

WATERLAND

VAN  FRIESLAND

JAARVERSLAG 2021 OP KOERS



TROCHGEAN

Ondanks corona, ondanks de lockdowns, ondanks het thuiswerken en ondanks vele quarantaines zijn we doorgestaan. Doorgestaan met ons beste beentje voor te zetten voor onze sector en leden. Doorgestaan met campagnevoeren, informeren, inspireren en gastvrij ontvangen van de vele toeristen.

Veel respect heb ik voor onze leden die in het lastige jaar 2021 steeds weer positief zijn gebleven, zijn blijven ondernemen en zijn blijven zoeken naar mogelijkheden en kansen. Ik hoop dat zij hiervan in 2022 de vruchten mogen plukken!

Waterland van Friesland heeft afgelopen jaar wederom laten zien dat het een top bestemming is voor zowel liefhebbers van water als cultuur en natuur. Ondanks de lockdowns hebben we een groot aantal toeristen (waaronder veel eigen inwoners) mogen ontvangen.

In dit jaarverslag nemen we je mee door het afgelopen jaar met betrekking tot onze werkzaamheden en resultaten die we hebben behaald. Drie jaar na onze oprichting zien we dat onze koers helder is en de richting bepaald.

Vol vertrouwen kijk ik uit naar de komende jaren, waarin we als één krachtige regio samen werken aan een duurzame én bloeiende bestemming Waterland van Friesland.

Floriaan Zwart
Directeur VVV Waterland van Friesland

JAARVERSLAG 2021 VVV WATERLAND VAN FRIESLAND /// SEIZOENSVERLENGING /// KERNTAKEN ///
FINANCIËN /// VERBINDEN /// GASTVRIJHEID /// INFORMATIEVOORZIENING /// MARKETING /// CIJFERS

ZAKELIJK.WATERLANDVANFRIESLAND.NL



ORGANISATIE

Onze organisatie blijft zich ontwikkelen, verbeteren en professionaliseren. De energie en de competenties die we nu hebben, moeten we blijven ontwikkelen. Zo kunnen we de kerntaken kwalitatief goed uitvoeren. Daarom blijven we investeren in onze organisatie en medewerkers met als doel een duurzame bestemming.

Onze werkzaamheden onder de kerntaak verbinden bestonden in 2021 uit:

- Personeelsbeleid voor betaalde medewerkers en vrijwilligers
- Planning van onze gastvrouwen en -heren
- Financiële administratie inclusief verantwoording
- Kennis over- en ontwikkelingen in onze sector bijhouden
- ICT, distributie en ondersteuning
- Schrijven persberichten

Kerntaken

Dagelijks werken wij als organisatie aan onze vier kerntaken verbinden, gastheerschap, informatievoorziening en

marketing. In dit jaarverslag laten we de belangrijkste inspanningen en resultaten per kerntaak zien.

CRM

De basis implementatie van ons CRM is eind 2021 in gang gezet. Vanuit het CRM gaan we de gegevens van onze leden beheren op een professionele manier. Daarnaast gaat het CRM ook de verkoop van onze producten en diensten stroomlijnen.

Nieuw kantoor

Eind 2021 zijn we met het kantoorpersoneel verhuisd naar een nieuw kantoor aan het Waagplein 4a in Joure. Deze locatie is praktisch naast de winkel en het 'oude' kantoor in Joure dat ook nog in gebruik is.

Jaarplan 2022

In 2021 schreven we, voor het eerst, een extern jaarplan voor het aankomende

jaar. Dit plan is actief gedeeld met onze stakeholders en te lezen op ZAKELIJK.WATERLANDVANFRIESLAND.NL.

Verhoogde subsidie

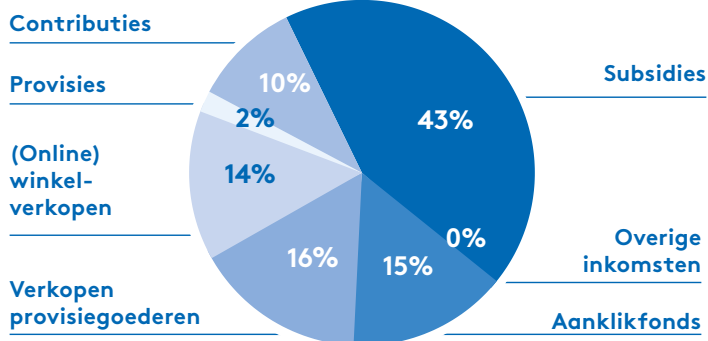
Na een intensief traject met als basis ons 'Koersdocument richting 2025' is onze subsidie vanuit de beide gemeenten met vier jaar verlengd en verhoogd met € 230.000,- op jaarbasis.

Financiën

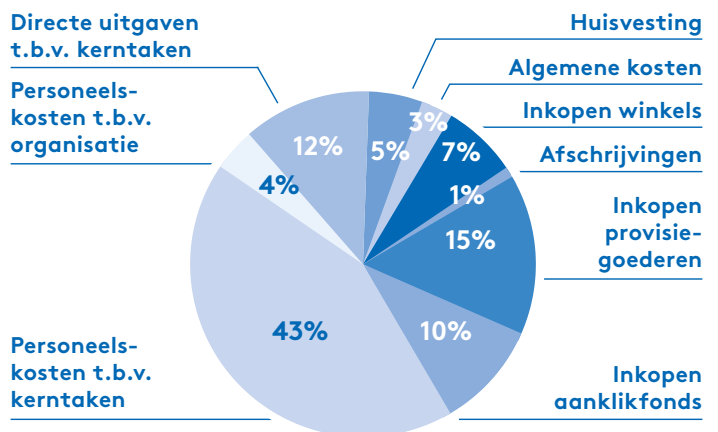
De ontvangen subsidies in 2021 zijn € 232.305,- van Gemeente De Fryske Marren en € 239.100,- van Gemeente Súdwest-Fryslân. Via verschillende projecten is er ca. € 40.000,- aan projectgelden van de Provincie Fryslân verkregen. In 2021 is een verlies geleden van ca. € 40.000,-.

Een financieel jaarverslag zal separaat van dit verslag worden opgemaakt en gedeeld met onze stakeholders.

INKOMSTEN



UITGAVEN



ORGANISATIE GEGEVENS

22 Medewerkers (11 fte)

- 9 in vaste dienst
- 13 via tijdelijk (seizoen)contract
- 1 in dienst via Empatec
- 2 via dienstverlening overeenkomst

73 Vrijwilligers

- 80 Gastheren/vrouwen via externe locaties
- 4 Stagiaires
- 7 Bestuursleden
- 16 VVV locaties
- 19 Informatiepunten

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 leden.

VISIE

Een jaar rond duurzaam recreëren door inwoner en toerist in Waterland van Friesland.

DUURZAME BESTEMMING

Gezamenlijk profiteren van toerisme met behoud van onze eigen identiteit, cultuur en kernwaarden. Hierbij staat niet groei maar kwaliteit voorop. Zo zien wij het toerisme voor onze regio.

KERNWAARDEN

MEI-INDAR

We werken met elkaar. Van vrijwilliger tot betaalde medewerker. We delen kennis om als individu en als collectief te groeien.

DARS TINKEND

We zijn graag creatief op een Friese manier, net even anders dan anders.

GEWOAN DWAAN

Wij staan voor hard werken en mooie resultaten, maar blijven nuchter en bescheiden.

Onze kernwaarden fungeren als kompas voor onze organisatie en raken de kern van wie we zijn en hoe we handelen.

FLUCH SKEAKELJE

Wij zijn een klein team wat snel kan schakelen en kan inspelen in (plotseling) veranderende situaties.

IEPEN

We streven naar openheid. We zijn het gezicht van onze regio en nemen de tijd onze gasten optimaal te ontvangen.

OPRJOCHT

We zijn eerlijk naar elkaar en naar onze stakeholders. Geen verborgen agenda's en recht door zee.

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.

Onze werkzaamheden onder de kerntaak verbinden bestonden in 2021 uit:

- Werven en verbinden van (nieuwe) leden
- Contact met leden onderhouden (mail, post, telefonisch, bijeenkomsten, ALV, campagnes, sociale media, zakelijk, waterlandvanfriesland.nl)
- Leden adviseren over producten en diensten
- Presentaties en afspraken met ondernemersverenigingen en promotie clubs
- Overleggen en samenwerkingen met stakeholders binnen en buiten de regio (o.a. Merk Fryslân, regioanagers, TAF, museumdirecteuren, wethouders, ambtenaren, VVV Nederland, NBTC)
- Aanhaken op provinciale en regionale initiatieven om data te verzamelen en verspreiden
- Aanhaken bij nieuwe initiatieven en productontwikkeling

Leden bijeenkomsten

Onze Algemene Leden Vergadering in het voorjaar werd digitaal gehouden en de netwerkbijeenkomst in het najaar moest worden geannuleerd. Dit alles in verband met corona. Een verre van optimale situatie om te werken aan verbinding en te bouwen aan het netwerk.

Ledencontact

Ondanks dat er geen fysieke bijeenkomsten zijn geweest met onze leden, hebben we zowel digitaal (nieuwsbrief en sociale media) en per post actief contact gezocht met onze leden. Zo ontvingen zij, in het voorjaar, o.a. onze nieuwe regiokaart en het jaarverslag 2020.

Ledengroei

VVV Waterland van Friesland is gegroeid van 714 naar 817 leden. Dit is een groei van 14%. Groei van leden is geen doel op zich, maar het resultaat van onze inspanningen en enthousiasme van onze leden.

Presentaties

Ondanks dat veel geplande presentaties voor ondernemersverenigingen in 2021 niet konden doorgaan, werden in Sneek en Lemmer ondernemers geïnformeerd over de ontwikkelingen van onze gastvrijheidssector.

Reviewcampagne

Op initiatief van de Toerisme Alliantie Friesland (TAF) is samen met de vier regio's en Merk Fryslân in het najaar van 2021 een reviewcampagne gelanceerd. Het doel van deze campagne is om kennis over het belang van reviews te vergroten en deze meer te verzamelen. Meer informatie over deze campagne vind je op WWW.WATERLANDVANFRIESLAND.NL/REVIEWCAMPAGNE.

Gebieden

Binnen Waterland van Friesland hebben en zoeken we naar een sterke verbinding met gebieden zoals de Greidhoek en Gaasterland. Ook is er contact met het

Nationaal Landschap Zuidwest Fryslân en bezoekerscentrum Mar en Klif.

Media partner

Ying Media uit Sneek is mediapartner van VVV Waterland van Friesland. In samenwerking brengen wij ons magazine en kranten uit. Ook op het gebied van o.a. nieuws en contentcreatie staan we actief met elkaar in verbinding.

Regio organisaties

Zowel op bestuurlijk als organisatorisch vlak is er regelmatig overleg met de andere regio organisaties in Friesland. Ondanks het verschil in omvang van deze organisaties, is het waardevol om kennis en ervaringen te delen.

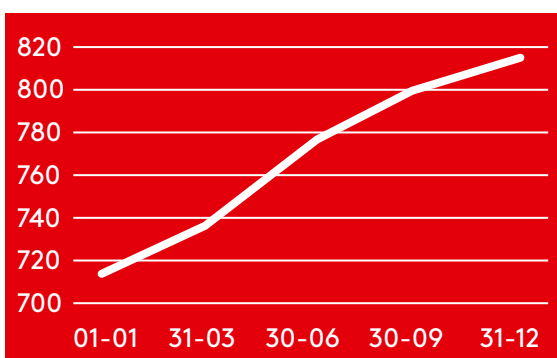
Merk Fryslân

Merk Fryslân is een zeer belangrijke partner van VVV Waterland van Friesland. Zowel op management als medewerkersniveau vindt er regelmatig overleg plaats en wordt er samengewerkt. Deze samenwerking is op het gebied van persreizen, website, database, losse projecten en marketingcampagnes.

TAF & DN

VVV Waterland van Friesland heeft zitting in de Toeristische Alliantie Friesland (TAF). Via de TAF zijn wij direct betrokken bij belangrijke toeristische vraagstukken en opgaven. Daarnaast is directeur Floriaan Zwart 'schipper' van de provinciale ontwikkelopgave 'dagrecreatieve netwerken' (DN). Deze opgave heeft tot doel om het aanbod van dagrecreatie beleefbaar, vindbaar en boekbaar te maken.

LEDENGROEI



LEDENBEDOORDELING

	2019	2020	2021
VVV Waterland van Friesland	7.3	8.0	7.9
Website	7.2	7.9	7.8
Ondernemersnieuwsbrief	6.9	7.9	7.7
Publicaties: magazine en kranten	7.3	8.0	8.2



ONTHULLING OPENINGSTIJDEN BORD WINTERPONTJES MET GEDEPUTEERDE AVINE FOKKENS

SEIZOENSVERLENGING

Pontjes pilot wintervaren

In het voorjaar van 2021 schreven wij, met ondersteuning van Provincie Fryslân, 'Gastvrij Waterland van Friesland', een document met praktische voorstellen om aan de slag te gaan met seizoensverlenging. Met behulp van dezelfde provincie konden wij uitvoer geven aan één van de voorstellen: het laten wintervaren van pontjes. Door verbinding tussen onze organisatie, De Marrekrite, Provincie Fryslân, pontbazen, leden, Ying Media, Opgave Dagrecreatieve Netwerken en Merk Fryslân werd deze pilot een succes.

Ondernemersbijeenkomst

In september werd een bijeenkomst belegd om pontbazen, leden en organisaties met elkaar in contact te laten komen en verbindingen te smeden.

Winter pontjesroutes

Speciaal voor de winterpontjes zijn er zes pontjesroutes ontwikkeld om te fietsen, wandelen of te stappen met een e-step. Om opwarmadressen te verzamelen, zijn alle horecabedrijven en mogelijke rustpunten aan de route gebeld en gevraagd of ze geopend zijn of open willen gaan voor de winterpontjes. WWW.WATERLANDVANFRIESLAND.NL/ROUTESWINTERPONTJES.

Routefolder

In oktober 2021 werd huis aan huis in heel Waterland van Friesland een routefolder verspreid met pontjes fiets- en wandelroutes. Ook werden de routes maandelijks uitgelicht in de kranten van Ying Media.

Media aandacht

De media aandacht voor de pilot was overweldigend. Hoogtepunten hierin waren een blog van Bijzonderplekje.nl (350.000 unieke bezoekers) en een artikel van de Vogelbescherming (453.000 volgers).

BEKIJK ALLE RESULTATEN EN INZICHTEN VAN DEZE PILOT VIA ZAKELIJK.WATERLANDVANFRIESLAND.NL

“Naar aanleiding van de winterpontjes hebben we onze ijsboerderij open gehouden en omgetoverd tot chocolademelksalon. De mensen die gebruik maken van de pontjesroutes zijn heel enthousiast. Toen er op 20 november een evenement werd georganiseerd door het Nationaal Landschap was er veel aanloop. Ook hebben we nu een samenwerking met Alpaca World Friesland die onze chocolademelk ook gaat verkopen.”

Sander van Ijsboerderij Margje24 bij Workum

MENING OVER WINTERPONTJES

Wat vind je van het doorvaren van de pontjes?

- 65% is blij met deze verlenging in de weekenden en kerstvakantie
- 35% ziet de pontjes het liefst het hele jaar doorvaren
- 0% geeft aan dat het niet hoeft

WAAR KOMEN BEZOEKERS VANDAAN?

De gebruikers van de winterpontjes komen voor:

- 73% uit Waterland van Friesland
- 8% uit andere delen van Friesland
- 14% buiten Friesland uit Nederland
- 5% uit het buitenland (met name Duitsland)

WAAROM VAAR JE MET DIT WINTERPONTJE?

- 92% is een (mid)dagje eropuit, zoals:
 - Fietsen van een rondje Snitser Mar
 - Een wandelrondje met de hond
 - Rondje wandelen met een vriendin
 - Gewoon, omdat het hier zo heerlijk is
- 8% is op vakantie of een weekend weg

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.

Onze werkzaamheden onder de kerntaak gastvrijheid bestonden in 2021 uit:

- Beantwoorden van vragen aan de balie, per mail en telefoon
- Cursussen voor gastvrouwen en heren organiseren
- Behouden, verbinden en betrekken van onze vrijwilligers bij de organisatie
- Ondersteuning van externe VVV informatiepunten (31)
- Organiseren en beheren van eigen VVV informatiepunten (5)
- Ondersteuning en beheer van VVV inspiratie tablets (15)
- Ontwikkelen van gastvrije producten met naam en branding van onze regio
- Werven van gastvrouwen en -heren
- Webshop met onze (informatie) producten

Groei aantal vrijwilligers

Het aantal vrijwilligers is gegroeid tot boven de 70. Zij voorzien toeristen en inwoners actief van informatie aan één van onze VVV balies in de regio. Daarnaast zijn er nog vele vrijwillige (stads)gidsen actief. Zonder vrijwilligers is onze organisatie niet in staat om op zo veel verschillende plekken gasten

welkom te heten en van tips te voorzien. De vrijwilligers zijn het vriendelijke gezicht van onze regio.

Cursussen

Ondanks dat niet het hele training en bedrijfsbezoeken programma mogelijk was, is er in 2021 een cursus Duits (beginners en gevorderden) en gastvrijheid gegeven aan onze gastvrouwen en -heren.

Tiidgenoaten

Om onze vrijwilligers te bedanken voor hun grote onbezoldigde inzet, werden zij uitgenodigd voor een speciale voorstelling van het Theaterconcert Tiidgenoaten. Na afloop ontvingen zij een vrijkaartje voor het nieuwe museum Cultuurhistorisch centrum 'De Tiid'.

Onderzoek E-learning

Om zowel onze leden gastvrouwen en -heren op een interactieve manier te trainen en informeren, hebben wij in 2021 een onderzoek naar een geschikt E-learning systeem uitgevoerd. In 2022 zal deze provincie breed worden geïmplementeerd en komen er specifieke regio trainingen.

Bezoekerscentrum Heeg

In samenwerking met de lokale ondernemersvereniging en Heeg Promotie is in 2021 een projectplan met ontwerpen gemaakt om de VVV winkel te transformeren naar interactief inspiratie bezoekerscentrum voor Heeg. Wanneer

de fondsenwerving voorspoedig verloopt, zal deze eind 2022 worden gerealiseerd.

Nieuwe informatiepunten

Ondernemers zijn een belangrijke gastheer van onze regio. In 2020 openden we bij De Kuilart, De Twirre, Hotel Vigilante en Landgoed Eysingastate informatiepunten. Zo ondersteunen we leden optimaal in een taak die zij al vervullen.

VVV locaties

Als VVV hebben we een aantal locaties in eigen beheer. Daarnaast werken we samen met verschillende locaties die een VVV locatie 'in huis' hebben. Aanvullend zijn er steeds meer leden die wij ondersteunen in het ontvangen en informeren van de toerist. Dit zijn zogenaamde informatiepunten.

VVV inspiratiewinkels: Oudemirdum // Heeg // Joure // Langweer // Lemmer // Stavoren

VVV locaties: Balk // Bolsward // Hindeloopen // IJlst // Koudum // Makkum // Sloten // Sneek Terherne // Workum // Woudsend

Informatiepunten: Gaastmeer // Heeg // Hindeloopen // Joure // Kornwerderzand // Koudum // Langweer // Lemmer // Makkum // Oudega (Súdwest-Fryslân) // Sint Nicolaasga // Sneek // Wieuwerd // Wolsum // Wommels // Workum // Woudsend

PUBLICATIES



Inspiratiemagazine (NL, DU)
Oplage: 30.000

Verspreiding via onze VVV locaties, informatiepunten en leden.



Inspiratiekrant (voorjaar-, zomer- en najaar)
Oplage: 85.000 (per krant)

Verspreiding via onze VVV locaties, informatiepunten, leden en aanvullend huis aan huis verspreid in onze regio.



INFORMATIEVOORZIENING

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.

Onze werkzaamheden onder de kerntaak informatievoorziening bestonden in 2021 uit:

- Verzamelen en publiceren van evenementen op de website en in de krant
- Online publiceren van een printbare evenementen weekkalender
- Contentbeheer narrowcastingschermen
- Schrijven en beheren van inhoudelijke (website) informatie
- Toevoegen en beheren aanbod van tickets en zoek en boek
- Opmaken, controleren en uitbrengen van (regio)kaarten, plattegronden en (stads) wandelingen
- Beheren en toevoegen van routes op onze website
- Beheren en toevoegen van POI's (Points of Interest) op onze website
- Vertalen van teksten en informatie

Regiokaart

Nieuw ontwikkeld in 2021 is onze regiokaart. De voorkant van de kaart geeft een overzicht van onze regio inclusief fietsknooppunten, musea en relevante toeristische informatie. Op de achterkant van de kaart zijn zeven stadsplattegronden te vinden van onze steden met per stad zeven 'schatjes'. In het eerste jaar zijn ruim vierduizend kaarten verkocht.

Selfie wedstrijd

Zowel in de zomer- als najaarskrant werden lezers uitgedaagd om selfies te maken op een serie bijzondere plekken in onze regio. Bijzondere plekken werden zo ontdekt en gedeeld via verschillende sociale media kanalen.

Inspiratiekaart

De inspiratiekaart van onze regio blijft zich ontwikkelen. In 2021 werden onder andere het Kazemattenmuseum en de Zwaan van Langweer aan de kaart toegevoegd.

Dorpswandeling Lemmer

Na Sneek in 2020 werd in 2021 de dorpswandeling van Lemmer uitgebracht in Waterland van Friesland stijl. Door omstandigheden is het niet gelukt voor meer steden en dorpen wandelingen uit te brengen. Voor 2022 staat dit bovenaan de prioriteitenlijst.

Ontwikkeling Uitagenda

Eind 2021 is de conceptuele ontwikkeling in gang gezet van evenementenkalender naar Uitagenda. Begin 2022 zal deze nieuwe naam worden geïmplementeerd in de weekagenda, op onze website, in de kranten en sociale media.

Ticket service

In 2021 is een nieuwe ticket partner gevonden in Tiqets. Ca. 20 activiteiten zijn online boekbaar gemaakt en direct te boeken via onze site maar ook via friesland.nl. Via waterlandvanfriesland.nl werden in 2021 ruim 1200 tickets verkocht voor een bedrag van bijna € 20.000,-. Daarnaast is het ook mogelijk gemaakt om via één centraal platform alle tickets offline aan de balie te kopen.

Zoek en boek

In 2021 zijn wij overgeschakeld naar een nieuw zoek en boek systeem genaamd Travelbase. Deze wordt gebruikt door de meeste Waddeneilanden. Via dit systeem is het mogelijk om accommodaties direct via de VVV te boeken tegen een lage commissie voor de accommodatie eigenaar. Het aantal accommodaties in het systeem is in 2021 gegroeid van 34 naar 119. De totale boekingswaarde in 2021 was ca. € 90.000,-.

WINNAAR PIETER BULT ONTVING EEN BALLONVAART VOOR ZIJN INSPIRERENDE GEDICHT.



VIER JAARGETIJDEN EN WATERLAND VAN FRIESLAND

De vier jaargetijden en Waterland van Friesland zijn elementen die het leven aan ons verbindt in vloeibare of bevroren vorm om te drinken of gedachten te laten bezinken.

Zo'n moment van bezinning geeft veel vrijheid en vreugde en is daarmee géén zorg voor later.

Dit gedicht is het winnende gedicht van de gedichtenwedstrijd welke twee jaar liep.

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.

Onze werkzaamheden onder de kerntaak marketing bestonden in 2021 uit:

- Organiseren van persreizen en leden hierbij actief aanhaken
- Schrijven van inspiratieblogs voor onze website
- Door ontwikkelen verhalenroutes inclusief beleefbaarheid en boekbaarheid
- Communiceren via sociale mediakanalen en nieuwsbrief
- Uitbrengen meertalig magazine en kranten
- Website optimalisatie en seizoen informatie
- Meertaligheid website borgen
- Opzetten en beheren marketingcampagnes en waar mogelijk in samenwerking met Merk Fryslân
- Ambassadeurscreatie en verbinding via wedstrijden, reviews en interactie

In de media

In 2021 zijn er, op ons initiatief, 6 influencers op pad geweest in onze regio. Deze bezoeken en eigen inspanningen leveren verschillende blogs en media aandacht op. Bekijk de resultaten op [ZAKELIJK.WATERLANDVANFRIESLAND.NL](https://www.zakelijk.waterlandvanfriesland.nl)

Website optimalisatie

In 2021 is onze website verder geoptimaliseerd. Speciale aandacht is uitgegaan naar informatiepagina's (o.a. watersport IJsselmeer, eten en drinken) de steden en dorpen pagina's en de opbouw van het menu. Daarnaast is de site geoptimaliseerd voor de zoekmachines, overzichtelijker en minder 'diep' gemaakt, waardoor bezoekers sneller relevante content vinden. Ook hebben de tickets en zoek en boek functie een prominentere plek gekregen.

Website

Mede door onze inzet op seizoensverlenging en specifieke wintercampagnes, is het website bezoek in het laatste kwartaal van 2021 gestegen

met 100%. Dit is bijna 50% meer dan de gemiddelde stijging van het afgelopen jaar.



Campagnes

Onze campagnes hebben we flexibel ingezet rondom de geldende coronamaatregelen. Het totaal bereik van de campagnes was 5,04 miljoen mensen.

CAMPAGNE RUIMTE

De ontwikkelde Verhalenroute Ruimte is in Waterland van Friesland nog altijd actueel. Wist je dat hier 45 natuurgebieden zijn? En meer dan 25 stranden? En een groot deel van Waterland van Friesland mogen we zelfs Nationaal Landschap noemen. In het voorjaar van 2021 hebben we dan ook ingezet op deze ruimte. De natuur was niet in lockdown!

CAMPAGNE STEDENTRIP

Bij de versoepelingen in het najaar van 2021 hebben we een grote campagne gevoerd om mensen te verleiden om op stedentrip te gaan in onze Elfstedenstadjes. Voor een stedentrip hoeft je niet in een vliegtuig te stappen, je kunt ook een verrassende stedentrip doen in Waterland van Friesland waarbij je twee of drie stadjes combineert.

CAMPAGNE OVERNACHTEN

Bijna door het hele jaar brengen we de logiesaccommodaties in Waterland van Friesland onder de aandacht. Want een vakantie of weekend weg begint vaak met het zoeken van een overnachting.

CAMPAGNE WINTER IN WATERLAND

De campagne Winter in Waterland draait om het verlengen van het seizoen. De Winter in Waterland campagne werd deels gevoerd toen we weer in Nederland in lockdown gingen. We hebben ons gericht op wat wel kon: winterzwemmen, winterkamperen, winterpontjes, lichtpuntjes met onder andere verlichte skûtsjes en fonteinen in steden en dorpen en wintervaren.



Voor 2022 is een contentkalender gemaakt met een overzicht van alle campagnes in 2022. Kijk hiervoor op [ZAKELIJK.WATERLANDVANFRIESLAND.NL](https://www.zakelijk.waterlandvanfriesland.nl)

CIJFERS	2020	2021	WIJZIGING
Bezoekers website	199.424	302.732	+52%
Facebook volgers	5.262	6.352	+21%
LinkedIn volgers	401	600	+49%
Instagram volgers	3.142	6.025	+92%
Nieuwsbrief ontvangers	994	1.066	+7%
Campagne bereik	2.500.000	5.040.000	+201%