

JAARPLAN 2027

VVV WATERLAND VAN FRIESLAND

CONCEPT

SAMEN STERKER
DOOR KENNIS EN SAMENWERKING

Dit is een uitgave van VVV Waterland van Friesland, geschreven door VVV Waterland van Friesland.

Dit is een uitgave van VVV Waterland van Friesland, geschreven door VVV Waterland van Friesland. Het kwam tot stand met input van onze medewerkers en bestuur. Als basis voor dit jaarplan ligt het koersdocument richting 2030 Navigeren naar een duurzaam en toekomstbestendig Zuidwest Friesland. © November 2026

“EEN STERK NETWERK. GEDEELDE KENNIS. NIEUWE BEWEGING”



VVV Waterland van Friesland
Regio Zuidwest Friesland



1/ VOORWOORD

Voor je ligt ons nieuwe jaarplan voor 2027. De koers staat, maar de regio blijft volop in ontwikkeling. In 2025 hebben we samen met onze leden en partners de koers richting 2030 vastgesteld. Het is waardevol dat zoveel betrokken partijen hun kennis, ervaringen en ideeën hebben ingebracht. Deze gezamenlijke koers geeft ons richting voor de komende jaren en vormt de basis voor de keuzes die we maken.

In 2027 blijven we werken aan een aantrekkelijk en gastvrij Zuidwest Friesland. Als DMO (Destinatie Management Organisatie) richten we ons niet alleen op gastheerschap, marketing en informatie, maar ook op het verbinden van partijen, het delen van kennis en het aanjagen van ontwikkelingen in de regio. We zetten ons in voor een sterker aanbod buiten het hoogseizoen, werken verder aan het verhaal en de identiteit van onze regio en ondersteunen nieuwe ontwikkelingen zoals bezoekerscentra en elektrisch varen. Steeds vaker zoeken evenementen en initiatieven de samenwerking met ons om mee te denken over hun plannen, kennis te delen en samen te werken aan zichtbaarheid.

Een belangrijke stap hierin is de lancering van ons Kennisplatform toerisme en recreatie eind 2026. In 2027 krijgt dit kennisplatform een vaste plek in ons werk. We brengen cijfers, onderzoek, trends en ervaringen uit de praktijk samen en geven daar duiding aan. Ook ontwikkelingen zoals AI volgen we en we kijken welke betekenis deze hebben voor onze leden en voor ons eigen werk. Zo helpen we ondernemers, organisaties en overheden om ontwikkelingen te duiden en kansen te signaleren. Daarmee zetten we een concrete stap richting onze ambitie om het meest datagedreven en krachtige toeristische ledennetwerk van Nederland te zijn. Niet omdat data een doel op zich is, maar omdat kennis meer waarde krijgt wanneer je die deelt en toepast.

Nieuwe plannen trekken vaak de aandacht, maar ons werk begint bij de dagelijkse basis. Zo beheren en verbeteren we onder meer onze website, met zo'n 1.850 pagina's, onze sociale media, vullen we de Uitagenda en maken we het inspiratiemagazine en drie Uitkranten. We onderhouden het contact met bijna 1.000 leden, organiseren bijeenkomsten en ondersteunen ondernemers. We ontvangen per jaar ruim 140.000 gasten op onze VVV locaties. Ook beantwoorden we ruim 10.000 mails en telefoontjes van gasten in verschillende talen.

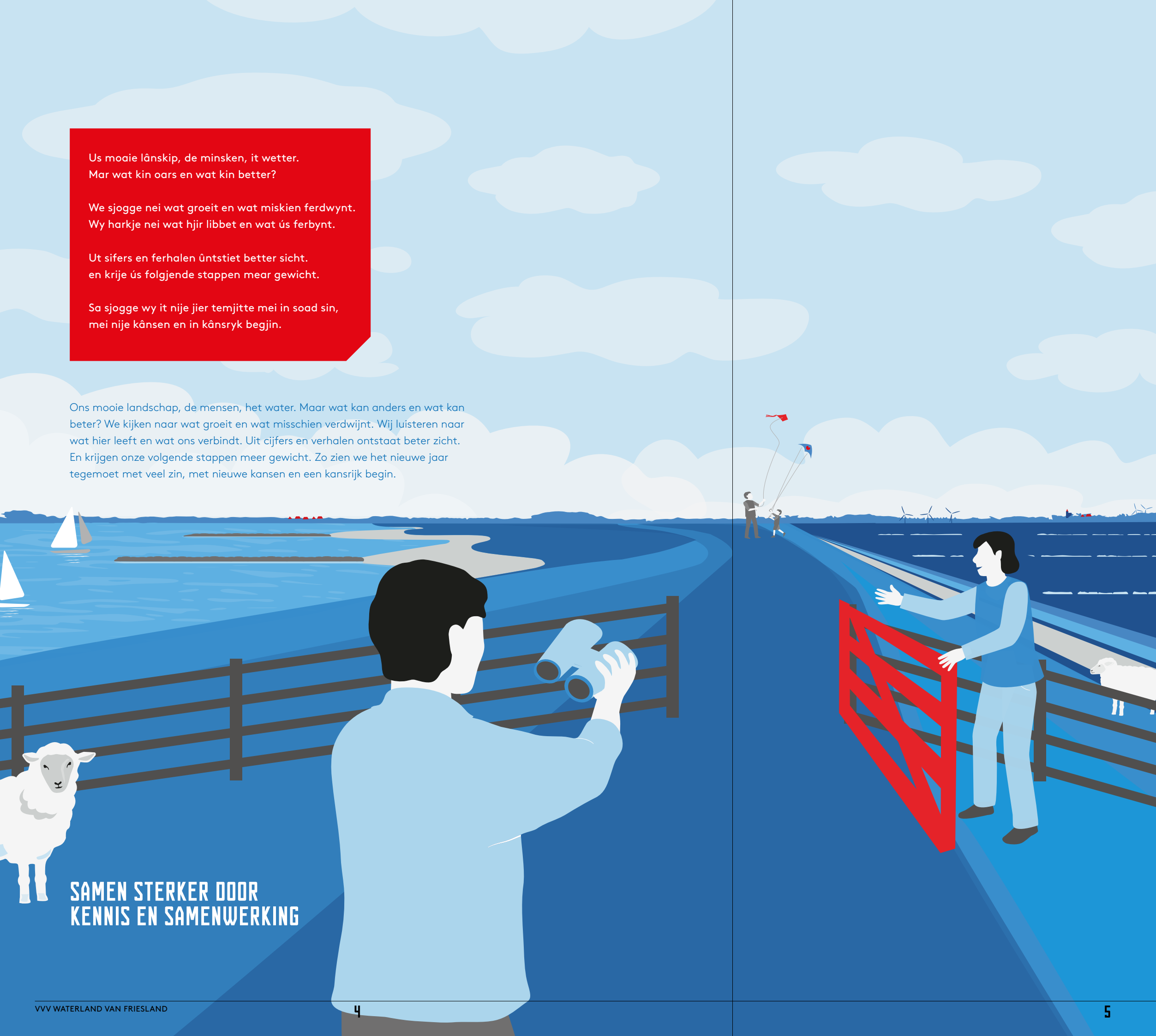
In dit jaarplan laten we per organisatieonderdeel zien wat we structureel doen en welke aanvullende projecten we uitvoeren. Met mijlpalen maken we duidelijk wat we in 2027 willen realiseren, verbeteren en bereiken. Zo bouwen we verder op de koers richting 2030. Samen met onze leden, vrijwilligers, partners en gemeenten zetten we ons in voor een sterke en gastvrije regio.

Namens bestuur en team van VVV Waterland van Friesland,

Floriaan Zwart
Directeur VVV Waterland van Friesland



Bekijk hier ons
koersdocument



Us moaie lânskip, de minsken, it wetter.
Mar wat kin oars en wat kin better?

We sjogge nei wat groeit en wat miskien ferdwynt.
Wy harkje nei wat hjir libbet en wat ús ferbynt.

Ut sifers en ferhalen ûntstiet better sicht.
en krije ús folgjende stappen mear gewicht.

Sa sjogge wy it nije jier temjitte mei in soad sin,
mei nije kânsen en in kânsryk begjin.

Ons mooie landschap, de mensen, het water. Maar wat kan anders en wat kan beter? We kijken naar wat groeit en wat misschien verdwijnt. Wij luisteren naar wat hier leeft en wat ons verbindt. Uit cijfers en verhalen ontstaat beter zicht. En krijgen onze volgende stappen meer gewicht. Zo zien we het nieuwe jaar tegemoet met veel zin, met nieuwe kansen en een kansrijk begin.

**SAMEN STERKER DOOR
KENNIS EN SAMENWERKING**

INHOUD

1/ VOORWOORD	3
2/ VISIE	7
3/ STRATEGISCHE KERNPRINCIPES	8
4/ KERNTAKEN	10
5/ WERKZAAMHEDEN	15
5.1 Marketing en communicatie	16
5.2 Informatie en beleefbaarheid	18
5.3 Leden en netwerkbeheer	20
5.4 Bestemming- en productontwikkeling	22
5.5 Gastheerschap en retail	24
5.6 Data, digitalisering en kennisontwikkeling	26
5.7 Ondersteuning	28
6/ BEGROTING	31
7/ KLANTREIS	32
8/ ORGANOGRAM	34



2/ VISIE

EEN JAAR ROND DUURZAAM RECREËREN DOOR INWONER EN TOERIST IN WATERLAND VAN FRIESLAND

Toerisme is geen doel op zich maar een middel om meerwaarde te creëren voor alle betrokkenen bij onze bestemming. Als VVV willen we samen navigeren naar een duurzaam en toekomstbestendig Zuidwest Friesland. Ons doel als VVV Waterland van Friesland is om over vijf jaar het meest datagedreven en krachtige toeristische ledennetwerk van Nederland te zijn. Op basis van data en samenwerking voeren we de kerntaken gastvrijheid, verbinden, marketing, informatievoorziening en bestemmingsontwikkeling in de juiste balans uit.

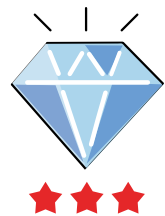
We verbinden ondernemers, overheden en partners, delen en duiden kennis en helpen inwoners en bezoekers passend aanbod te vinden en beleven. Zo versterken we de positie van onze leden en dragen we via toerisme en recreatie bij aan spreiding, leefbaarheid, balans en brede welvaart in Zuidwest Friesland.

KERNTAKEN



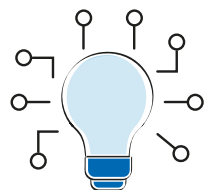
3/ STRATEGISCHE KERNPRINCIPES

Als VVV Waterland van Friesland kijken we naar de behoeften van onze leden, de bestemming en de vraag van de bezoekers. Zo versterken we de positieve kracht van het toerisme. In onze strategie in ons koersdocument richting 2030 hebben we zes strategische kernprincipes geformuleerd. Ze vormen de basis van onze koers, besluitvorming en uitvoering en voeden onze visie. Ook dit jaarplan sluit hier op aan. De strategische kernprincipes geven richting aan de keuzes die we maken, de werkzaamheden die we uitvoeren en de projecten die we in 2027 realiseren.



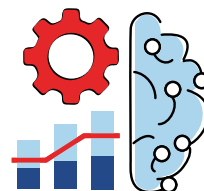
MEERWAARDE CREËREN VOOR ONZE LEDEN IN EEN GOED EVENWICHT

We zetten ons in voor de belangen van onze bijna 1.000 leden. Hierbij proberen we de juiste balans te vinden tussen economische winst, duurzaamheid en positieve maatschappelijke impact.



INNOVEREN IN EEN DIGITAAL LANDSCHAP

In het snel evoluerende digitale landschap stimuleren we als netwerkorganisatie met leden, samen met onze partners, de digitale transformatie binnen de gastvrijheidssector. We zetten ons in om innovatieve oplossingen te implementeren en vorm te geven waar mogelijk.



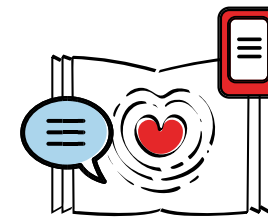
DATA- EN KENNISGEDREVEN WERKEN

Door actief data en kennis te transformeren naar praktische inzichten, in samenwerking met kennisinstellingen en andere partners, bouwen we aan een dynamisch kennisnetwerk.



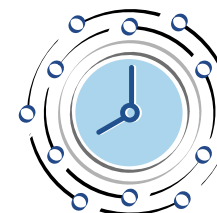
DUURZAME KEUZES MAKEN

Wij zetten duurzaamheid en circulariteit centraal in al onze activiteiten, van promotie en productontwikkeling tot samenwerkingen. Samen met onze partners stimuleren we groene en lokale initiatieven en maken we zelf ook duurzame keuzes binnen onze organisatie.



UNIEKE VERHALEN VERTELLEN

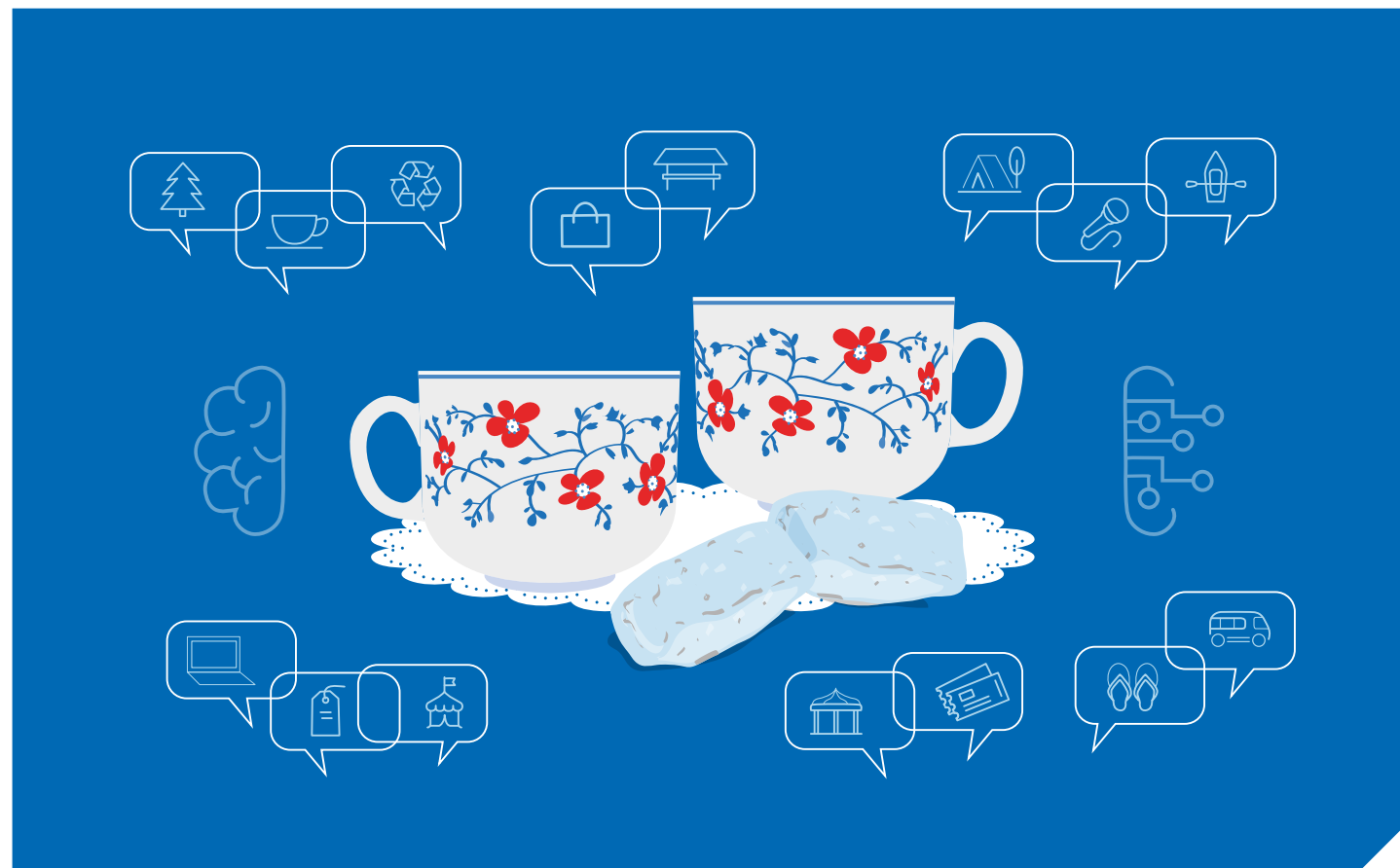
We verbinden bezoekers, ondernemers en bewoners met verhalen die aansluiten bij het DNA van Zuidwest Friesland. We versterken deze verhalen door mensen de 'ziel van de plek' te laten ervaren, passies en interesses te delen, in te zetten op lokale ambassadeurs, toerisme toegankelijk te maken voor iedereen en unieke activiteiten aan te jagen.



SPREIDEN IN TIJD EN RUIMTE

Om de leefbaarheid in elk seizoen en op elke plek in onze regio mede op peil te houden, kijken we telkens hoe we bezoekers op andere momenten Zuidwest Friesland laten ontdekken en mogelijk op andere plekken. Dit vraagt om toeristisch aanbod dat relevant, bereikbaar, boekbaar, bezoekbaar en beleefbaar is. Met jaarrond aanbod wordt onze regio minder weersafhankelijk.

**"DE STRATEGISCHE KERNPRINCIPES
VORMEN DE BASIS VAN ONZE KOERS,
BESLUITVORMING EN UITVOERING.
ZE VOEDEN ONZE VISIE"**



4/ KERNTAKEN

Voor onze regio, leden en partners zetten we ons in voor verbinding, gastvrijheid, informatievoorziening, marketing en bestemmingsontwikkeling. Dit zijn onze kerntaken en vormen de basis voor alles wat we doen om Zuidwest Friesland te versterken.

KERNTAAK VERBINDEN

Verbinding is de basis van een sterke organisatie en een succesvolle regio. Met bijna 1.000 leden zijn wij de schakel tussen ondernemers, culturele organisaties en overheden, lokaal én (inter)nationaal. Juist in een regio met veel kleinschalige ondernemers versterken we hun slagkracht door samen te werken, kennis te delen en elkaar zichtbaar te maken. Zo ontstaan nieuwe kansen voor vernieuwing en groei. Als netwerkorganisatie investeren we continu in relaties, kennisdeling en digitale platforms (zoals het Open Data Platform en Beschikbaarheid & Boeken) die het hele netwerk ten goede komen. We houden daarnaast digitale ontwikkelingen zoals AI in de gaten en kijken naar de betekenis en kansen hiervan voor ondernemers.

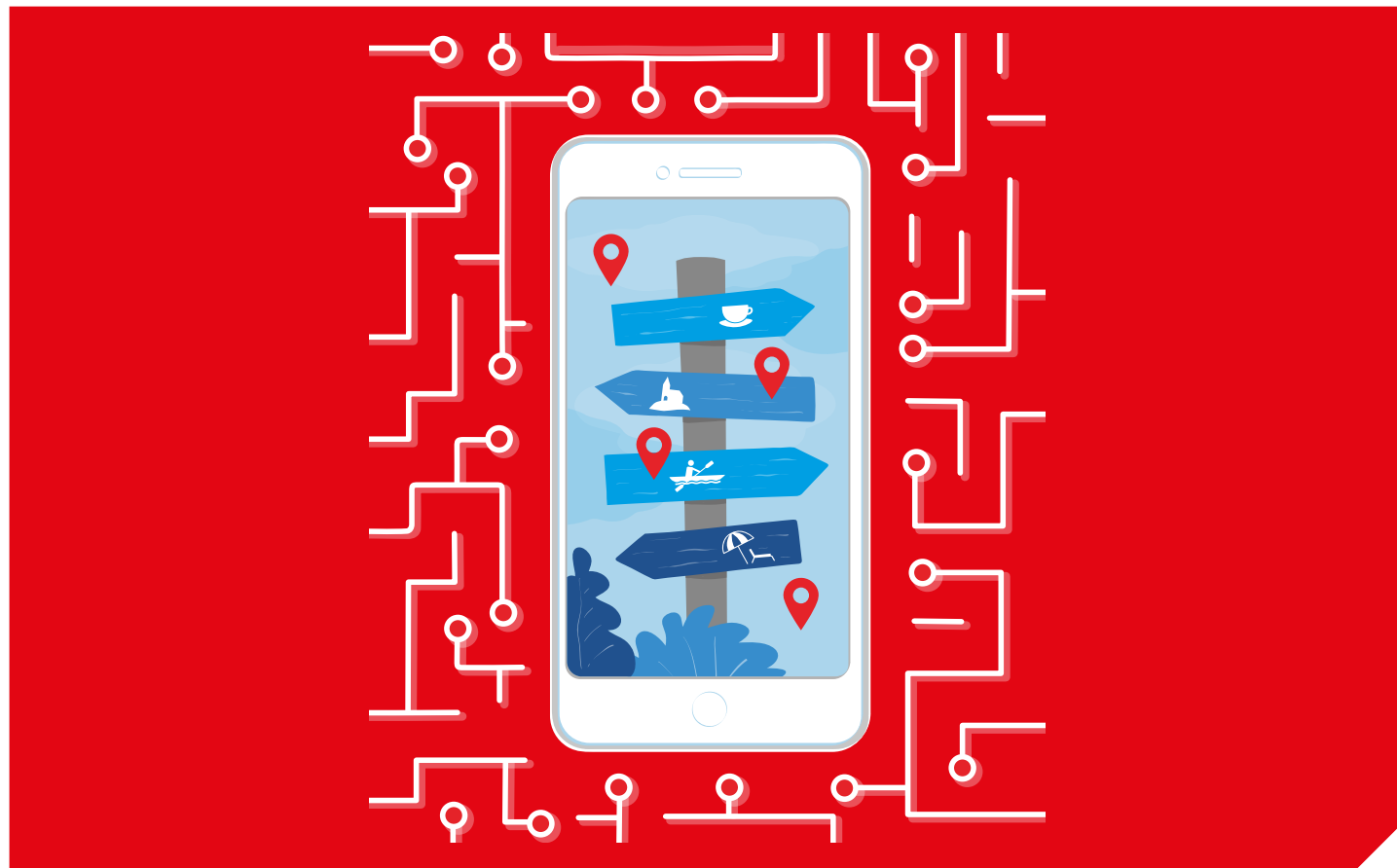
**"ALLEEN KOM JE VER.
SAMEN KOM JE VERDER"**



KERNTAAK GASTVRIJHEID

Gastvrijheid is de basis van een aantrekkelijke bestemming. Het is het gevoel van welkom zijn door oprechte aandacht en vriendelijkheid. Dat begint bij onze eigen gastvrouwen en gastheren in bezoekerscentra en informatiepunten en loopt door tot ondernemers en inwoners die als ambassadeurs optreden. Juist in een tijd van chatbots en standaardantwoorden blijft persoonlijk contact via e-mail, telefoon of in de winkel een belangrijke meerwaarde van de VVV. Samen zorgen we voor een totaalbeleving, waarin gasten zich gezien en gehoord voelen. Wij faciliteren dit door fysieke en digitale informatievoorziening, training en ondersteuning, zodat iedereen die onze regio bezoekt met een goed gevoel terugkomt en dit enthousiasme deelt.

**"GASTVRIJHEID BEGINT
MET ECHTE AANDACHT"**



KERNTAAK INFORMATIEVOORZIENING

Goede en inspirerende informatie is onmisbaar voor marketing en gastgerichtheid. Ze begeleidt gasten en inwoners in elke fase van de klantreis: van de eerste oriëntatie tot de beleving ter plekke. Onze informatie is betrouwbaar, herkenbaar en actueel en wordt zowel digitaal als fysiek aangeboden. Juist in een tijd waarin AI steeds vaker antwoorden geeft, blijft gecontroleerde en lokale informatie van grote waarde. Zo maken we het makkelijk om de regio te ontdekken en creëren we nieuwe inspiratie, dichtbij huis én voor bezoekers van buiten. Terwijl digitalisering een grote rol speelt, blijven we ook investeren in tastbare middelen die persoonlijk contact mogelijk maken.

**“GOEDE INFORMATIE
HELPT MENSEN OP WEG”**



KERNTAAK MARKETING

Stel je een gast voor die een mail stuurt en dezelfde dag een vriendelijk antwoord krijgt, die in het bezoekerscentrum wordt begroet met een glimlach en onderweg een inspirerende routekaart meekrijgt. Ook dat is marketing. Een goede ervaring vergroot de kans op herhaalbezoek en positieve verhalen, online en binnen de eigen kring van de gast. Tegelijk promoten we de regio actief om nieuwe bezoekers te inspireren en naar Zuidwest Friesland te trekken. Alles wat we doen vertelt het verhaal van onze regio en draagt bij aan dezelfde merkbeleving, van de eerste oriëntatie tot de herinnering achteraf. Samen met leden en partners zoals Merk Fryslân en NBTC werken we vanuit het DNA van de regio aan een eenduidige uitstraling die vertrouwen wekt en enthousiasme oproept. Daarbij benutten we ook nieuwe digitale mogelijkheden zoals AI om ons marketingwerk te ondersteunen en verder te ontwikkelen. Tegelijk blijft de menselijke factor onmisbaar: juist de kennis van onze regio, de verhalen van onze mensen en de persoonlijke aandacht maken het verschil. Zo bouwen we stap voor stap aan een duurzame, aantrekkelijke en toekomstbestendige bestemming.

**“VAN EERSTE INSPIRATIE
TOT HERINNERING ACHTERAF”**



KERNTAAK BESTEMMINGSENTWIKKELING

Een aantrekkelijke en toekomstbestendige regio vraagt om voortdurende ontwikkeling en vernieuwing. We werken aan verbetering en vernieuwing van het toeristische en recreatieve aanbod, benutten data en trends en stimuleren samenwerking tussen ondernemers, organisaties en overheden. Ook ondersteunen we initiatieven en evenementen die bijdragen aan een goede balans tussen toerisme, leefbaarheid en duurzaamheid. We verbinden mensen en organisaties, delen kennis, signaleren kansen en brengen partijen samen om beweging te creëren. Altijd met oog voor de identiteit van Zuidwest Friesland, want juist die eigenheid maakt onze regio bijzonder. Samen met gemeenten, partners en Europese netwerken, benutten we kansen om onze regio sterker, zichtbaarder en duurzamer te maken.

**“EEN STERKE BESTEMMING
BLIJFT ZICH ONTWIKKELEN”**

5/ WERKZAAMHEDEN

Onze werkzaamheden maken concreet hoe we onze kerntaken invullen. Daarbij draagt één activiteit vaak bij aan meerdere kerntaken. Zo draagt het beheer van onze website bij aan marketing én informatievoorziening. De Uitagenda verbindt organisatoren met inwoners en bezoekers en combineert informatievoorziening met marketing. En onze VVV-winkels brengen gastvrijheid en informatievoorziening samen.

Daarom rubriceren we onze werkzaamheden niet per kerntaak, maar op basis van ons organogram (zie pagina 34). Aanvullend maken de mijlpalen concreet wat we in 2027 willen bereiken.

MIJLPALEN

Met mijlpalen laten we zien wat we in 2027 willen realiseren, verbeteren en bereiken.

RESULTATEN laten zien welke effecten we nastreven.

REALISATIES beschrijven wat we concreet opleveren.

VERBETERINGEN geven aan welke werkwijzen, kanalen of processen we verder ontwikkelen.

5.1/ MARKETING EN COMMUNICATIE

Met marketing en communicatie maken we Zuidwest Friesland zichtbaar en herkenbaar voor inwoners en bezoekers die bij de regio passen. We vertellen het verhaal van Waterland van Friesland via verschillende kanalen en sluiten aan op de verschillende fasen van de klantreis.

In 2027 zetten we sterker in op de juiste boodschap voor de juiste doelgroep op het juiste moment. Onze verhalen en de identiteit van Zuidwest Friesland vormen daarbij steeds het uitgangspunt.

WERKZAAMHEDEN

CATEGORIE	WERKZAAMHEDEN	KERNTAKEN
Sociale media	Content maken, trendwatching, webcare, content plannen, publiceren, prestaties analyseren, samenwerken met influencers	Marketing Informatievoorziening
Consumenten nieuwsbrief	Ontwikkelen, inplannen, versturen en analyseren, strategie herzien en aanscherpen	Marketing
Campagnes	Ontwikkelen (concept, beeld, copy en vormgeving), Opzetten, inplannen, analyseren, optimalisatie	Marketing
Pers en PR	Persaanvragen behandelen, samenwerken met influencers en partners	Verbinden Marketing Informatievoorziening
Website	Contentcreatie, optimalisatie, schrijven en beheren van blogs, technische (door)ontwikkelingen, onderhoud pagina's, vindbaarheid, analyses, widgetbeheer en linkbuilding	Marketing Informatievoorziening
Narrowcasting	Contentcreatie en publicatie	Marketing Informatievoorziening
Overige	Contentkalender, klantreis optimalisatie, relatiebeheer NBTC en Merk Fryslân, huisstijl ontwikkeling en bewaking, branding en kwaliteitsbewaking	Verbinden Marketing Informatievoorziening

MIJLPALEN

RESULTAAT
15 duizend volgers op Instagram
20 duizend volgers op Facebook
10 duizend abonnees consumenten nieuwsbrief
Totaal marketing bereik van 20.000.000
3,5 miljoen bezoeken op de website
800.000 unieke bezoekers op de website

REALISATIE
125 posts op sociale media plaatsen
Uitgave van 10 consumenten nieuwsbrieven
5 campagnes over het unieke verhaal van Zuidwest Friesland
Samenwerking of publicatie met 4 influencers
Beheren van de Nederlandse website (ca. 850 pagina's) inclusief aanpassingen voor de seizoenen
Beheren van Duitse website (ca. 500 pagina's) inclusief aanpassingen voor de seizoenen
Beheren van de Engelse website (ca. 230 pagina's) inclusief aanpassingen voor de seizoenen
Website bezoeken Friesland.nl voor onze regio monitoren en inhoudelijke verbeteringen aanjagen
16 narrowcasting pagina's elk seizoen aanpassen
Beheren van ca. 30 narrowcastingschermen
Uitbrengen van een jaarlijkse contentkalender
Ca. 30 communicatie gerelateerde contactmomenten met het NBTC en Merk Fryslân
Het schrijven van 30 nieuwe blogs en beheren van ca. 260 blogs
Het beantwoorden van ca. 300 directe berichten en reacties via social media (webcare)

VERBETERING
Emailmarketingstrategie herijken en verbeteren op basis van data en resultaten
Marketingstrategie evalueren en aanscherpen met concrete keuzes voor doelgroepen en kanalen
350 websitepagina's actualiseren en optimaliseren voor AI vindbaarheid

5.2/ INFORMATIE EN BELEEFBAARHEID

Met actuele en betrouwbare informatie helpen we inwoners en bezoekers om Zuidwest Friesland te ontdekken en te beleven. We zorgen dat het aanbod zichtbaar en vindbaar is in iedere fase van de klantreis: van inspiratie en oriëntatie tot plannen, boeken en beleven. Dit doen we door informatie over routes, evenementen, locaties, activiteiten en accommodaties te beheren en te ontsluiten via onze eigen kanalen en platforms zoals het Open Data Platform (ODP). Zo zorgen we ervoor dat het aanbod van onze regio, inclusief onze leden, online goed vindbaar is.

In 2027 richten we ons op het verder verbeteren van deze klantreis. We houden informatie actueel, verbeteren de digitale vindbaarheid en ondersteunen ondernemers en organisaties bij het beschikbaar maken van hun aanbod. Waar mogelijk maken we de stap van inspiratie naar boeken eenvoudiger.

WERKZAAMHEDEN

CATEGORIE	WERKZAAMHEDEN	KERNTAKEN
Routes (online)	Beheer, ontwikkeling, beheren routeplatformen, POI's aanmaken, route adoptie leden, relatiebeheer Routebureau Fryslân/Recreatieschap Marrekrite	Informatievoorziening Bestemmingsontwikkeling
Uitagenda	Invoeren van evenementen en activiteiten, wekelijkse uitagenda mailing, content maandelijks spreads GrootMedia, samenwerking en koppelingen aanvullende platformen, contact met organisatoren om aanbod te ontsluiten	Verbinden Informatievoorziening Marketing
ODP (database)	Invoeren, beheren en updaten locaties en POI's, ondersteunen locaties, beheren koppelingen, technische ontwikkelingen en contact met gebruikers	Verbinden Informatievoorziening
Magazine	Contentredactie en creatie, opmaak, fotografie, eindredactie, regelvermeldingen, advertenties verkoop, samenwerking GrootMedia	Informatievoorziening Marketing
Uitkranten (3)	Contentredactie en creatie, opmaak, fotografie, eindredactie, uitagenda, advertenties verkoop, uitgelichte vermeldingen, samenwerking GrootMedia	Informatievoorziening Marketing
Beschikbaarheid activiteiten en accommodaties	Invoeren, koppelingen beheren, beheer en onderhoud vermeldingen, analyses, ondersteuning gasten en ondernemers, optimalisatie, technische ontwikkelingen, training gastheren en -vrouwen, ondersteuning digitalisering ondernemers	Gastvrijheid Informatievoorziening Marketing Bestemmingsontwikkeling
Boeken van activiteiten en accommodaties	Invoeren prijzen, afhandeling en facturatie, klantenservice, ondersteunen gebruikers, ondersteuning digitalisering ondernemers	Gastvrijheid Informatievoorziening Marketing Bestemmingsontwikkeling
Beeldbank	Beheren van foto's en het behandelen van fotoaanvragen van media	Informatievoorziening Marketing
Overig	Beheer blauwe Ulttips borden gemeente Súdwest-Fryslân, beheer tablets incl. locatiespecifieke informatiepagina's, drukwerk, opmaak, redactie, vertalingen en digitale informatie	Informatievoorziening

MIJLPALEN

RESULTAAT
Groei van 10% meer Uitagenda evenementen
Ontvangen van 500.000 bezoeken op de online Uitagenda pagina's (incl. activiteiten en dagverhuur)
Ontvangen van 500.000 bezoeken op de accommodatie zoekpagina's van de website

REALISATIE
Beheren (up-to-date houden en verbeteren) van 290 routes op onze site (in samenwerking met Routebureau Fryslân)
Ontwikkelen van 2 nieuwe thematische routes
Beheren van ca. 400 evenementen in de Uitagenda
Wekelijks versturen van de Uitagenda per e-mail (52 stuks)
Vertalen van 150 evenementen in de Uitagenda naar Duits en Engels
Invoeren van 200 evenementen in de Uitagenda
Maken van 36 Uitagenda spreads voor in de titels van GrootMedia
Zowel persoonlijk als via 4 vaste e-mailmomenten in contact staan met ruim 1.000 evenementen organisatoren
Regie en beheer op ruim 1900 ODP locaties op de website
Ondersteunen bij-, en/of het uitvoeren van 250 ODP locatie verbeteringen
Aanjagen van 20% meer vertaalde ODP vermeldingen
Beheer en inzet op ODP techniek en koppelingen
Uitgave van één inspiratiemagazine in twee talen (NL en DE)
Uitgave van drie Uitkranten (huis-aan-huis en verspreiding via onze leden)
Ondersteunen bij het invoeren en up to date houden van 900 activiteiten/dagverhuur en 2000 verhuureenheden van accommodaties met realtime beschikbaarheid
Beheren, aanjagen en realiseren van extra activiteitenkoppelingen met onze database
Beheren van onze beeldbank en 15 fotoaanvragen behandelen
Beheren van 20 digitale tablets met toeristische informatie
Beheren van 7 'blauwe borden' en realiseren van 52 wijzigingen per jaar

VERBETERING
Aanjagen bij- en ondersteunen van Routebureau Fryslân bij meer data inzichten rondom gebruik van routes incl. navigeerbare module op de site
Klantreis Uitagenda optimaliseren van inspiratie tot boeking
De pilot voor het online aanbieden van dagverhuur (zoals boten) doorzetten en uitbreiden
Klantenreis van boekbare activiteiten / dagverhuur en accommodaties verbeteren
Strategie van realtime beschikbaarheid en boekbare items bespreken en verbeteren

5.3/ LEDEN EN NETWERKBEHEER

Als ledenorganisatie verbinden we ondernemers, organisaties, overheden en partners in en buiten Zuidwest Friesland. We onderhouden relaties, bouwen aan een sterk kennisnetwerk, delen ontwikkelingen en zorgen dat kennis uit het netwerk op de juiste plek terechtkomt.

In 2027 investeren we verder in kennisoverdracht, persoonlijk contact, ledenbinding en samenwerking. Via bijeenkomsten, communicatie en advies helpen we leden om ontwikkelingen beter te begrijpen en kansen te benutten. We enthousiasmeren ondernemers om aan te haken bij concrete kansen en initiatieven die bijdragen aan de ontwikkeling van hun bedrijf en onze regio.

WERKZAAMHEDEN

CATEGORIE	WERKZAAMHEDEN	KERNTAKEN
Leden	Binding, werving, ledenbijeenkomsten, presentaties houden en bijwonen (OV's, BIZ etc.), beheer CRM, volgen en delen van recreatieve ontwikkelingen, delen van kennis en ontwikkelingen met leden	Verbinden
Relatie-management	Relaties onderhouden incl. inhoudelijke gesprekken en ontwikkelingen met onder andere: gemeenten, provincie, OV's, regio's, Merk Fryslân, GrootMedia, Drukkerij Van der Eems, NBTC, VVV Nederland, Routebureau, Recreatieschap Marrekrite, Rederij V&O	Verbinden
Evenementen	Kennisdeling en samenwerkingen op het gebied van zichtbaarheid	Bestemmingsontwikkeling
Zakelijke communicatie	Ledennieuwsbrief, direct (promotie) mails, zakelijke website en sociale media kanalen, jaarplan, jaarverslag, persberichten	Verbinden

MIJLPALEN

RESULTAAT
Ledengroei met 50 leden tot een totaal van 1.000 leden
Gemiddelde ledenbeoordeling van een cijfer 8 voor onze organisatie
Gemiddelde beoordeling van een cijfer 8 voor onze plenaire ledenbijeenkomsten
Leden waarderen onze kennisdeling en informatievoorziening met gemiddeld een cijfer 8

REALISATIE
2 plenaire ledenbijeenkomsten
4 inhoudelijk specifieke ledenbijeenkomsten gericht op kennisdeling, ontwikkelingen en inspiratie
1x per jaar wordt een ledenenquête verstuurd
Bijwonen van 20 stad en dorp OV vergaderingen t.b.v. delen ontwikkelingen VVV en onderhouden netwerk. Waarvan 3 d.m.v. uitgebreide presentatie
Jaarlijks worden 150 leden persoonlijk bezocht door medewerkers WvF (op afspraak en tijdens bezoekrondes voorjaar en zomer)
Nieuwe leden ontvangen na afloop van elk kwartaal een welkomstpakketje per post toegestuurd
Beheer van het CRM systeem om afspraken en contactmomenten op een gestructureerde manier vast te leggen
4 formele ambtelijke overleggen en 2 bestuurlijke overleggen
30 overige (informele) contactmomenten met de beide gemeenten
12 contact momenten met Merk Fryslân en overige regio's in Friesland waaronder 4 strategische overleggen met Merk Fryslân en 5 regio overleggen met Merk Fryslân, overige regio's in Friesland en Routebureau Fryslân
45 contactmomenten met partners zoals GrootMedia, NBTC en VVV Nederland
Jaarlijks contactmoment en/of presentatie voor 11 fracties SWF en 11 fracties DFM en/of gemeenteraad
Versturen jaarverslag + magazine 2027 aan 22 fracties in SWF en DFM
22 fracties van SWF en DFM ontvangen leden nieuwsbrief
22 fracties van SWF en DFM ontvangen beleidsinput waar nodig
Samenwerken en kennisdeling met vijf grotere evenementen in onze regio (Elfstedentocht op de fiets, het Skûtsjesilen, de Ballonfeesten, de Sneekweek en de Strontrace)
Schrijven en versturen van 17 leden nieuwsbrieven per jaar
1 tot 2 LinkedIn berichten per week (maximaal 104 per jaar)
Uitbrengen ledenbrochure
Zakelijke website continu updaten met actuele informatie
Schrijven en opmaken jaarplan en inhoudelijk jaarverslag
Persberichten worden naar behoefte verstuurd (c.a. 10 per jaar)

VERBETERING
Onze regiomanagers gebruiken inzichten uit data en ontwikkelingen in de sector om leden gericht te adviseren en kansen te signaleren
Nieuwe meerjarige subsidieafspraken realiseren met beide gemeenten

5.4/ BESTEMMING- EN PRODUCTONTWIKKELING

Met bestemming en productontwikkeling werken we aan projecten, samenwerkingen en producten die bijdragen aan de ontwikkeling van Zuidwest Friesland. We signaleren kansen, benutten data en trends en brengen de juiste partijen samen. Waar dat past bij onze rol, ontwikkelen en realiseren we zelf nieuwe initiatieven. Van het eerste idee en het ontwikkelen van een plan tot het organiseren van samenwerking, financiering en uitvoering. Denk aan gastvrijheidsproducten, het versterken van het verhaal van de regio en de ontwikkeling van bezoekerscentra.

In 2027 werken we onder meer aan het DNA van Zuidwest Friesland, Gastvrij Inzicht Zuidwest Friesland, het bezoekerscentrum in Lemmer, elektrisch varen, digitalisering, de Elfsteden en Gaasterland. Daarbij verschilt onze rol per project. Soms zijn we initiatiefnemer en ontwikkelen we een project volledig zelf, soms werken we samen met partners of leveren we een bijdrage aan bestaande initiatieven.

WERKZAAMHEDEN

CATEGORIE	WERKZAAMHEDEN	KERNTAKEN
Projecten	Betrokken zijn bij of het initiëren van nieuwe projecten en kansen die bijdragen aan de ontwikkeling van onze regio en/of organisatie	Verbinden Informatievoorziening Gastvrijheid Marketing Bestemmingsontwikkeling
Project DNA Waterland van Friesland	Bijeenkomsten, productie foto's en video's, ontwikkeling routes en teksten, invullen en opstarten beeldbank	Informatievoorziening Marketing Bestemmingsontwikkeling
Project Data en Kennisportaal Zuidwest Friesland	Analyseren data, communicatie over data en ontwikkelingen, afstemming NHL en DataFryslân, bijhouden kennisbank, geven presentaties	Verbinden Marketing Bestemmingsontwikkeling
Project bezoekerscentrum Raadhuis Lemmer	Fondsenwerving en opstarten realisatie op basis van projectplan	Verbinden Gastvrijheid Bestemmingsontwikkeling
Project Regiodeal Elektrisch varen	Komen tot concrete afbakening en uitvoer van het project	Verbinden Bestemmingsontwikkeling
Project Regiodeal Digitalisering	Komen tot concrete afbakening en uitvoer van het project	Verbinden Bestemmingsontwikkeling
Project 11 Steden	Aanjagen van integrale Elfsteden aanpak en ontwikkeling van Elfstedenroute producten (Elfstedentocht op eigen houtje)	Verbinden Informatievoorziening Marketing Bestemmingsontwikkeling
Project Gaasterland	Promoten van Gaasterland buiten het hoogseizoen via 'Kroegjesroutes' en de 'Reisgids Gaasterland' alsmede doorontwikkeling hiervan	Verbinden Marketing Bestemmingsontwikkeling
Productontwikkeling retail	Ontwikkelen van nieuwe bij voorkeur lokale en duurzame retail producten	Gastvrijheid Informatievoorziening
Productontwikkeling print	(Door)ontwikkelen gratis inspiratie producten en betaalde informatie producten	Realisatie
Open Museum Maand	Projectplan, financiering, samenwerking musea, marketingcampagne ontwikkeling en uitvoering, bezoekersonderzoek, praktische organisatie en evaluatie	Verbinden Gastvrijheid Marketing Bestemmingsontwikkeling

MIJLPALEN

REALISATIE
Beschikbaar zijn voor-, en meewerken aan initiatieven en projecten in onze regio. Bijvoorbeeld bezoekerscentrum Makkum/Tichelaar, De Vliegende Hollander of Routeproject IJsselmeerkust
Project DNA Waterland van Friesland: - Ingebruikname nieuwe beeldbank - Gedeeltelijke oplevering foto's - Gedeeltelijke oplevering video's - Afronding inventarisatie en presentatie streekproducten - Opstarten Podwalks - Opleveren teksten - Starten ontwerp nieuw magazine
Project Data en Kennisportaal: - Definitieve afronding oplevering website (data en kennisportaal) - Data duiden en communiceren (per kwartaal een overleg met NHL en Data Fryslân) - Aanjagen doorontwikkeling en verdieping met beide gemeenten
Project bezoekerscentrum Raadhuis Lemmer: - Fondsenwerving op basis van projectplan - Start realisatie bij voldoende fondsen - Start contentontwikkeling
Project Regiodeal Elektrisch varen: - Realiseren van een geschikt projectvoorstel
Project Regiodeal Digitalisering: - Realiseren van een geschikt projectvoorstel
Project 11 Steden: - Aanjagen van een integrale Elfsteden benadering op provinciaal niveau - Aanjagen / ontwikkelen van minimaal één aanvullend Elfstedenroute product in afstemming met Merk Fryslân en Routebureau Fryslân
Project Gaasterland: In afstemming met gemeente De Fryske Marren de najaarscampagne voor Gaasterland voortzetten aan de hand van de Reisgids Gaasterland en Kroegjesroutes Gaasterland
Ontwikkelen van 1 lokaal en/of duurzaam geproduceerd toeristisch product in de winkels
Inventarisatie en onderzoek naar mogelijkheden om bewegwijzering richting onze VVV's en toeristische informatiepunten te verbeteren
Organiseren van de Open Museum Maand in november 2027
Ontwikkelen van een wandelknooppunten kaart voor de regio Zuidwest Friesland

5.5/ GASTHEERSCHAP EN RETAIL

Met onze VVV winkels, bezoekerscentra en informatiepunten geven we inwoners en bezoekers een persoonlijk en gastvrij welkom. We helpen hen op weg met advies, inspiratie, routes, informatieproducten en producten uit de regio. Via onze webshop en zakelijke bestelsite maken we dit aanbod ook digitaal beschikbaar.

In 2027 blijven we investeren in de kwaliteit en bereikbaarheid van ons gastheerschap. We ondersteunen medewerkers, vrijwilligers, externe VVV's, informatiepunten en leden. Ook zorgen we dat onze locaties, informatieproducten, verkoopkanalen goed functioneren en actueel blijven.

WERKZAAMHEDEN

CATEGORIE	WERKZAAMHEDEN	KERNTAKEN
VVV Winkels / Bezoekerscentra	Gastvrij ontvangen van bezoekers, geven van informatie en adviseren over het aanbod in de regio. Beheer, assortiment, inkoop, voorraad, medewerkers, roosters, financiën, aankleding, openingstijden, onderhoud en bezoekersaantallen	Gastvrijheid Informatievoorziening
Externe VVV's en informatiepunten	Bezoeken, adviseren, bestellingen, aankleding en inrichting	Verbinding Gastvrijheid Informatievoorziening
Leden	Adviseren en aanjagen van gebruik van (gratis) informatieproducten	Verbinden Gastvrijheid Informatievoorziening
Vrijwilligers	Werven, behouden, bedanken, informeren, trainen en onderling verbinden	Gastvrijheid Informatievoorziening
Webshop	Invoeren, fotograferen en beheren van producten, bestellingen verwerken en versturen, afstemming met winkels, klantenservice	Gastvrijheid Informatievoorziening Marketing
VVV Fryslân Cadeaukaart	Aanjagen gebruik, verkoop en acceptatiepunten	Gastvrijheid Marketing
Beheer betaalde informatie printproducten (kaarten, routes, speurtochten, reisgidsen etc.)	Aanpassingen, herdruk, gebruik, opmaak, inkoop, beschikbaarheid, voorraad	Gastvrijheid Informatievoorziening
Beheer gratis informatie printproducten (Inspiratiekaart A5/ A3, balie display, plattegronden, poelenroute etc.)	Aanpassingen, herdruk, gebruik, opmaak, inkoop, beschikbaarheid, voorraad, afstemming OV's / stakeholders voor financiële bijdrage	Gastvrijheid Informatievoorziening
Zakelijke bestelsite	Invoeren en beheren van producten, bestellingen verwerken	Verbinden Gastvrijheid Informatievoorziening

MIJLPALEN

RESULTAAT
Ontvangen van 140.000 bezoekers in onze VVV locaties (waarvan 6 locaties in eigen beheer) gastvrij ontvangen en informeren
€ 310.000,- omzet via onze eigen VVV's, webshop en bestellingen van externe VVV's, informatiepunten en leden
Beantwoorden van 5.000 telefoontjes van toeristen en inwoners met vragen over onze regio
Beantwoorden van 7.500 e-mails van toeristen en inwoners met vragen over onze regio

REALISATIE
VVV Joure en VVV Sneek zijn het gehele jaar geopend. VVV Langweer, VVV Lemmer, VVV Heeg en VVV Stavoren zijn open van 26 maart t/m 31 oktober, waarvan in de zomer 7 dagen per week. In totaal zijn de VVV's (in eigen beheer) 8.100 uur geopend.
Ondersteunen van de 10 externe VVV's en 19 externe informatiepunten met advies, producten, aankleding en tips voor gasten
Werven, aannemen, inwerken en ondersteunen van 9 winkelmedewerkers die alleen in het seizoen voor ons werken
Werven, aannemen, inwerken en ondersteunen van 40 vrijwilligers die voor onze eigen organisatie 'werken'
Betrekken, ondersteunen en enthousiasmeren van 70 vrijwilligers van externe VVV's en informatiepunten
Verwerken en verzenden van ca. 2.200 bestellingen met (informatie)producten via onze webshop
Gemiddelde klantbeoordeling van 9,7 voor onze webshop
Lokale bestedingen aanjagen via-, en lokale acceptanten vergroten van de VVV Fryslân Cadeaukaart
Alle betaalde informatie producten (c.a. 50 routeboekjes, kaarten, wandelingen, speurtochten) worden gecontroleerd en waar nodig geactualiseerd
Alle gratis inspiratie / informatie producten (c.a. 10 plattegronden en kaarten) worden gecontroleerd en waar nodig geactualiseerd
Klaarmaken en rondbrengen van ruim 500 bestellingen voor externe VVV's, informatiepunten en leden (via onze bestelsite)
Vier keer per jaar organiseren van een kennisbezoek voor vrijwilligers aan een locatie in de regio ter versterking van hun regiokennis en gastheerschap

VERBETERING
Doorontwikkelen van onze VVV winkelstrategie met aandacht voor assortiment, uitstraling, bezoekersbeleving en de rol van onze winkels binnen ons gastheerschap
Uitbreiden van het assortiment met een nieuw eigen product dat aansluit bij het verhaal van Zuidwest Friesland en bijdraagt aan de bezoekersbeleving in onze VVV locaties

5.6/ DATA, DIGITALISERING EN KENNISONTWIKKELING

Met data, digitalisering en kennisontwikkeling versterken we de kennis en vaardigheden binnen onze organisatie en ons netwerk. We ontwikkelen en delen e-learnings, organiseren kennisbijeenkomsten en sluiten aan bij landelijke en Europese kennisnetwerken. Zo maken we nieuwe inzichten en ontwikkelingen bruikbaar voor medewerkers, vrijwilligers, leden en partners.

Eind 2026 lanceren we Gastvrij Inzicht Zuidwest Friesland. In 2027 bouwen we verder aan het gebruik van dit kennis- en dataplatform. We brengen data, onderzoek, trends en praktijkkennis samen en geven daar duiding aan. Daarnaast stimuleren we het gebruik van e-learnings, organiseren we trainingen en bijeenkomsten en sluiten we actief aan bij ontwikkelingen binnen onder meer NBTC, Destinatie Nederland en NECSTouR. Zo helpen we ons netwerk om beter geïnformeerd en voorbereid in te spelen op veranderingen.

WERKZAAMHEDEN

CATEGORIE	WERKZAAMHEDEN	KERNTAKEN
E-learnings	Ontwikkelen, onderhouden en gebruik aanjagen onder medewerkers, vrijwilligers, ondernemers en organisaties	Verbinden Gastvrijheid
Kennisbijeenkomsten	Organiseren van kennisbijeenkomsten, training, en opleiding voor medewerkers, vrijwilligers en leden	Verbinden Gastvrijheid Bestemmingsontwikkeling
Kennisnetwerken	Actief deelnemen aan kennisnetwerken zoals Destinatie Nederland en NecsTour	Verbinden Gastvrijheid Informatievoorziening Marketing Bestemmingsontwikkeling
Digitalisering	Verbinding met de digitaliseringsagenda van het NBTC	Verbinden Bestemmingsontwikkeling

MIJLPALEN

REALISATIE
Beheren, updaten en onder de aandacht brengen van 9 E-learnings voor medewerkers, vrijwilligers en ondernemers
Organiseren van minimaal 10 kennisbijeenkomsten voor medewerkers, waaronder een cursus Duits
Aanwezig zijn bij minimaal 4 (meerdagse) kennisbijeenkomsten van Destinatie Nederland en NECSTouR
Lezen en bijhouden van kennis artikelen welke worden gepubliceerd door het NBTC, Destinatie Nederland, NECSTouR etc.
Samenwerking met het NBTC op het gebied van hun project digitalisering MKB zodat onze regio hier actief van profiteert

VERBETERING
Faciliteren van training en opleiding voor medewerkers
Twee collega's nemen deel aan de cursus Ambassadeur van het Nationaal Landschap

5.7/ ONDERSTEUNING

Een professionele organisatie vraagt om een betrouwbare ondersteuning. Vanuit administratie, HRM, sales, ICT, data en security en facilitaire werkzaamheden zorgen we dat de organisatie goed en verantwoord kan functioneren. We bewaken financiën, processen, systemen en gegevens en ondersteunen de teams bij hun dagelijkse werk.

In 2027 blijven we deze basis zorgvuldig uitvoeren en verbeteren. We besteden extra aandacht aan efficiënte financiële processen, een veilige digitale werkomgeving, actuele dashboards, aanvullende inkomsten en duurzame keuzes in onze bedrijfsvoering.

WERKZAAMHEDEN

CATEGORIE	WERKZAAMHEDEN	KERNTAKEN
Administratie	Financiële administratie, contracten leveranciers, beschikkingen en verantwoordingen, accountantscontrole, kassa systeem en koppelingen, begroting en prognose, maandcijfers, kwartaalcijfers, jaarcijfers, afrekeningen boekingen, kluis beheer, webshop administratie, voorraad administratie, ledenadministratie.	
HRM	Contracten, declaraties, ziekteverzuim, pensioenen, verzekeringen, salarisverwerking, urenregistratie, loonbelasting, functioneringsgesprekken, opleiding en trainingen, teambuilding, werkoverleggen	
Sales	Advertenties print en online, narrowcasting advertenties, print producten, retail producten	
Schoonmaak	Kantoor, winkels, bezoekerscentra	
Dashboards	Bijhouden en analyseren van verschillende dashboards	
Data en security	AVG, systemen en autorisaties, wachtwoordbeheer, bestanden beheer	
ICT	Telefoonsysteem, computers en hardware, NAS, mailserver, internetabonnementen	
Duurzaamheid	Inkoop materialen, energie	
Bestuur	Vorbereiden, plannen en notuleren van bestuursvergaderingen	

MIJLPALEN

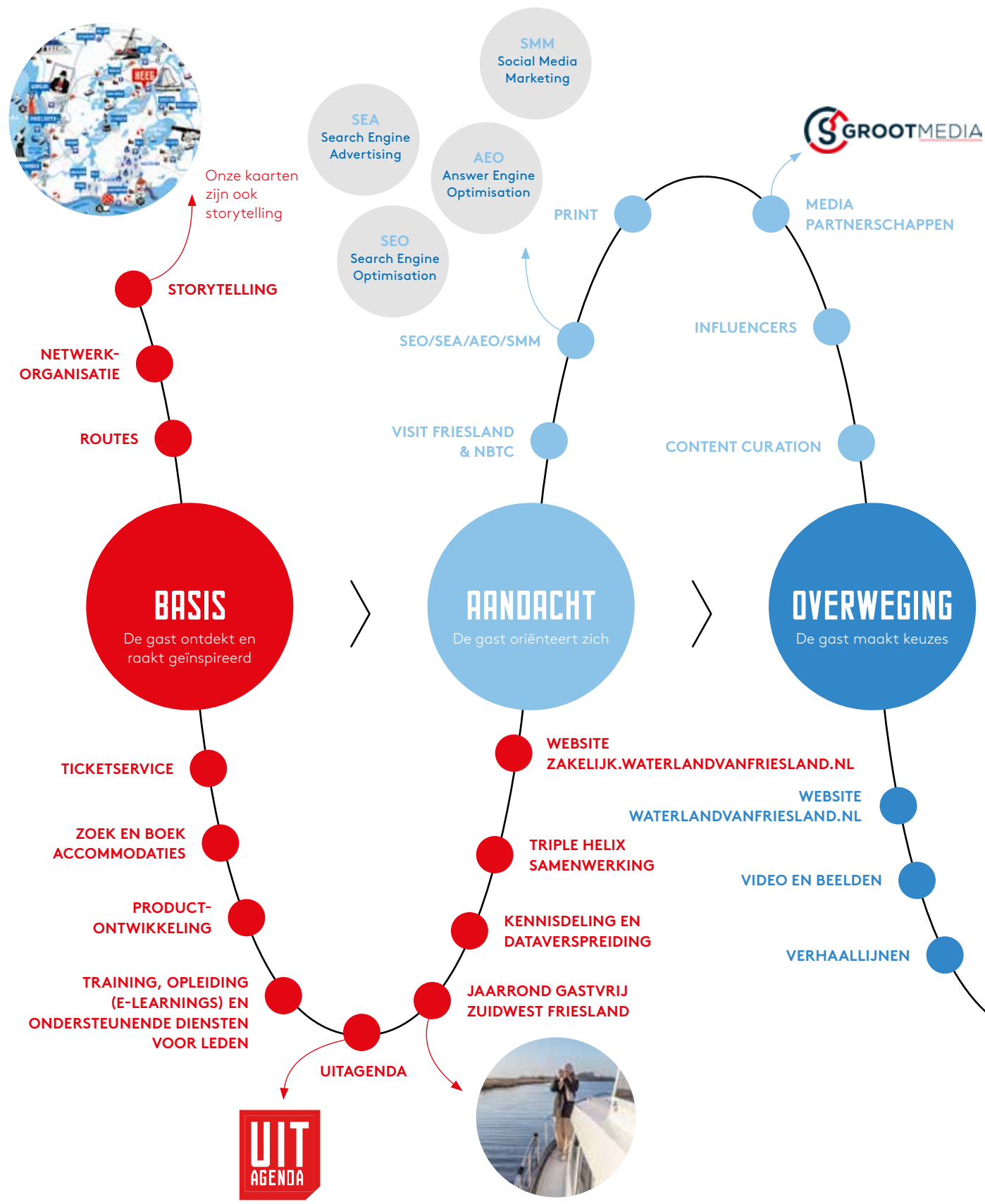
RESULTAAT
Via sales inspanningen c.a. € 55.000,- aan aanvullende inkomsten genereren
REALISATIE
Selecteren van een nieuwe ICT partner die verantwoordelijk is voor onze telefonie (VoiP), bestanden beheer (NAS), e-mailserver, werkplekken, hardware en beveiliging
Inrichting en aankleding van nieuw VVV kantoor afronden
Via sales inspanningen c.a. € 55.000,- aan aanvullende inkomsten genereren
Alle energiecontracten overzetten naar een duurzame leverancier
Doorvoeren naamswijziging (o.v.v. goedkeuring ALV)
Update van statuten doorvoeren (o.v.v. goedkeuring ALV)
VERBETERING
Proces debiteurenbeheer verbeteren
Optimaliseren van het accountantscontrole proces omwille van een snellere doorlooptijd
AI-beleid doorontwikkelen en realiseren. Alle medewerkers 100% AI-geletterd

6 / BEGROTING

JAAR 2027

Er is op dit moment nog geen begroting voor 2027 beschikbaar. Uiterlijk 1 november zal deze worden gepubliceerd en worden toegevoegd aan het (online) jaarplan.

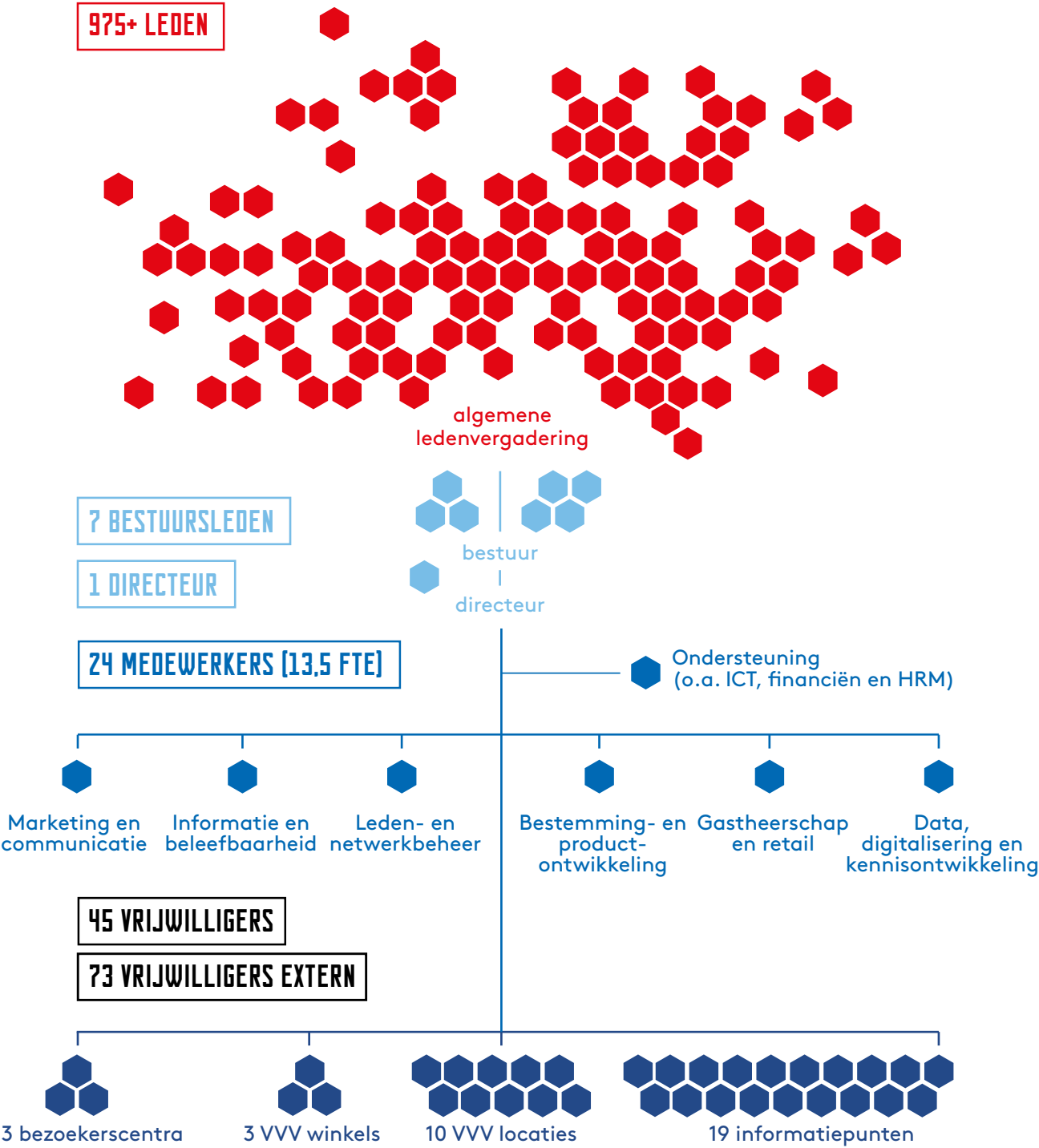
7// KLANTREIS



Iedere gast doorloopt een eigen reis. Van de eerste inspiratie tot het delen van ervaringen achteraf. In iedere fase heeft de gast andere vragen en behoeften. VVV Waterland van Friesland helpt gasten hierbij door het unieke DNA van de regio te vertalen naar passende informatie, inspiratie en gastvrijheid. Via het kanaal dat past bij de gast, staan we klaar voor, tijdens en na het verblijf.



8 / ORGANOGRAM



Versie: november 2026

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.

