

Gastvrij Fryslân, ambitienotitie



HET IS 2030. De Friese vrijetijdsindustrie draait als nooit tevoren. Het afgelopen jaar passeerde de omzet de € 1,2 miljard. Een ruime verdubbeling ten opzichte van 2017; het laatste jaar voor LF2018. Het culturele jaar gaf de sector een enorme impuls en zette Fryslân tot ver over de landsgrenzen blijvend op de kaart. Zo steeg het aantal buitenlandse bezoekers in dezelfde periode van 300.000 naar ruim 500.000 jaarlijks. Het totaal aantal banen in de vrijetijdsector nam toe van iets meer dan 20.000 in 2017 tot ruim 31.000 nu.

Ondanks de toegenomen bezoekersstroom heeft Fryslân haar aantrekkelijkheid, authenticiteit, relatieve kleinschaligheid en prettige woon- en leefomgeving weten te behouden. Dit dankzij keuzes die in het verlengde van LF2018 zijn gemaakt. We blikken terug om de huidige positie van Fryslân als toeristische topregio te verklaren.

LF2018 zette de deuren open voor bezoekers én opende de ogen van de Friezen zelf. De provincie bleek meer te bieden te hebben dan menigeneen dacht. Bovendien was men in staat een programma neer te zetten waarin lokale en duurzame initiatieven, sociale verbinding, stad en platteland, landschapskunst en internationale topevenementen hand in hand gingen. De belofte van de Mienskip, samen de schouders eronder met voor elk wat wils, werd hard gemaakt én internationaal opgepikt en op waarde geschat. Zo waardeerde Lonely Planet Fryslân begin 2018 met een derde plek van mooiste, onontdekte bestemmingen én trok de provincie in 2018 miljoenen bezoekers.

TOEKOMST. Nog hetzelfde jaar bogen betrokken stakeholders - waaronder overheden, de culturele en toeristische sector, onderwijsinstellingen en de (regio)marketingorganisaties - zich over de toekomst



van de Friese vrijetijdsindustrie. Hoe konden ze de opgedane kennis, ervaringen en investeringen in de toeristisch infrastructuur, marketing en evenementenorganisatie samen benutten en een vervolg geven? Rekening houdend met het feit dat het aantal buitenlandse bezoekers, volgens het NBTC, de komende tien jaar sowieso met minstens 3% zou toenemen.

TOPBESTEMMING. In een door de provincie opgesteld 'position paper', werd de ambitie uitgesproken dat Fryslân in 2030 een toeristische topbestemming diende te zijn met een verdubbeling van de bestedingen en het aantal buitenlandse gasten. Daarmee zou de vrijetijdsindustrie een belangrijke pijler onder de Friese economie zijn. Noodzaak was wel te zorgen voor toekomstbestendige werkgelegenheid. Niet alleen om voldoende (gekwalificeerd) personeel te kunnen werven, maar ook om ze te kunnen behouden. Bovendien werden er een aantal randvoorwaarden gesteld. Zo mocht de groei niet ten koste gaan van het woon- en leefklimaat. Ook dienden het unieke karakter van de provincie en de landschaps- en cultuurwaarden behouden te blijven. Anders gezegd: Fryslân mocht geen openluchtpretpark a la Giethoorn en Amsterdam worden.

GEZAMENLIJKE OPGAVEN. De toeristische sector, in de vorm van het platform Toerisme Alliantie Fryslân, werd nauw bij de totstandkoming van de toekomstplannen en –initiatieven betrokken. Dit aan de hand van de volgende, samen opgestelde opgaven:

- **Realiseren slimme groei;** groeien vanuit eigen kracht, gericht op buitenlandse markt, met behoud eigen karakter
- **Destinatiemarketing;** aanhaken op Bestemming Nederland (NBTC), verder verfijnen bestaande verhaallijnen, eenduidige communicatie/marketing
- **Vitale waterrecreatie;** product vernieuwing, jeugd enthousiasmeren, verbinden water en land
- **Professionaliseren;** versterken hospitality, meertaligheid en vakkennis gastvrijheids-economie
- **Kwaliteitsverbetering;** aansluiten op hoger marktsegment en kritischer verblijfsaccommodaties wordende consument
- **Bigdata;** toeristisch bedrijfsleven voorzien van actuele data over gast om bij voorkeur via samenwerking overheid, onderwijs, ondernemers.

COÖPERATIE GASTVRIJ FRYSLÂN. Anno 2030 zijn de meeste opgaven gerealiseerd. Grotendeels in eendrachtige samenwerking tussen de stakeholders. Belangrijke spil hierin is de in 2020 opgerichte coöperatie Gastvrij Fryslân waarvan de Raad van Advies bestaat uit vertegenwoordigers van:

- **bedrijfsleven** (koplopers hotels, restaurants, cafés en verblijfsaccommodaties);
- **culturele sector** (podia, theater, kunst en evenementen); overheden (provincie, drie grootste gemeenten);
- **onderwijs** (mbo en hbo vrijetijd/evenementen/communicatie/marketing);
- **marketingorganisaties** (Merk Frylân, regio-aan-jagers, VVV);
- **recreatieschap** (Marrekrite); landschap-, natuur- en cultuurbeheerders

BUNDELING KENNIS EN MIDDELEN. De kracht van dit collectief schuilt niet alleen in het delen en bundelen van kennis en het uitwisselen van informatie, maar vooral ook in het vanuit één visie én gezamenlijk belang en doel werken aan product vernieuwing, professionalisering, kwaliteitsverbetering en het adequaat afstemmen van de toeristische en culturele agenda's. Door het bundelen van beschikbare, financiële middelen wordt versnippering van schaarse middelen voorkomen én meer bereikt.

MARKETING EN PROGRAMMERING. Zo beschikt bijvoorbeeld Merk Fryslân inmiddels over een marketingbudget dat vergelijkbaar is met andere provincies, waar de organisatie het voor 2018 moest doen met een bedrag waar een stad als Utrecht niet mee uit de voeten kan. Een van de resultaten is dat er een herkenbare lijn is gebracht in alle communicatiemiddelen en uitingen (provinciaal, regionaal). Bovendien wordt in elke regio het verhaal van Fryslân verteld. Samen met het onderwijs, de overheid (provincie en gemeenten) en de ondernemers is er tevens een systeem ontwikkeld waarmee alle relevante toeristische data worden verzameld en ontsloten. Net zo goed als het agenderen en communiceren van evenementen sinds 2020 vanuit één gezamenlijke database gebeurt.

DIRECTIEVOERING

Coöperatie Gastvrij Fryslân wordt gerund door een ervaren bestuurder en programmaregisseur. Hij is beslissingsbevoegd en als opdrachtgever verantwoordelijk voor de uitvoering en (tussentijdse) rapportages richting stakeholders en financiers. Hij is voorzitter van - en wordt gevoed door - de Raad van Advies die driemaandelijks bijeen komt.

TASTBARE RESULTATEN. De coöperatieformule, die naar voorbeeld van LF2018 én door gebrekkig functioneren van branche-organisaties in 2019 tot stand kwam, leidt tot meer tastbare resultaten. Door sterk in te zetten op cultuur-, natuur- en watersporttoerisme, en deze ook te verbinden, is het toerisme de laatste tien jaar even geleidelijk als natuurlijk gegroeid. De gaandeweg ontwikkelde, provinciaal dekkende en verbindende verhaallijnen speelden hierin een belangrijke rol. Net zo goed als de in het verlengde hiervan ontwikkelde gezamenlijke arrangementen, vaar-, fiets- en wandelkaarten en –apps die land, water, cultureel erfgoed en natuurschoon verbinden.

Fysiek werden ook witte vlekken in het vaarwegen-, fiets- en wandelnetwerk aangepakt en onderling verbonden waardoor eerdere investeringen in het Friese Merenproject beter gingen renderen.

GEEN WINDEIEREN. De toename van het cultuur- en natuurtoerisme heeft de vrijetijdsector geen windeieren gelegd. Deze doelgroep geeft meer uit, gaat zelf op ontdekkingstocht en is eerder geneigd tot herhalingsbezoek. Bovendien zijn ze minder seizoensgebonden en verspreiden ze zich over de hele provincie. Dat verklaart ook dat Fryslân in de beleving van bezoekers en inwoners relatief ruim en rustig is gebleven. Overigens heeft het jaarrond agenderen van evenementen, en in slappe tijden programmeren van grote publiekstrekkingen, de seizoenverlening en spreiding van drukte ook in de hand gewerkt. Er valt vandaag de dag altijd wel iets bijzonders te beleven in de provincie.

WATERSPORT OP DRIFT. Op de vleugels van toenemend bezoek en hogere bestedingen, heeft ook de watersportsector driftig geïnvesteerd in modernisering van vloten, voorzieningen en in het trekken van de jeugd. Jachthavens werden her in der in een nieuw jasje gestoken, de voorzieningen aan wal werden uitgebreid en ook zijn er arrangementen afgesloten met restaurateurs, hotels, campings en wellnesscentra. De IJsselmeerkust trekt ook steeds

meer jongeren die kitesurfen, zeilen combineren met feesten en festivals langs de kust. Hippe strandtenten in plaatsen als Makkum, Workum en op het starteiland in Sneek doen ook wat dat betreft hun werk.

LOGIESACCOMMODATIES. In de ontstane flow, en als gevolg van een in 2020 uitgevoerde vitaliteitsscan onder logiesaccommodaties, is er fors geïnvesteerd in logiesaccommodaties. Volgens de scan voldeed maar liefst 45% van de campings en bungalowparken niet aan de eisen van de tijd. Sindsdien is er – in samenwerking met gemeenten - geïnvesteerd in upgrading, renovatie en vervanging. Het aantal luxe vakantiehuisjes, met bijvoorbeeld wellnessfaciliteiten, is de afgelopen jaren verviervoudigd. Hetzelfde geldt voor het aantal campings met eigentijdse voorzieningen, luxe tenthuisjes en kampeerplaatsen met eigen sanitair. Tegelijkertijd nam het aantal 4-sterrenhotels met 30% toe door zowel nieuw- en verbouw als modernisering.

PROFESSIONALISERING. Ook op het gebied van professionaliteit, gastvrijheid, commercie en communicatie is er over de hele linie een forse inhaalslag gemaakt. Coöperatie Gastvrij Fryslân speelt ook hierin een belangrijke voortrekkersrol. Zo wordt er jaarlijks een aanzienlijk bedrag besteed aan scans, onderzoek en het verzorgen van cursussen, coaching en begeleiding van ondernemers in de gastvrijheidsindustrie. Opvallende rol hierin is weggelegd voor het vanuit de coöperatie ontstane Living Lab Gastvrij Fryslân. Wat in 2019 startte als pilot in Grou' (zie kader), kreeg jaarlijks succesvolle navolging in andere toeristische steden en dorpen.

LIVING LAB GROU 2030

In 2019 besloten de gemeente Leeuwarden, NHL Stenden, ROC Friesland College, Marketing Fryslân, de Marrekrite de handen in één te slaan om de vrijetijdssector in Grou naar een hoger niveau te tillen. Studenten verzorgen daarbij het meeste werk, ondersteund en begeleid door vertegenwoordigers van genoemd collectief. Eerst werd er een SWOT-analyse gemaakt van lokale vrijetijdsector. Vervolgens gingen de studenten gericht aan de slag. Enkele voorbeelden. Studenten CMD en Communicatie ontwikkelden een gelikt portal 'Gastvrij Grou' dat weldra 50.000 bezoekers

trok die zich niet alleen lieten informeren en verleiden, maar ook alles konden boeken wat ze nodig hadden. Studenten Hospitality Management en van de Lerarenopleidingen trainden ondernemers en hun medewerkers in gastvrijheid en meertaligheid. Studenten van de hotelschool en ROC Friesland College liepen stages waarin de kennisuitwisseling centraal stond. Ook werden er vakgerichte trainingen verzorgd. Resultaat was niet alleen de lokale gastvrijheidsector een impuls kreeg, maar ook dat studenten in de praktijk leerden en het nodige mee terugnamen naar hun opleiding. Win-win dus.

DUURZAME ONTWIKKELING. Mooi is dat ook niet toeristische bedrijven meeliften op de groei van de sector. Streekmerken en –producten hebben de wind in de zeilen. Agrarische bedrijven openen hun deuren, geven rondleidingen en verkopen ook zelfgemaakte producten van het land. In het verlengde hiervan prijken er op menig menukaart ambachtelijk bereide gerechten en delicatessen van de streek. Ook de bouw profiteert van de inspanningen van en investeringen in de vrijetijdsindustrie. Net zo goed als in het verlengde van het cultuur-, natuur- en watersporttoerisme er meer geld geïnvesteerd en verdiend wordt in de watertechnologie en innovaties op het gebied van de inmiddels tot wasdom komende circulaire economie. Waar de Waddeneilanden rond 2020 als duurzame bestemming te boek stonden, volgden de afgelopen jaren de andere Friese regio's en elf steden.

GOED WONEN, LEVEN EN WERKEN. Route 2030 heeft Fryslân dus veel opgeleverd. Naast een florierende vrijetijdseconomie, zeker ook het bewustzijn dat Fryslân 'gewoon' een provincie is waar het goed en gezond wonen, werken en leven is. Niet-Friezen onderkennen dat inmiddels ook. In plaats van een braindrain, kiezen steeds meer jongeren, en vooral ook jonge gezinnen, voor Fryslân waar het nog

relaxt wonen en leven is. Daarmee is voorzien in een probleem dat rond 2019 nog opgang deed: een tekort aan adequaat geschoold en hoger opgeleid personeel in de vrijetijdsector. Dit kwam overigens niet vanzelf tot stand. De verbeterde resultaten, gerealiseerde seizoenverlenging en het opkrikken van het kwaliteitsniveau van accommodaties, zorgden ook voor betere arbeidsvoorwaarden, meer mogelijkheden om door te stromen én een beter imago van de sector. Anno 2030 kiest de jeugd dus niet zonder reden weer voor de inmiddels op twee na grootste en meest sexy bedrijfstak van Fryslân.

