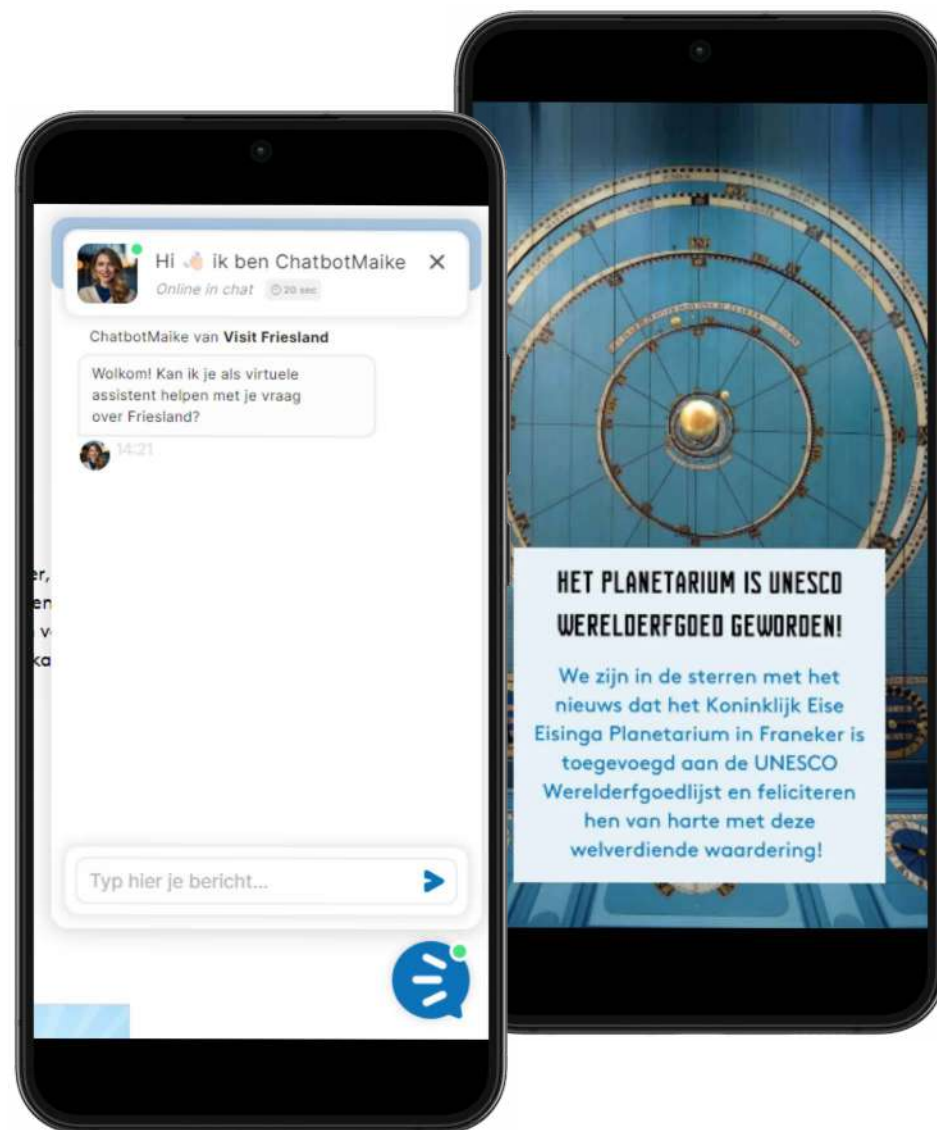
Highlight: de fotoshoot voor de campagne 'Niet voor Wadjes' van de Waddeneilanden deden we op Vlieland. Dat leverde gave beelden op.

7 / ONLINE

7.1 / ONLINE

Voor team Online draaide 2023 om het verbeteren van de klantreis op onze websites en online kanalen. We willen natuurlijk dat de bezoekers kunnen vinden wat ze zoeken. Tegelijkertijd zorgen we ervoor dat men ons in de zoekmachines nog steeds goed vindt.

We hebben onze doelen in kaart gebracht in KPI (kritieke prestatie-indicator) frameworks. Daardoor kunnen we nog scherpere keuzes maken en effectiever werken. Meestal door statistieken goed door te meten, maar ook door de keuze te maken om soms voor een groot bereik te gaan. Het effect daarvan is minder goed meetbaar, maar draagt wel bij aan de naamsbekendheid van Friesland. Verder hebben we ons AI lab in het leven geroepen om tools ChatGPT en een AI Chatbot te verkennen en goed te benutten.



Ons Instagram kanaal scoort met name goed op posts van de omgeving, natuur en drone-beeld. Daarnaast viel onze story over de benoeming van het Planetarium als Werelderfgoed goed in de smaak.

7.2 / RESULTATEN

DOEL	RESULTAAT	TOELICHTING
1.000.000 unieke bezoekers op Friesland.nl	1.319.541	
1.200.000 sessies op Friesland.nl	1.505.570	Sessies met engagement (langer dan 10 seconden op de site of meer dan 2 pagina's bezocht)
Pagina weergaven -	4.527.674	Bekijk de top tien meest bezochte webpagina's van friesland.nl op de volgende pagina.

7.3 / HIGHLIGHTS

Onze chatbot Maike helpt onze websitebezoekers realtime als ze vragen hebben. We trainen Maike met behulp van AI zodat ze de nodige antwoorden kan geven.

We hebben een switch gemaakt van 'traditioneel' gebruik van content naar meer reels, korte video's en stories. Het intensiveren en verfijnen van short-form video en social media content past bij deze tijd.

We hebben een groot SEO (Search Engine Optimisation) onderzoek gedaan om ervoor te zorgen dat de meest gezochte woorden ook een pagina hebben. Zo is onze website verrijkt met informatie over skûtsjesilen, fierljeppen, markten en rondvaarten. Uit het zoekwoorden onderzoek bleek dat hier veel vraag naar was.

› Webpagina over rondvaarten en praamvaren.



7.4 / TOP TIEN PAGINA'S

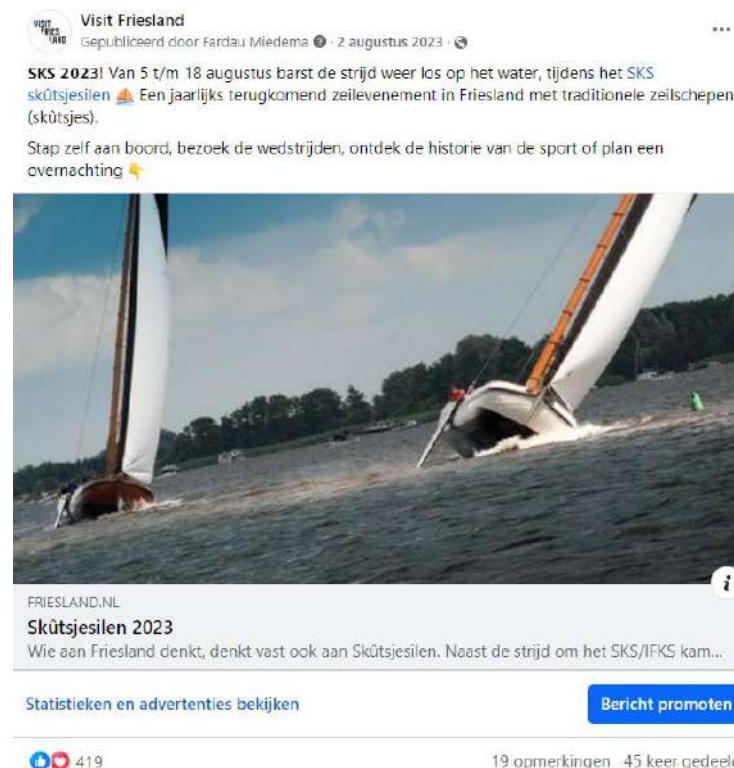
- 1 / nl/plannen/evenementen/agenda
- 2 / nl (homepage)
- 3 / nl/plannen/evenementen
- 4 / nl/zien-en-doen
- 5 / nl/op-de-kaart
- 6 / nl/ontdek/de-elf-steden
- 7 / nl/zoeken
- 8 / nl/uitgelicht/winter/kerstmarkten
- 9 / nl/uitgelicht/regios
- 10 / nl/zien-en-doen/activiteiten/1000-routes/alle-routes

7.5 / ENGAGEMENT

Op Facebook wordt er vaak gescoord met posts waar vooral Friezen trots op zijn. Net als op Instagram. Benoemingen, awards, erkenning en typisch Friese activiteiten en plekken. Zo ook dus het Skûtsjesilen.

Een keer per week nemen we mensen mee in de Friese taal en vragen we ze naar het antwoord op een vraag, de betekenis van een woord of uitdrukking of een andere link met Frysk.

Bijgevoegd de posts die de meeste reacties opleverden.



Locaal, biologisch en kleinschalig. Tsja... deden wij dat niet al gewoon een paar eeuwen?
Wat er bij is gekomen zijn koffietentjes, hippe sterrenrestaurants en ontbijt-bars. We zijn tenslotte ook niet van gisteren.

TUSSEN DOORTJE

FRIESLAND STYLE 



CONCEPT & CREATIE

Vanuit de merkstijl adviseert en ondersteunt de afdeling C&C de marketeers bij de ontwikkeling van campagnes en communicatiemiddelen, zoals teksten, video's, fotografie en vormgeving.



9 / TRAVEL TRADE

5.1 / TRAVEL TRADE

Met de tak Travel Trade bereiken we reisorganisaties en online boekingsplatformen. We werkten in 2023 samen met het NBTC, Holiday Check, Expedia group en Weekendje weg om potentiële bezoekers in Duitsland, Nederland en België te interesseren voor een vakantie in Fryslân.

5.2 / RESULTATEN

RESULTAAT		TOELICHTING
B2C bereik	5.076.000	
B2B bereik	421.300	
Beursbezoeken	4	Boot Düsseldorf ITB in Berlijn NBTC Trade Event in Eindhoven TravDay in Brussel

5.3 / HIGHLIGHTS

Nieuw in 2023 was onze deelname aan de TravDay in Brussel. Deze eendaagse beurs is gericht op reisagenten en reisbureau medewerkers, die we met een presentatie meenamen naar al het moois wat onze provincie te bieden heeft.

De samenwerking met HolidayCheck is voortgezet om dat wat we in 2022 hebben opgebouwd te benutten. Deze keer riepen we ondernemers op om hun vermelding op HolidayCheck bij te werken.

Samen met team Pers & PR en Concept & Creatie zorgden we voor een artikel in de Trouw over de Friese Elfstedentocht.

VISWIJF

FRIESLAND STYLE



De handen uit de mouwen steken als een baas. Door de eeuwen heen trokken de vrouwen van vissers langs de kust om kokkels en mosselen te rapen. Terwijl de mannen naar verre oorden als Nieuw Amsterdam of India reisden om te handelen, zorgden de vrouwen voor huis en haard in de Friese havensteden. Als symbool van de hardwerkende vrouw is een viswijf iemand om trots op te zijn.

10 / DESTINATIEMANAGEMENT

10.1 / DE BASISMONITOR

Met het ontwikkelen van de **Basismonitor** hebben we een essentiële stap gezet om onze ambities waar te maken. De basismonitor wordt gevuld door monitors uit de sectoren Bezoekers, Bedrijven, Bewoners, Beleid en Bestemming.

De basismonitor:

- Is gebaseerd op aanwezige data uit het CBS en andere bronnen.
- Is gepresenteerd bij het FTK, RMT Noord-oost Fryslân en de Kennisdag aan stakeholders bij gemeenten, musea, accommodaties en nationale parken. We hebben ze geïnformeerd welke data en inzichten ze uit de basismonitor kunnen halen.
- Is ontwikkeld met afstemming met een brede klankbordgroep voor 7 sectoren.
- Wordt gevoed door een vragenlijst: een Continu Bezoekersonderzoek Fryslân.
- Wordt gevoed door 50 toeristische locaties die zich aanmeldde en een promotiepakket ontvingen om de vragenlijst onder de aandacht te brengen bij hun bezoekers.
- Wordt gevoed door interviews uit de samenwerking met Firda en NHL Stenden. 100-150 studenten worden als interviewers ingezet vanaf voorjaar 2024.

Ook is in 2023 een leverancier geselecteerd, die de Digitale Nachtregistratie (DNR) kan faciliteren. En is er een startdocument opgesteld voor de Friese gemeenten. Vele gemeenten hebben interesse en de eerste 3 gemeenten hebben zich aangemeld om in 2024 een start te maken met DNR.

Vanuit de leidraad Bestemmingsmanagement vult Merk Fryslân op deze manier haar rol in als omgevingsmanager om de stappen 'monitoring' en 'analyse' verder invulling te geven.

10.2 / WAARDEVOL AANBOD

Merk Fryslân heeft zich ook actief ingezet om de sector te stimuleren om meer 'waardevol aanbod' te ontwikkelen. Dit past binnen de stap 'bestemmingsontwikkeling'.

Om dit tot stand te brengen hebben we:

- presentaties gegeven bij verschillende stakeholdersgroepen, zoals in de regio's, in het onderwijs (NHL Stenden, Firda) en het NRIT congres.
- het netwerk van Merk Fryslân en de kennis binnen Merk Fryslân ingezet om projecten verder te ontwikkelen en te uitwerken richting bijvoorbeeld het Waddenfonds en het rijk (LNV). Voorbeelden zijn: het Zilte pad, Wadden Cultuurlandschap, Agrotourisme, Gouden Gidsen Gilde, Wetter & Moar, Sense of Place Locket, Akkrum-Nes, Programma regiodeal Waddeneilanden, Programma waddenkust gemeenten, Visserij OntwikkelPlan.



› Promotiemateriaal
Continu Bezoekers-
onderzoek Fryslân

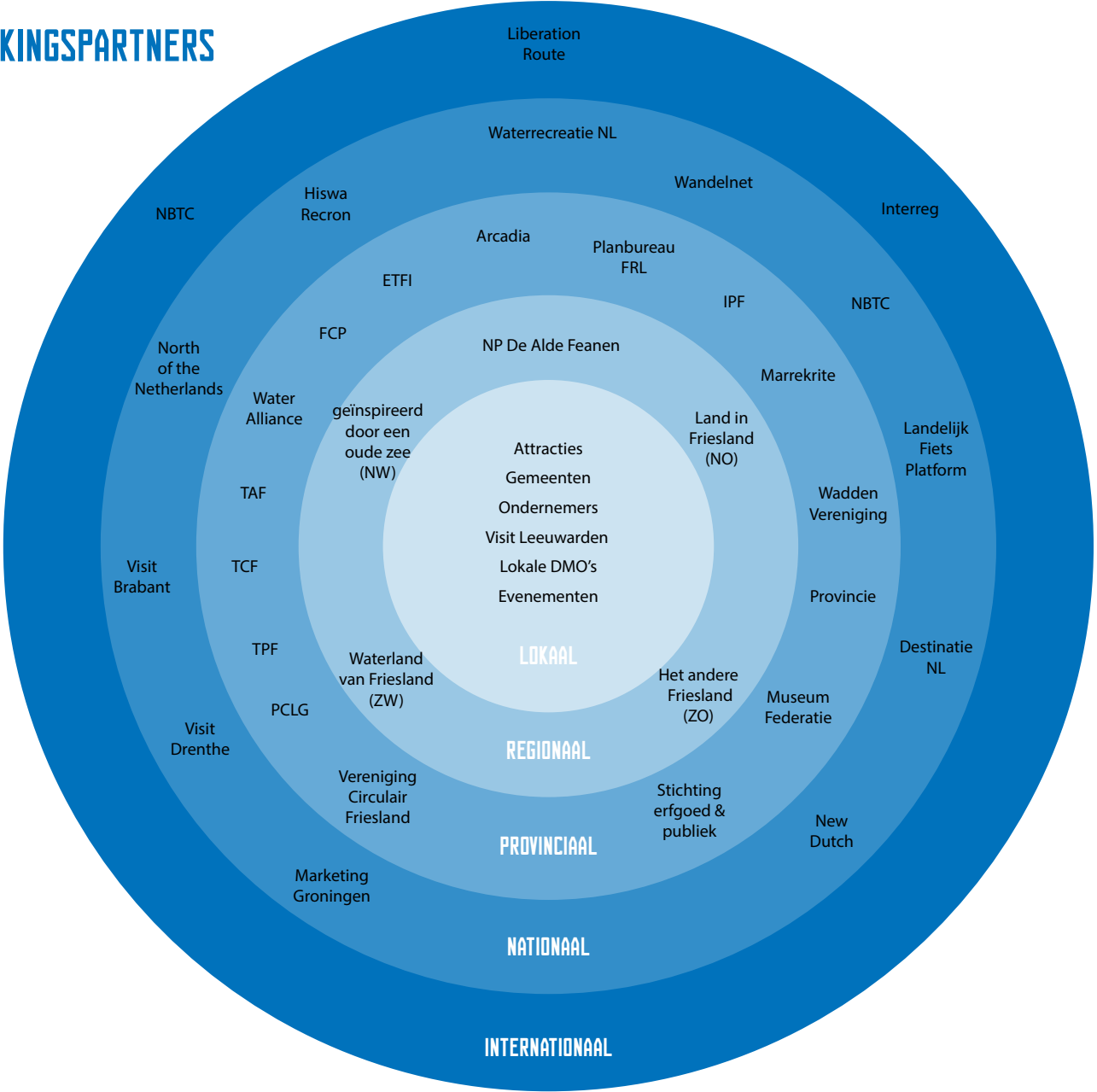
AVANT GARDE

FRIESLAND STYLE 

Uren rondhangen in een museum is leeftijdloos genieten. Of je nu van hypermodern of historisch houdt. Hier maak je kennis met kunstenaars die de tijd doorstaan en roots hebben in Fryslân. Alma Tadema, Escher, Jan Mankes en Jopie Huisman. Fryslân heeft haar eigen Avant Garde, de vooruitstrevende trendsetters die anderen doen volgen.



10.3 / ONZE SAMENWERKINGSPARTNERS



11 / DUURZAAMHEID

11.1 / DUURZAAMHEID

Binnen Merk Fryslân hebben we een duurzaamheidsplan met als doel om bij te dragen aan de ambitie om de meest duurzame, circulaire en gastvrije bestemming van Europa te worden. Dit doen we vooral door samenwerking met een aantal partijen:

- Vereniging Circulair Friesland
- Netwerkgroepen als: NBTC, SDG Netwûrk Friesland, Duurzame bestemming Friesland - Green Destinations, Duurzame bestemming Nederland, Groene Destinatie Friesland
- TAF, VCF en Provinsje Fryslân

Het team van Merk Fryslân creëert bewustzijn voor een betere wereld. Zo behaalden we het SDG certificaat zodat we zichtbaar maken op welke onderdelen we actief zijn. Alleen al door het hele jaar op ons kantoor een vegan/vegetarische lunch te bieden dragen we een flinke steen bij aan die betere wereld. In een jaar tijd bespaarden we met onze lunchkeuzes evenveel CO2 uitstoot als 10.000 bomen in jaar kunnen opnemen.

11.2 / ONS DOEL

“In 2025 heeft de Provinsje Fryslân het certificaat Green Destinations ontvangen en staat daarmee in de top 10 van Europa.”

Dat bereiken we door samen te werken met overheden en het bedrijfsleven. Door kwalitatief aanbod te maken, zorgen we ervoor dat 80% van de gasten in Friesland bewust zijn van wat ze kunnen doen om de natuur te respecteren en hoe ze, vooral tijdens een vakantie, bijdragen aan een duurzamere wereld. De speerpunten hiervoor zijn:

- Meer bewustzijn creëren bij bezoekers hoe je tijdens je vakantie een lage footprint realiseert
- In al onze campagnes is aandacht voor duurzaam reizen
- We initiëren en promoten aantrekkelijk, duurzaam en circulaire aanbod in Fryslân en haar Waddengebied
- Er zijn beleefbare circulaire iconen circulaire routes
- We inspireren en stimuleren bezoekers om te kiezen voor duurzame overnachtingen, restaurants, activiteiten en vervoer.

11.3 / HIGHLIGHTS

- SDG certificaat voor Merk Fryslân als team en DMO
- Het Congrestival, een samenwerking van Merk Fryslân, Circulair Friesland, TAF, Provinsje Fryslân
- De Skjin Wetter Campagne, een samenwerking van Merk Fryslân, Circulair Friesland, TAF, Provinsje Fryslân. Deze campagne was voorheen alleen gericht op scholen en verenigingen en is nu doorgevoerd binnen de gastvrijheidssector.
- We werkten mee aan het initiatief 'Ode aan de washand' van Waterland van Friesland: de landingspagina en de hashtag #douchelief ondersteunen de campagne. Samen met een persbericht en waslijnen met washandjes bij ondernemers, kreeg dit onderwerp media aandacht binnen en buiten de provinciegrens.





De campagne 'Ode aan de washand' werd opgepikt door RTL. Bekijk hier het item: [RTL Nieuws](#)

12 / FRYSK

12.1 / FRYSK

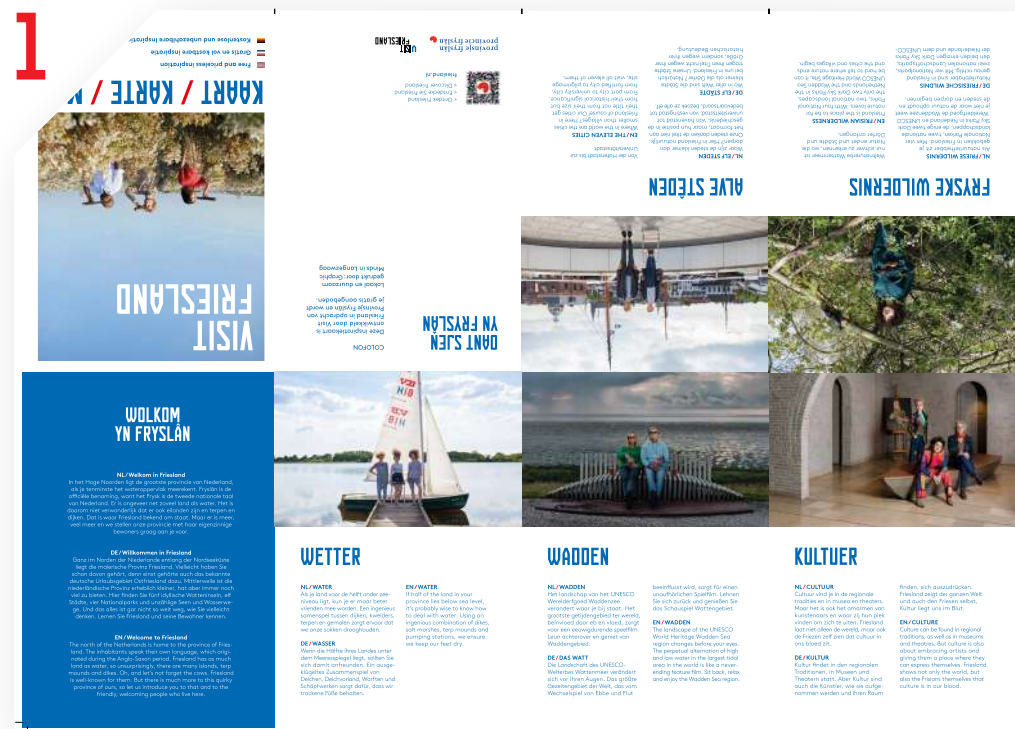
Us unike taal sette wy yn as USP (Unique Selling Point). It is gjin reason to travel, mar wol in ûnderdiel fan ús kultuer en histoarje. De Friezen sille de besikers gastfrij ferwolkomje yn harren eigen taal, mar net ferlegen wêze om de nijsgjirrige besiker in wurdje Frysk te learen (2). Merk Fryslân motivearret it brûken fan it Frysk.

12.2 / HIGHLIGHTS

Ynspiraasjekaart (1) De ynspiraasjekaart befettet Frysktalige koppen mei dêrûnder de Nederlânske, Dútske en Ingelske oersetting.

Fryske sporten Op de webside binne in tal lâningspagina's fan de typyske Fryske sporten tafoege, lykas keatsen, fierljeppen en skûtsjesilen

Fryske Taal Toolkit Dy ha we ferline jier presintearre by it Frysk Toerisme Kongres en om't dêr safolle fraach nei is, koene we dit jier de twadde en korrizjearre edysje opstjoere nei ûndernimmers.



2

Wat is jouw favoriete FRIESE WOORD?
deel je favoriet in de reacties

125 opmerkingen · 9 keer geïnterakt

LEER EEN WOORDJE FRYSK

In Friesland hoor je een andere taal, de tweede taal van Nederland. We laten je er maar wat graag kennis mee maken!

Spiedcursus Frysk

12.3 / RESULTATEN

DOEL	RESULTAAT	TOELICHTING
Op syn minst ien Frysk wurd op de 500 wurden.	Mear as genôch	Wêr't dat kin, brûke we in moai Frysk wurdasje foar de bewenners en de besikers om har oer te fernuverjen.
Alle wiken is it Fryske Freed.	52 Facebook posts mei in protte ynteraksje	
Us taal útdrage as offisjele taal fan Nederlân, dêr't we grutsk op wêze meie.	Yn elk lokaal parse-berjocht binne de kwoaten fan Martin Cnossen yn it Frysk.	

IT MEI IN
BYTSJE
MEAR WÊZE



Het begrip 'stad' is nogal rekbaar in Friesland. Zo zouden de meeste niet-Friezen het merendeel van de beroemde Elfsteden niet direct als steden betitelen. Maar al staan er geen skyscrapers, onze steden barsten van de cultuur. En je kunt ze alle 11 ook gewoon met de auto doen.

SKYLINE

FRIESLAND STYLE 

AFTITELING

FRIESLAND STYLE

Dit jaarverslag is op duurzame wijze digitaal opgemaakt door de Merk Fryslân

Met dank aan alle openhartige samenwerkingen met regio's, bestuurders en ondernemers als
ook lokale kennisorganisaties zoals de Marrekrite, Afûk en vele anderen.
Hertlik tank foar jimme oandacht.