

Verslag

Aftrap bijeenkomst dinsdag 11 oktober 2016

Schoolplatenmuseum Deinum 19:30-22:00 uur

Aanwezig: Lieuwe van der Helm (B&B Millview Stiens), Teade Ynema (Café De Drie Gemeenten Alde Leie), Manja Smit en Tjeerd Rinsma (B&B Lutjelollum), Catharina Veenstra-Jansen (B&B Erfgoedlogies Elfstedenstate Easterein), Baukje Postma (ambtenaar r&t Franekeradeel) en Douwe Gerlof Heeringa (regio-aanjager/ spin/ regiomarketeer).
Afwezig: Klaske Wijbenga (Jacobshoeve Sint Jacobiparochie), Nancy Harlaar (VVV Harlingen), Klaas Koopmans (Fotografie KOOPMANS Dronryp)

1. Voorstellen

Doen we aan de hand van een zelf meegebrachte stelling. De avond lijkt misschien niet praktisch (wat hebben we aan het einde van de avond nou precies gedaan?) maar heeft een aantal belangrijke stappen in zich. Herkennen we elkaar in waar we vandaan komen en waar we staan?

Enkele kreten die voorbij komen zijn:

- Noordwest Friesland is: puur, echt en onontdekt.
- Mensen boeken de (zomer) vakantie steeds meer met het idee: "als het nu mooi weer is, dan boeken we nu want dan blijft het ook goed. Als het nu slecht weer is, dan blijft het vast ook slecht weer."
- We moeten de lokale bevolking/ dorpsbewoners/ andere ondernemers ook meenemen in ontwikkelingen. Zij zijn belangrijke ambassadeurs. Als is er wel eens de houding van: 'eerst zien, dan geloven'.
- Je leert door gasten/ toeristen je eigen gebied ook beter waarderen.
- De behoefte van gasten is: het vertellen van verhalen. (bv. over de kleur van de dakpannen op boerderijen).
- Medio oktober wordt er nog gevaren op de binnenwateren.
- Oudere mensen zijn meer in voor cultuur, jongere mensen gaan eerder voor natuur.
- De website: <https://hetlaatstetafeltje.nl/> is een nieuwe manier om je onderneming te promoten.
- Vaak gehoord: Friezen zijn niet stug/ afstandelijk/ nors... ze zijn vriendelijk, gastvrij en iedereen steekt de hand op!"
- Friezen zijn van origine verhalenvertellers. En verbonden aan de grond waar ze leven.
- Natuur is ook beleving. Maar ook kleine weggetjes (kerkenpaden). Het is niet heel moeilijk!
- We hebben 654 kerktorens in Friesland, de meeste staan in Noordwest Friesland.
- Waddenkust is niet een dekkende naam: dan denk je toch al snel aan strand en duinen.

2. Toeristische terugblik: "Van Waddenland van Overvloed naar Theetuinenroute"

Douwe Gerlof deelt het verhaal van Noordwest Friesland dat uit het rapport Waddenland van Overvloed (2012) komt. Herkennen we ons hierin?

In de eeuwigdurende cyclus van schommelingen in de zeespiegel en eb en vloed, is een landschap uit klei en zand gevormd. De kwelders hebben al in de Romeinse tijd grote aantallen mensen getrokken. Ze cultiveerden het door de zee geschonken land vanaf opgeworpen terpen en legden het later vast met dijken. De voedselrijkdom van de grond en de ligging aan de zee brachten de mensen rijkdom en onafhankelijkheid.

In dit weidse en boomloze landschap, ontwikkelde zich een eigenzinnig volk met grote vrijheidszin. Zelfstandige denkers en vrijheidsstrijders als Grutte Pier, Pieter Jelles Troelstra, Eise Eisinga en Menno Simons zijn symbolen van de doelgerichte en rechtdoorzee karakters van de mensen.

De terpen, dijken, kerkdorpjes en restanten van rijke stinsen dobberen als eilandjes in een groene zee van bouw- en weilanden.

Daarboven zweeft de eindeloze lucht, eromheen is een enorme ruimte, waar de zilte wind altijd te voelen is.

De overal aanwezige beschermende zeedijk vormt de langste uitkijkeuvel van Nederland van waaraf men kan genieten van het hele systeem van Waddeneilanden, Waddenzee en Waddenland.

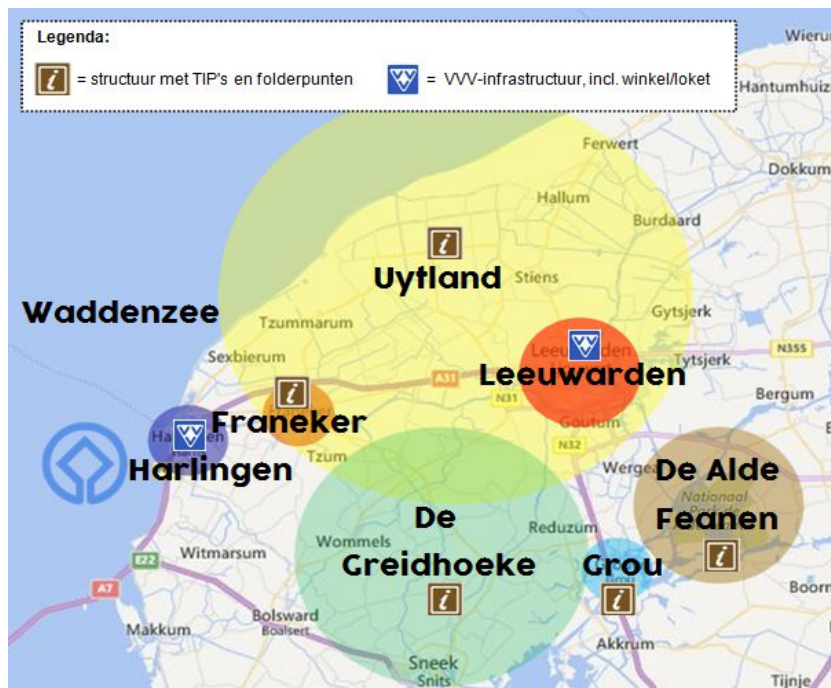
Reacties:

- we missen de menselijke kant in het verhaal. De Friezen (NW Friezen) zijn vriendelijker en gastvrijer dan het vooroordeel: stug, afstandelijk, etc.
- het bestrijkt alleen de (oude) gemeenten aan de kust, bv. niet Littenseradiel, Leeuwarderadeel, Menameradiel.
- het verhaal klopt wel, maar is nog niet erg wervend.

Douwe Gerlof geeft uitleg hoe zijn plan van aanpak als regio-aanjager in elkaar steekt. Hierin is belangrijk:

* Noordwest Friesland wordt niet als zelfstandige regio verkocht omdat er een windrichting in de naam zit, Noordwest gekoppeld is aan een storm (geen vakantiegevoel) en Noordwest Friesland uit een onderzoek al genoemd wordt door eigen Friezen als een plek die je afraadt aan gasten om naar toe te gaan.

* Daarom zijn er in het werk gebied van 7 gemeenten meerdere bestemmingen. Dit zijn: Harlingen, Franeker, Uytland, De Greidhoeke, Leeuwarden, De Alde Feanen en Grou.



* We houden vast aan de toeristen trechter: eerst Nederland onder de aandacht brengen, dan Friesland, dan deelbestemmingen in Noordwest Friesland.

* De deelbestemmingen (bv. Franeker of De Greidhoeke) weten zelf hun sterke punten en zijn vanuit de verbondenheid met de plek waar ze wonen (de grond) bereid om lyrisch te worden over landschap, cultuur, mensen en natuur.

* **Concluderend:** we gaan niet alles in een mix gooien en de uitkomst daarvan communiceren, maar zetten in op identiteit, verhaal en ambassadeurschap.

Voordelen van deze aanpak zijn:

- * Bewoners kunnen als ambassadeurs ingezet worden (gratis gastheerschap)
- * Duurzaam. Ontstaat van onderen op. Kan lang mee.
- * Het is authentiek, dit past bij een sterke trend.
- * Gezamenlijk naar buiten treden levert een krachtig beeld op.
- * Als een merk/ bestemming bevalt, kan een tweede gemakkelijk worden aangeboden. In- en extern.

Nadelen van deze aanpak zijn:

- * Arbeidsintensief. Één merk voor een gebied is gemakkelijker.
- * Soms is een bestemming (nog) niet bekend bij een groter publiek.
- * Onderlinge verschillen kunnen als concurrentie worden opgevat.
- * De verbinding/ overeenkomsten zijn lastig te vinden.

Douwe Gerlof sluit af met het nieuws dat er voor plattelandstoerisme en cultuurtoerisme de komende twee jaar 2 miljoen euro beschikbaar is en dat hier voor ons in Noordwest Friesland enorme kansen liggen (we zijn Fries platteland en hebben een duidelijk cultuur aanbod).

3. Bespreken gebiedsprofiel

Het profiel geeft verschillende verhalen aan, daarnaast een aantal hoofdthema's die passen bij Noordwest Friesland als regio (Waddenzee, Terpen, Friesland, Streekproducten en Mienskip) Dit is te vinden op: <https://bestemmingnoordwest.wordpress.com/marketing-promotie/regioprofiel-noordwest-friesland/>

Wat nog ontbreekt is het antwoord op de vraag: "Waarom moeten mensen naar Noordwest Friesland komen?" Dat is een belangrijke insteek voor deze werkgroep.

4. Ontwikkelingen: Holland City. de 11 verhalen van Friesland. Relatie Merk Fryslân en de regio.

Douwe Gerlof deelt het verhaal van de metrolijnen van Holland City. Wat kunnen we aanbieden in ons district?

Merk Fryslân komt binnenkort met een 10 (11?) verhalen. We moeten ons eigen verhaal eerst op orde hebben en tegelijk flexibel zijn om in te spelen op wat MF doet.

Er is ook een verandering in de communicatie (plaatjes en woorden). Eerst was Friesland vooral een provincie met *eigenheid*. Het ontwikkelt zich meer naar *beleving*:

3/ Ontwikkelingen:

Holland City. de 11 verhalen van Friesland.

Eigenheid



3/ Ontwikkelingen:

Holland City. de 11 verhalen van Friesland.

Beleving



We zijn daar zelf ook enthousiast over.

5. Toeristische trends. Ook in Noordwest?

Via Tripadvisor (2016)

Trend 1: nieuwe ervaringen opdoen

Trend 2: meer uitgeven omdat het "het waard is"

Trend 3: kiezen voor een bestemming op basis van cultuur en speciale aanbiedingen

Trend 4: koel en verbonden blijven

Trend 5: stijgende kamertarieven (en optimisme)

Trend 6: online reputatie beheren

6. Wat nog besproken moet worden

We trekken de agenda. De volgende bijeenkomst is dinsdag 25 oktober van 15:00-17:30 uur bij Manja en Tjeerd, op Lutje Lollum 1 in Lutje Lollum.

7. Einde

verslag: Douwe Gerlof Heeringa