

Doel

Het doel van dit promotieplan is om de zichtbaarheid en aantrekkingskracht van Westfriesland als toeristische bestemming te vergroten. Dit willen we bereiken door de krachten van lokale ondernemers, culturele instellingen en overheden te bundelen. Door samen te werken, kunnen we efficiënt en kostenbesparend de gewenste doelgroepen bereiken en de unieke eigenschappen van Westfriesland beter promoten.



Inleiding

Dit Promotieplan Toerisme Westfriesland heeft een concreet doel: aan de slag! De zeven Westfriese gemeenten hebben in het Pact van Westfriesland 7.1 de ambitie uitgesproken om in de toekomst tot de top 10 van meest aantrekkelijke regio's van Nederland te behoren. Deze ambitie richt zich op welvaart, welzijn, een florerende duurzame economie en een rechtvaardig sociaal beleid. Het thema 'vrije tijd' speelt hierbij een cruciale rol en biedt verschillende kansen, uitdagingen en doelstellingen.

Kansen en uitdagingen

Westfriesland is een regio met veel potentie op het gebied van toerisme en recreatie, zowel voor inwoners als (inter)nationale toeristen. Enkele speerpunten zijn de Westfriese Omringdijk, de historische binnensteden en de ligging aan het IJssel- en Markermeer. Door deze identiteit te versterken en bestaande producten en evenementen beter te promoten, kunnen we de regio aantrekkelijker maken en beter onder de aandacht brengen bij toeristen.

Het laten organiseren van (sport)evenementen en het aanbieden van diverse recreatiemogelijkheden verhogen de aantrekkelijkheid van Westfriesland. Dit leidt tot een langer verblijf van bezoekers en stijging van de bestedingen.



<https://www.ironman.com/im703-westfriesland>

Ambitie

We zetten ons prachtige landschap in om recreëren in de regio nog aantrekkelijker te maken. Dit gebeurt door het in kaart brengen, promoten en het aanbieden van activiteiten op het gebied toerisme, recreatie en cultuur. Dit vergroot zowel de leefbaarheid voor inwoners als de aantrekkelijkheid voor (potentiële) bezoekers. Onze ambitie is om de regio-marketing verder te versterken, toerisme gerelateerde evenementen te bevorderen en een koppeling te maken met de recreatievisie Westfriesland.

Toerisme als economische motor

Toerisme speelt een belangrijke rol in Westfriesland en draagt op verschillende manieren bij aan de regionale economie:

1. **Economische groei:** Toerisme creëert werkgelegenheid en draagt bij aan de economische ontwikkeling. Het ondersteunt de lokale gemeenschap en genereert inkomsten voor ondernemers.
2. **Onderhoud van cultureel erfgoed:** Toerisme ondersteunt het behoud en gebruik van historische gebouwen en monumenten.
3. **Versterken van de leefomgeving:** Recreatieve voorzieningen zoals groene gebieden en fietspaden dragen bij aan de kwaliteit van de leefbaarheid in de regio.
4. **Bekendheid vergroten, positionering:** Toerisme helpt om Westfriesland nationaal en internationaal op de kaart te zetten, wat leidt tot het aantrekken van meer bezoekers van verschillende doelgroepen.
5. **Trotsheid en identiteit versterken:** Door toerisme wordt de trots op de Westfriesse identiteit bij inwoners vergroot, herkent en gedeeld.

Samenwerking en synergie

In het verleden was de toeristische marketing van de zeven Westfriesse gemeenten versnipperd georganiseerd, wat resulteerde in minder effectieve communicatie. Dit promotieplan biedt handvatten voor goede en structurele samenwerking tussen de gemeenten en ondernemers, waarbij de promotie van Westfriesland als één gebied wordt gepresenteerd. Dit zorgt ervoor dat bezoekers eenvoudig toegang krijgen tot informatie over wat er te doen is in de regio. Door een goede samenwerking houden we bezoekers langer in de regio en verrijken we hun ervaring wat bijdraagt aan een positief imago.

De gezamenlijke promotie is niet alleen gericht op het aantrekken van meer bezoekers, maar draagt ook bij aan het versterken van de regio als aantrekkelijke leefomgeving. Door dat wat er al is te versterken, creëren we meer verbondenheid tussen het toeristisch aanbod, ondernemers en de lokale bevolking en versterken hiermee het Westfriesland-gevoel.

Positionering van de regio Westfriesland

Hoe zetten we de regio op een passende manier in de markt?

We zetten de regio in de markt door de nadruk te leggen op de kernkwaliteiten en de kernwaarden. Hiermee wordt het voor de bezoeker duidelijk waar Westfriesland voor staat en zich onderscheidt van andere gebieden in Nederland. De drie kernkwaliteiten die door de zeven Westfriesse gemeenten gebruikt worden in de positionering zijn: de historie, het water en de rust.

- **Historie:** Westfriesland kent een rijke historie die eeuwen teruggaat. Bezoekers genieten van een breed scala aan culturele bezienswaardigheden, zoals monumenten, molens en historische gebouwen.
- **Water:** Met de ligging aan zowel het IJsselmeer als het Markermeer, plus de talloze kanalen en waterwegen, is Westfriesland een paradijs voor recreanten, watersporters en natuurliefhebbers.
- **Rust:** Westfriesland biedt een oase van rust, met veel groen en natuur, geliefd bij wandelaars en fietsers. De Westfriesse Omringdijk is een bekende route voor recreanten, met aan de ene kant uitzicht op het water en aan de andere kant uitgestrekte weilanden.



Ronde van de Westfriesse Omringdijk

Kernwaarden

Bij het bepalen van de kernwaarden die de regio Westfriesland het best vertegenwoordigen is gebruik gemaakt van bestaande inzichten uit eerder uitgevoerde onderzoeken. Op basis hiervan zijn vier kernwaarden geselecteerd die Westfriesland definiëren: *Authentiek*, *Dapper*, *Lieflijk* en *Rust & Reuring*. Deze kernwaarden weerspiegelen het unieke karakter van de regio en dienen als leidraad voor de promotie van Westfriesland. Daarnaast helpen ze de regio op een herkenbare en onderscheidende manier te positioneren in de toeristische markt. Ze versterken niet alleen de aantrekkingskracht voor (potentiële) bezoekers, maar ook de trots van de inwoners op hun unieke regio.

Authentiek

Westfriesland staat bekend om zijn ‘echte’ Hollandse uitstraling. De regio is rijk aan pittoreske dorpjes, historische molens, uitgestrekte weilanden, bollenvelden en een nuchtere maar gastvrije bevolking. Bezoekers ervaren hier het authentieke Holland-gevoel, met ongerepte landschappen en een sterke verbinding met de Nederlandse cultuur en tradities.

Dapper

De geschiedenis van Westfriesland wordt gekenmerkt door de voortdurende strijd tegen het water. Een belangrijk symbool hiervan is de aanleg van de Afsluitdijk, een prestatie die niet alleen de regio beschermde tegen overstromingen, maar ook economische groei mogelijk maakte. Deze dapperheid en veerkracht zijn verankerd in het DNA van Westfriesland en vormen een belangrijk onderdeel van het regionale erfgoed.

Lieflijk

Het landschap van Westfriesland straalt rust en schoonheid uit. Uitgestrekte polders, kleurrijke bloemenvelden en karakteristieke steden en dorpen zorgen voor een decor dat bezoekers een gevoel van sereniteit en ontspanning geeft. Deze lieflijke uitstraling maakt de regio aantrekkelijk voor toeristen die op zoek zijn naar rust en natuurschoon.

Rust & Reuring

Westfriesland biedt een unieke combinatie van rust en levendigheid. Enerzijds vinden bezoekers er rustige natuurgebieden en recreatiemogelijkheden, ideaal voor fietsers, wandelaars en watersportliefhebbers. Anderzijds bruist het in de steden en dorpen van activiteit, met een rijk cultureel aanbod, evenementen, gezellige horeca en levendige markten. Deze balans tussen rust en reuring maakt Westfriesland tot een veelzijdige bestemming voor verschillende typen bezoekers.

Doelgroepen

De promotie zal zich richten op twee specifieke doelgroepen, gebaseerd op eerdere succesvolle strategieën:

1. **Gezinnen met kinderen** (4-12 jaar): Deze doelgroep zoekt educatieve en gezellige uitstapjes, speeltuinen, zwembaden en evenementen. Westfriesland biedt een breed scala aan kindvriendelijke activiteiten en accommodaties.
2. **55-plussers**: De focus ligt op rustzoekers en inzichtzoekers. Deze groep waardeert wandel- en fietsroutes, natuur, en culturele activiteiten. Voor hen biedt Westfriesland uitgebreide recreatiemogelijkheden en diverse culturele evenementen.

Strategie

Hoe wordt de doelgroepen verleid en bereikt?

Onze strategie richt zich op het uitdragen van het unieke DNA van Westfriesland naar bezoekers, door in te spelen op verschillende fases van de customer journey. We richten ons vooral op de loyaliteitsfase, waarbij we herhaalbezoekers aanmoedigen om meer van de regio te ontdekken. Daarnaast willen we nieuwe bezoekers aantrekken door storytelling en de promotie van bestaande evenementen en voorzieningen.

Marketingkanalen:

- **Directe marketing:** We zetten directe marketing in via de regionale website, social mediakanalen, toeristische apps en gedrukte media zoals flyers en magazines.
- **Indirecte marketing:** Indirecte marketing wordt ingezet via collectieve campagnes, samenwerkingen met (branche)organisaties, influencers, pers en media-aandacht.

We streven ernaar om de regionale marketingacties op elkaar af te stemmen om consistentie te creëren in de promotie van Westfriesland.

Randvoorwaarden voor de Promotie van Westfriesland

Om de promotie van Westfriesland succesvol te maken, is het essentieel om de gemeenschappelijke kenmerken van de regio duidelijk en consistent te communiceren. Dit gebeurt door het vertellen van verhalen en het benadrukken van thema's die de regio onderscheiden. Via de samenwerking tussen complementaire ondernemers, lokale routestructuren en de unieke eigenschappen van het gebied, wordt Westfriesland als een herkenbare en aantrekkelijke bestemming gepositioneerd. Deze communicatie moet zowel lokaal als bovenregionaal plaatsvinden om een breed publiek te bereiken.

Het is belangrijk dat deze promotieactiviteiten structureel ingebed worden in de opdrachten die de gemeenten geven aan de lokale marketingorganisaties. Dit zorgt voor een blijvende focus op dezelfde promotie en het versterken van de regio-identiteit.

De organisatie

Voor de succesvolle uitvoering van het promotieplan wordt er een kleine organisatie opgezet. Deze wordt aangestuurd door de Beleidsgroep Toerisme Westfriesland. Voor de uitvoering volgt in 2025 een **aanbestedingsprocedure** volgens de inkoop- en aanbestedingsregels.

De opzet van de organisatie moet zorgen voor een heldere verdeling van verantwoordelijkheden en maakt het mogelijk om de ambities van het promotieplan op een efficiënte manier te realiseren waardoor er consistent wordt gewerkt aan de promotie van Westfriesland als een aantrekkelijke toeristische bestemming. Hiertoe zal de opzet van een (meerjarig) **uitvoeringsplan** en **uitvoeringsagenda** onderdeel zijn van de aanbesteding.

Beleidsgroep Toerisme Westfriesland

De Beleidsgroep Toerisme Westfriesland is verantwoordelijk voor de strategische aansturing van de toeristische samenwerking binnen de regio. Deze groep bestaat uit ambtelijke vertegenwoordigers van de zeven Westfrieze gemeenten en bewaakt de voortgang, kwaliteit en budgetten. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan risicobeheer, communicatie richting bestuurders en eventuele noodzakelijke aanpassingen van het plan.

De beleidsgroep komt elk kwartaal bij elkaar om de voortgang van de toeristische samenwerkingen binnen Westfriesland te bespreken. Hierbij wordt teruggekeken op de resultaten van het afgelopen kwartaal en vooruitgekeken naar de acties voor het komende kwartaal. Dit maakt het mogelijk om de samenwerking dynamisch en effectief te houden, waarbij de belangen van alle betrokken partijen worden behartigd.

De Beleidsgroep Toerisme Westfriesland betreft hierbij ook de coördinatoren van de drie lokale marketingorganisaties: Hoorn, Enkhuizen en Medemblik alsmede een vertegenwoordiger van de Westfriese Bedrijvengroep (WBG).

Geografisch Gebied

In dit promotieplan richten we ons op het historische Westfriesland, dat bestaat uit de zeven Westfriese gemeenten. Gebieden zoals Schagen, Langedijk, Alkmaar en Heerhugowaard worden buiten beschouwing gelaten, omdat zij niet onder de definitie van historisch Westfriesland vallen. Dit zorgt voor een gerichte en specifieke aanpak binnen de vastgestelde regio.

De Customer Journey

De customer journey is het proces dat een klant doorloopt vanaf het moment dat hij of zij besluit om een product of dienst te overwegen tot aan de daadwerkelijke aankoop en het gebruik ervan. Binnen deze journey zijn er verschillende fasen:

- **Oriëntatiefase:** De (potentiële) bezoeker onderzoekt en verzamelt informatie over mogelijke bestemmingen in Westfriesland.
- **Overwegingsfase:** De klant vergelijkt verschillende opties en overweegt een bezoek.
- **Aankoopfase:** De klant besluit daadwerkelijk om een bezoek te brengen en boekt accommodatie en/of activiteiten.

Het begrijpen van deze reis is essentieel om marketing- en verkoopinspanningen effectief in te zetten en bezoekers op het juiste moment te bereiken met relevante aanbiedingen en bestemmingsinformatie.

Focus op duurzame loyaliteit

In de promotie van Westfriesland ligt de nadruk op de loyaliteitsontwikkeling van de customer journey. Dit houdt in dat we ons vooral richten op herhaalbezoek en het vergroten van de waarde van bestaande bezoekers door hen te stimuleren meer van de regio te ontdekken tijdens hun verblijf. Daarnaast richten we ons op de overwegingsfase, waarbij we nieuwe bezoekers aansporen om Westfriesland te overwegen en te laten kiezen als hun volgende bestemming.

De primaire doelgroep voor deze strategie zijn Nederlandse bezoekers, zowel voor dagtoerisme als voor verblijfsbezoek. Ook bezoekers die al verblijven aan de kust van Noord-Holland vormen een interessante doelgroep voor dagtoerisme naar Westfriesland. Gedurende het toeristisch hoogseizoen, van maart/april tot en met september/oktober, richten we ons op internationale bezoekers uit Duitsland en België die al in onze regio verblijven, door meertalige campagnes te voeren.

Verbindende Projecten: De Paraplu-aanpak

Om de zichtbaarheid van Westfriesland te vergroten, bundelen we bestaande initiatieven en evenementen onder een overkoepelende naam of thema. De paraplu-aanpak creëert een helder en samenhangend beeld voor bezoekers.

De paraplu-aanpak is ook van toepassing op fiets-, wandel- en vaarroutes, evenals op bestaande evenementen. Door deze verbinding te leggen, maken we gebruik van wat er al is en vergroten we de impact met relatief weinig middelen. Bij elke promotie-uiting en bijeenkomst gebruiken we consistent de volgende boodschap:

Beleef Westfriesland is een initiatief van de zeven Westfriese Gemeenten. Het heeft als doel om de bezoeker nog meer te informeren en inspireren over het prachtige Westfriesland, met de steden Hoorn, Medemblik en Enkhuizen, en alle mogelijkheden in deze regio te ontdekken.

Endorsement Branding

Lokale en bovenregionale marketingorganisaties dragen het merk 'Westfriesland' uit in al hun marketinguitingen. In lokale advertenties wordt bijvoorbeeld de verbinding met Westfriesland gelegd door de hashtag #beleefWestfriesland te gebruiken. Dit zorgt voor een consistente branding van de regio. De kracht van herhaling zorgt ervoor dat Westfriesland herkenbaar en beter bekend wordt bij een breed en gewenst publiek. Deze aanpak is kosteneffectief, praktisch en gemakkelijk uitvoerbaar.

Aansluiten bij NBTC Thema's

Om de promotie van Westfriesland af te stemmen op nationale trends en thema's, kan Westfriesland zich aansluiten bij de jaarlijkse thema's van het NBTC (Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen). Elk jaar beoordeelt de ambtelijke Beleidsgroep Toerisme Westfriesland welk thema het beste past bij de regio, zodat Westfriesland zich in de etalage kan zetten op relevante momenten.

Samenwerking met Lokale Ondernemers

Om de promotie van Westfriesland te versterken, is een goede samenwerking met lokale ondernemers essentieel. Dit netwerk omvat hotels, restaurants, attracties en andere toeristische bedrijven. Samenwerking is gericht op het informeren en inspireren van ondernemers voor het organiseren van evenementen, het (door) ontwikkelen van toeristische arrangementen en het creëren van gezamenlijke acties en promotiecampagnes. Ondernemers worden gestimuleerd om hieraan financieel bij te dragen.

Monitoring en Evaluatie

De resultaten van alle promotiecampagnes en evenementen worden regelmatig gemonitord en geëvalueerd. Dit biedt de mogelijkheid om tussentijds bij te sturen indien bepaalde campagnes of activiteiten niet de gewenste resultaten opleveren. De evaluatie omvat het meten van het aantal bezoekers, hun tevredenheid en de economische impact van de campagnes. Op basis van deze gegevens worden de campagnes waar nodig aangepast om de effectiviteit te vergroten en de zichtbaarheid van Westfriesland verder te versterken.

Deze strategie biedt een samenhangende en doelgerichte aanpak om Westfriesland te promoten. Door in te spelen op de verschillende fases van de customer journey en een nauwe samenwerking aan te gaan met lokale ondernemers, positioneren we de regio als een aantrekkelijke bestemming voor zowel Nederlandse als internationale bezoekers. Monitoring en evaluatie waarborgen dat we flexibel en efficiënt inspelen op veranderingen in de markt en de wensen van bezoekers.

Promotiemiddelen

In dit hoofdstuk worden de verschillende middelen besproken die worden ingezet om Westfriesland als toeristische bestemming te promoten. Alle promotionele activiteiten vallen onder de paraplu van *Beleef Westfriesland*, met een sterke focus op consistentie en herkenbaarheid.

Bundeling van Westfriese Evenementen

Door de promotie van evenementen te bundelen onder een overkoepelende noemer, zoals "Westfriese Waterweken" of "Westfriese Kermissen", worden met minder middelen meer mensen bereikt. Dit verhoogt de herkenbaarheid en zichtbaarheid van de evenementen. Daarnaast wordt er voor elk evenement een landingspagina op de gezamenlijke website gecreëerd.

Door verbindingen te leggen tussen evenementen en bijvoorbeeld gemeenschappelijke activiteiten zoals fietstochten of drakenboottraces, wordt er meer cohesie gecreëerd. Dit maakt het voor bezoekers aantrekkelijker om meerdere evenementen te bezoeken.

Westfriese Website 'Beleef Westfriesland'

Er is een centrale website voor Westfriesland opgezet waarin alle toeristische informatie wordt gebundeld. Dit biedt informatie over attracties, accommodaties, restaurants en recreatieve activiteiten. De website heeft een structuur waarin bezoekers eenvoudig navigeren tussen regionale evenementen en toeristische informatie.

- **Voordeel:** Eén centraal punt voor alle toeristische informatie over Westfriesland.
- **Gebruik:** De website verbetert de online vindbaarheid en biedt ondersteuning voor gerichte online marketingcampagnes.

Beleef Westfriesland

Door het maken van één gezamenlijk Westfries magazine worden kosten bespaard en een grotere doelgroep bereikt. Het magazine richt zich op het versterken van de loyaliteitsband met bestaande bezoekers en trekt ook nieuwe bezoekers aan door verspreiding van het magazine langs de Noord-Hollandse kust.

- **Verkrijgbaarheid:** Het magazine zal beschikbaar zijn bij toeristische ondernemers in Westfriesland.
- **Inhoud:** Het magazine zal naast toeristische informatie ruimte bieden voor advertenties van lokale ondernemers.

Gezamenlijke bijeenkomst

Om de samenwerking tussen ondernemers, marketingorganisatie en gemeenten te versterken, wordt jaarlijks een toeristische bijeenkomst georganiseerd. Deze aftrap biedt de mogelijkheid om de toeristische attracties in Westfriesland onder de aandacht te brengen en helpt bij het versterken van de samenwerking tussen ondernemers.

- **Voordeel:** Creëert bewustzijn voor de regio en stimuleert samenwerking.
- **Doel:** Het toeristisch seizoen gezamenlijk starten met een impactvolle activiteit.

Westfriese Social Media Kanalen

Nu alle losse microsites geïntegreerd zijn in de gezamenlijke website, is het ook wenselijk om de social mediakanalen van de verschillende gemeenten te bundelen. Hierdoor ontstaat er één sterk kanaal voor *Beleef Westfriesland*, waar regelmatig updates over evenementen, aanbiedingen en toeristische ontwikkelingen worden geplaatst.

- **Voordeel:** Verhoogt interactie en engagement met bezoekers.
- **Gebruik:** Social media wordt een belangrijk kanaal voor real-time communicatie met bezoekers.

Westfries Drukwerk

Er wordt gebruik gemaakt van diverse soorten drukwerk, zoals fiets- en wandelboekjes en regiokaarten. In de werkgroep wordt geïnventariseerd welk drukwerk er beschikbaar is en waar behoefte aan is. Al het drukwerk zal in een herkenbare huisstijl worden ontworpen, passend bij de branding van *Beleef Westfriesland*.

- **Voordeel:** Fysieke middelen om bezoekers te informeren over routes en activiteiten.
- **Implementatie:** Verspreiding via toeristische informatiepunten, evenementen en ondernemers.

Toeristische Informatiepunten

De VVV-kantoren in Enkhuizen, Medemblik (MEET) en het toeristisch informatiepunt in Hoorn brengen bij hun informatieaanbod ook *Beleef Westfriesland* onder de aandacht bij de bezoekers. Ze behouden hiermee wel hun eigen identiteit en spelen een centrale rol in het verstrekken van toeristische informatie voor heel Westfriesland.

- **Voordeel:** Toeristen kunnen op verschillende punten in de regio terecht voor informatie over bezienswaardigheden en activiteiten in heel Westfriesland.
- **Doel:** Een uniform aanbod over *Beleef Westfriesland* binnen alle toeristische informatiepunten.

Samenvatting

Met deze promotiemiddelen wordt een consistente, herkenbare en toegankelijke promotiestrategie voor Westfriesland uitgerold, die zowel lokale als nationale en internationale bezoekers aanspreekt. Het bundelen van evenementen, het gebruik van een centrale website en het inzetten van diverse marketingkanalen zorgt ervoor dat Westfriesland beter zichtbaar wordt en meer bezoekers trekt. Hiervoor zal in 2025 een aanbestedingsprocedure worden gehouden.