

Toeristisch Jaarplan 2021

Actielijn 1 Uitnodigende en aantrekkelijke omgeving

De actie uit het programma

1

Het toeristisch kerngebied (centrum én haven) op orde brengen: aantrekkelijk, schoon en veilig. Met voorzieningen die bij de tijd zijn, van kwaliteit en aansluiten bij behoeften van de doelgroep/gebruikers.

Actiehouder: gemeente

Uitwerking actiehouder

Citydressing

Vlaggenmasten: er worden op meerdere locaties vlaggenmasten met Harlingen Welkom aan Zee vlaggen geplaatst, zoals bij het langparkeerterrein, Westerzeedijk en Waddenpromenade. Ook worden er op verschillende plekken in de stad banieren gehesen.

Panelen Wijnaldum: er worden verschillende informatiepanelen geplaatst met wandelroutes in en rondom Wijnaldum.

Zichtbaarheid Nieuwe Willems haven (NWH): er komt een plattegrond op de NWH met daarop het toeristisch aanbod. Een bootbankje bij de entree van de NWH krijgt een zeil met informatie over de NWH. Het digitale informatiebord bij de entree van de stad wordt voorzien van informatie over de NWH.

Er wordt gekeken of er een **Informatiebord en/of selfiespot** bij het kunstwerk de Broken Jug geplaatst kan worden.

Ligplaatsenbeleid

We willen bereiken dat Harlingen een aantrekkelijke havenstad blijft voor recreatieve vaart en dat het havengebied een visitekaartje is voor Harlingen. Hiervoor gaan we dit jaar een ligplaatsenvisie opleveren.

Werkgroep aantrekkelijkheid winkelgebied

In 2021 starten we met een werkgroep bestaande uit de gemeente Harlingen en diverse ondernemers. Deze werkgroep gaat zich bezighouden met het verbeteren van de verblijfskwaliteit in het winkelgebied. Samen wordt er naar verbeteringen/oplossingen gezocht, zodat het winkelgebied een uitnodigende en aantrekkelijke omgeving wordt voor bewoners en bezoekers. De bewegwijzering naar de binnenstad vanaf de andere parkeerterreinen is ook hier een belangrijk onderdeel van.

Toeristisch Jaarplan 2021

Actielijn 1 Uitnodigende en aantrekkelijke omgeving

De actie uit het programma

2

De haven en binnenstad goed met elkaar verbinden, fysiek, m.b.v. citydressing en met verleidelijke bebording (5 min. Lopen i.p.v. 400 m).

Actiehouder: gemeente

3

Parkeerbeleid: behoefte in beeld brengen i.s.m. ondernemers, ook in relatie tot nieuwe ontwikkelingen van gebieden/attracties.

Breed ingestoken: auto's, touringcars, campers (elektrische) fietsen.

Actiehouder: gemeente

4

De buitenhaven doorontwikkelen tot een aantrekkelijk gebied om (recreatief) te verblijven, door vergroting van de levendigheid

5

Verkennen van mogelijkheden voor gezamenlijke financiering en verantwoording van behoud, kwaliteit en uitstraling van (historische) panden en straatbeeld

Uitwerking actiehouder

Centrummanager

In het kader van de subsidieregeling Friese Retailaanpak wordt voor een half jaar een centrummanager aangesteld. Activiteiten die worden opgepakt zijn:

- verbeteren presentatie winkels en beeldkwaliteit binnenstad
- verbeteren van de inrichting en parkeerrouting Grote Bredeplaats
- tegengaan leegstaande panden

Er zal regulier bestuurlijk overleg zijn met Ondernemend Harlingen en TIP Harlingen waarin wordt gesproken over het versterken van de samenwerking tussen beide partijen

Toeristisch-recreatieve verbinding Westerzeedijk, Nieuwe Willems haven, Waddenpromenade en centrum

Doorlopende actie: geldt als rode draad in lopende en toekomstige projecten en acties.

Uiting parkeerterreinen

Citymarketing Harlingen Welkom aan Zee wordt uitgedragen via alle marketingcommunicatie-uitingen binnen de exploitatie van de parkeerterreinen. Niet alleen via de website, maar ook via bewegwijzering in de openbare ruimte, op de pendelbus en in een animatievideo.

Doorlopende actie: afstemmen en toetsen en faciliteren van initiatieven.

Dit onderdeel sluit aan bij actie 1.2 Centrummanager.

De actie uit het programma

Actielijn 2 Recreatief beleefbare omgeving

De actie uit het programma

1 Gezamenlijke arrangementen maken waarbij alle branches betrokken zijn en juiste platforms zoeken om deze te verspreiden.

Actiehouder: toeristische aanbieders en TIP Harlingen

2 De stad zelf meer als samenhangende attractie/toeristisch product in de markt zetten met (bestaande) gidsen/ambassadeurs, rondvaarten, stadswandelingen (denk ook aan 'verhaallijnen') en interactieve app.

Actiehouder: TIP en toeristische aanbieders

3 De visserij als schouwspel en als interactieve beleving/attractie ontwikkelen

Actiehouder: toeristische aanbieders en TIP Harlingen

4 Waddenzee (Werelderfgoed) meer benutten met beleving/attracties langs en op het water. Denk hierbij ook aan kuststrook met bv. strandje en havenzwembad

Actiehouder: toeristische aanbieders en TIP Harlingen

Uitwerking actiehouder

Arrangementen

- De werkgroep arrangementen werkt minimaal drie nieuwe arrangementen uit die gerelateerd zijn aan het thema Schatkamers en Zeehelden.
- Ontwikkelen van nieuwe componenten om het aanbod cruisearrangementen te vergroten.
- Weekend Dag van het Wad: activiteiten en workshops organiseren rondom de verse vismarkt.
- In samenwerking met de directie van de Tall Ship Races Harlingen gaan we ook tussen de Tall Ship Races door cultuur- en toeristische activiteiten ontwikkelen. In september gaan we o.a. onder de paraplu 'Watersport4al' een week organiseren met daarin Sail in Zicht (Optimist on Tour), een TSR concert en gerelateerde watersportaanbieders geven workshops en kennismakingslessen.
- Samen met Horeca Harlingen onderzoeken of we in 2022 kunnen aansluiten bij de Streekzomer fietsroutes.
- Het organiseren van cultureel aanbod op het strand in het kader van Zomer aan Zee, Welkom in Harlingen.

Visbeleving: ontwikkelen van het concept visbeleving in Harlingen.

- We zetten in op **arrangement- en productontwikkeling** gelinkt aan het project buitendijks fietspad.
- **Haven voor Super Yachts.** Samen met Port of Harlingen onderzoeken of Harlingen zich kan profileren als haven voor Super Yachts.
- **Workshop Waddenzee Werelderfgoed:** organiseren van workshops Waddenzee Werelderfgoed (i.s.m. Waddenvereniging). Dit sluit ook weer mooi aan op actiepunt 4.3 in dit programma.
- **Goody bags** maken voor watersporttoeristen.

De actie uit het programma

5 Evenementenaanbod breed inventariseren, evalueren op (potentieel) bereik en daarmee promotionele inzet en waar verdieping en/of aanvulling kansrijk is.

Actiehouder: citymarketeer, BENG, TIP en ondernemers

Actielijn 3 Breder en interactiever aanbod aan verblijfsaccommodaties en dagattracties

Actie uit het programma

1 Realisering van logies voor jongeren/jong volwassenen (denk aan Stay Okay of een backpacker hotel dat aansluit bij de avontuurlijkere doelgroepen). Denk ook aan verkenning mogelijkheid medegebruik slaapzalen in leegstaande panden tijdens de zomer.

Actiehouder: gemeente en ondernemers

2 Realisering aangepaste/toegankelijke logies voor doelgroep ouderen/ mensen met handicap. Kan vragen om nieuwbouw i.v.m. bouwbeperkingen in monumentale panden. Vanuit gedachte van integratie/inclusiviteit, bij voorkeur te koppelen aan acquisitie van een nieuw hotel.

Actiehouder: gemeente en ondernemers

3 Bestaande cultuurhistorische attracties meer interactief maken (let ook op aantrekkelijkheid voor buitenlandse gasten en kinderen).

Actiehouder: toeristische aanbieders

Uitwerking actiehouder

Doorlopende actie.

Afwachten ontwikkelingen rondom het bungalowpark en hotel in Westerzeedijkgebied. Wordt niet actief op ingezet. Geen concrete acties, tenzij er een initiatiefnemer zich meldt

Zie actiepunt 3.1 Geen concrete acties, tenzij er een initiatiefnemer zich meldt.

Hannemahuis: in de periode juli – november is er een tentoonstelling 'Hoge Luchten' schatten uit het Rijks te bewonderen, met daaraan gekoppeld in de tuin een expositie 'Beeld van een tuin'. De eerste week van september vindt het eerste Vestdijkfestival plaats met tal van sprekers en muziek.

De actie uit het programma

4

Realisering van een elk-weer voorziening, bv. een educatief/interactief centrum met Waddenzee/nautisch thema. Mogelijk te koppelen aan (kleine) filmzaal/speelhuis en (thematische) sport-/spelvoorziening.
Actiehouder: gemeente en ondernemers

5

Verkenndend haalbaarheidsonderzoek van een zeezeilcentrum.
Actiehouder: Harlinger Watersportvereniging, kitesurfaanbieders en gemeente

Uitwerking actiehouder

Cultuurvisie Harlingen

De cultuursector is een van de dragers van de vrijetijdsector en levert een belangrijke economische bijdrage. Door het aanbod dat liefhebbers van cultuur en/of historie aanspreekt meer interactief en beleefbaar te maken, kunnen we beter aansluiten op de huidige trend waarin beleving centraal staat. In september 2021 wordt gestart met het opstellen van een cultuurvisie Harlingen. Daarin maken we een koppeling met Recreatie en Toerisme.

Hangt samen met ontwikkeling Nieuwe Willems haven en Westerzeedijkgebied, zoals inrichting van de panden op de Nieuwe Willems haven en invulling van ontwikkelvlak 4a in het Westerzeedijkgebied.

Onderzoek naar mogelijkheden/ initiatiefnemers wordt nader verkend. Hangt samen met ontwikkeling strand en er wordt de samenwerking gezocht met initiatiefnemers Sportakkoord Harlingen.

Actielijn 4 Harlingen samen sterker op de kaart

Actie uit het programma

1 Onder één herkenbare noemer het aanbod van Harlingen promoten. In het verlengde hiervan gecoördineerde uitgifte van stadsinformatie aan bezoekers (incl. cruise gasten) en arrangementen. Ook bekendheid en gebruik 'Welkom aan zee' verder uitbreiden.

Actiehouder: TIP en Ondernemend Harlingen, ondersteund door citymarketeer

Uitwerking actiehouder

Harlingen, welkom aan zee actiever uitdragen

Dit is een doorlopende actie. Ondernemers gaan het merk actiever uitdragen. Samen eigen aanbod creëren, passend bij bijvoorbeeld de verhaallijnen schatkamers & zeehelden. Unieke activiteiten/evenementen, die niet elders te 'consumeren' zijn, trekken toeristen aan.

Online marketing campagne

Er wordt een online marketing campagne ontwikkeld welke Harlingen als unieke dagbestemming onder de aandacht brengt via sociale media en in de zoekresultaten van Google. We maken daarbij slim gebruik van alle mogelijkheden die de inzet op online marketing met zich meebrengt, denk bijvoorbeeld aan het targeten en segmenteren van doelgroepen. De campagne loopt in eerste instantie periode mei t/m juli.

Vouchers en integrale tegoedbon

We gaan kijken of we specifieke doelgroepen (bijvoorbeeld opvarenden Bruine Vloot en eilandgangers) kunnen prikkelen om onze binnenstad te verkennen. Denk daarbij aan op maat gemaakte acties, bestaande uit vouchers voor specifieke producten/arrangementen. In het verlengde daarvan gaan we kijken of er een integrale tegoedbon kan komen welke correspondeert met de kassasystemen van de ondernemers. Dit maakt het laagdrempelig om ondernemers actief te betrekken in diverse marketingacties.

Actie uit het programma

2

Eén website ontwikkelen waar alle informatie, bezienswaardigheden, activiteiten en evenementen gebundeld zijn zodat een (potentiële) bezoeker zich makkelijk kan oriënteren, laten inspireren, voorbereiden.

Actiehouder: TIP en citymarketeer

3

Aanhaken op activiteiten, ontwikkelingen en promotie rondom Harlingen (bijv. Bestemming Noardwest Fryslân, provincie Fryslân, Wadden, Afsluitdijk)

Actiehouder: TIP, ondernemers en citymarketeer

Uitwerking actiehouder

Contentmarketing en sociale media

Via de sociale media van Harlingen Welkom aan Zee (Instagram, Facebook en LinkedIn) dragen we er zorg voor dat Harlingen als unieke stad in Friesland, waar het fijn wonen, werken en verblijven is, vermarkt wordt. Aanbod van ondernemers wordt daarbij in de etalage gezet. Uitgangspunt is om het aantal volgers van deze kanalen gestaag te laten doorstijgen, zodat het bereik van onze 'online etalages' steeds groter wordt. Het creëren van unieke, op maat gemaakte, content (zoals bijvoorbeeld portretten) vormt daarbij een belangrijk speerpunt.

Promotievideo Harlingen

Er komt een promotievideo welke Harlingen onder de noemer van 'Harlingen Welkom aan Zee' in 2021 positioneert. Er wordt daarbij nadrukkelijk de verbinding gelegd tussen de Willems haven en het winkelgebied. De video wordt ingezet op de online kanalen en advertenties van Harlingen Welkom aan Zee.

De toeristische website wordt, als centraal communicatiemiddel, prominent op alle offline middelen weergegeven.

Regio Noardwest

Gemeente Harlingen heeft samen met gemeente Waadhoeke en Leeuwarden een subsidierelatie met de Stichting Bestemming Noardwest Fryslân. Deze stichting zet zich in op arrangement- en productontwikkeling binnen de regio Noardwest. Harlinger ondernemers worden via de TIP hierbij betrokken.

Actie uit het programma

Vervolgactie 4.3

Uitwerking actiehouder

Op paad lâns it Paad

Een samenwerking tussen gemeente Harlingen-, Waadhoeke en NO Fryslân en Wetterskip Fryslân. In december 2020 is door het Waddenfonds het projectvoorstel gehonoreerd. Dit jaar treffen we de voorbereidingen voor deelprojecten zoals de dijktrappen en de aanmeersteiger Noorderpier (zonnepontje). In oktober wordt een Toeristisch Overstappunt (TOP) in het Westerzeedijkgebied geplaatst.

Waddenagenda

Actieve deelname bij de totstandkoming van het uitvoeringsprogramma (R&T projecten) Gebiedsagenda Wadden 2050.

Green Destination pilot project

Samen met Waddenkustgemeenten de haalbaarheid onderzoeken of we als Waddenkust een duurzame bestemming kunnen en willen worden en hoe we dat willen aanpakken.

Fries Programma Waddenkust

Samen met de Waddenkustgemeenten een impuls geven aan duurzame regionale R&T van de Waddenkust. Hiermee willen we een structuur neerzetten dat de regionale en lokale overheidsbelangen verbindt met initiatieven en ontwikkelingen op het gebied van R&T.

Verbinden ontwikkeling toerisme in gemeente Harlingen aan toeristische projecten in Waddengebied (NW en NO Friesland).

Actie uit het programma

Vervolgactie 4.3

4

Uitnodigen van influencers (bloggers/vloggers) voor gratis verblijf in Harlingen in ruil voor dat ze over hun ervaring vertellen.

Actiehouder: TIP, ondernemers en city marketeer

Uitwerking actiehouder

Zee- en riviercruises

- In samenwerking met andere Friese riviercruisesteden een Friese riviercruise route ontwikkelen en promoten.
- Kansen onderzoeken voor samenwerking met Noord Duitsland.
- Samenwerking met Cruise Europe uitbreiden.
- Mogelijkheden onderzoeken om Harlingen als turnaround haven in te zetten voor zee- en riviercruises.
- Wanneer de rivm-maatregelen het toelaten worden beurzen, congressen, conferenties en rederijen weer bezocht.
- De website Cruise Port Harlingen wordt up to date gehouden.
- Het vergroten van de bekendheid van Cruise Port Harlingen door het inzetten van promotiefilm, website, nieuwsbrieven en social media.
- De gastvrijheid van Cruise Port Harlingen benadrukken door het persoonlijk overhandigen van een welkomspakket aan bezoekende zee- en riviercruises.

Dit idee moet geconcretiseerd worden in een hapklaar aanbod, bijv. door een specifiek 'Schatkamer voor Zeehelden weekendarrangement' waarbij een bezoeker het beste en meest unieke aan Harlingen kan ervaren. We gaan dit uitzetten als pilot bij kwalitatieve bloggers/vloggers in ruil voor kwalitatieve content. Bijvoorbeeld een korte video + blog voor op onze website. Deze content kunnen we tevens doorplaatsen op onze sociale kanalen.

Organiseren van site visits voor cruise reders

Actie uit het programma

5

Gastheerschap ontwikkelen via ambassadeursprogramma, cursussen en het delen van onderlinge kennis en ervaringen.

Actiehouder: TIP Harlingen en ondernemers

Uitwerking actiehouder

Ondernemers kunnen hun locatie en evenement koppelen aan de **database van Merk Fryslân**. TIP brengt de ondernemers hiervan op de hoogte en biedt aan om ondernemers daarbij te helpen (is een continueproces).

Ondernemend Harlingen

Er liggen nog veel grote kansen bij Ondernemend Harlingen. Het is belangrijk dat we gezamenlijk tot nieuw aanbod komen passend bij onze Harlingen, Welkom aan Zee identiteit. In dat kader organiseren we een informatieavond waarbij gemeente en TIP ingaan op het belang van succesvolle citymarketing, gastheerschap, en wat wij verwachten van de ondernemers.

Cruise Port Harlingen

Nieuwsbrieven verzenden.

Er wordt een vernieuwde digitale en papieren brochure gemaakt.