

OPEN MUSEUM MAAND

IN WATERLAND VAN FRIESLAND
2024



**“ WE ZAGEN IN HET MUSEUM MEER MENSEN UIT DE
BUURT EN GEZINNEN, MAAR OOK MENSEN MET EEN
MIGRATIE-ACHTERGROND ZOALS BEWONERS VAN HET
AZC EN LEERLINGEN VAN EEN INBURGERKLAS ”**

Arjanne Nijp - Fries Scheepvaart Museum
(n.a.v. Open Museum Maand 2023)

WATERLAND
VAN **FRIESLAND**

OPEN MUSEUM MAAND

Van 7.000 naar 38.000 bezoeken in vijftien musea in Waterland van Friesland. De Open Museum Maand in november 2023 mogen we een groot succes noemen. Het gratis toegankelijk maken van deze musea voor inwoners van Friesland en gasten bij logiesaccommodaties zorgde ervoor dat de musea het even druk hadden als in een zomermaand. En daar deden we het voor. Want hoewel het culturele seizoen doorgaans loopt van begin september tot en met mei, worden juist in Waterland van Friesland de musea goed bezocht. Terwijl de musea in de winter even interessant en inspirerend zijn. Daarbij kwam dat nu inwoners met een smalle beurs de mogelijkheid kregen om te recreëren in eigen regio. Dit succes smaakt dan ook naar meer.

Musea beheren de verhalen en de collecties van onze regio en Friesland. Toch is zelfs na de Open Museum Maand nog steeds niet een museumbezoek in de buurt vanzelfsprekend. Toch zeker nog 600.000 Friezen hebben immers tijdens de Open Museum Maand niet een museum bezocht. Voor een volgende editie in 2024 blijven inwoners van Friesland daarom ook wat ons betreft de belangrijkste doelgroep. We maken hiermee de gastvrijheidssector op het gebied van cultuur toegankelijker én socialer.

Daarom organiseren we graag samen met de vijftien musea weer de Open Museum Maand in november. We maken vijftien musea gratis toegankelijk via vouchers. Voor inwoners van Friesland, toeristische ondernemers in Zuidwest Friesland én toeristen. In de bijbehorende campagne laten we de reacties zien van bezoekers in november 2023. Deze ‘testimonials’ van bezoekers overtuigen namelijk het best. Met de Open Museum Maand verlengen we het seizoen, maken we inwoners bewuster van het rijke cultuuraanbod in hun achtertuin én maken we de gastvrijheidssector socialer. Na de nulmeting van 2023 kunnen we met vervolg bezoekersonderzoek kijken wat de impact nu wordt. Ook willen we herhaalbezoek na de Open Museum Maand samen met de musea nadrukkelijker stimuleren en meten. Bijvoorbeeld door actiever aan te bieden om vriend van het museum te worden. Of door kortingsacties voor na november 2024 aan te bieden. Onze musea zijn het waard om ook in de winter bezocht te worden. Daar gaan we voor!

Floriaan Zwart
Directeur VVV Waterland van Friesland



INHOUD

1/ OPEN MUSEUM MAAND	3
2/ HET PLAN IN HET KORT	6
3/ RESULTATEN EN INZICHTEN 2023	8
4/ MUSEA EN PARTNERS	13
5/ MARKETING MET BLIJVENDE IMPACT	15
6/ BREDE WELVAART	16
7/ BEGROTING	18

VVV Waterland van Friesland is de verbinder van toeristisch Zuidwest Friesland. De ruim 950 leden tellende organisatie gaat voor een jaarrond duurzaam toerisme in de regio Waterland van Friesland. Hiervoor zet ze de vereniging de kerntaken 'verbinden', 'gastvrijheid', 'informatievoorziening' en 'marketing' in. De rol verlegt zich steeds meer naar 'destination development' door uniek en seizoensverlengend aanbod te ontwikkelen. Passend bij de regio en met profijt voor inwoners.

INFLUENCER NYNKE DE JONG BEZOCHT HET FRIES SCHEEPVAART MUSEUM VOOR DE OPEN MUSEUM MAAND CAMPAGNE

2/ HET PLAN IN HET KORT

De hele maand november geven we toegangskaartjes weg die gratis toegang geven tot vijftien musea in Waterland van Friesland. Hier geven we bekendheid aan met een campagne binnen met name onze eigen regio. We stimuleren inwoners de musea te bezoeken en we motiveren ondernemers van logiesaccommodaties musea te bezoeken en dit te promoten bij hun (potentiële) gasten. De logiesaccommodaties nodigen we uit om de musea op hun eigen moment te bezoeken vooraf aan de Open Museum Maand. Inwoners van Friesland bewegen we om de musea gratis (via vouchers) te bezoeken in de maand november van 2024. Toeristen bereiken we in samenwerking met Merk Fryslân en logiesaccommodaties.

Cultuur ondersteunen

Met de Open Museum Maand stimuleren we inwoners en ook toeristen om de musea in november te bezoeken. Tijdens de Open Museum Maand 2023 heeft 70% van de mensen een museum bezocht wat ze anders niet snel zouden bezoeken. Van alle bezoekers verwachtte 93% waarschijnlijk tot zeker het bezochte museum nogmaals te gaan bezoeken, en 44% in de toekomst vaker (betaald) naar een museum te gaan. Zo ondersteunen we niet alleen financieel de musea, maar hebben we een beweging in gang gezet. Met mogelijk grote effecten op de lange termijn.

Blijvende verbinding

Speciaal voor de Open Museum Maand zijn er vijf routes ontwikkeld om de musea te bezoeken. Zo kunnen de musea tijdens de Open Museum Maand met de (elektrische) auto of camper bezocht worden. Maar bij mooi weer, kan men ook fietsen of wandelen. Daarom hebben we fietsroutes, een wandelroute en een autoroute ontwikkeld langs de musea. Want de Museumtoer is bedoeld om te genieten door je te verdiepen in kunst, cultuur én natuur. Zo maken we een blijvend verbindende structuur. De autoroute wordt hierbij gezien als iconroute: alle musea zijn met elkaar verbonden. Alle routes worden ook in 2024 gebruikt.

Seizoen verlengen

Zowel musea die normaal gesproken open zijn, als musea die normaal gesproken in november al gesloten zijn, doen mee. Museumbezoek buiten het zomerseizoen stimuleren zorgt voor spreiding in tijd en verlengt het seizoen. Onbekend maakt vaak onbemind. Waterland van Friesland staat vooral bekend om

vakanties die draaien om watersport. Toch is er op het gebied van cultuur veel te ontdekken.

Inwoners profiteerden

Door ons vooral te richten op eigen inwoners, stimuleerden we een doelgroep die normaal gesproken niet naar een museum gaat en/of niet bekend is met de schatten die in hun eigen regio te vinden zijn. Dit zorgde voor nieuwe ambassadeurscreatie voor de eigen cultuursector van inwoners/gastheren/gastvrouwen van de regio. Museumbezoek en cultuur is voor iedereen. Maar het is niet voor iedereen vanzelfsprekend of direct toegankelijk. Denk aan sociale minima, mantelzorgers en senioren. Er ontstond als vanzelf een positief sociaal effect door de Open Museum Maand. Zo gingen er bewoners van het Centraal Orgaan opvang asielzoekers uit gemeente De Fryske Marren met elkaar naar het museum. En ging een groep senioren vanuit hun kerk op culturele ontdekkingstocht. Ook de vrijwilligers van de Voedselbank maakten er met elkaar een uitje van.

Open Museum Maand arrangementen

Leden met logiesaccommodaties kunnen partner worden van de Open Museum Maand. Vorig jaar waren er zo'n 40 accommodaties aangesloten. Een webpagina met alle partners in combinatie met de Open Museum Maand wordt gepromoot buiten Friesland. Men kan een Open Museum Maand arrangement boeken: een overnachting met korting, gratis museumbezoek en een gratis stadswandeling. Dit is te boeken via de ondernemer en grotendeels ook via ons zoek en boek systeem. Via een speciale actietoevoeging worden deze arrangementen zichtbaar op onze website. De in 2023 ontwikkelde arrangementen worden dit jaar verder uitgebreid.



WOUDAGEMAAAL OP STOOM TIJDENS DE OPEN MUSEUM MAAND

Levendige binnensteden

In 2023 trok de Open Museum Maand maar liefst 38.000 bezoekers. Omdat de meeste musea zijn gesitueerd in en om het centrum van de dorpen en steden, zorgt dit voor een flinke toename in de drukte bij de horeca. Ook de winkeliers in de centra profiteren van meer winkelend publiek dankzij de extra bezoekers van de Open Museum Maand.

Onderzoek en inzichten

De meeste museumbezoeken vinden in Waterland van Friesland in de zomer plaats. Wie bezoeken deze musea en waarom? En wie bezoeken nu juist in de winter deze musea en wat is de reden? Hoeveel wordt er gebruik gemaakt van het culturele aanbod onder eigen inwoners en waarom? Hoe stimuleren we herhaalbezoek bij deze doelgroepen? Wordt cultuur ook ingezet door logiesaccommodaties als marketingtool om in de winter toeristen te trekken? Om inzicht te krijgen in de huidige status zal onderzoek gedaan moeten worden en kan er een gedegen impactanalyse worden gedaan van het gratis aanbieden van musea tickets in Waterland van Friesland. Kortom: wat is het effect van deze pilot op seizoensverlenging en brede welvaart? DMO's met vergelijkbare uitdagingen op het gebied van seizoenen in Nederland en Europa kunnen met dit onderzoek ook hun voordeel doen.

Lokalisering

Niet alleen de beste producten, het beste eten of diensten komen uit eigen regio, maar ook de mooiste cultuur en recreatie. Door Friezen de musea in de buurt te laten bezoeken, zorgen we ervoor dat er meer in

eigen regio wordt gerecreëerd. In 2023 kwam 83% van de bezoekers uit Friesland. Het ecologische effect is dat er minder gereisd wordt, er meer respect komt voor de cultuurhistorie in de eigen regio en dat er mogelijk ook in de toekomst beter op de regio gepast wordt.

Jaarrond aantrekkelijk wonen

Een stap in seizoensverlenging en het aantrekkelijk maken van de regio Zuidwest Friesland in de winter zorgt ervoor dat ook inwoners profiteren van een jaarrond recreëren in eigen regio. Ook zijn inwoners een belangrijke recreatie doelgroep, zij zitten ook vaak in het stramien van de seizoenen. We laten hen zien dat ook in de winter hun eigen leefomgeving aantrekkelijk is om daarin zelf (meer) op uit te gaan. Ook levert een jaarrond toerisme minder seizoenswerk op, wat goed is voor de werkgelegenheid.

Sociale gastvrijheidseconomie

Museumbezoek en cultuur is voor iedereen. Maar het is niet voor iedereen vanzelfsprekend of direct toegankelijk. Via welzijn organisaties zoals Sociaal Collectief SWF zoeken we de samenwerking om ook andere doelgroepen te kunnen bereiken. Onder deze doelgroepen horen sociale minima, mantelzorgers en senioren. We willen deze doelgroep bereiken door samen met Sociaal Collectief SWF te zorgen voor marketing en communicatie onder deze doelgroep. We passen onze communicatie middelen aan om deze doelgroep te bereiken. Een voorbeeld ervan is het verstrekken van een flyer in de ontbijttas.



3/ RESULTATEN EN INZICHTEN 2023

Cultuur ondersteunen

Het jaar 2022 was een slecht jaar voor de musea in onze regio. Het weer was té mooi voor een museumbezoek. Wanneer de musea in Waterland van Friesland vooral in de zomer bezocht worden, is dit van grote invloed. Ook gaven alle musea aan dat er weinig bezoek komt uit eigen regio. Blijkbaar slaat men wat 'om de hoek is', sneller over. Met de Open Museum Maand stimuleerden we inwoners en ook toeristen om de musea in november te bezoeken. In de zomer van 2023 gingen we al met gastheren en gastvrouwen van logiesaccommodaties de musea bezoeken. We creëerden ambassadeurschap en meer

bekendheid over de musea onder de inwoners en toeristische ondernemers.

Met de Open Museum Maand campagne is een nieuwe doelgroep aangeboord, inwoners ontdekten dat er ontzettend veel te beleven is dichtbij. Dat je zelfs op museumtoer kunt gaan door een paar musea te combineren op een dag voor een compleet dagje uit. Sommige musea hebben hier nu al profijt van: bij het Afsluitdijk Wadden Center kwamen in december al de eerste gasten terug. Zo ondersteunden we niet alleen financieel de musea, maar hebben we een beweging in gang gezet. Met

“ HOE KUN JE NU ZÓVEEL GEVOEL IN EEN GESCHILDERDE BROEK, HEMD OF SOKKEN LEGGEN? EN TOCH KRIJG IK DAT GEVOEL ELKE KEER WEER ALS IK DIE SCHILDERIJEN BEKIJK. WANT DAT IS Z'N KUNST, DÁT GEVOEL WEERGEVEN. ”

Foppe de Haan over het Jopie Huisman Museum

“ ELK WEEKEND PLANDEN WE MUSEUMUITJES. WE GINGEN ECHT OP 'MUSEUMTOER'. OP EEN DAG BEZOCHTEN WE SOMS WEL DRIE MUSEA. WE HEBBEN GENOTEN! ”

Pieter Bootsma, schaatsmuseum Hindeloopen

“ WIJ HEBBEN OVERDAG ECHT GEMERKT DAT WE HET EEN STUK DRUKKER HADDEN DAN NORMAAL IN NOVEMBER. VEEL MENSEN KWAMEN LANGS OM TE LUNCHEN OF VOOR EEN BAKJE KOFFIE MET STUKJE GEBAK. ”

Sanne Tichgelaar - restaurant Folkerts uit Workum

“ WIJ HEBBEN MET ONZE 14 COLLEGA MUSEA ALTIJD GEPROBEERD OM GEZAMENLIJKE ACTIES OP TE TUIGEN. DAT LIEP ALTIJD UIT OP NIKS. JULLIE HEBBEN DIT TOCH MAAR FF GEFLIKT. PETJE AF EN GROTE COMPLIMENTEN AAN VVV WATERLAND VAN FRIESLAND. ”

Pieter Bootsma, schaatsmuseum Hindeloopen

“ WAT WAREN WE VERRAST. NIET OMDAT HET GRATIS WAS MAAR ZO INTERESSANT. WE HEBBEN ONVERWACHTS ECHT VEEL GELEERD. ”

Beate uit Haarlem

mogelijk grote effecten op de lange termijn. En dat is hard nodig voor de culturele sector die door corona pittige jaren achter de rug heeft, en ook de nodige uitdagingen kent voor de toekomst.

Bezoekersaantallen

- Bezoekers Open Museum Maand 2023: 38.088
- Bezoekers musea in november 2022: 7.361
- Bezoekers uit Waterland van Friesland: 44%*
- Bezoekers uit Friesland: 83%*
- Bezoekers van buiten Friesland: 17%*

**Op basis van de respondenten van het bezoekersonderzoek*

Inzichten bezoekersonderzoek

13% van de respondenten kwam alleen, 14% met familie, 13% met gezin en kinderen, 50% met partner, 7% met vriend(inn)engroep en 7% vulde overig in.

- 39% van de respondenten was man, 59% vrouw en 2% vulde 'overige' in
- De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 59 jaar
- 85% van de respondenten zou de Open Museum Maand aanraden
- 98% van de respondenten ziet de Open Museum Maand graag als terugkerend evenement
- 70% van de respondenten heeft een museum bezocht wat ze anders niet snel bezocht zouden hebben
- 44% gasten verwacht in de toekomst vaker (betaald) een museum te gaan bezoeken
- 93% van de bezoekers verwacht waarschijnlijk tot zeker het bezochte museum nogmaals te gaan bezoeken
- Het bezoek kreeg gemiddeld een cijfer van een 9,1

Bereikcijfers online campagnes

- Aantal bezoekers pagina's rondom open museum maand 99.372 Bezoeken (sessies)
- Bereik google ads: 2,6 miljoen vertoningen, ctr rond 1% (landelijk gemiddelde is 0,2/0,3%)
- Bereik social media advertising: 2,1 miljoen vertoningen bij vvv waterland van friesland,

108.692 Bij visit friesland

- Bereik social media organisch: 225.591 Accounts bij vvv waterland van friesland, 26.973 Bij visit friesland
- Banners omropfryslan.Nl: 1.156 Clicks
- Email nieuwsbrief vvv waterland van friesland 2x: 2.600 Abonnees, 55% gemiddelde open rate
- Email nieuwsbrief merk fryslân 2x: 22.000 Abonnees, 40% gemiddelde open rate

Influencers met bekende friezen

Vijftien bekende Friezen bezochten afgelopen zomer alvast de musea. Onze mediapartner Groot Media regelde voor ons de bekende Friezen, fotografie en copy. Samen publiceerden we de blogs van de bekende Friezen op onze websites en social media kanalen. Ook werd er online campagne gevoerd met de blogs van de bekende Friezen. Zo bezocht Epke Zonderland het Woudagemaal, Sylvana IJsselmuiden het Modelspoor museum en Marijke Roskam Museum De Tiid. Deze blogs kunnen ook na de Open Museum Maand gelezen worden en een reden zijn tot museumbezoek.

Conclusie kans op herhaalbezoek

71% van de bezoekers wil 'zeker wel' nogmaals een museum bezoeken en 22% 'waarschijnlijk wel'. Combineer dit met het gegeven dat 70% van de bezoekers een museum heeft bezocht wat ze normaal gesproken niet snel bezocht zouden hebben. Dat betekent dat ruim 27.000 mensen een museum bezocht hebben dat ze anders niet snel bezocht zouden hebben. Van deze 27.000 bezoekers verwachten ruim 25.000 waarschijnlijk tot zeker nogmaals dit museum nogmaals te gaan bezoeken. Dit terwijl ze in eerste instantie dit museum niet zo snel bezocht zouden hebben.



4/ MUSEA EN PARTNERS

Bij de Open Museum Maand zijn meerdere partijen betrokken. Naast onze organisatie en de betrokken musea zijn onder andere de beide gemeenten De Fryske Marren, Súdwest-Fryslân en ook de provinciale marketing organisatie Merk Fryslân. Daarnaast waren er in 2023 een veertigtal logiesaccommodaties betrokken en verwachten we in 2024 meer ondernemers en accommodatie te binden aan ons project.

Musea in Waterland van Friesland

De Museum Maand November is een samenwerking tussen 15 musea en VVV Waterland van Friesland. Voor de gratis openstelling krijgen de musea een (ticket)vergoeding vanuit de beschikbare subsidies. Tegelijkertijd investeren musea zelf ook tijd en energie om dit plan tot een succes te maken.

Deelnemende musea

- Museum De Tiid
- Museum Houtstad IJlst*
- Museum Joure
- Het Afsluitdijk Wadden Centrum
- Ir. D.F. Woudagemaal en bezoekerscentrum
- Bezoekerscentrum Mar en Klif
- Fries Scheepvaart Museum
- Nationaal Modelspoormuseum
- Museum Hindeloopen*
- Eerste Friese Schaatsmuseum
- Jopie Huisman Museum
- Museum Warkums Erfskip*
- Museum It Tiispakhus*
- Museum Sloten*
- Kazematten Museum*

**Deze musea zijn normaal gesproken gesloten in november en gaan extra open.*

Gemeenten De Fryske Marren en Súdwest-Fryslân

De gemeenten Súdwest-Fryslân en De Fryske Marren doen mee en hebben subsidies verstrekt voor de vergoeding van de musea en een deel van de campagne kosten. De extra campagne kosten en kansen zoals onderzoek, ambassadeurscreatie en vervoer komen uit aanvullende budgetten.

“ IK BEN ERG BLIJ MET DIT INITIATIEF VAN VVV WATERLAND VAN FRIESLAND. SAMEN MET DE MUSEA HEBBEN WE EEN UNIEKE KANS OM ONS VIA EEN KRACHTIGE CAMPAGNE AAN EEN BREDER PUBLIEK TE PRESENTEREN. ”

Hester Postma – directeur Fries Scheepvaartmuseum

“ IK WAS IN DRIE VAN DE VIER MUSEA NOG NIET EERDER GEWEEST EN BEN ZELF ENTHOUSIAST. NU KAN IK UIT DE EERSTE HAND VERTELLEN HOE LEUK ZE ZIJN. ”

Nelly Zuidam, Recreatiebedrijf De Koevoet

“ WE WAARDEREN DE OPEN MUSEUM MAAND ENORM! NIET ALLEEN OM HET SUCCES, MAAR DE KWALITEIT, COMMUNICATIE, DE LAAGDREMPELIGHEID EN DAT ZO BUITEN HET REGULIERE SEIZOEN. ”

Marjet van Veelen, verhuurder Waterhuis Boppe en Zusje van Boppe in Elahuizen



VIKING GAMES BIJ MUSEUM EN WERKPLAATS HOUTSTAD IJLST

5/ MARKETING MET BLIJVENDE IMPACT

Marketingconcept voor meerdere jaren

Voor de Open Museum Maand investeerden we in een marketingconcept wat we meerdere jaren kunnen inzetten. Toch zullen we weer met nieuwe content de potentiële bezoeker moeten gaan bereiken. We gaan hier het concept van vorig jaar weer voor inzetten, aangevuld met publieksreacties van vorig jaar.

Hoge communicatiedruk

De activatiecampagne zal met hoge communicatiedruk uitgevoerd worden in Zuidwest Friesland en waar mogelijk in heel Friesland om een maximaal bereik te creëren. Afhankelijk van het totaalbudget kiezen we de middelen. We maken in ieder geval gebruik van buitenreclame, guerrilla acties, een huis aan huis mailing, pers & pr, posters, flyers, de websites van VVV Waterland van Friesland en Visit Friesland, onze Uitkrant die

in september huis aan huis in de bus valt, alle communicatiekanalen van de deelnemende musea en logiesaccommodaties door de campagnebeelden beschikbaar te stellen en online marketing.

User generated content

Tijdens het museumbezoek dagen we mensen uit om de mooiste foto's te maken welke we in november kunnen reposten op onze social media kanalen. Deze user generated content zetten we in om meer mensen naar de musea te krijgen. Om dit op gang te helpen laten we eerst een fotograaf in opdracht musea bezoeken voor foto's.



6/ BREDE WELVAART

Inwoners profiteren van de Open Museum Maand. Direct doordat ze gratis op bezoek mogen naar een museum, maar ook door de mogelijke effecten van de museummaand op het gebied van seizoensverlenging, welzijn, inclusiviteit en duurzaamheid.

Hele jaar fijn wonen en werken

Ook inwoners zitten vaak in het stramien van recreatie tussen april en oktober. Juist de cultuur- en museumsector is heel geschikt voor het laatste en het eerste kwartaal van het jaar. Doel van de Open Museum Maand is dat inwoners anders naar de mogelijkheden van recreëren in de winter gaan kijken. Tegelijkertijd is de campagne ook een tegenhanger van het idee dat in ons gebied in de winter alleen rust en ruimte te vinden is. Er is van alles te doen. Het is fijn wonen en werken in ons gebied. Kortom, er is brede welvaart en musea leveren hier een bijdrage aan. Bovendien levert een jaarrond toerisme minder seizoenswerk op en kan het leiden tot meer vaste, jaarronde, banen. Cultuur is voor iedereen, we willen bijdragen aan inclusiviteit en andere doelgroepen proberen te bereiken en uit te nodigen tot deelname dit doen we door de aansluiting te zoeken bij lokale welzijnsorganisaties.

Mentale gezondheid

Op doktersrecept naar het museum voor je mentale gezondheid: in België en Canada gebeurde het al. Om het stressniveau te verlagen bijvoorbeeld. Een museumbezoek kan een hele zintuiglijke ervaring zijn die je uit je hoofd haalt. Het idee om musea in te zetten voor patiënten komt voort uit een Canadese studie, uitgevoerd in een regio waar in 2018 al het museumbezoek op doktersrecept werd ingevoerd. Volgens dit onderzoek zou kunst zowel de mentale als fysieke gezondheid ten goede kunnen komen. Het gaan naar een museum in je eigen leefomgeving waar je verhalen ziet, leest en hoort uit je eigen achtertuin werkt ook inspirerend voor buiten. Je ziet er na je eigen omgeving weer met andere ogen.

In de buurt is duurzamer

Wat je dichterbij haalt, is duurzamer. Er hoeven immers minder kilometers afgelegd te worden om in dit geval een culturele belevenis te maken. Door Friezen de musea in de buurt te laten bezoeken, zorgen we ervoor dat er meer in de regio wordt gerecreëerd (in 2023 kwam 83% van de bezoekers uit Friesland). Het ecologische effect is dat er minder gereisd wordt, er meer respect komt voor de cultuurhistorie in de eigen regio en dat er mogelijk ook in de toekomst beter op de regio gepast wordt.

“ WE WAREN ZWAAR ONDER DE INDRUK VAN DE GOED GEVULDE RUIMTEN EN UITGEBREIDE, INTERESSANTE COLLECTIES. ALS FRIEZEN STEMT DIT ONS TROTS! ”

Familie Schut uit Drachten

7/ BEGROTING

INKOMSTEN

Gemeente Súdwest-Fryslân	€	75.500,00
Gemeente De Fryske Marren	€	31.000,00
Merk Fryslân	€	10.000,00
VVV Waterland van Friesland	€	10.000,00
Overige fondsen en inkomsten	€	42.500,00
=====		
Totaal inkomsten	€	152.500,00

UITGAVEN

Campagne kosten	€	60.000,00
Ticketvergoeding musea	€	50.000,00
Marketingbudget Merk Fryslân	€	10.000,00
Bezoekersonderzoek	€	3.000,00
Organisatiekosten algemeen	€	15.000,00
=====		
Totaal uitgaven	€	152.500,00

Niet alle bovenstaande inkomsten zijn al definitief toegewezen.

Op basis van de definitieve inkomsten worden ook de uitgaven aangepast.

Disclaimer

Copyright © 2024, VVV Waterland van Friesland Overname van informatie uit deze publicatie is toegestaan, mits bronvermelding. Bij het samenstellen van dit rapport is de grootste zorgvuldigheid betracht. VVV Waterland van Friesland is echter niet aansprakelijk voor enige direct of indirecte schade als gevolg van de aangeboden informatie uit deze publicatie.

Fotografie

ThomasVaer Fotografie

Voor meer informatie

VVV Waterland van Friesland
Telefoon: 0513 - 41 60 30
info@waterlandvanfriesland.nl
www.waterlandvanfriesland.nl

WATERLAND
VAN  **FRIESLAND**