

WATERLAND


VAN FRIESLAND

JAARVERSLAG 2025 AANGESCHERPTE KOERS



RJOCHTING

Een bijzonder jaar waarin we onze koers richting 2030 hebben vastgesteld. Geen nieuwe koers, maar een aangescherpte richting die meer focus geeft voor de toekomst. Met zes strategische kernprincipes hebben we een duidelijk kompas in handen dat richting geeft aan keuzes en uitvoering. Daarbij zien we de, gedeelde verantwoordelijkheid, voor de ontwikkeling van onze bestemming als aanvullende kerntaak.

Afgelopen jaar veranderden digitalisering en AI ons werk blijvend. We zijn er trots op dat onze websites juist in die dynamiek in relevantie blijven groeien. We bereikten meer mensen en wisten bezoekers vaker ook buiten het hoogseizoen te inspireren. Dat sluit aan bij onze ambitie om Zuidwest Friesland jaarrond aantrekkelijk te houden. Culturele initiatieven zoals de Open Museum Maand, WALFISK in Sneek en de opera Cavalleria Rusticana laten mede zien hoe dit in de praktijk vorm krijgt.

Bijzonder was in april de opening van onze vernieuwde VVV Stavoren. De vernieuwde VVV werd positief ontvangen door inwoners en bezoekers. En bevestigt het belang van een zichtbare plek waar informatie, gastvrijheid en ontmoeting samenkomen.

Daarnaast organiseerden we activiteiten, ronden we projecten af en brachten we nieuwe initiatieven en samenwerkingen op gang. Altijd met oog voor kwaliteit, samenhang en toekomstbestendigheid. In dit jaarverslag nemen we je mee in een aantal van onze werkzaamheden. Om te laten zien waar we aan werken en welke impact dat heeft.

We doen dit allemaal samen. Dankzij de steun van de gemeenten, het vertrouwen van onze leden en de inzet van vrijwilligers, het bestuur en medewerkers. We zijn trots en dankbaar voor alles wat we hebben bereikt en kijken vol vertrouwen naar de toekomst van Zuidwest Friesland.

Floriaan Zwart
Directeur VVV Waterland van Friesland

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 2025 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, regioaanjagers, TAF, museumdirecteuren, wethouders, ambtenaren, VVV Nederland, NBTC)
 - 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 productontwikkeling

Samenwerking met VVV's en DMO's
We zoeken actief de samenwerking op met andere VVV's en DMO's. Dit gebeurt onder andere via (inter) nationale netwerken zoals NECStour en

Destinatie Nederland, waar kennisdeling en samenwerking centraal staan. Ook tijdens het Frysk Toerisme Festival deelden wij onze kennis, onder andere via een presentatie over seizoensverlenging.

Verbinding zoeken
We zetten actief in op het versterken van relaties binnen en buiten de regio. Dit gebeurde onder andere tijdens de Hospitalitydag en het jaarcongres van de Tourisme Top, waar kennis is gedeeld en verbinding is gezocht met andere regio's en organisaties. Daarnaast was er regelmatig overleg met NBTC, Merk Fryslân en andere partners om samenwerking en afstemming te versterken.

Zoek & Boek bijeenkomst
In 2025 is een Zoek & Boek bijeenkomst georganiseerd voor ondernemers, waarbij leden actief input hebben geleverd op onze strategie. Tijdens de bijeenkomst is gesproken over de doorontwikkeling van Zoek & Boek en het belang van samenwerking. In 2026 willen we deze verbinding met ondernemers verder versterken.

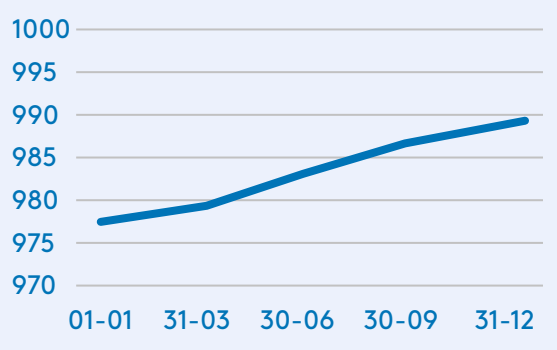
Petitie toeristenbelasting
Dit jaar is op ons initiatief een petitie gestart tegen de verhoging van de toeristenbelasting in Gemeente Súdwest-Fryslân. Er is aandacht gevraagd voor de gevolgen van een hogere belastingdruk op toerisme en ondernemers, met een positief effect: de toeristenbelasting is niet extra verhoogd en er wordt € 500.000 structureel geïnvesteerd in onze sector.



OVERHANDIGING PETITIE TOERISTENBELASTING

Presentaties politiek
Er is actief ingezet op het versterken van de verbinding met de lokale politiek. Zo is een presentatie verzorgd tijdens een door de VVD georganiseerde raadsledenbijeenkomst in Bolsward, over de ontwikkeling van het gebied en het belang van blijvende investeringen in toerisme. Daarnaast heeft directeur Floriaan Zwart een groot aantal fracties bezocht in Gemeente De Fryske Marren en Gemeente Súdwest-Fryslân. Deze gesprekken leverden input voor verkiezingsprogramma's en toekomstig toerismebeleid.

LEDENGROEI



LEDENBEDOORDELING

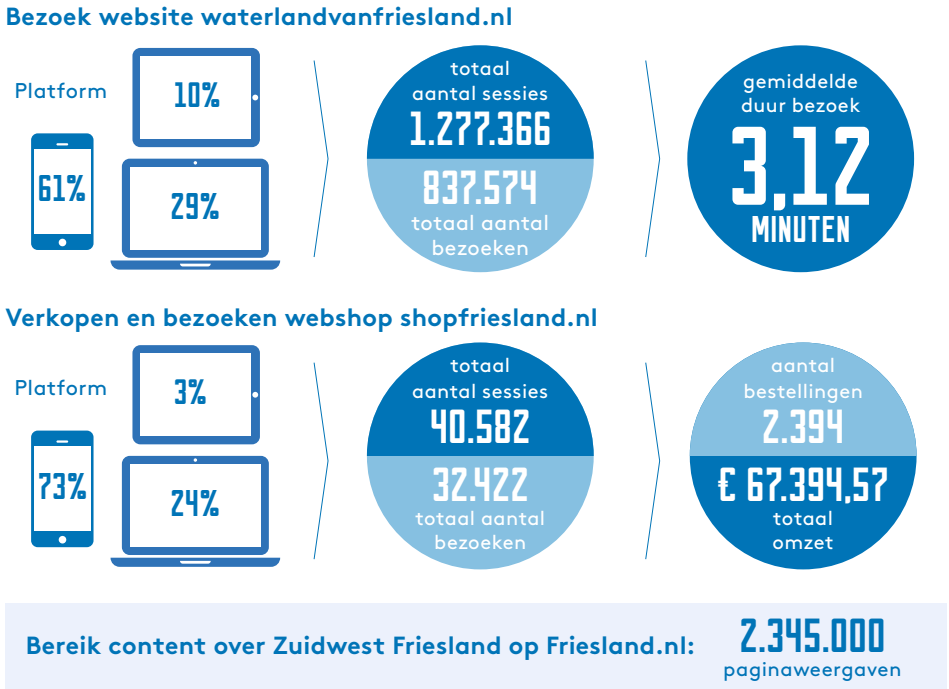
	2021	2022	2023	2024	2025
VVV Waterland van Friesland	7,9	8,0	8,0	8,2	8,1
Website	7,8	7,8	8,0	7,9	7,9
Ondernemersnieuwsbrief	7,7	7,6	7,8	7,7	7,8
Publicaties: magazine en kranten	8,2	7,8	8,2	8,0	8,0

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 2025 uit:
- Organiseren van persreizen en leden hierbij actief aanhaken
 - Schrijven van inspiratieblogs voor onze website en sociale media
 - Doorontwikkelen verhaallijnen incl. beleefbaarheid en boekbaarheid
 - Communiceren met toeristen en inwoners via sociale mediakanalen en nieuwsbrief
 - Uitbrengen meertalig magazine en kranten
 - Website optimalisatie en seizoen informatie
 - Meertaligheid website borgen
 - Website optimaliseren voor vindbaarheid in zoekmachines
 - Opzetten en beheren marketing-campagnes (waar mogelijk in samenwerking met Merk Fryslân)
 - Ambassadeurscreatie en verbinding via wedstrijden, reviews en interactie

Verhaallijn Stedentrip
In 2025 is de verhaallijn Stedentrip ingezet om de Friese Elfsteden te positioneren als bestemming voor een korte stedentrip. De verhaallijn nodigt bezoekers uit om meerdere steden te combineren. In samenwerking met Friesland.nl zijn naast de zeven steden in Zuidwest Friesland ook de vier Elfsteden buiten de regio meegenomen. Hiermee is de zichtbaarheid vergroot en is Friesland sterker gepositioneerd als stedentripbestemming.



Campagnes
De focus van de online marketing lag op de Elfstedenstadjes. Via de gratis online reisgids van de Elfstedentocht en content per stad zijn potentiële gasten verleid om in de regio te overnachten. Daarnaast is ingezet op seizoensverlenging, met aandacht voor doorvaren in de winter en de nieuwe kroegjesroutes in Gaasterland. Ook de Duitse markt kreeg nadrukkelijk aandacht. Via Google advertenties is ingezet op verdere groei in deze markt, waar nog veel potentie ligt.

Pers en media
Afgelopen jaar zorgden persreizen en mediapublicaties voor extra zichtbaarheid van VVV Waterland van Friesland. Er verschenen publicaties in onder andere Trouw, Noorderland, Toeractief, mooiste-stedentrip.nl en via Watersport-TV.

Samenwerkingen met influencers
Door sterker in te zetten op videocontent en samenwerkingen met influencers is een duidelijke groei in bereik gerealiseerd. Bijzondere belevingen en hotspots in de regio zijn via deze samenwerkingen onder de aandacht gebracht bij een breed publiek. Deze aanpak heeft zich bewezen en wordt in 2026 voortgezet en verder uitgebouwd.

Seizoensverlengende evenementen
Gedurende het jaar is meebewogen met de seizoenen en aangehaakt bij seizoensverlengende evenementen zoals de Open Museum Maand, WALFISK in Sneek en de opera Cavalleria Rusticana in Heeg. Wij hebben hierbij de marketing verzorgd en bijgedragen aan extra zichtbaarheid buiten het hoogseizoen.

BEREIKCIJFERS	2021	2022	2023	2024	2025
Website bezoeken	302.732	747.780	1.178.175	1.249.424	1.277.366
Facebook volgers	6.352	11.152	14.545	16.900	18.291
LinkedIn volgers	600	900	1.073	1.227	1.341
Instagram volgers	6.025	8.230	9.653	10.990	13.080
Consumenten nieuwsbrief	1.500	2.000	3.000	5.733	6.657
Campagne bereik	5.040.000	9.200.000	9.700.000	8.256.346	17.800.000 *

* In 2025 zijn we veel intensiever gaan samenwerken met influencers via video collabs op social media wat een flink hoger campagne bereik heeft opgeleverd.

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 2025 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 (30)
- Organiseren en beheren van eigen VVV informatiepunten (5)
- Ondersteuning en beheer van VVV inspiratie tablets (14)
- Ontwikkelen van gastvrije producten met naam en branding van onze regio
- Werven van gastvrouwen en -heren
- Webshop met onze (informatie) producten

Informatiepunt Woudsend vernieuwd
Dit jaar is de VVV locatie in Woudsend opnieuw ingericht, met toeristische informatie, tips en souvenirs. Het informatiepunt is gevestigd bij molenwinkel Molen 't Lam, midden in het dorp. De vernieuwing is gerealiseerd in samenwerking met Woudsend Promotie, De Smaak van Water en met een bijdrage van het Ondernemersfonds Woudsend.

Gastvrijheidswerkshop
Voorafgaand aan de zomer volgden alle gastvrouwen- en heren een gastvrijheidswerkshop waarin onze kernwaarden centraal stonden. De workshop werd positief ontvangen en draagt bij aan een herkenbare en consistente gastvrijheid.

Cursussen en uitjes vrijwilligers
Vrijwilligers zijn onmisbaar voor onze organisatie. Om hen te inspireren en te verbinden organiseerden we in 2025 verschillende activiteiten, zoals een opriscursocht Duits en vrijwilligersuitjes naar Woudsend, Jopie Huisman Museum en De Greidhoeke. Steeds meer vrijwilligers sluiten aan bij deze informatie-uitjes. De uitwisseling en kennis die dit oplevert draagt bij aan een betere gastvrijheid voor onze bezoekers.

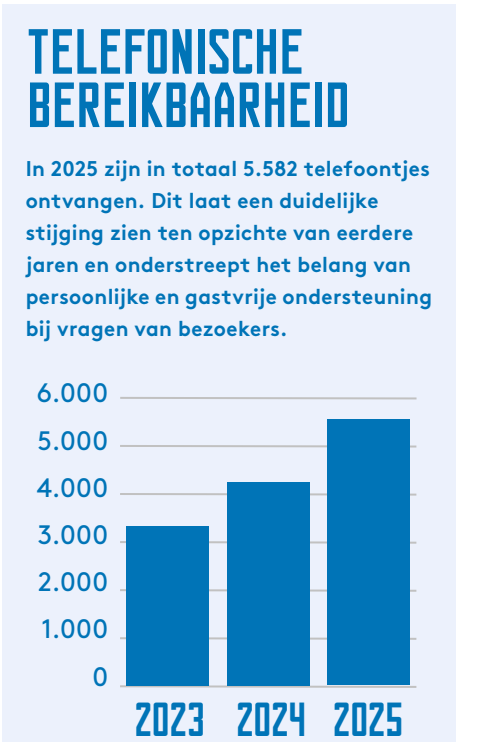
Nieuwe e-learnings
In 2025 zijn twee nieuwe e-learnings ontwikkeld over de Greidhoeke en de IJsselmeerkust. Met deze trainingen vergroten gastvrouwen en -heren hun kennis van het gebied, zodat zij bezoekers beter kunnen informeren. De e-learnings zijn onderdeel van het online trainingsplatform en vrij beschikbaar voor partners.

Inspirerende puzzels
In 2025 zijn de puzzels Dagje Friese Meren en De Elfstedentocht ontwikkeld. Op de achterkant van de doos staat inspiratie



over Zuidwest Friesland en via een QR-code worden puzzelaars uitgenodigd om meer te ontdekken en eropuit te gaan. De puzzels verbinden ontspanning met inspiratie voor een bezoek aan de regio. In 2025 zijn 2.664 exemplaren verkocht, met een omzet van € 40.988,-.

Nieuwe plattegronden
Dit jaar zijn nieuwe plattegronden ontwikkeld voor IJlst, Lemmer, Joure, Bolsward en Gaasterland. De plattegronden zijn ontwikkeld in samenwerking met gemeenten, lokale ondernemers en promotieverenigingen.



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 2025 uit:

- Verzamelen en publiceren van evenementen op de website en in de krant
- Online publiceren van een printbare evenementen weekkalender
- Contentbeheer narrowcastingschermen
- Toevoegen en beheren aanbod van tickets en zoek en boek
- Opmaken, controleren en uitbrengen van (regio)kaarten, plattegronden en (stads)wandelingen
- Verzamelen, bewerken, verbeteren en publiceren van informatie ten behoeve van het NBTC, Merk Fryslân en lokale promotie clubs
- Beheren en toevoegen van routes op onze website
- Beheren en toevoegen van POI's (Points of Interest) op onze website
- Schrijven en beheren van toeristische informatie op onze website
- Vertalen van teksten en informatie

Routes
In 2025 zijn 16 nieuwe routes ontwikkeld, in samenwerking met onder andere Routebureau Fryslân (Recreatieschap Marrekrite), gemeenten en lokale partners. Zo is de route Rondje IJsselmeer met veerdiensten ontwikkeld, waarmee

de samenwerking met Noord Holland en Flevoland wordt versterkt. Daarnaast zijn diverse audiotours, kunstroutes en themaroutes toegevoegd.

Beeldbank aangevuld
In opdracht van de gemeente De Fryske Marren is in de zomer van 2025 nieuw beeldmateriaal van de omgeving gemaakt. De beeldbank is hiermee aangevuld en wordt ingezet voor mediavragen, website, social media, het magazine en de krant.

Realtime beschikbaarheid
Er zijn nieuwe technische koppelingen gerealiseerd om het Zoek & boek aanbod beter zichtbaar te maken. Bezoekers kunnen nu direct zien of sloepen en valken beschikbaar zijn (pilot fase). Daarnaast zijn koppelingen gelegd met Travelbase en het reserveringssysteem MEWS, 123Boeken voor sloepen en valken, Transpontes voor open boten en Recras voor activiteiten zoals waterskiën en flyboarden.

UITkranten en inspiratiemagazine
Dit jaar zijn opnieuw drie UITkranten uitgebracht in het voorjaar, de zomer en het najaar. Daarnaast verschijnt jaarlijks het inspiratiemagazine. Met deze uitgaven bieden we bezoekers en inwoners inspiratie en activeren we hen om het hele jaar door op pad te gaan in de regio.

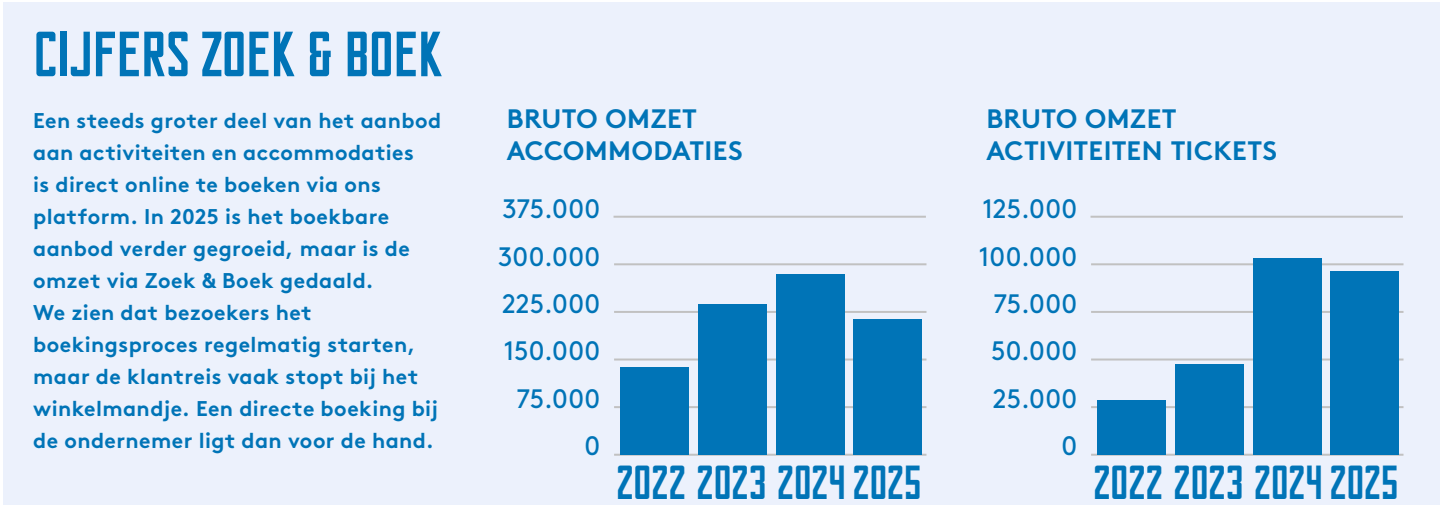
Consumentennieuwsbrief
De consumentennieuwsbrief heeft een groeiende impact. Het aantal abonnees

is het afgelopen jaar met circa 1.000 toegenomen. De nieuwsbrief wordt ingezet om bezoekers en inwoners te inspireren met tips, routes en activiteiten in de regio.

Shopfriesland.nl
De webshop inmiddels anderhalf jaar live en heeft zich ontwikkeld tot een belangrijk kanaal voor informatie. Via de webshop vinden bezoekers en inwoners inspiratie-, informatie- en toeristische producten. De Elfstedenroutekaart met stempelkaart, het Elfstedentocht Monopolyspel en de puzzels behoren tot de meest verkochte producten. De webshop scoort een 9,8 op basis van 163 reviews.



Activiteitenkalender
In 2025 is er onderscheid gemaakt tussen evenementen en activiteiten. Naast de uitagenda is een aparte activiteitenkalender gemaakt. Hierdoor zijn niet alleen evenementen zichtbaar, maar ook activiteiten zoals rondvaarten, musea en zwembaden. Bezoekers kunnen activiteiten vinden op basis van openingstijden en beschikbaarheid. In 2025 zagen we een terugloop in boekingen. In de winter van 2026 zijn we daarom een onderzoek gestart om deze terugloop om te draaien.



PRODUCT- EN BESTEMMINGSONTWIKKELING

In 2025 werkten we aan verschillende projecten op het gebied van product- en bestemmingsontwikkeling. Door deze projecten zetten we stappen in het ontwikkelen van onze regio en het verbeteren van onze producten.



BEZOEKERSCENTRUM STAVOREN

Stavoren heeft een gloednieuw VVV bezoekerscentrum, helemaal verbouwd tot een moderne plek vol verhalen en interactieve elementen. Bezoekers vinden hier praktische informatie over de omgeving. De grote interactieve kaart van de IJsselmeerkust en het stuurwiel waarmee bezoekers het verhaal van Stavoren ontdekken zijn echte blikvangers.

Daarnaast is er een podwalk ontwikkeld, waarbij bezoekers via een AI stem de stad ontdekken. Dit project is gefinancierd door het Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling via het LEADER programma, het FIKS fonds en het Kernenfonds.

REISGIDS FRIESE ELFSTEDEN

In 2025 is de Reisgids Friese Elfsteden uitgebracht. De gids brengt het verhaal van de Elfsteden en de Elfstedentocht samen en nodigt uit om de route op eigen tempo te beleven. In 2025 is de reisgids 132.968 keer gratis gedownload: 71.256 keer in het Nederlands en 61.712 keer in het Duits.



WINTERSE INITIATIEVEN

In 2025 is ingezet op seizoensverlenging met het mediakunstproject WALFISK en de opera Cavalleria Rusticana. Met deze culturele projecten is in de winterperiode nieuw publiek bereikt en laten we zien dat Waterland van Friesland ook buiten het zomerseizoen aantrekkelijk is.



DNA VERHAALLIJNEN

Komend jaar werken we aan nieuwe DNA verhaallijnen voor Waterland van Friesland. Deze vormen een gezamenlijke inhoudelijke kapstok met één centraal verhaal en meerdere verdiepende thema's die richting geven aan storytelling, productontwikkeling en communicatie. In 2025 is hiervoor €125.000 subsidie toegekend vanuit LEADER, aangevuld met bijdragen van beide gemeenten, waarmee in 2026 kan worden gestart met de uitvoering van het project.

OPEN MUSEUM MAAND

Voor het derde jaar op rij organiseerden wij in november de Open Museum Maand, waarmee we laten zien dat cultuurbeleving kan worden gestimuleerd met een gezamenlijk en laagdrempelig evenement. In totaal openden 18 musea in Zuidwest en Zuidoost Friesland gratis hun deuren voor inwoners en gasten van logiesaccommodaties, wat leidde tot 39.124 bezoekers. We zijn in overleg met de gemeenten voor een meerjarige beschikking voor dit evenement.



KROEGJESROUTES GAASTERLAND

In 2025 zijn in Gaasterland nieuwe kroegjesroutes ontwikkeld. Dit gebeurde in opdracht van de gemeente De Fryske Marren. De routes combineren wandelen met een bezoek aan lokale horecazaken, verbinden dorpen, landschap en ondernemers en nodigen uit om Gaasterland op een laagdrempelige manier te ontdekken. De kroegjesroutes laten zien dat Gaasterland ook buiten de zomer aantrekkelijk is.



KINDERSPEURTOCHT BOLSWARD EN JOURE

In 2025 zijn nieuwe kinderspeurtochten ontwikkeld voor Bolsward en Joure. De speurtocht in Joure is ontwikkeld in opdracht van de gemeente De Fryske Marren. De speurtocht in Bolsward is mede mogelijk gemaakt door Vereniging Ondernemend Bolsward, Platform Bolsward en Vereniging Parkmanagement.

Met een schatkaart in de hand volgen kinderen de zwarte lijn door de stad of het dorp. Samen met hun ouders ontdekken ze spelenderwijs de leukste plekjes en weetjes langs de route. De speurtochten maken een bezoek met kinderen extra leuk.

ORGANISATIE

Dagelijks werken wij als organisatie aan onze vier kerntaken verbinden, gastheerschap, informatievoorziening en marketing. Onze organisatie is klein, heeft weinig overhead en een platte structuur. Achter de schermen van onze organisatie proberen we alles zo optimaal mogelijk te organiseren, zodat ons team zo goed mogelijk kan werken aan haar taken.

Onze werkzaamheden ten behoeve van de organisatie in 2025 bestonden 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
- Beheer van onze VVV locaties
- ICT, distributie en ondersteuning

Koersdocument 2030
Ons koersdocument, met daarin onze visie en strategie voor de komende jaren, is in 2025 afgerond. Dit document geeft richting aan de keuzes die we maken en beschrijft hoe we samen met partners werken aan een duurzame en toekomstbestendige bestemming. Het vormt een belangrijk kader voor onze strategie, kerntaken en manier van werken.

Training en opleiding
In 2025 is geïnvesteerd in training en opleiding van medewerkers. Collega's volgden onder andere webinars over het aantrekken van meer directe boekingen, het gebruik van AI en het bereiken van de Duitse toerist. Daarnaast vond kennisdeling plaats binnen het team. Zo blijft de kennis binnen de organisatie actueel en toepasbaar.

Inzet van AI
In 2025 is binnen de organisatie verder geëxperimenteerd met de inzet van AI (kunstmatige intelligentie). AI wordt ingezet als ondersteunend hulpmiddel bij onder andere contentontwikkeling, analyse, voorbereiding van gesprekken en interne processen. Dit draagt bij aan efficiënter werken en helpt om kennis en informatie beter te benutten. De inzet van AI is aanvullend op het werk van medewerkers, waarbij menselijke afweging en lokale kennis leidend blijven.

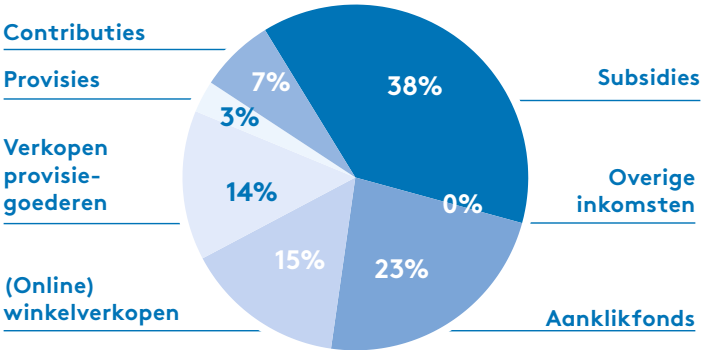
Producten bestellen
Dit jaar is het bestelproces voor producten vereenvoudigd met een extra tool binnen

MplusKassa, ons kassasysteem. Het eerdere bestelformulier is vervangen door een gebruiksvriendelijke website voor leden, waarmee zij eenvoudig inspiratiemateriaal en toeristische producten kunnen bestellen. Dit maakt bestellen overzichtelijker en zorgt voor een efficiëntere en professionelere verwerking. In 2025 is deze omgeving ingericht en getest. De website is begin 2026 live gegaan.

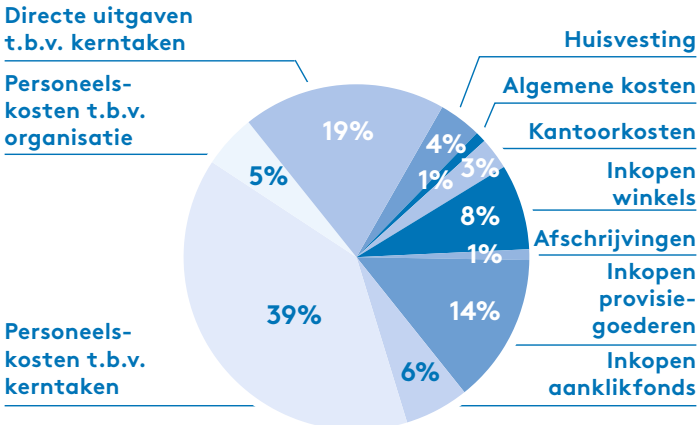
Bestuurswissel
In 2025 vonden enkele wijzigingen plaats binnen het bestuur. In april namen we afscheid van Robert F. Walinga en in november van Wiebren Buma. In november is Iris de Boer toegetreden als nieuw bestuurslid.

Financiën
De ontvangen subsidies in 2025 bedragen € 310.254 van gemeente De Fryske Marren en € 455.415 van gemeente Súdwest-Fryslân. Het financieel jaarverslag wordt apart opgesteld en gedeeld met onze stakeholders. Onze omzet bedroeg € 1.988.987,-.

INKOMSTEN



UITGAVEN



ORGANISATIE GEGEVENS

25 Medewerkers (15,8 fte)

- 15 in vaste dienst
- 9 via tijdelijk (seizoen)contract
- 1 in dienst via Empatec

39 Vrijwilligers

73 Gastheren/vrouwen via externe locaties

3 Stagiaires

6 Bestuursleden

16 VVV locaties

19 Informatiepunten