Firdgum. Gezamenlijke bustour, 7 maart 2016

STADSREGIO LEEUWARDEN

Regiomarketing in Noordwest Friesland

Hoe staan we er voor?

30 september 2016

1. Opstarten

Hoe zijn we gestart in 2015?

Medio augustus 2015 is Douwe Gerlof Heeringa aangewezen als regio-aanjager toerisme en recreatie Noordwest Friesland door een sollicitatiecommissie bestaande uit gemeenten, ondernemers en Merk Fryslân.

Tussen 1 september en 1 december is er een plan van aanpak geschreven en goed gekeurd door de gezamenlijke werkgroep r&t Streekwurk-Stadsregio.
Vanaf 1 december is de regio-aanjager actief werkzaam in het gebied.

Op 27 januari 2016 is er een uitvoeringsplan met een begroting opgeleverd.
Een belangrijk onderdeel is dat de zeven gemeenten in Noordwest Friesland een (klein) bedrag als werkbudget samenstellen. Dit is in een onder andere in een zgn. aanklikfonds gedaan. Met dit fonds ontstond cocreatie tussen overheden en ondernemers om gezamenlijk te werken aan beter gastheerschap en regiomarketing.

Het plan van aanpak en de uren van de regio-aanjager lopen tot 31 december 2016. Er is afgesproken dat er 24 uur per week gewerkt wordt.

Afstemming en allianties

Douwe Gerlof Heeringa werkt vanuit het PvA, maar zoekt nadrukkelijk de samenwerking met ondernemers. Een klankbordgroep bestaande uit de voorzitter van de gezamenlijke werkgroep r&t, een afgevaardigde van Streekwurk en ondernemerscontacten bespreekt periodiek voortgang en actuele situaties.

Met Merk Fryslân is, op voorspraak van een nieuwe beleidsbrief gastvrijheids economie (12 april 2016), een koerswijziging doorgevoerd. Merk Fryslân focust op de merken 'Friesland' en 'De Wadden'. Een relatie met regio's als de onze is in advies en overleg is niet meer een vanzelfsprekende. Er is een maandelijks regio-overleg waar regiomarketeers aanschuiven.

Uitgangspunten en doelstellingen

In het plan van aanpak is rekening gehouden met theorie, kennis en good practices op het gebied van regiomarketing. Uitgangspunt was dat de toeristische infrastructuur prima op orde is, maar dat de informatie en verkoop als ook de 'inspiratie' in de regio Noordwest Friesland uitgebouwd moest worden. Hierbij is het oogpunt van de toerist/ gast (customer journey) leidend.

Een belangrijk aspect was het organiseren van verbindingen, investeren in *online* en het ophalen van geld uit de markt voor deze doelstellingen.

2. Tussenbalans

De cocreatie van het Aanklikfonds Noordwest Friesland

Op 30 september 2016 is er een bedrag van € 38.663,66 opgehaald. De verwachting is dat dit bedrag nog toeneemt richting het einde van het jaar*.

Waar werd onder andere geld voor opgehaald?

Regiogids Harlingen, Franeker & Uytland 2016:	€ 22.410,-
Greidhoeke gids 2016	€ 4.275,-
Recreatiekaart De Greidhoeke en website 2016	€ 4.370,-
Ontwikkeling recreatie en jaargids Greidhoeke	€ 4.500,-
Promotie en evenement Skûtsjewike Grou	€ 1.000,-
Ontwikkelen vaarkaart N11R	€ 680,63
Plaatsing displays voor gidsen	€ 643,72
Friesland Pop live Harlingen	€ 505,18
Folder Bildtse Strúnroute	€ 127,96
Bijdrage ontvangst persreis	€ 88,25
Promotie en ontwikkeling arrangementen Franeker	€ 62,92

* een aantal projecten lopen nog op dit moment.

Organisatie en verbinding

Meest in het oogspringend is de oprichting van Stichting Greidhoeke promotie sinds maart 2016. De Stichting met een driekoppig bestuur zorgt naast het in beeld brengen van de kwaliteiten van de streek, ook voor verbinding en gastheerschap.

Er is door de regio-aanjager begeleiding geboden aan de beide ondernemersfondsen in Harlingen (Harlingen Promotion) en Franeker (Stichting Ster van de Elfsteden). In beide processen zijn de uitgangspunten geweest: inspiratie, verbinding en ambassadeurschap. Hoewel beide organisaties nog volop in ontwikkeling zijn met een uniforme en herkenbare communicatie is de samenwerking op regioniveau tussen stad en platteland verbeterd. Dit heeft onder andere te maken dat verschillen duidelijker worden, de gunfactor in gehele regio aanwezig is en er doorverwezen wordt op basis van aanwezige arrangementen, attracties en kwaliteiten.

De samenwerking in de realisatie van de Noordwestgids 2016 (Harlingen, Franeker en Uytland) getuigt daarvan. Voor 2017 haakt De Greidhoeke ook aan in deze gids.

Op 7 maart stapten zo'n 30 ondernemers en organisaties in een bus om samen de eigen omgeving te ontdekken. Het idee: als je zelf de bestemming kent/ hebt beleefd, kun je die ook beter vertalen naar een gast.

Inspiratie: routes en arrangementen

Er zijn meerdere routes (regio breed) en arrangementen (lokaal) ontwikkeld.
Bij het ontwikkelen van samenwerkende arrangementen en routes is uitgegaan van de aanwezige kwaliteit en energie. Kortom: het ging om het verbinden van bestaande initiatieven.

Enkele voorbeelden van (nieuwe) routes en arrangementen:
De Bildtse Strúnroete
Crimetour en Culttour Leeuwarden
Opstapdagen Noordelijke Elfstedenvaarroute
Theetuinroute Noordwest Friesland
Tegels en Tapas - Fries Aardewerk in Harlingen (november 2016)
Strúne en Snorre
B&B overnachting + Lytse Doarpen Rintocht
Archeologie aan het Wad (in ontwikkeling)
Klokkendieven & Sterrenkiekers- stadswandeling en varen in Franeker
Stad to State Leeuwarden - Jelsum

Samenwerking onderwijs

Tot nu toe is er samengewerkt met het onderwijs. De samenwerking is divers en met de volgende scholen:

Stenden University Leeuwarden
Anna Maria van Schürman Franeker
Nordwin/ Wadden Campus

Vanaf 1 oktober is er een stagiair in Noordwest actief van Stenden. Zij wordt begeleid door Douwe Gerlof Heeringa en houdt zich bezig met de duisternis als kwaliteit, voor de bedrijfsvoering van r&t ondernemers en het in kaart brengen van de mogelijke synergie tussen cultuursector, ondernemers en overheden.

Bij de ontwikkeling van het nieuwe Noordwest magazine 2017 zoekt een werkgroep contact met Bogerman en RSG Simon Vestdijk om met leerlingen een samenwerking te vinden in de internationalisering, voor Duitse, Engelse en Franse gasten.

In maart 2016 werden twee foldermarkten georganiseerd. Hierbij konden ondernemers en organisaties de nieuwe folders en flyers aan elkaar aanbieden. In 2017 moet er één markt komen. Reacties waren positief.

Online

Een snelle blik op het internet leerde eind 2015 dat er voor de r&t sector in Noordwest Friesland beter zichtbaar kan zijn. Er zijn drie avonden georganiseerd waarin ondernemers zich gezamenlijk konden toevoegen aan de koepeldatabase van Merk Fryslân, op Google bedrijven zichtbaar konden worden en op Tripadvisor aangemeld zijn.

Er was ook een social media café om elkaar te helpen bij het gebruik van Facebook, Twitter en andere social media.

In het najaar komt aan beide een vervolg.

Regiomarketing & Merk Fryslân

De rol van Merk Fryslân is, zogezegd, veranderd. Noordwest heeft in de campagnemaanden april en (aanstaande) november nadrukkelijk de samenwerking gezocht door invulling te geven aan het programma. Deze campagnemaanden worden landelijk gepromoot. Diverse initiatieven uit onze regio werden meegenomen.

Een nieuwe kans zijn de zogenaamde metrolijnen van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC). Hierin wil Amsterdam internationale gasten meer en meer de regio insturen, op een thematische 'metrolijn'. De Afsluitdijk is de nabije stop. Met Merk Fryslân kijken we naar kansen.

De diverse persreizen die Merk Fryslân mede met of in Noordwest Friesland worden georganiseerd zijn verdeeld ontvangen. Ondanks het positieve imago van een bloggers- of vloggersreis merken ondernemers niet direct een kwaliteitsimpuls in de promotie. Zo moet er gezocht worden naar een duidelijke focus: niet iedere blogger is per se een aanwinst of kans vanwege de achterban van de blogger of reisjournalist.

In het najaar start een bredere werkgroep marketing die opzoek gaat naar het verbinden verhaal in Noordwest, antwoorden op de vraag waarom gasten kiezen voor Noordwest Friesland en wat ze waarderen aan de regio.

Er is met een Facebookpagina worden evenementen in Noordwest verzameld en aangeboden voor een groeiend publiek. Meerdere organisaties kunnen aanhaken en meedoen in de communicatie. Het publiek groeit richting de 800-1000 volgers.

Culturele Hoofdstad 2018

Het aanvullen van een activiteitenagenda voor 2018 door de regio wordt samen gedaan met de betreffende ambtenaren r&t en cultuur in de gemeenten.

De Regioaanjager heeft tot nu toe een bescheiden rol gehad, maar wordt belangrijker vanwege het vullen van de agenda door activiteiten die nu nog niet opgevallen werden. Hierin vervult hij een spin in het web rol.

3. Vooruit kijken

Uitdagingen

Verduurzamen initiatieven
Met name in het plattelandsgebied (Uytland en Greidhoeke) ontstaan een aantal routes en werkgroepen die goed en gemotiveerd samenwerken. Het is voor de komende tijd goed om deze in te bedden in een bestaande organisatie en zo te borgen dat initiatieven gesteund worden en financieel goed georganiseerd kunnen worden. Hierin ligt de lead bij ondernemers zelf en investeren zij ook zelf in deze samenwerking.

Leeuwarden en de regio
Bij de VVV is het afgelopen in de persoon van Ieteke Kloppenburg een nieuwe directeur/ bestuurder gekomen. Binnen het project 'Bestemming Noardwest' is Leeuwarden aangehaakt. Er liggen een aantal kansen om de samenwerking tussen Leeuwarden en de regio verder te intensiveren.

Marketing
Wat is precies het bijzondere aan de regio Noordwest? Er zijn al veel samenwerkingsvormen maar hoe kun je met partners, zoals Merk Fryslân, de verbinding tussen deze routes, arrangementen, organisaties omschrijven?
Ook voor nieuwe vormen van toerisme zoals de cruiseschepen en touringcars is het verstandig om te weten wat deze regio in Friesland onderscheidt. Hierbij is het niet de bedoeling om binnen Friesland de concurrentie te zoeken, maar wel vanuit een zelfbewustzijn het eigen verhaal en identiteit te vertellen.

Een andere uitdaging is de aanwezige routes en die nog in ontwikkeling zijn te koppelen aan doelgroepen via (nieuwe) media.

4. Meer info

Meer en uitgebreide informatie over de resultaten zijn te vinden op:
http://resultaten.bestemmingnoordwest.nl