

Evaluatie toeristisch actieprogramma



Toeristische visie en actieprogramma Harlingen 2018-2022

Evaluatie 2020



Voorwoord

De impact van het coronavirus op het toerisme is fors. Duurzaam herstel van de Nederlandse bezoekerseconomie heeft voor de toeristische sector dan ook de hoogste prioriteit. Ook nu in de zomer van 2021 zien we bijvoorbeeld dat het aantal Duitse bezoekers nog achterblijft bij de jaren vóór corona. Teleurstellend is dat corona vooral een impact heeft gehad op de snelheid van de ontwikkelingen op de Willemshaven. Partijen zijn begrijpelijkerwijs voorzichtig geweest in het doorzetten van hun plannen. We werken nu aan een plan van aanpak hoe we de ontwikkeling van de haven voor de komende jaren voor ons zien, en wat dit betekent voor onze relatie met de verschillende stakeholders op de haven.

Maar we zijn in 2020 niet op onze handen gaan zitten. Afgelopen winter heeft de gemeente extra ingezet op acties om de donkere stille coronatijd wat op te fleuren: **Winter in Harlingen, welkom aan zee**, met onder andere:

Een Oproep aan alle inwoners om huizen en straten te versieren, de Raamexpositie: 'must hier us kieke', extra schepen verlicht in de Harlinger Havens, een fototentoonstelling met winterse foto's, verlichting van de Grote Sluis en de drie bruggen en het Entrepotgebouw is ingericht als winters lichtpunt.

En net als vorig jaar hebben we ook dit jaar acties in het kader van **Zomer in Harlingen, welkom aan zee**, met extra sportieve en culturele activiteiten op het strand en in de stad.

Een woord voor waardering voor iedereen die zich daar enorm voor heeft ingezet!

Ondanks de beperkingen van de afgelopen 1 1/2 jaar blijven we investeren in versterking van het toeristisch product in Harlingen. Ik ben ervan overtuigd dat Harlingen alles in huis heeft om een nieuwe bloeiperiode tegemoet te gaan, en met de evaluatie 2020 en het jaarplan 2021 willen we laten zien dat we volop bezig zijn om deze belangrijke, relatief nieuwe, peiler onder de Harlinger economie te verstevigen. Want ooit laten we deze corona-ellende achter ons en dan staan we met z'n allen klaar om oude bekende én nieuwe gasten een mooie tijd te bezorgen in bruisend Harlingen!

Met gastvrije groet,

Paul Schoute

Wethouder recreatie en toerisme

Actielijn 1

Uitnodigende en aantrekkelijke omgeving

De actie

- 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.
Denk ook aan citydressing (verlichting, vlaggen, straatmeubilair, toegankelijke trappen en hellingbanen etc.).

Actiehouder: gemeente Harlingen

- 1
 - **City dressing:** Voor opening van het seizoen worden banieren en vlaggen weer opgehangen.
Wat hebben we bereikt
 - Er is er een plan opgesteld om 3x drie vlaggenmasten te plaatsen met Harlingen Welkom aan Zee banieren: bij de Westerzeedijk, op de kop van P1, en op de Waddenpromenade. Het streven is om de vlaggenmasten geplaatst te hebben voor het begin van het toeristenseizoen 2021. De oude banieren worden verspreid onder ondernemers voor hergebruik.
 - Tijdens de actie 'Winter aan Zee, welkom in Harlingen' is extra verlichting aangebracht op verschillende bruggen en objecten in de stad.
 - Dit jaar hebben we 13 schepen verlicht tijdens de wintermaanden, liggend in verschillende binnenhavens en Singels.
 - **Binnenhaven:** samen met Port of Harlingen toeristische mogelijkheden verkennen van herinrichting vissershaven (visserijbeleving), inclusief de camperplaatsen.
Wat hebben we bereikt
 - De Port of Harlingen heeft plannen met de visserijhaven, echter zijn deze niet van toeristische aard. Hiervoor lijkt de Nieuwe Willemshaven meer geschikt. Vooralsnog blijft de camperplek op de Nieuwe Vissershaven.
 - **Drijvende steiger:** optimaliseren door aanbrengen van hekwerk en bolders
Wat hebben we bereikt
 - De bolders zijn geplaatst.
 - Het hekwerk heeft door Covid19 enige vertraging opgelopen en wordt in de eerste helft van 2021 geleverd.

Vervolg actielijn 1

- **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 een ligplaatsenvisie opstellen en een bijbehorend ligplaatsenbeheerplan.

Wat hebben we bereikt

- Er is een analyse uitgevoerd op het huidige beleid en de huidige situatie van de wateren die bij de gemeente in beheer zijn. Hieruit is een aantal aanbevelingen voortgekomen die de basis vormen voor de visie op de binnenwateren en het ligplaatsenbeleid en beheerplan. Binnen dit beleid wordt gekeken naar de verschillende schepen/boten in de stad en hoe hierin een logische inrichting kan worden gemaakt binnen de ruimte van de verschillende havens. De analyse + aanbevelingen wordt het eerste kwartaal 2021 aan het college aangeboden en via een raadsinformatiebrief wordt de raad op de hoogte gesteld. De havenvisie zal worden vormgegeven samen met verschillende stakeholders. Voor R&T is vooral belangrijk dat we in het seizoen maximaal willen inzetten op de watersporttoerist. Met goede voorzieningen en mogelijkheden voor nieuwe vormen van watertoerisme. Maar ook met aantrekkelijke tarieven.

- **Grote Bredeplaats:** Samen met ondernemers en bewoners een plan maken voor het autovrij maken van de Grote Bredeplaats in de zomerperiode (starten als pilot).

Wat hebben we bereikt

- Er is een werkgroep 'autoluwe binnenstad' gevormd die bestaat uit ondernemers en de gemeente Harlingen. De werkgroep gaat onderzoeken hoe het winkelgebied (Voorstraat en Grote Bredeplaats) aantrekkelijker kan worden gemaakt. Een mogelijke uitkomst van dit onderzoek zou kunnen zijn dat het winkelgebied geheel of gedeeltelijk autoluw wordt gemaakt in de toekomst. Uitgangspunt is in ieder geval vooral om het winkelgebied aantrekkelijker te maken voor bezoekers, ondernemers en bewoners.

- **Kiosk:** Onderzoeken mogelijkheden functie Kiosk Grote Bredeplaats.

Wat hebben we bereikt

- Er heeft zich een ondernemer gemeld met een initiatief. Dit plan wordt getoetst op haalbaarheid en zal dan verder in 2021 worden uitgewerkt.

vervolg actielijn 1

De actie

- 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 Harlingen

- 2 ➤ **Toeristisch-recreatieve verbinding**
1. Westerzeedijk, Nieuwe Willemshaven, Waddenpromenade en centrum.
 2. Ondernemers worden betrokken bij de vormgeving van de beweegvriendelijke omgeving, met name v.w.b. het deel van de binnenstad.
 3. Informatiepanelen in de stad worden vervangen en voor het vaarseizoen geplaatst.
- Wat hebben we bereikt**
- Ad 1. Binnen programma Harlingen is hard gewerkt aan een plan van aanpak voor een gebiedsverkenning aan de noordwestelijke kustzone (van eiland parkeren t/m Westerzeedijk-project). Hier komen vele opgaven en processen samen en vanuit programma Harlingen willen we hiervan een integraal gebiedsproces maken, waarin ook de doelstelling van R&T een plek hebben. Waarbij gedacht moet worden aan het havenzwembad, de doorontwikkeling van de Nieuwe Willemshaven, de beleving van de eilandtoerist op de route naar de veer (de toeristisch recreatieve verbinding krijgt hierin een prominente plaats, etc.)
 - Noot hierbij is dat de Agenda voor het Waddengebied 2050 is vastgesteld en dat nu gewerkt wordt aan het uitvoeringsprogramma. Hierin is als één van de projecten benoemd een integrale aanpak (verbindingen leggen tussen) de R&T activiteiten in de kustzone. De landschapstriënnale 2023 zou hier dan bijvoorbeeld ook onderdeel van uitmaken.
 - Ad 2. Vanwege corona is de aanpak van de beweegvriendelijke omgeving veranderd. In plaats van wandelingen met stakeholders door de verschillende delen van de stad is ervoor gekozen om een enquête uit te zetten, waar alle inwoners van Harlingen hun ideeën en verbeteringen kwijt konden. Deze input is inmiddels verwerkt in een kansenkaart en verbeterkaart. De verschillende verbetervoorstellen worden nog onderzocht op haalbaarheid, prioriteit en kosten. Verwacht wordt dat deze kaart het eerste kwartaal van 2021 klaar is.

vervolg actielijn 1

3 Parkeerbeleid: behoefte in beeld brengen i.s.m. ondernemers, ook in relatie tot (mogelijke) nieuwe ontwikkelingen van gebieden/attracties.
Breed ingestoken: auto's, touringcars, campers, (elektrische) fietsen.

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.

Actiehouder: gemeente Harlingen

- Ad 3. Er zijn het afgelopen jaar 13 informatiepanelen geplaatst conform onze merkidentiteit Harlingen Welkom aan Zee in de stad Harlingen. Tezamen vormen de panelen een route die de bezoekers langs bijzondere, historische plekken van Harlingen voert.
- Door ondernemers op de Nieuwe Willemshaven is een plattegrond gemaakt van het bestaande toeristisch aanbod op de Nieuwe Willemshaven. Er wordt nog gezocht naar een plek waar deze kan worden opgehangen.
- Er is een verkenning gestart om de entree naar de Nieuwe Willemshaven duidelijker te maken.

3 ➤ Parkeerbeleid

1. Behoeft in beeld brengen i.s.m. ondernemers, ook in relatie tot nieuwe ontwikkelingen van gebieden/attracties.
2. Breed ingestoken: auto's, touringcars, campers, (elektrische) fietsen.

Wat hebben we bereikt

Ad 1 en 2. Hier waren in 2020 geen concrete acties voor opgenomen. Zie verder het kopje Grote Brede-plaats (actielijn 1.1).

4 In verband met corona heeft de ontwikkeling van de Nieuwe Willemshaven stil gelegen.

5 Niets concreets opgepakt.

Actielijn 2

Recreatief beleefbare omgeving

De actie

- 1 Gezamenlijke arrangementen maken waarbij alle branches betrokken zijn en juiste platforms zoeken om deze te verspreiden.
- 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: Toeristische aanbieders en TIP-Harlingen.

- 1
 - **Gezamenlijke arrangementen**
 1. De werkgroep arrangementen werkt minimaal drie nieuwe arrangementen uit die gerelateerd zijn aan het thema Schatkamers en Zeehelden, zoals bijv. het schutten van de historische sluizen in de binnenstad.
 2. Ontwikkelen nieuwe componenten om aanbod cruise arrangementen te vergroten.
 3. Samen met Port of Harlingen een waterkaart ontwikkelen t.b.v. Cruise Port Harlingen.

Wat hebben we bereikt

 - Ad 1. Er is een werkgroep in het leven geroepen bestaande uit TIP, gemeente Harlingen en verschillende ondernemers en stakeholders. In 2020 zijn geen nieuwe arrangementen gerealiseerd.
 - Ad 2. Er zijn nieuwe excursies ontwikkeld die doorgevoerd worden in de vernieuwde digitale en papieren brochure. De nieuwe excursies zijn via een nieuwsbrief goed ontvangen door de rederijen en voor 2021 al geboekt bij de touroperators en de Harlinger Stadsgidsen. De papieren brochure is in mei 2021 klaar.
 - Ad 3. De waterkaart is klaar. De waterkaart is ontwikkeld voor alle schepen die de havens van Harlingen bezoeken. De kaart toont de vaarroutes en dieptes in alle buitenhavens van Harlingen.
 - **Ontwikkelen van minimaal één nieuwe stadswandeling met Maritiem karakter.**

Wat hebben we bereikt

 - De stadsgidsen hebben al standaard wandelingen met het thema maritiem. Er zijn geen nieuwe wandelingen ontwikkeld.
 - **Maken goody bags voor watersporttoeristen**

Wat hebben we bereikt

 - Er zijn geen goody bags gemaakt/aangeboden aan de watersporttoeristen.
- 2

vervolg actielijn 2

De actie

- 3 De visserij als schouwspel en als interactieve belevenis/attractie ontwikkelen
- 4 Waddenzee (Werelderfgoed) meer benutten met beleving/attracties langs en op het water. Denk hierbij ook aan kuststrook met bv. strandje en havenzwembad.
- 5 Evenementenaanbod breed inventariseren (en verzamelen op één plek, zie actielijn 4), evalueren op (potentieel) bereik en daarmee promotionele inzet en waar verdieping en/of aanvulling kansrijk is.

Actiehouder: Toeristische aanbieders en TIP-Harlingen en gemeente

- 3 ➤ **Visserij:** Weekend Dag van het Wad (27/28 juni): activiteiten, workshops bij de verse vismarkt.
Wat hebben we bereikt
 - Hieraan is in het eerste kwartaal van 2020 invulling gegeven en er ligt een concept programma klaar, echter door corona heeft dit evenement niet kunnen plaatsvinden.
- 4
 1. We zetten in op arrangement- en productontwikkeling gelinkt aan het buitendijks fietspad dat vanaf 2021 wordt gerealiseerd.
 2. De vrijwilligers van het Zonnepontje worden gebriefd over Waddenzee Werelderfgoed.
 3. Samen met Port of Harlingen onderzoeken of Harlingen zich kan profileren als haven voor Super Yachts.**Wat hebben we bereikt**
 - Ad 1. Zie actielijn 4.3.4: er zijn gesprekken met betrokken ondernemers gevoerd. Ook de Stichting Bestemming Noardwest Fryslân is hierbij aangehaakt.
 - Ad 2 en 3: is geen actie ondernomen.
- 5 Doordat er in 2020 nagenoeg geen evenementen konden plaatsvinden, is aan dit actiepunt geen invulling gegeven.

Actielijn 3

Breder en interactiever aanbod aan verblijfsaccommodaties en dagattracties

De actie

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

Actiehouder: gemeente i.s.m. ondernemers.

- 1 ➤ Afwachten ontwikkelingen rondom het bungalowpark en hotel in Westerzeedijkgebied. Geen concrete acties, tenzij er een initiatiefnemer zich meldt.
Wat hebben we bereikt
 - Er heeft zich hier geen initiatiefnemer voor gemeld.

Actiehouder: toeristische aanbieder

- 2 ➤ Geen concrete acties voor 2020 benoemd, tenzij er een initiatiefnemer zich meldt.
Wat hebben we bereikt
 - Er heeft zich geen initiatiefnemer gemeld.

- 3 ➤ **Hannemahuis:** meertalig maken van teksten hoofdtentoonstelling en de website. Er wordt een tentoonstelling 'Koele Wateren, schatten uit Rijks' gehouden van (4 juli – 25 oktober).
Wat hebben we bereikt
 - De website is aangepast in de stijl Welkom aan Zee en is ook meertalig (NL, DU, ENG).
 - De tentoonstelling 'Koele wateren' was een groot succes en trok, ondanks de door corona opgelegde verplicht sluiting van in totaal 15 weken, maar liefst 8.206 bezoekers.

vervolg actielijn 3

De actie

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

- 5 Verkennend haalbaarheidsonderzoek van een zeezeilcentrum.

Actiehouder: gemeente i.s.m. ondernemers

- 4 ➤ Hangt samen met ontwikkeling Nieuwe Willemshaven en Westerzeedijkgebied. Ontwikkelen van een 'slecht-weer' voorziening voor de gasten van de bruine vloot.

Wat hebben we bereikt

- Er zijn enkele gesprekken geweest met initiatiefnemers, maar deze hebben nog niet geleid tot een concreet plan.

Actiehouder: gemeente

- 5 ➤ Onderzoek naar mogelijkheden/initiatiefnemers wordt nader verkend.

Wat hebben we bereikt

Dit onderdeel wordt meegenomen in de ontwikkeling van het Westerzeedijkgebied, het strand en een mogelijk zeezwembad. Ook is deze ambitie opgenomen in het lokaal Sportakkoord, uitvoering daarvan start in 2021.

Actielijn 4

Harlingen samen sterker op de kaart zetten

De actie

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

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: Gemeente (vaststellen en evalueren beleid (ook marketingplan en uitrollen citymarketing)), Ondernemend Harlingen (voor bekendheid/ gebruik onder ondernemers) en TIP (i.r.t. gastheerschap).

1 ➤ Harlingen, welkom aan zee actiever uitdragen

1. Ondernemers worden ambassadeur en 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.
2. Ook het Hannemahuis speelt daarin een rol en sluit daarin goed aan met hun huidige presentatie en de tentoonstelling "Koele wateren".
3. De toeristische website wordt, als centraal communicatiemiddel, prominent op alle offline middelen weergegeven.

Wat hebben we bereikt

- Ad 1. Zie actielijn 2.5.
- Ad 2. Zie actielijn 3.3.
- Ad 3. Zie actielijn 4.2.

2 ➤ **Website** voorzien van anderstalige (EN+DU) versies en vullen met redactionele content, activiteiten en evenementen. Vindbaarheid op google verbeteren. Dit geldt ook voor website Cruise Port Harlingen.

Wat hebben we bereikt

- Er is afgelopen jaar hard gewerkt aan de toeristische website. Zo zijn er verschillende landingspagina's aangemaakt, zoals bijvoorbeeld over de binnenstad en het strand. Daarnaast hebben alle winkeliers een plekje gekregen in de database. Een actie die met enthousiasme door de ondernemers ontvangen is. Ook de vindbaarheid van de website in Google is flink verbeterd door een slimme inzet van online marketing. Veel belangrijke stakeholders linken nu vanaf hun website naar de toeristische website van Harlingen. De nieuwe (lang) parkeren website haakt ook visueel aan op Harlingen Welkom aan Zee waardoor beide websites elkaar versterken. Hierdoor is het platform Harlingen Welkom aan Zee in 2020 het online visitekaartje van Harlingen geworden, en zijn de bezoekersaantallen fors gestegen.

vervolg actielijn 4

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

- De volgersaantallen op Facebook en Instagram zijn met circa 400% gestegen. De online advertenties hebben hier een groot aandeel in gehad, met een bereik van enkele honderdduizenden personen. Ook op LinkedIn is Harlingen Welkom aan Zee inmiddels actief. In slechts een halfjaar tijd zijn hier bijna 600 volgers verkregen. Volgers op sociale media blijken trots te zijn op Harlingen en dat uit te willen te dragen. De hoge betrokkenheid die er onder onze doelgroep leeft, geeft blijk van een wijd scala aan mogelijkheden. De sociale media kanalen zijn daarmee ideale (online) etalages geworden als het gaat om het vermarkten van aanbod uit Harlingen. Denk bijvoorbeeld aan arrangementen, evenementen, of producten.
- In samenwerking met een citymarketing stagiair en een studentengroep van een minor, is er meer vorm gegeven aan een content strategie voor Harlingen Welkom aan Zee. Er is een blogmodule geïmplementeerd in de toeristische website waar we eenvoudig leuke blogs kunnen delen over Harlingen. Denk bij blogs aan de leukste activiteiten in onze havenstad, tips in regio, Harlingen als uitvalbasis om Friesland te beleven, et cetera. Daarnaast zijn er content rubrieken- en richtlijnen gevormd, passend bij de identiteit van Harlingen. Een mooi voorbeeld hiervan is de 'Ondernemen aan Zee' rubriek. In deze rubriek vertellen ondernemers hoe het is om te ondernemen in een unieke havenstad als Harlingen. Daarnaast worden ook onze mooie monumenten uitgelicht. Iedere eerste maandag van de maand delen we in 'Monumenten Maandag' het verhaal van één van onze bijzondere monumenten (en wat zich hier heeft afgespeeld) op de sociale media en de website. Andersoortige content bestaat uit bijvoorbeeld het delen van mooie foto's van Harlingen, interessante nieuwsberichten voor stakeholders en potentiële bezoekers, activiteiten/evenementen, en initiatieven zoals de 'Gedachten aan Zee' brievenbus.

Actiehouder: gemeente (vaststellen van opzet en (financieel) faciliteren van website) en TIP (continu actueel houden database).

- 3
1. **Wadden center:** door werkgroep arrangementen wordt invulling gegeven aan onderzoek TCF (Toerisme Collectief Friesland).
 2. **Regio Noardwest:** inventariseren kansen en deze vertalen naar concrete acties, zoals bijv. social media workshops voor ondernemers, gezamenlijke arrangementen of activiteiten/evenementen.

vervolgactie 4

3. **Wadden:** meer claimen rol van de Wadden. Activiteiten/evenementen ontwikkelen rondom het thema 'de Wadden'. Zichtbaarheid op bijv. visitwadden.nl vergroten
4. **Op paad lâns it Waad:** samen met initiatiefnemers gemeente Waadhoeke, NO Fryslân en Wetterskip Fryslân een Waddenfondsaanvraag voorbereiden en indienen voor de tender van juni 2020.
5. **Waddenagenda:** deelname aan werkgroep lichtvervuiling langs Waddenzee waarin uitwisseling en leren van elkaars ervaringen plaatsvindt en gewerkt wordt aan een soort handleiding hoe te komen tot minder lichtvervuiling (dark sky)
6. **Green Destination:** samen met Waddenkustgemeenten onderzoeken of we als Waddenkust een duurzame bestemming willen worden en hoe we dat willen aanpakken.
7. **Samenwerking met Waadhoeke:** Streekwurk is gestopt en 2020 is een overgangsjaar om te kijken in welke vorm we de samenwerking in de regio kunnen blijven continueren. Samen met Waadhoeke wordt verkend op welke onderwerpen we kunnen samenwerken en onder welk programma we dit kunnen oppakken (bijv. Fries Programma Waddenkust).
8. **Fries Programma Waddenkust:** verbinden ontwikkeling toerisme in gemeente Harlingen aan toeristische projecten in Waddengebied (NW en NO Friesland).
9. **Zee- en riviercruises**
 1. In samenwerking met andere Friese riviercruisesteden een Friese riviercruise route ontwikkelen en promoten.
 2. Kansen onderzoeken voor samenwerking met Noord Duitsland
 3. Samenwerking met Cruise Europe uitbreiden
 4. Mogelijkheden onderzoeken om Harlingen als turnaround haven in te zetten voor zeecruises

Wat hebben we bereikt

- Ad 1. Er loopt een ontwikkeltraject voor een vaste verbinding tussen Afsluitdijk Waddencentrum en Harlingen. Door corona is dit wat anders gelopen, maar er ligt nu wel een arrangement in drie talen in concept klaar.
- Ad 2. Er is een nieuwe website gemaakt waarbij de huisstijl Friesland Style is doorgevoerd. Ook is er een koppeling gemaakt aan de website Friesland.nl en VisitWadden.nl. Ook is via social media ingezet op de zichtbaarheid van de regio Noordwest.
Er is ingezet op een betere samenwerking met Merk Fryslân (rol, taken en afspraken gemaakt over een meer gecoördineerd en gestructureerd overleg).

vervolg actielijn 4

De regio NW is opgenomen in de wereldreiskrant van Merk Fryslân. Samen met regio NO is de samenwerking verkend bij projecten rond de Wadden en Waddenzeedijk. Er zijn, samen met ondernemers, routekaarten ontwikkeld. Er is promotie gemaakt voor bijzondere activiteiten in coronatijd. Er is in samenwerking met de Waddenvereniging een workshop Gastheerschap georganiseerd.

- Ad 3. De website Welkom aan Zee is gekoppeld aan de database van Visit Wadden, Merk Fryslân en de bestemming regio Noardwest, waardoor de ingebrachte content meteen zichtbaar is op verschillende websites.
Vanuit ProWad link is in de zomer van 2020 in Duitsland, Denemarken en Nederland een enquête gehouden onder bezoekers van het Waddengebied. In de enquête wordt gevraagd naar mening en wensen met betrekking tot verblijf in het Waddengebied. Deze informatie wordt gebruikt voor verdere toeristische ontwikkelingen in het Waddengebied.
- Ad 4. In juni 2020 is een Waddenfondsaanvraag ingediend. Deze is op 11 december 2020 door het Waddenfonds gehonoreerd. Ook draagt de provincie Fryslân financieel bij aan dit project en gemeenten hebben allen de cofinanciering geregeld. Er is gestart met het formeren van verschillende werkgroepen en de eerste gesprekken met de natuurorganisaties (verkenning traject i.r.t. vogelfoerageergebieden) en marketingpartijen (aanhaken bij promotie en marketing van het fietspad en themaroutes) en ondernemers/inwoners zijn gestart.
- Ad 5. In de gebiedsagenda Wadden (uitvoeringsprogramma) is opgenomen dat Harlingen een voortrekkersrol gaat vervullen in maritieme kustontwikkeling. Hier zijn we trots op, want er is hard voor geknukt om dit erin te krijgen. Deze benoeming biedt kansen voor verdere ontwikkeling van toerisme in Harlingen.
- Ad 6. Dit project is nog niet gestart. Gedacht wordt om eerst een pilot te starten in NW Friesland. E.e.a. gaat in samenwerking met Hogeschool Stenden en krijgt een vervolg in 2021.
- Ad 7 en 8. Vanuit R&T en verschillende regio brede programma's wordt continue de samenwerking gezocht. Zoals bijv. het project 'op paad lâns 't Waad', Fries Programma Waddenkust, Waddenagenda.

vervolg actielijn 4

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

- Ad 9.
 - 9.1. De ontwikkelingen in andere Friese riviercruise havens komt nog niet echt van de grond. We gaan in 2021 door met het ontwikkelen van een Friese riviercruise route.
 - 9.2. Door Covid19 zijn er geen gesprekken meer geweest met Noord Duitsland. In Noord Duitsland staat de riviercruise ontwikkeling nog in de kinderschoenen. Het feit dat er bijna geen schepen in 2020 zijn geweest heeft de ontwikkelingsprioriteit naar achteren geschoven. Harlingen heeft nu vooral een adviserende rol in Noord Duitsland.
 - 9.3. De samenwerking met Cruise Europe is in 2020 alleen digitaal geweest. Harlingen heeft via online congressen en panels hieraan deelgenomen.
 - 9.4 Harlingen is klaar om als turnaround haven te dienen. Wanneer hier een verzoek voor komt zullen wij externe bedrijven inhuren die de veiligheid voor schip, bemanning en passagiers kunnen garanderen. Er wordt nauw samengewerkt met The Port of Harlingen, Douane en Koninklijke Marechaussee.

Actiehouder: TIP-Harlingen

- 4
1. **Maken van en 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.
 2. Organiseren van site visits voor cruise reders.

Wat hebben we bereikt

Ad 1. Hier is in 2020 geen actie opgenomen.

Ad 2. Het organiseren van site visits was door Covid19 niet mogelijk. Het onderhouden van de contacten van nieuwe en bestaande rederijen zijn digitaal geweest.

De actie

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

Actiehouder: Ondernemend Harlingen en TIP-Harlingen

- 5
1. Workshop Waddenzee Werelderfgoed: we willen meer aanhaken bij de Wadden. Het idee is om een workshop Waddenzee Werelderfgoed (Waddenvereniging) te organiseren in Harlingen. Dit sluit ook weer mooi aan op actiepunt 4.3 in dit programma.
 2. 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.
 3. Het is belangrijk dat we gezamenlijk met ondernemers 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.
 4. Cruise Port Harlingen: nieuwsbrieven verzenden en digitale brochure up to date houden

Wat hebben we bereikt

Ad 1. Deze actie is niet uitgevoerd. In het kader van corona was een fysieke bijeenkomst niet mogelijk.
Ad 2. Alle toeristische aanbieders zijn opgenomen in de database en deze wordt up-to-date gehouden.
Ad 3. Deze actie is niet uitgevoerd. In het kader van corona was een fysieke bijeenkomst niet mogelijk.
Ad 4. Cruise Port Harlingen heeft meerdere nieuwsbrieven verstuurd en de website up-to-date gehouden. De vernieuwde brochure is begin 2021 klaar.

Deze evaluatie is tot stand gekomen in samenwerking met de klankbordgroep R&T:

- wethouder P. Schoute, E. van der Kooij beleidsmedewerker R&T en K. Wijnja citymarketeer (gemeente Harlingen)
- dhr. B. van der Ham en mevr. N. Harlaar (TIP-Harlingen en bestemming NW Fryslân)
- dhr. G. de Boer (namens Ondernemend Harlingen)
- Dhr. C. Boonstra (namens Horeca Harlingen)
- dhr. H. Deinema (namens de watersport)
- dhr. H. ter Avest (namens Hannemahuis en participantenoverleg)
- dhr. A. Post (namens visserij)
- dhr. P. Scheffer (namens bruine vloot en stadsgidsen)
- mevr. B. Janssen (namens zeesleepboot Holland en Fries Blauw)
- dhr. W. van Grootveld (namens evenementen)
- mevr. A. Berkouwer (namens kunstcollectief)
- dhr. J. Dantuma (namens kleinschalig verblijfsector)

Ook is input geleverd door:

- Afdeling Beleid en Regie gemeente Harlingen