

JAARPLAN 2025

VVV WATERLAND VAN FRIESLAND



SKRINS

Wolkom yn dizze wûndere wrâld
op de boaiem fan in âlde see

Hjir is in wier fûgelparadys
boppe wetter kaam

It fûgelgesang fan greidefûgels
fluitet dy hjir om 'e earren

Mar it fleurichst fluitet de wiere fûgeler,
dy't fan al dat moais genietsje mei

Grietje Hoekstra

SKRINS

Welkom in deze wondere wereld op
de bodem van een oude zee. Hier is een
waar vogelparadijs boven water gekomen.
Het vogelgezang van weidevogels fluit je
hier om de oren. Maar het vrolijkst fluit
de ware vogelaar, die van al dit moois
mag genieten.

INHOUD

Inleiding	5
Missie, visie en kerntaken	6
Verbinden	8
Gastvrijheid	10
Informatievoorziening	12
Marketing	14
Klantreis	16
Organisatie	18
Doelstellingen per kerntaak	20
Begroting	21
Organogram	22

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 950 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. Ook in ons nieuwe koersdocument richting 2035 blijven we focussen op een duurzame bestemming.

INLEIDING FOCUS 2025

Welkom bij het Jaarplan 2025 van VVV Waterland van Friesland. Dit document biedt een overzicht van onze strategische plannen en doelstellingen voor het komende jaar, met een focus op het versterken en verduurzamen van de toeristische en recreatieve sector in Zuidwest Friesland.

Dit jaarplan bouwt voort op het koersdocument richting 2025, waarin we onze visie voor een duurzame bestemming introduceerden. In 2025 zullen we ons nieuwe koersdocument richting 2035 presenteren, in samenwerking met het European Tourism Future Institute (EFTI). Door middel van scenario planning kijken we naar de toekomst, behouden we ons huidige koersdocument waar het nog relevant is en sturen we bij waar nodig. Dit betekent dat 2025 een stuk 'onzekerheid' met zich meebrengt wat betreft onze activiteiten. We zijn echter flexibel en bereid om op basis van het nieuwe koersdocument in 2025 al bij te sturen.

De verenigingsstructuur is cruciaal voor onze organisatie. Met ruim 950 leden die ons steunen en kritisch meedenken, bloeit onze vereniging. Veel leden zien het belang van samenwerken, waardoor we een krachtige netwerkfunctie hebben. Dankzij deze betrokkenheid kunnen we blijven groeien en innoveren.

We zijn blij met het vertrouwen van de gemeenten De Fryske Marren en Súdwest-Fryslân in onze organisatie. We kijken uit naar verdere samenwerking en zijn benieuwd hoe de gemeenten hun ambities, zoals beschreven in hun visies en uitvoeringsprogramma's rond recreatie en toerisme, vorm gaan geven. Hierbij denken we graag mee en waar mogelijk verzorgen we de uitvoering. We zoeken ook naar verbinding met de Regio Deal en Leader Zuidwest-Fryslân.

Hoewel we een gezonde vereniging zijn, zien we financieel steeds meer uitdagingen door toenemende kosten. In 2025 zullen we hierover met de gemeenten in gesprek blijven om ambities en doelstellingen voor de komende jaren opnieuw vast te leggen.

Ons team kijkt enthousiast uit naar het jaar 2025. We hebben al vele plannen klaar liggen, maar zijn ook altijd bereid om nieuwe zaken op te pakken die op ons pad komen. We zijn dankbaar dat zoveel vrijwilligers, zowel in het bestuur als in de rol van gastvrouw en gastheer, zich inzetten voor onze vereniging.

We wensen iedereen veel leesplezier en inspiratie bij het doorlezen van dit jaarplan.

Namens het hele team,

Floriaan Zwart
Directeur VVV Waterland van Friesland

P.S. Dit voorwoord is geschreven in samenwerking met AI. Als team werken we steeds meer met deze technologie, maar we houden altijd zelf de regie over de inhoud, input en kwaliteit. We volgen deze ontwikkeling nauwgezet om deze techniek optimaal in te zetten voor zowel onze werkzaamheden als de hulp aan de gasten van onze regio.

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

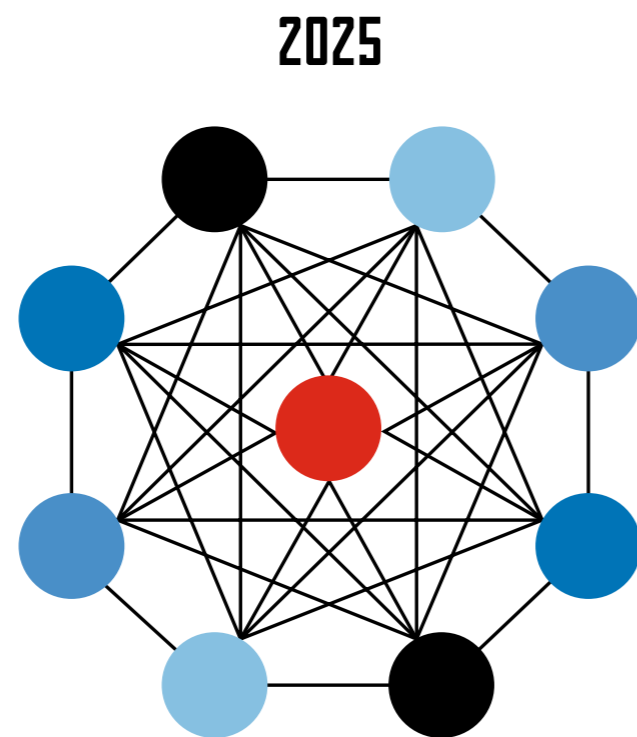
Het presenteren van de regio op een zo aantrekkelijk mogelijk manier om meer bezoekers te trekken. We doen dat met een passende boodschap bij de beoogde doelgroep in elke stap van de klantreis. Onze verhalen geven we hierin de hoogste prioriteit.

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 2025

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.



Als netwerkorganisatie wil VVV Waterland van Friesland verbinden met musea, kunst- en cultuurorganisaties, ondernemersverenigingen, promotieverenigingen/stichtingen, belangenbehartigers, 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 (GrootMedia), onderwijsinstellingen, Kennisnetwerk Destinatie Nederland en VVV Nederland.

Terwijl dit jaarplan wordt geschreven (juli en augustus 2024), werken we aan een nieuw koersdocument voor de periode tot 2035. Dit document wordt opgesteld met input van onze leden en houdt rekening met de visie en uitvoeringsprogramma's van beide gemeenten, die nog niet volledig zijn vastgesteld. Mochten er wijzigingen in onze kerntaak 'verbinden' plaatsvinden, dan zullen we deze vanaf 2025 implementeren. Deze wijzigingen zijn uiteraard nog niet opgenomen in dit jaarplan.

BASISWERKZAAMHEDEN 2025

- Werven en verbinden van (nieuwe) leden via presentaties, bezoeken, medewerkers, vrijwilligers, campagnes, netwerkbijeenkomsten en producten
- Relaties met leden onderhouden door middel van direct mailing, post, ledennieuwsbrief, LinkedIn, besloten Facebookpagina, zakelijke website, ledenvergadering (ALV), (netwerk)bijeenkomsten, 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 etc.
- 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

FOCUSPUNTEN 2025

Koersdocument 2025 - 2035

In het vierde kwartaal van 2024 zullen we ons nieuwe koersdocument in concept opleveren. Dit nieuwe koersdocument is gebaseerd op het voorgaande koersdocument en maakt gebruik van 'scenario planning' onder begeleiding van het European Tourism Future Institute (EFTI). Daarnaast houden we rekening met de (tegen die tijd) definitief vastgestelde visies en uitvoeringsprogramma's van de gemeenten De Fryske Marren en Súdwest-Fryslân. In het eerste kwartaal van 2025 krijgen leden en andere stakeholders de kans om input te geven op ons nieuwe koersdocument, waarna we het tijdens de voorjaarsbijeenkomst met onze leden definitief vaststellen.

Regionale bestemmingsontwikkeling

We merken dat er in Friesland nog geen breed gedragen consensus is over bestemmingsontwikkeling en -management. Als VVV stimuleren wij, waar mogelijk, nieuwe ontwikkelingen, zoals evenementenbeleid of initiatieven die bijdragen aan spreiding in tijd en ruimte. Ontwikkelingen komen vaak van onderop en waar mogelijk proberen we regionale ontwikkelingen in heel Friesland te implementeren. Daarbij proberen we in 2025 aansluiting te vinden bij de plannen van beide gemeenten op dit gebied en zal dit onderwerp meer aandacht krijgen in onze nieuwe koers richting 2035.

Regiodeal en Leader Zuidwest-Fryslân

In 2025 willen we concrete projecten uitvoeren die gefinancierd worden door de regiodeal en/of de Leader-subsidie die beschikbaar is voor Zuidwest Friesland. Hierbij zien we goede kansen om de uitvoeringsprogramma's van beide gemeenten te combineren met deze subsidiestromen.

Verbinding met steden, dorpen en regio's

Ondanks dat we vaak al een sterke verbinding hebben, gaan we in 2025 werken aan een nog hechtere band met de steden en dorpen binnen onze regio en de overige regio's van onze provincie. De verbinding is geen doel op zich, maar moet tot stand komen en blijven via concrete samenwerkingen op het gebied van productontwikkeling, kennisdeling, campagnes, enzovoort.

Groeiende verbinding met onze leden

In 2025 verwachten we naar duizend leden te groeien. Een sterke verbinding via bijeenkomsten, producten, afspraken en communicatiekanalen is nodig om de betrokkenheid van onze leden te waarborgen en waar nodig te vergroten.

Friesland brede Open Museum Maand

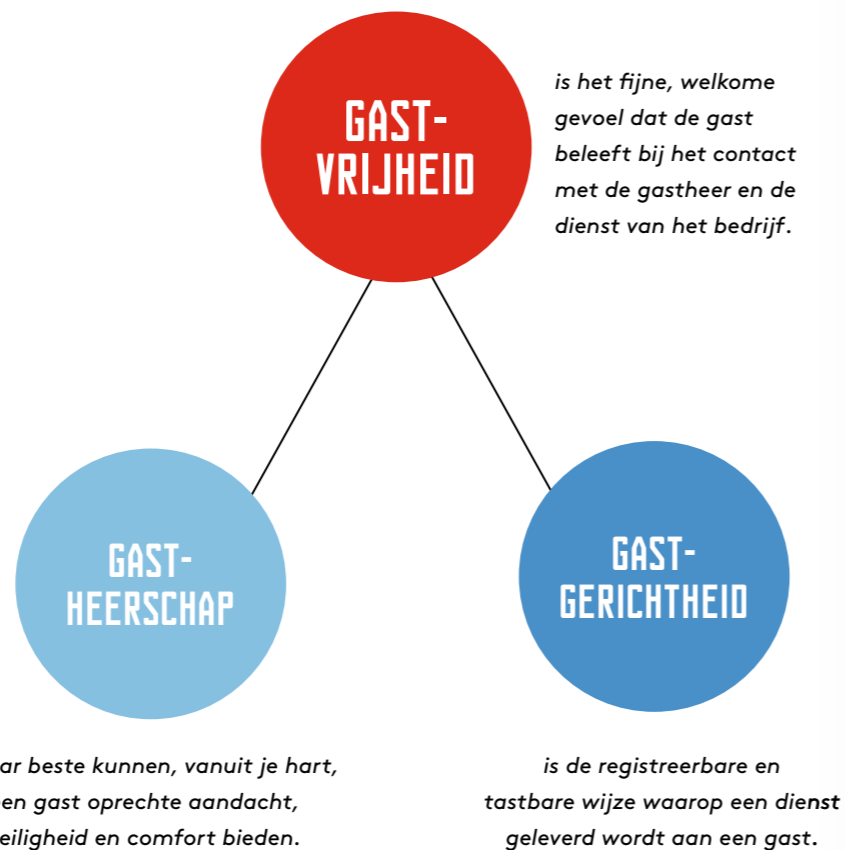
We streven ernaar om de Open Museum Maand Friesland-breed te organiseren. Hiervoor zoeken we actief samenwerking met Merk Fryslân en de andere regio's. Hoewel we onszelf niet zien als de partij die dit voor heel Friesland organiseert, willen we wel als aanjager dienen voor onze regio.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze kerntaak verbinden in 2025? Neem dan contact op met Sietje, Arent of Gelske via info@waterlandvanfriesland.nl

GASTVRIJHEID JAAR 2025

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.

Terwijl dit jaarplan wordt geschreven (juli en augustus 2024), werken we aan een nieuw koersdocument voor de periode tot 2035. Dit document wordt opgesteld met input van onze leden en houdt rekening met de visie en uitvoeringsprogramma's van beide gemeenten, die nog niet volledig zijn vastgesteld. Mochten er wijzigingen in onze kerntaak 'gastvrijheid' plaatsvinden, dan zullen we deze vanaf 2025 implementeren. Deze wijzigingen zijn uiteraard nog niet opgenomen in dit jaarplan.



BASISWERKZAAMHEDEN 2025

- Beantwoorden van vragen aan de balie, per mail en telefoon
- Cursussen (gastgerichtheid, Duits etc.), 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 etc.)
- Ondersteuning van externe VVV informatiepunten (30)
- 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

FOCUSPUNTEN 2025

Verbouwing winkel Stavoren

In 2024 hebben we succesvol een Leader-subsidie aangevraagd voor de verbouwing van de winkel in Stavoren. Met deze aanvullende subsidie kunnen we na twee jaar vertraging in 2025 de winkel upgraden tot een bezoekerscentrum. In samenwerking met de pandeigenaar zal de winkel direct verduurzaamd worden en bekijken we welke mogelijkheden er zijn om ook de omgeving een upgrade te geven.

Stadhuis Lemmer

In 2025 wordt het oude stadhuis van Lemmer, waarin onze winkel gevestigd is, verbouwd en verduurzaamd. In samenwerking met de gemeente en Museum Lemmer onderzoeken we hoe de indeling en invulling van het gebouw, inclusief onze winkel, vernieuwd en toekomstbestendig gemaakt kan worden.

VVV Bolsward

In 2025 wordt de gezamenlijke hal van het Cultuur Historisch Centrum De Tiid verder doorontwikkeld. Als VVV denken we mee hoe de verhalen van Bolsward en onze regio hier een goede plek kunnen krijgen. Waar mogelijk wordt er ook meer interactie toegevoegd aan de VVV-presentatie.

Producten winkels en bezoekerscentra

In de afgelopen jaren hebben we het aantal informatieve producten in onze winkels flink uitgebreid en verbeterd. Souvenirs die niet uniek zijn voor onze regio maken steeds

meer plaats voor streekproducten en/of producten die onze regio en provincie branden. Dit proces zetten we in 2025 voort met een focus op duurzamere producten.

Bezoekersonderzoek Open Museum Maand

In 2025 voeren we een jaar lang bezoekersonderzoek uit bij de 15 musea in onze regio. Dit onderzoek wordt gefinancierd door het Mondriaan Fonds. Via dit onderzoek willen we inzicht krijgen in het bezoekersgedrag van museumgasten en de effecten van de Open Museum Maand op de lange termijn.

Kennis van onze leden

In de winter van 2024/2025 organiseren we in plaats van een bussafari diverse dagdelen om de 7 steden van Waterland van Friesland te ontdekken. Elk dagdeel bestaat uit een of twee activiteiten en een netwerkmoment met onze leden. Via deze bijeenkomsten willen we naast de onderlinge verbinding van onze leden vooral ook hun kennis over onze steden verdiepen.

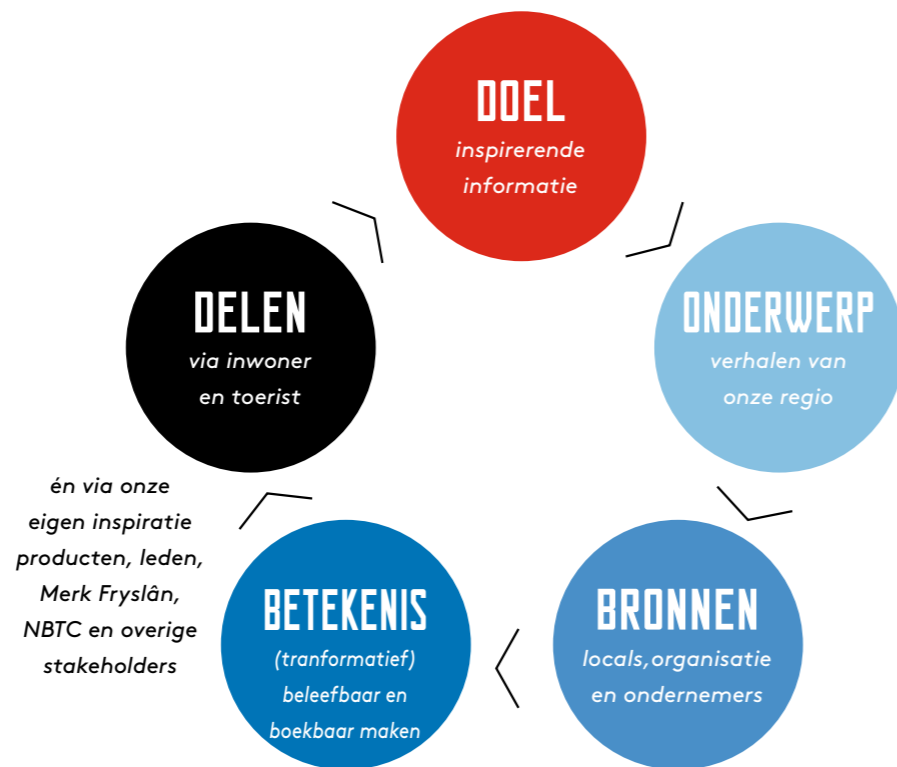
Gebruik van AI

In 2025 willen we onze tests met AI verder uitbreiden en verbeteren. Waar mogelijk zetten we AI in om gasten online direct te helpen met hun vragen. Ook onderzoeken we in hoeverre onze website en (informatie)producten geschikt zijn voor externe AI-tools, zodat onze informatie op de juiste manier wordt gevonden. Dit alles om een nog gastvrijere regio te zijn.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze kerntaak gastvrijheid in 2025? Neem dan contact op met Simonia of Sietie via info@waterlandvanfriesland.nl

INFORMATIEVOORZIENING JAAR 2025

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.



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

BASISWERKZAAMHEDEN 2025

- Verzamelen en publiceren van evenementen op de website en in de krant (maandlijks 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 promotie clubs
- 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

FOCUSPUNTEN 2025

Duitse vertalingen

In 2025 willen we de ingezette verbeteringen op het gebied van Duitse vertalingen voortzetten en afronden. Dit betekent dat onze Duitse website nog vollediger wordt, inclusief de vertaling van routes, activiteiten en onze Uitagenda. Vanaf 2025 zullen alle nieuwe ontwikkelingen op de website direct in het Duits beschikbaar zijn. Ook routeboekjes, dorpswandelingen en kinderspeurtochten worden waar mogelijk in het Duits vertaald. Hiermee worden we nóg gastvrijer naar onze Duitse gasten.

Routeboekje Gaasterland

In 2024 hebben we voor de Greidhoek een eigen routeboekje ontwikkeld. In 2025 gaan we een fietsrouteboekje voor Gaasterland ontwikkelen. Deze routes worden ook online geoptimaliseerd. Gasten kunnen altijd online een gratis roufetyler downloaden. Naast Gaasterland zullen er nog enkele inhoudelijke routes worden ontwikkeld en blijven we bestaande routes zowel online als offline verbeteren.

Offline informatieproducten

Naast goede online informatie geloven we ook in offline informatie- en inspiratieproducten. Een goede plattegrond, een kinderspeurtocht voor het hele gezin of een inspiratiekaart met tips over de regio; we blijven deze producten doorontwikkelen. Hierbij zoeken we actief de samenwerking met lokale ondernemersverenigingen voor cofinanciering en ondersteuning van deze plannen.

Activiteitenagenda

Naast onze Uitagenda gaan we doorlopende activiteiten online beter presenteren. Zo kunnen inwoners en gasten

van onze regio eenvoudig vinden wat er op een specifieke datum te doen is, of het nu een eenmalig evenement is of een doorlopende activiteit. Door activiteiten direct boekbaar te maken, zorgen we ervoor dat informatie over prijs en beschikbaarheid altijd up-to-date is.

Open zeilboten en sloepenverhuur

Er is op onze site veel vraag naar de beschikbaarheid van sloepen en open zeilboten. Daarom willen we het technisch mogelijk maken om reserveringssysteem van bootverhuurders te koppelen aan onze site. Hiermee verbeteren we onze informatievoorziening door onze gasten direct inzicht te geven in de beschikbaarheid van deze activiteiten. In de toekomst zal dit ook mogelijk zijn voor fietsen, SUP's, kano's, etc.

XXL Tablets

In ons gebied staan of hangen zo'n 25 tablets die gasten kunnen gebruiken om alle benodigde informatie op onze site te vinden. In 2025 gaan we enkele van deze tablets vervangen door grotere varianten om de zoekbeleving en het gebruik van deze dienst te bevorderen.

Verrijking accommodatie-informatie

In 2025 gaan we alle accommodaties die op onze website staan invoeren in de database die gebruikt wordt voor het zoeken en boeken van accommodaties. Hoewel een accommodatie hiermee niet per se boekbaar hoeft te worden, zal de informatie over de accommodatie wel meer verrijkt worden. Omdat we in 2025 verwachten de twee accommodatie-databases samen te voegen, kunnen we alle accommodaties (inclusief beschikbaarheid en prijs) direct tonen op het hoofddomein van onze website.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze kerntaak informatievoorziening in 2025? Neem dan contact op met Alie Maeyke, Boukje, Anna of Lisette via info@waterlandvanfriesland.nl

Terwijl dit jaarplan wordt geschreven (juli en augustus 2024), werken we aan een nieuw koersdocument voor de periode tot 2035. Dit document wordt opgesteld met input van onze leden en houdt rekening met de visie en uitvoeringsprogramma's van beide gemeenten, die nog niet volledig zijn vastgesteld. Mochten er wijzigingen in onze kerntaak 'Informatievoorziening' plaatsvinden, dan zullen we deze vanaf 2025 implementeren. Deze wijzigingen zijn uiteraard nog niet opgenomen in dit jaarplan.

MARKETING JAAR 2025

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.



2020



2025



2030

Terwijl dit jaarplan wordt geschreven (juli en augustus 2024), werken we aan een nieuw koersdocument voor de periode tot 2035. Dit document wordt opgesteld met input van onze leden en houdt rekening met de visie en uitvoeringsprogramma's van beide gemeenten, die nog niet volledig zijn vastgesteld. Mochten er wijzigingen in onze kerntaak 'Marketing' plaatsvinden, dan zullen we deze vanaf 2025 implementeren. Deze wijzigingen zijn uiteraard nog niet opgenomen in dit jaarplan.

BASISWERKZAAMHEDEN 2025

- Organiseren van persreizen en hierbij leden actief aanhaken. Daarnaast op dit gebied ook actief samenwerken met Merk Fryslân
- Het (her)schrijven van inspiratieblogs voor op onze website en sociale media kanalen
- Door ontwikkelen van onze verhalenroutes inclusief het meer beleefbaar en boekbaar maken
- Communiceren met toeristen en inwoners via onze sociale media kanalen en nieuwsbrief
- Uitbrengen van een meertalig inspiratiemagazine en Uitkranten die huis-aan-huis verspreid worden

FOCUSPUNTEN 2025

Focus op verhaallijn Stedentrip

Ook in 2025 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. Indien er een duurzaam aspect aanwezig is, krijgt dit extra aandacht. In 2025 ligt de focus op de verhaallijn Stedentrip met een mini reisgids in drie talen waar de hele customer journey samenkomt.

Elfstedentocht

Met 7 van de 11 steden in onze regio hebben we een groot belang bij inspirerende en juiste informatievoorziening en gastheerschap rondom de Elfstedentocht in Friesland. Sinds een paar jaar beheren en verkopen we via onze webshop de Elfstedenroutekaart met stempelkaart. Dit gastvrijheidsproduct willen we in 2025 vernieuwen. Ook willen we het stempelen in elke stad meer een beleving maken, jaarrond beschikbaar laten zijn en de informatievoorziening eenduidig en up to date laten zijn. In 2025 starten we daarom een pilot bij het nieuwe bezoekerscentrum Stavoren met een stempelbeleving die in potentie uitgerold (en overgenomen) kan en mag worden in alle Elfsteden.

Campagne en contentkalender per seizoen

Begin 2025 wordt weer de contentkalender inclusief marketingdoelstellingen gedeeld met al onze stakeholders. Hierin presenteren we de campagnes van 2025 inclusief tijdlijn en volgen we de seizoenen. Alle communicatiemiddelen (website, narrowcasting, social media, kranten, etc) worden volgens deze kalender aangepast.

Inspiratiemagazine en Uitkranten

Ons magazine en onze Uitkranten worden weer

- Website optimaliseren voor de gebruiker inclusief aanpassen aan de seizoenen/campagnes
- Website meertalig inrichten en vertalingen van teksten verzorgen
- Website optimaliseren voor vindbaarheid in zoekmachines
- Opzetten en beheren van marketingcampagnes. Waar mogelijk aanhaken bij Merk Fryslân en NBTC
- Ambassadeurscreatie en verbinding via wedstrijden, reviews en interactie
- Aanhaken op netwerken of initiatieven die ons helpen om de doorontwikkeling tot DMMO te bewerkstelligen

geoptimaliseerd. Er wordt gekeken naar de huisstijl, om zo weer goed aan te sluiten bij de stijl van Visit Friesland. Hun website en ook onze heeft in juni 2024 een visuele update gehad. Deze stijl moet worden doorgetrokken in offline middelen zoals deze gastheerschapsproducten. Bestaande content wordt hergebruikt, waar nodig opgefrist en de focus wordt verlegd naar Verhaallijn Stedentrip.

Narrowcasting

Per seizoen wordt de narrowcasting aangepast met bestaande content. Deze content wordt in 2025 volledig herzien, waar nodig geüpdatet en meer locatie specifiek gemaakt met als doel om hier weer een paar jaar mee vooruit te kunnen.

Conversie boekbaar aanbod

Ook in 2025 blijven we het volume verhogen van het boekbare aanbod op onze website, zowel wat betreft logiesaccommodaties en dagrecreatief aanbod met tickets. Met de komst van een nieuwe webshop in 2024 bieden we nu ook de mogelijkheid om alvast voor thuis handige routekaarten en souvenirs te kopen. In 2024 zijn de tickets voor dagrecreatief aanbod geïntegreerd in de Uitagenda voor meer conversie. Voor de conversie blijven we volop marketing inzetten.

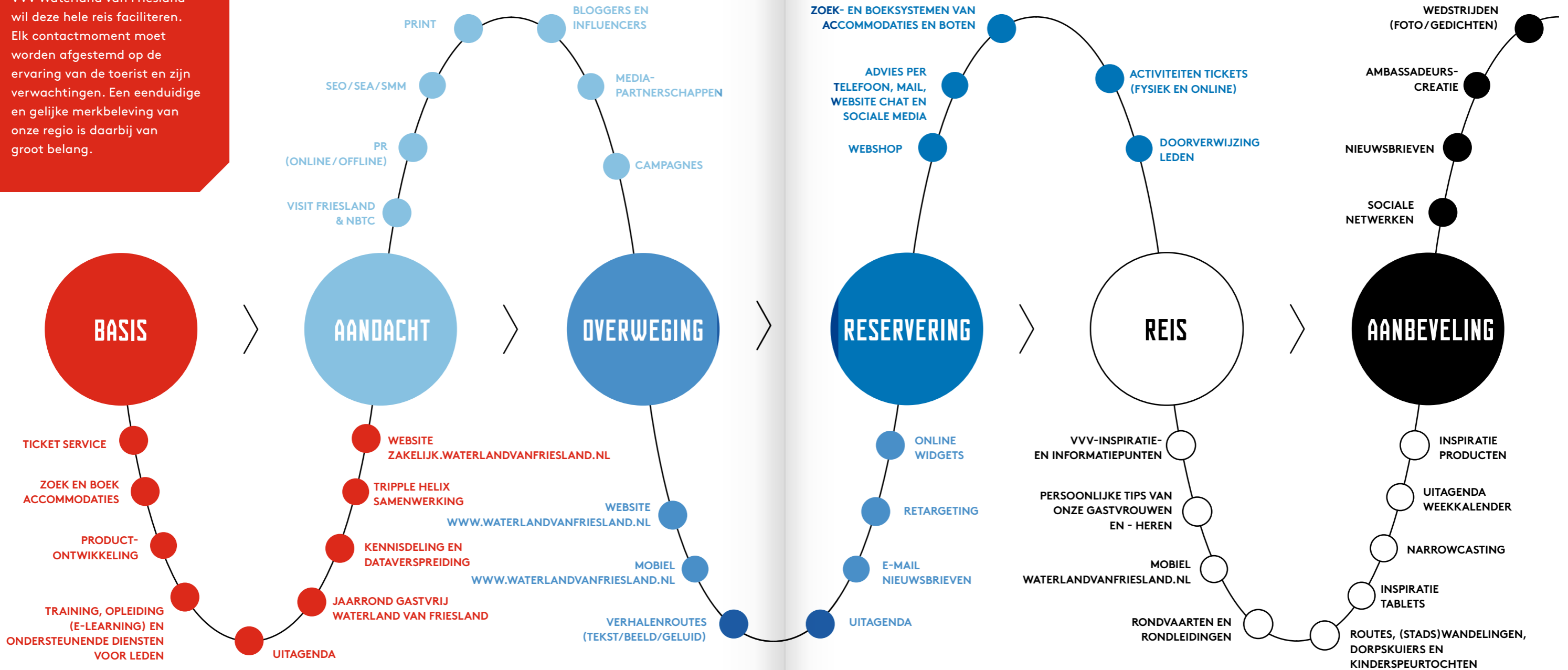
Scherpere keuzes door data

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 2025 hopen we hier meer vruchten van te plukken doordat de gemeenten het digitale nachregister implementeren en er kwalitatief bezoekersonderzoek wordt gedaan bij o.a. logiesaccommodaties.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze kerntaak marketing in 2025? Neem dan contact op met Grietje of Gelske 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 2025

De rol van organisatie achter de bestemming verandert. Wanneer de rol verandert, zullen ook de mensen binnen de organisatie VVV Waterland van Friesland mee moeten veranderen. De energie en de competenties die we nu hebben, moeten we blijven ontwikkelen. Zo kunnen we de kerntaken kwalitatief goed uitvoeren. Alleen een toekomstbestendige organisatie draagt bij aan een duurzame bestemming.

KERNWAARDEN



Terwijl dit jaarplan wordt geschreven (juli en augustus 2024), werken we aan een nieuw koersdocument voor de periode tot 2035. Dit document wordt opgesteld met input van onze leden en houdt rekening met de visie en uitvoeringsprogramma's van beide gemeenten, die nog niet volledig zijn vastgesteld. Onze organisatie is ondersteunend aan de kerntaken en koers van onze vereniging. Wij zullen de invulling van onze organisatie altijd aanpassen aan de ontwikkelingen die plaatsvinden. Een aangepaste koers of een andere invulling van (kern)taken is nog niet meegenomen in dit jaarplan.

BASISWERKZAAMHEDEN 2025

- 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
- Teambuilding en teamtraining
- Verduurzaming van onze organisatie

FOCUSPUNTEN 2025

Teambuilding en -training

Ons team van medewerkers en vrijwilligers vormt het 'goud' van onze organisatie. Dankzij hun inzet, kennis en enthousiasme blijven we ons continu ontwikkelen. In 2025 willen we extra investeren in ons team, de onderlinge samenwerking en hun zelfkennis en kennis over anderen. Dit is noodzakelijk omdat we door de dagelijkse drukte soms te weinig stilstaan bij deze aspecten. Gecombineerd met een nieuw koersdocument is dit essentieel voor onze toekomstige successen.

Verduurzaming organisatie

We streven naar een duurzame bestemming en daarbij hoort ook een duurzame organisatie. Daarom gaan we in 2025 concrete doelen stellen. Dit hoeven niet meteen grote stappen te zijn, maar wel elk jaar een paar, zodat we zelf ook duurzamer en toekomstbestendig worden. Denk hierbij aan onze energiecontracten, drukwerk, schoonmaakmiddelen en het assortiment in onze VVV-winkels.

Verstevigen Management Team

In 2024 hebben we een Management Team (MT) opgericht. Vier collega's overleggen maandelijks samen met onze directeur over alle ontwikkelingen binnen en buiten onze organisatie. Deze kennisdeling is belangrijk om onze organisatie beter te laten samenwerken en minder afhankelijk te maken van één persoon. In 2025

willen we dit verder versterken en de invulling van de MT-vergaderingen verbeteren, zodat we effectief en efficiënt blijven werken.

Vrijwilligers

We blijven jaarlijks focus houden op onze vrijwilligers. Hun betrokkenheid is van groot belang voor onze organisatie. Dankzij hun inzet kunnen we onze kennis verbeteren en onze gasten nog gastvrijder ontvangen.

Doorontwikkeling kassasysteem

In kwartaal één van 2024 implementeerden we een nieuw kassasysteem. De basis van het systeem staat goed, maar de mogelijkheden die het biedt zijn nog lang niet volledig benut. In 2025 gaan we daarom verder investeren in de kennis van het systeem, zodat we betere inzichten krijgen en sneller kunnen werken.

Subsidieafspraken 2026 - 2030

In 2025 willen we samen met beide gemeenten onze subsidie opnieuw voor de lange termijn vaststellen. De visies en uitvoeringsprogramma's van de gemeenten, gecombineerd met ons nieuwe koersdocument, zijn hiervoor belangrijke ingrediënten. We verwachten in het voorjaar van 2025 ook de fracties van de gemeenten te bezoeken om hen te informeren over de afgelopen jaren en onze visie op de toekomst.

Wil je meer weten over onze plannen, acties en doelstellingen voor onze organisatie in 2025? Neem dan contact op met Simonia of Floriaan via info@waterlandvanfriesland.nl

DOELSTELLING PER KERNTAAK JAAR 2025

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	50						
Aantal leden eind 2025	1.000						
Aantal te versturen leden nieuwsbrieven	17						
Aantal volgers ledenpagina LinkedIn	1.300						
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						
Aantal aanvullende (subsidie) projecten	2						

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						
Upgrade inspiratiepunten	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 geupdate of 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	350						
Aantal offline uit te brengen routes	2						
Update routes inclusief vertalen	15						
Aantal verhuureenheden in zoek en boek systeem	600						
Aantal boekbare activiteiten via ticket service	70						

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	4.500						
Aantal volgers Facebook	17.000						
Aantal volgers Instagram	10.500						
Aantal uit te brengen kranten en magazine	4						
Aantal pers- en pr reizen	2						
Aantal nieuwe blogs en vlogs	15						
Campagne ambassadeurscreatie	1						
Aantal publicaties in externe media	50						

BEGROTING JAAR 2025

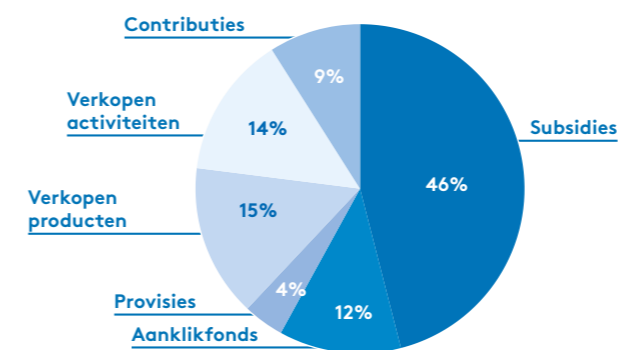
INKOMSTEN IN €

Subsidies gemeenten	€ 773.149,-
Contributies leden	€ 145.131,-
Provisie op tickets, zoek en boek, bonnen en diensten	€ 60.300,-
Verkopen informatie (winkel) producten	€ 242.000,-
Verkopen activiteiten, bonnen en tickets	€ 230.000,-
Ondersteuning, projecten en diensten (aanklikfonds)	€ 203.700,-
Overige inkomsten	€ 175,-
TOTAAL	€ 1.654.455,-

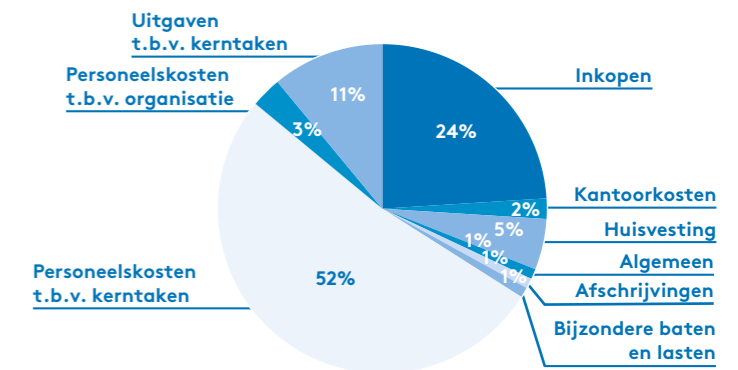
UITGAVEN IN €

Inkopen (tickets, activiteiten, bonnen, projecten, producten etc.)	€ 393.370,-
Kantoorkosten	€ 28.229,-
Huisvestingskosten (kantoor en VVV inspiratie winkels)	€ 89.690,-
Algemene kosten	€ 22.450,-
Personeelskosten (ten behoeve van kerntaken)	€ 861.469,-
Personeelskosten (ten behoeve van organisatie)	€ 45.340,-
Marketing, Gastvrijheid, Informatievoorziening, Verbinden (out-of-pocket)	€ 189.907,-
Afschrijvingen	€ 16.990,-
Bijzondere baten en lasten	€ 7.010,-
TOTAAL	€ 1.654.455,-

INKOMSTEN IN %



UITGAVEN IN %

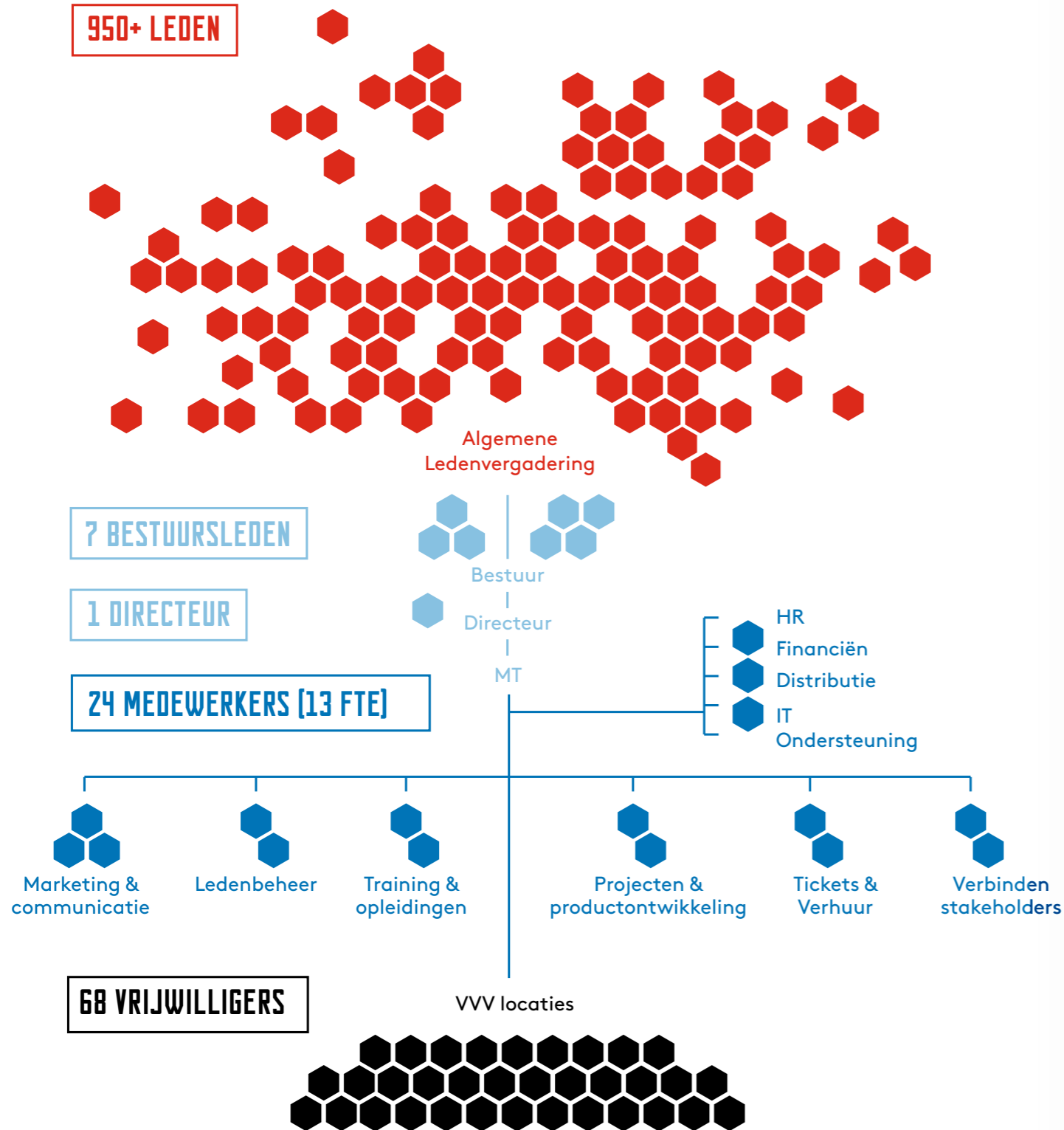


TOELICHTING

In 2022 waren wij nog voor 57% van onze inkomsten afhankelijk van subsidies. In 2025 verwachten wij dit te verlagen naar 46%. 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 we in de toekomst onze inkomsten uit de 'markt' verder te vergroten.

ORGANOGRAM

OKTOBER 2024



DIT IS EEN UITGAVE VAN
VVV WATERLAND VAN FRIESLAND

Disclaimer

Copyright © 2024,
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

GrootMedia is mediapartner van VVV Waterland van Friesland.

Fotografie

Hans Brunen en
ThomasVaer fotografie

Bestuur

Arné van den Boom - voorzitter
Claartje Lunter - secretaris
Tjalling Wiersma - penningmeester
Wiebren Buma
Saskia IJszenga
Robert Walinga
Kees Alberts

Voor meer informatie

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

WATERLAND
VAN FRIESLAND

VVV Waterland van Friesland
Regio Zuidwest Friesland



