

PERSBERICHT

Friesland beleeft geslaagd Frysk Toerisme Festival voor een toekomstbestendige vrijetijdssector

Leeuwarden, 12 maart 2026 – In WestCord WTC Hotel Leeuwarden kwamen vandaag ruim 300 professionals uit de Friese gastvrijheidssector bijeen voor het Frysk Toerisme Festival. Het evenement, dat werd georganiseerd door Merk Fryslân, bracht een programma met kennis en innovatie rond de vraag hoe toerisme blijvend kan bijdragen aan de economische, sociale en ecologische kwaliteit van de provincie.

Gedeputeerde Friso Douwstra hecht grote waarde aan de aandacht voor ontwikkelingen in de sector: “Toerisme en recreatie in onze provincie vormen een enorm belangrijke bouwsteen binnen onze brede welvaart, die verder reikt dan het Fryslân van nu”, geeft Douwstra aan.

Toekomst van toerisme en brede welvaart centraal

Het festival nodigt uit om gezamenlijk stil te staan bij de wezenlijke transities die zich in de provincie afspelen. Deelnemers wisselden inzichten uit over hoe Fryslân met een sterke, toekomstgerichte sector kan blijven bouwen aan leefbaarheid, natuurkwaliteit en een gastvrij landschap: waarden die centraal staan in de strategische koers van Merk Fryslân. Bij het verrassingsmoment voor afzwaaiend TAF-voorzitter Gerard Kremer, die zich jarenlang met grote betrokkenheid voor het toerisme in Friesland heeft ingezet, werd benadrukt dat met nieuwe trekkers Herman Schreuder en Natasja Kesteloo de Toerisme Alliantie Friesland klaar is voor een hoopvolle, nieuwe periode waarin ondernemers, overheid en onderwijs gezamenlijk voor versteviging van een eigentijdse en trendgevoelige sector gaan.

Vernieuwende perspectieven van Scholtens, Hartman en Middendorff

Het inhoudelijke programma werd geopend met twee keynotes over toekomstdenken en veranderkracht. Toekomstonderzoeker Jeanneke Scholtens nodigde de zaal uit tot een mentale reis naar de toekomst. “Dat is meer dan fantaseren: je kunt jezelf zien als je oudere zelf, in een andere levensfase, en met een andere rol. “Vanuit dat perspectief kun je gaan inzien welke kansen dat voor het heden biedt”, aldus Scholtens. Met deze oefening daagde zij het publiek uit om met een frisse blik naar de groeiende rol van toerisme in Fryslân te kijken.

Stefan Hartman (European Tourism Futures Institute) bouwde voort op deze denkoefening en presenteerde de future triangle: de urgentie om te veranderen, de kansen die de toekomst biedt, de weerstand die verandering soms belemmert. Hartman riep de sector op om radicalere scenario's niet te schuwen: “Daarin zit de waarde voor de sector, maar vooral ook de toegevoegde waarde voor de brede welvaart.”

Michiel Middendorff – draagkracht en draaglast als strategische opdracht

Na een verdiepende plenaire start namen festival gasten deel aan diverse

werksessies, zoals die van Gijsbert Koren, Freya Liemburg en Michiel Middendorf. Laatstgenoemde reflecteerde kritisch op de waarde van onze bestemming als strategische motor in maatschappelijk en economisch opzicht. Hij adviseert profilering specifiek te kiezen en daar gezamenlijk voor te gaan staan. Die profilering kan niet ontstaan zonder concessies te doen. Middendorf, die internationale ervaring heeft met bijvoorbeeld organisatie van de NAVO-top, focuste tevens onverminderd op de impact voor de lokale stakeholders, en onderstreepte dat strategische keuze in toerisme uiteindelijk moet landen bij de mienskip: de mensen die wonen, werken en ondernemen in Fryslân.

Integrale profilering van Fryslân

Directeur Martin Cnossen lichtte namens Merk Fryslân toe hoe er gewerkt wordt aan een integrale profilering van Fryslân als plek om te wonen, werken en te ondernemen, maar ook om te studeren en te recreëren. In samenwerking met Economic Board Fryslân wordt een strategisch marketingplan ontwikkeld dat deze domeinen met elkaar verbindt. “De tien procent waarmee toerisme in Friesland groeien zal, dient op regeneratieve wijze bij te dragen aan onze omgeving”, aldus Cnossen. “Een gezond, beleefbaar landschap is een belangrijk *unique selling point* voor welk vestigingsklimaat we hier willen vormen met elkaar”.

Waardevol samenkomen tijdens het netwerkdiner

De dag werd afgesloten met een netwerkdiner in Restaurant élevé. Zo'n vijftig gasten spraken elkaar over kansen, samenwerking en vernieuwing binnen de sector. Onder leiding van chef Mike Kalkman genoten zij van lokale, verse gerechten. Jordy Muus, kartrekker van Boer&Chef, gaf daarbij een toelichting op de samenwerking tussen boeren en de keuken. Hij werkt aan innovaties die de korte keten beter zichtbaar maken voor ondernemers en bezoekers in de horeca. Zijn bijdrage maakte duidelijk hoe voedselkwaliteit, herkomst en regionale trots samenkomen in de gastvrijheidsbeleving.

EINDE PERSBERICHT

Noot voor de redactie

Neem voor vragen over dit persbericht contact op met pers@merkfryslan.nl.

Over Merk Fryslân

Merk Fryslân is de destiniemanagerorganisatie van de provincie. Vanuit de merken Visit Friesland en Visit Wadden zet de organisatie zich in voor waardevol bezoek: gasten die de Friese natuur, cultuur en mienskip waarderen en respectvol met de omgeving omgaan. Spreiding in tijd en ruimte, duurzaam toeristisch aanbod en versterking van het imago van Fryslân vormen de kern van het werk. Daarnaast werkt Merk Fryslân aan de bredere profilering van de provincie als aantrekkelijke regio om te wonen, werken, studeren en ondernemen, altijd met focus op brede welvaart en leefbaarheid. De Friese kernwaarden zelfsturend, coöperatief en betekenisvol vormen daarbij het fundament.