

# Jaarverslag toeristisch actieprogramma 2021



Toeristische visie en actieprogramma Harlingen 2018-2022

Jaarverslag 2021



HARLINGEN  
WELKOM  
AAN ZEE

## Voorwoord

Beste lezer,

Voor u ligt het jaarverslag 2021 en het jaarplan 2022. De laatste gebaseerd op de toeristische visie 2018-2022.

Ondanks twee jaar corona zijn overall bemoedigende en positieve ontwikkelingen te zien, het toerisme wint als economische factor steeds meer terrein. Het ontwikkelen van een gecontroleerde en duurzame vorm van toerisme vormt één van de pijlers onder ons economisch beleid. Het bevorderen van toerisme is geen doel op zichzelf: het moet ten goede komen aan de leefbaarheid en het welzijn in de stad. Middels inkomsten voor ondernemers, maar ook doordat er een aanbod van diensten en faciliteiten ontstaat die ook ten goede komen aan de inwoners van de stad.

De komende toeristische nota zal een doorontwikkeling zijn van bestaand beleid, maar waar mogelijk ook nieuwe accenten gaan leggen. We zien bijvoorbeeld graag een sterkere wisselwerking tussen cultuur en toerisme. Kunst en toerisme als aanjager van ontwikkelingen op de Willemshaven en het Westerzeedijkgebied, als inspiratie voor nieuwe ideeën voor de binnenstad als verblijfsgebied.

Ook de informatievoorziening aan toeristen en bezoekers, de wijze waarop deze verleend wordt en de samenhang daarbinnen kan nog verbeterd worden.

Samen met u en onze inwoners werken we ook de komende periode vol overtuiging aan de verdere ontwikkeling van Harlingen waar het goed wonen en werken is, en waar men steeds vaker op bezoek komt om te genieten van de oude monumentale binnenstad met haar unieke ligging aan werelderfgoed Waddenzee.

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

#### Wat hebben we bereikt

- 1 ➤ **City dressing**
  - **Informatiepanelen:** er zijn diverse informatiepanelen geplaatst in Harlingen en Wijnaldum met informatie over de rijke cultuurhistorie van de gemeente Harlingen.
  - **Zichtbaarheid Nieuwe Willemshaven:** ondernemers op De Nieuwe Willemshaven zijn zichtbaar gemaakt door middel van een informatiepaneel. Het bootbankje is voorzien van een nieuw zeiltje met daarop een plattegrond van de Nieuwe Willemshaven.
  - **Vlaggenmasten:** er is een plan gemaakt voor de plaatsing van vlaggenmasten met Harlingen Welkom aan Zee banieren. Ondernemend Harlingen heeft daar waar mogelijk de stad met uniforme banners en vlaggen aangekleed. Rond Sint en Kerst is de stad weer voorzien van sfeerverlichting en zijn er kerstbomen geplaatst.
  - **Verlichting:** in oktober is het kunstwerk de Broken Jug van Frank Stella geplaatst. Het kunstwerk is op bijzondere wijze aangelicht, waarbij de kleuren van het licht mee bewegen in het tij. Bij eb kleurt het kunstwerk geel en bij vloed kleurt het blauw. Daarnaast zijn de schepen in de binnenwateren wederom voorzien van sfeerverlichting in de wintermaanden.
  - **Drijvende steiger:** er is een demontabel ISPS hekwerk aangeschaft dat geplaatst kan worden bij aanmerende cruiseschepen die vallen onder het ISPS regime.
  - **Ligplaatsenbeleid:** er is een havensvisie opgesteld voor de gemeentelijke havens in Harlingen. Deze havensvisie wordt in het begin van 2022 aan de gemeenteraad ter vaststelling voorgelegd. In deze visie wordt voor het maatschappelijk havengebied (ook wel: gemeentelijke havens) uiteengezet welke speerpunten voor de ontwikkeling van de havens van belang zijn en waar de komende jaren op wordt ingezet. De ambitie is om de havens aantrekkelijk te maken voor zowel ondernemers, inwoners als onze toeristen.

## Vervolg actielijn 1.1

- De gemeente en de Harlinger Watersportvereniging (HWSV) hebben een intentieverklaring ondertekend voor een overname van de gemeentelijke ligplaatsen aan de NO-Singel. Door deze overname streeft de HWSV naar kwalitatieve verbetering van haar ligplaatsen.

### ➤ **Werkgroep aantrekkelijk winkelgebied**

- **Grote Bredeplaats:** De gemeente Harlingen is het afgelopen jaar het gesprek aangegaan met Ondernemend Harlingen, om samen een aantal knellende kwesties aan te pakken in de binnenstad. Een werkgroep heeft diverse maatregelen uitgewerkt met als doel om de verblijfskwaliteit in het stadshart te verhogen, zoals o.a. het beter bewegwijzeren van het dagparkeren aan de randen van het centrum, het uitbreiden van de fietsparkeervoorzieningen, het optimaliseren van het vergunningenbeleid en het realiseren van nieuwe laad- en losplaats. Daarnaast wordt er samen met Ondernemend Harlingen gekeken naar de haalbaarheid van venstertijden op de Voorstraat, zodat ladende en/of lossende vrachtwagens in de middag niet meer voor hinder zorgen in het kernwinkelgebied. E.e.a. wordt opgenomen in een centrumvisie die in 2022 wordt opgesteld.
- De langparkeerterreinen, parkeergarage Waddenpromenade en het parkeerterrein aan de Westerzeedijk zijn geëxploiteerd onder de noemer 'Harlingen Welkom aan Zee' en hiermee benut als 'touchpoint' voor het vermarkten van Harlingen en haar toeristisch-recreatief aanbod. Zo is de huisstijl van Harlingen Welkom aan Zee toegepast in de bewegwijzering, aankleding van de parkeerterreinen, pendeldienst en betaalschermen. Een ander belangrijk onderdeel van de zelf-exploitatie was de realisatie van een goed vindbare, (meertalige) parkeerwebsite in het Harlingen Welkom aan Zee format. Dit met als resultaat circa 40.000 reserveringen via de parkeerwebsite in 2021. Niet alleen is het vooraf reserveren een groot succes., maar omdat de parkeerwebsite gekoppeld is aan de toeristische website, versterken deze kanalen elkaar in de informatievoorziening richting onze toeristische doelgroepen.

## vervolg actielijn 1

### De actie

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

Actiehouder: gemeente Harlingen

#### ➤ Centrummanager

- 2
  - o Vanaf juni 2021 is een centrummanager aan het werk gegaan om de samenwerking in de binnenstad te bevorderen en om consensus te bereiken tussen de gemeente, inwoners, ondernemers en vastgoedeigenaren. In de eerste periode heeft hij zijn netwerk opgebouwd en inzichtelijk gemaakt welke panden langdurig en structureel leeg staan. Naar aanleiding daarvan zijn er gesprekken gevoerd met de belanghebbenden om te komen tot een voor alle partijen duurzame oplossing, c.q. invulling van deze panden.
  - o Daarnaast is de centrummanager betrokken geweest bij verschillende planvormingen in de binnenstad en vormde hij een spil tussen de verschillende partijen die daarbij betrokken zijn. Digitaal en fysiek zijn geen gescheiden werelden, omdat ze dat ook niet voor de consument zijn. Klanten oriënteren zich online en kopen dan in de winkel of vice versa. Alle opties voor onderweg, thuis, meenemen, of bezorgen zullen door elkaar heen gebruikt worden door klanten en dus geïntegreerd zijn als beleving. Een goede samenwerking tussen retail, horeca en cultuur is daarom belangrijk. Voor de retailer is het essentieel te begrijpen waarom de consument de moeite neemt een specifieke winkelstraat te bezoeken en op basis van deze inzichten de uitstraling van de winkel en het aanbod aan te passen. Gebruik van koopgegevens, tracking gegevens en heldere kwalitatieve inzichten. Belangrijke informatie om keuzes te maken. Welk kanaal, welke locatie en op welk moment. Data en intuïtie. De fysieke winkel blijft de ultieme merkbeleving”.
  - o **TOP Westerzeedijk:** er is in samenwerking met de Marrekrite een Toeristisch Overstappunt (ook wel ‘TOP’ genoemd) ontwikkeld. Deze TOP voorziet in de behoefte om de toeristisch-recreatieve sector in noordwest Fryslân verder te ontwikkelen met als doel de komende jaren meer toeristen/bezoekers in de regio te verwelkomen. In Harlingen wordt deze geplaatst in het Westerzeedijkgebied. Op de TOP staat informatie over het gebied en diverse routes die de bezoeker laat kennismaken met de mooiste plekjes en bezienswaardigheden in de omgeving van Harlingen. Het ontwerp voor de TOP is klaar en de TOP is in productie gebracht. Plaatsing van de TOP vindt plaats begin maart 2022.

## 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.

**3** **Doorlopende actie:** geldt als rode draad in lopende en toekomstige projecten en acties. Zie ook actie 1.2.

**4** In de Willemshaven hebben in 2021 verschillende veranderingen plaatsgevonden. Zo is er bijvoorbeeld een plattegrond van het gebied met de bezienswaardigheden bevestigd op de Brouwdok-loods en is er op het Entrepotgebouw een kunstwerk van Sander Vredeveld geplaatst.

De replica van het schip De Witte Swaen is bijna klaar en is in de zomermaanden te bezichtigen in het dokje bij de werf. Ook is er een expositieruimte gebouwd, waar bezoekers de geschiedenis van Willem Barentsz en zijn tocht naar Nova Zembla herbeleven. De Willem Barentzwerf heeft het idee om binnenkort te starten met de bouw van een nieuw project: het Harlinger veerschip.

**5** Dit onderdeel sluit aan bij actie 1.2, centrummanager.

## Actielijn 2

### Recreatief beleefbare omgeving

#### De actie

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

**Actiehouder:** Toeristische aanbieders en TIP-Harlingen.

#### Wat hebben we bereikt

- 1
  - o **Gezamenlijke arrangementen:** de werkgroep arrangementen heeft het totaalaanbod in kaart gebracht. Daarbij is aangehaakt bij de verhaallijnen (thema's) Schatkamers en Zeehelden. Vandaaruit zijn twee basisarrangementen ontwikkeld welke zijn opgebouwd uit modules (arrangementenbouwstenen) zodat aanvragers/(cruise)gasten op maat kunnen worden bediend.
  - **Ontwikkelingen nieuwe componenten aanbod cruisearrangement:** TIP Harlingen heeft de twee ontwikkelde basisarrangementen modulair opgebouwd, zodat deze ook geschikt zijn voor het samenstellen van arrangementen voor cruisebezoekers.
  - o **Dag van het Wad:** Bestemming Noardwest Fryslân heeft een workshop Waddenzee Werelderfgoed georganiseerd i.s.m. De Waddenvereniging. TIP Harlingen heeft hierin meegeholpen en de workshop in Harlingen onder de aandacht gebracht.
  - o **Watersport4all:** in september hebben alle leerlingen uit groep 7 en 8 van het basisonderwijs een workshop Optimist On Tour kunnen volgen in het water bij de Maritieme Academie. Er waren o.a. kennismakingslessen over zeilen, suppen, kanoën en de plastic soep. Deze workshops zijn onderdeel van het programma Sail in Zicht 2022 waarbij alle kinderen en jongeren in gemeente Harlingen worden betrokken bij het erfgoed van wonen en leven aan water. Deze editie was een groot succes, de reacties waren erg positief.
  - o De waterscouts en HWSV hebben samen plannen gemaakt voor het stimuleren van jeugdzeilen in Harlingen en heeft de HWSV deelgenomen aan de open dag van de waterscouts met een aantal optimisten.
  - o **Aansluiten bij de Streekzomer fietsroutes:** hier is geen actie op ondernomen.

## vervolg actielijn 2

### De actie

- 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.
- 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.

**Actiehouder:** Toeristische aanbieders, TIP-Harlingen en gemeente Harlingen

- 2
  - o **Cultureel aanbod op het strand 'Zomer aan Zee':** onder de noemer 'Friday on the beach' heeft BENG evenementen tijdens de zomermaanden op vrijdagavond verschillende activiteiten georganiseerd voor zowel de eigen inwoners als bezoekers/toeristen. Het aanbod bestond o.a. uit: Schilderen en Tekenen aan Zee (Kunstcollectief Harlingen), Beach dance en suppen, vliegerspektakel en Dansen aan Zee.
  - o Daarnaast heeft het Kunstcollectief in augustus en september een Kindertheater in de Kiosk op de Grote Bredeplaats georganiseerd alsook een Plein air schilderdag op historische plekken in de binnenstad en bij de zee.
- 3
  - o het jaar 2021 is een jaar geweest waar de visserij dagen zeer beperkt zijn doorgang kon vinden. Deze situatie stempelt het jaar 2021. De visserij zit in zwaar weer als gevolg van steeds minder ruimte op zee, hoge brandstofprijzen, brexit en einde puls visserij.
  - o De zeeverse vismarkt is verhuisd naar een nieuwe locatie wat veel tijd in beslag heeft genomen. De Waddentochten zitten nog in de ideefase.
- 4
  - o **Arrangement- en productontwikkeling gelinkt aan het buitendijks fietspad:** het ontwerp van de TOP is klaar en is in productie gebracht. Het mogelijk maken van buitendijks fietsen wordt uitgewerkt (zie ook actielijn 1.2 en 4.3).
  - o **Onderzoeken of Harlingen zich kan profileren als haven voor Super Yachts:** hier is geen actie op ondernomen.
  - o **Workshop Waddenzee Werelderfgoed:** zie actiepunt 1.1. Dag van het Wad.
  - o **Goodiebags:** er is gestart met het in kaart brengen van de wens en het doel om de goodiebags te maken.



## vervolg actielijn 2

### De actie

- 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, TIP-Harlingen

- 5 TIP speurt nauwgezet en breed georiënteerd naar het **aanbod van evenementen, acties en activiteiten** teneinde het gebodene te vermelden in de database en daarmee online te publiceren op de website HWAZ en via de sociale mediakanalen, zodat doelgroepen optimaal geïnformeerd worden.

### 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 Harlingen i.s.m. ondernemers.

##### Wat hebben we bereikt

- 1 Staat in relatie met ontwikkelingen rondom het bungalowpark en hotel in Westerzeedijkgebied. Deze actie is in 2021 niet actief opgepakt en er heeft zich hiervoor geen initiatiefnemer gemeld.

**Actiehouder:** toeristische aanbieder

- 2
  - Geen concrete acties benoemd voor 2021. Wordt opgepakt als een initiatiefnemer zich meldt.
- 3
  - **Hannemahuis**
    - 2021 was een afwijkend jaar vanwege de corona pandemie. Totaal is Gemeentemuseum het Hannemahuis ongeveer 18 weken gesloten geweest voor het publiek. Het Hannemahuis heeft in totaal 10.680 bezoekers mogen ontvangen.
    - Op 10 juli opende de expositie *Hoge Luchten, schatten uit het Rijks*. In de 4 maanden dat de expositie te zien was trok het Hannemahuis 9.664 bezoekers. Daarmee is het de best bezochte expositie sinds het museum in 1957 opende.

## 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/speelhuis en (thematische) sport-/spelvoorziening.

5 Verkennend haalbaarheidsonderzoek van een zeezeilcentrum.

- De kwaliteit was hoog en de reacties enthousiast. De landelijk uitgezonden tv en radiospotjes droegen zeer bij aan het succes. De expositie was voor velen de aanleiding naar Harlingen te komen, de spin off was in de hele binnenstad merkbaar. In de tuin vond traditiegetrouw in samenwerking met Galerie De Vis de tentoonstelling Een beeld van een Tuin plaats.
- Op 4 en 5 september vond het Literair Festival Vestdijk plaats in de tuin achter het Hannemahuis. Bibliotheek, boekhandel Van der Velde en het Hannemahuis verzorgden samen de organisatie. Een waaier aan schrijvers en musici zorgden voor een gevarieerd en boeiend programma voor ongeveer 95 aanwezigen.
- **Cultuurvisie Harlingen:** er is een cultuurvisie opgesteld. Deze is in het eerste kwartaal 2022 ter vaststelling voorgelegd aan de gemeenteraad. In deze visie is een koppeling gemaakt met recreatie en toerisme.

4 Hangt samen met ontwikkeling Nieuwe Willemshaven en Westerzeedijkgebied. Ontwikkelen van een 'slecht-weer' voorziening voor de gasten van de bruine vloot. Er zijn enkele gesprekken geweest met initiatiefnemers, maar deze hebben nog niet geleid tot een concreet plan.

- 5 ○ In het kader van placemaking zijn meerdere gesprekken gevoerd met een partij voor een surf shack op het strand. Echter dit initiatief paste niet binnen de door de gemeente gestelde voorwaarden voor placemaking. De gedachte is nu dat we willen inzetten op een tweede strandtent op het strand. Dit zal verlopen via een nieuwe uitvraag in de markt.
- Vanuit het Sportakkoord is een Team watersport samengesteld met daarin verschillende watersportaanbieders. Om de betrokkenheid van het wonen en leven aan het water te vergroten is het idee ontstaan om jaarlijks een 'watersport4all' week te organiseren voor alle inwoners van Harlingen (zie ook actiepunt 2.1). De ambitie van het Team watersport is om hier jaarlijks een terugkerend festijn van te maken tijdens de Harlinger feestweek in juni.

## 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. cruise gasten) en arrangementen. Ook bekendheid en gebruik 'Welkom aan zee' verder uitbreiden.

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

#### Wat hebben we bereikt

- 1 **➤ Toeristische website, Harlingen Welkom aan Zee actiever uitdragen**  
Er is het afgelopen jaar hard gewerkt om de Harlingen Welkom aan Zee website te voorzien van nieuwe content. Denk hierbij aan verhalen, ondernemersportretten, blogs, en landingspagina's zoals bijv. Tall Ship Races 2022. De website is meertalig gemaakt, en er is op gebied van online marketing hard gewerkt aan het goed vindbaar maken van de website in de zoekmachines. Het resultaat hiervan is dat het aantal websitebezoeken in 2021 met maar liefst +639% is gestegen ten opzichte van het jaar 2020.
- **Online marketing campagne**  
In 2021 is flink ingezet op online campagnes via sociale media en Google om zo de bestemming Harlingen onder de aandacht te brengen bij verschillende doelgroepen. Dankzij het slim gebruikmaken van data, waardoor advertenties heel gericht weggezet kunnen worden, waren deze campagnes een groot succes. Er is hierbij onder meer aangehaakt op de provinciale marketing vanuit Merk Fryslân om Harlingen als (dag)bestemming te vermarkten onder de 'Friesland toerist'. De online campagnes hebben geresulteerd in een totaal bereik van meer dan 300.000 personen en meer dan 1 miljoen weergaven, met daaruit voortvloeiend veel (positieve) interactie en websitebezoeken.
- **Vouchers en integrale tegoedbon:** hier is geen vervolg aan gegeven.
- **Contentmarketing en sociale media**  
Op de sociale media kanalen van Harlingen Welkom aan Zee (Facebook, Instagram en LinkedIn) wordt de bestemming Harlingen actief uitgedragen als fijne plek om te recreëren. Verschillende vormen van content worden hierop gedeeld, denk bijvoorbeeld aan ondernemersportretten, mooie foto's van Harlingen of landingspagina. Het resultaat hiervan is dat de sociale media kanalen qua volgersaantallen flink zijn gegroeid. In relatief korte tijd zijn de sociale media kanalen dan ook uitgegroeid tot de 'online etalages' van Harlingen.

## Vervolg actielijn 4

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

### ➤ Promotievideo Harlingen

Er is een nieuwe promotievideo ontwikkeld voor de bestemming Harlingen onder de noemer van 'Harlingen Welkom aan Zee'. Diverse ondernemers uit de toeristische sector vertellen hierin het verhaal over Harlingen. In de promotievideo zijn ook rollen weggelegd voor gemeentemuseum Het Hannemahuis en Cruise Port Harlingen. De video is gedeeld op sociale media, geadverteerd, en staat op de Harlingen Welkom aan Zee website.

### ➤ Toeristenvergunningen (parkeren)

Er is een nieuwe ontwerp gemaakt, in het Harlingen Welkom aan Zee format, voor de toeristenvergunningen die kunnen worden meegegeven aan gasten van de accommodaties in Harlingen.

### ➤ Databasevermeldingen

Samen met Tourist Info Harlingen is de informatievoorziening verbeterd richting de bezoeker. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het door ontwikkelen van de stadsplattegrond, ontwikkelen van (toeristische) routes, en het vullen van de database met winkels, horeca, bezienswaardigheden en activiteiten.

### ➤ Beeldenroute

Samen met Tourist Info Harlingen, Oud Harlingen, en Stichting Stadsgidsen Harlingen is gewerkt aan de realisatie van een beeldenroute Harlingen op de toeristische website Harlingen Welkom aan Zee. Middels deze route maak je kennis met de rijke cultuurhistorie van Harlingen.

2 De toeristische website wordt, als centraal communicatiemiddel, prominent op alle offline middelen weergegeven: TIP Harlingen vermeldt in interne en externe communicatie de claim Harlingen, welkom aan zee, zoals op briefpapier en exclusief in de winkel verkochte ansichtkaarten en producten. Ook heeft TIP zich aangemeld voor reviewcampagnes om Harlingen en HWAZ nadrukkelijk op de kaart te zetten. Medewerkers hebben een masterclass gevolgd.

## vervolg actielijn 4

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

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

- **Regio Noardwest:** een doorlopende actie

- Samen met gemeente Waadhoeke en bestemming Noardwest Fryslan (BNW) inventariseren we kansen en vertalen deze naar concrete acties, zoals bijv. social media workshops voor ondernemers, gezamenlijke arrangementen of activiteiten/evenementen. In gezamenlijk overleg worden afspraken opgenomen in de subsidiebeschikking die jaarlijks wordt afgegeven aan BNW. Er is veel werk verzet bij de BNW, zoals het onderhouden van de website, maken van arrangementen, het maken van een magazine, inspiratiekrant en nieuwsbrieven, er zijn workshops gastheerschap gegeven etc.
- BNW werkt met TIP Harlingen samen op activiteitenniveau, zoals de distributie van de regiogids NWF en het delen van informatie en kennis met donateurs en aangesloten ondernemers.

- **Op paad lâns 't Waad**

- Het eerste resultaat van dit project zal de realisatie van de TOP (informatiezuil) zijn (zie actielijn 1.2). Deze wordt medio maart 2022 geplaatst in het Westerzeedijkgebied.
- Het initiatief “Op Paad lâns it Waad” valt onder de paraplu van **duurzaam toerisme**. Duurzaam toerisme houdt in dat er toerisme wordt ontwikkeld dat ook goed is voor de natuur, het landschap en de bewoners. Dit is ook aan de orde bij gemeenten en provincie. Ook de natuurorganisaties zetten hier stevig op in en hun ogen zijn gericht op het proces van ‘Op paad lâns it Waad’. Met hen zijn het afgelopen jaar meerdere gesprekken gevoerd. Er wordt veel discussie gevoerd over ecologie en verstoring, tot nu toe gaat dit in een goede sfeer. Op verschillende delen langs de dijk is vanuit perspectief van de natuurorganisaties buitendijkse recreatie niet gewenst. De formele procedure van de Natuurtoets (n het kader van N2000) zal hierop een objectief antwoord geven en zal blijken waar buitendijks fietsen wel en waar juist niet mogelijk zal zijn. Op dit moment doorlopen we de benodigde natuurtoets. De verwachting is dat medio 2022 de Natuurtoets klaar is.
- Voor het uitwerken van de dijktrappen aan de Westerzeedijk is opdracht verstrekt aan een bureau om het ontwerp verder uit te werken tot een voorlopig ontwerp. Ook is een opdracht verstrekt aan een bureau om de mogelijkheden te onderzoeken om de dijktrappen circulair te realiseren.

## vervolgactie 4.3

- Over de aanlanding van het Zonnepontje zijn gesprekken gevoerd met Port of Harlingen en Stichting de Jonge Seun over de beste plek voor realisatie van aanlanding van het Zonnepontje op de Noorderpier. Hiertoe is een onderzoek gedaan naar het vaargebied van het zonnepontje t.b.v. een extra veerverbinding naar de Noorderpier. De voorkeurslocatie, op het havenhoofd van de Noorderpier, wordt meegenomen in de natuurtoets.
- **Waddenagenda en Fries Programma Waddenkust:** vanuit de Waddenagenda wordt gekoerst naar een veilig, vitaal en veerkrachtig Waddengebied in 2050 met als doel een duurzame bescherming en ontwikkeling van de Waddenzee als natuurgebied en behoud van het unieke open landschap. Samen met de kustgemeenten is er een plan van aanpak opgesteld. Aan de hand hiervan zal in 2022 een programmaplan worden gemaakt waarin wordt beschreven hoe de lokale en regionale overheden, samen met de belanghebbenden, een stevige en langjarige impuls kunnen geven aan de waardering voor de streek, de recreatie, duurzaam toerisme en daarmee regionale economische ontwikkeling. Bedoeld wordt om recreatie en toerisme langs de noordelijke kusten van Nederland op een duurzame manier te stimuleren, vooral door betere samenwerking. Het programma zal een doorlooptijd krijgen van circa 3 jaar.
- **Samen met de Waddenkustgemeenten onderzoeken of we als Waddenkust een duurzame bestemming kunnen worden (Green Destination):** het pilotproject is gericht op het onderzoeken van de haalbaarheid van eventuele deelname aan Green Destinations voor de gemeenten Waadhoeke, Harlingen en Noardeast-Fryslân. Er is een eerste inventarisatie gedaan. Aan de hand hiervan gaan we kijken of deelname interessant is en certificering mogelijk is. In 2022 verwachten we hierover een besluit te nemen.
- **Zee- en riviercruises**
  - **Ontwikkelen van een Friese riviercruise:** nog geen resultaten bereikt. De overleggen starten medio 2022.
  - **Kansen onderzoeken voor samenwerking met Noord Duitsland:** nog geen resultaten bereikt, is een doorlopend proces.
  - **Samenwerking met Cruise Europe uitbreiden:** nog geen resultaten bereikt, is een doorlopend proces.
  - **Mogelijkheden om Harlingen als turnaround haven in te zetten voor zee-cruises:** op dit moment zijn Amsterdam en Rotterdam turnaround havens in Nederland. Er is gecommuniceerd dat ook Harlingen een turnaround haven wil en kan zijn. Doorlopend proces.

## vervolg actielijn 4.3

- 4 Uitnodigen van influencers (bloggers/vloggers) voor gratis verblijf in Harlingen in ruil voor dat ze over hun ervaring vertellen.
- 5 Gastheerschap ontwikkelen via ambassadeursprogramma, cursussen en het delen van onderlinge kennis en ervaringen.

- **Bezoeken van beurzen, congressen en conferenties:** doorlopende acties.
- **Up to date houden van website Cruise Port Harlingen:** doorlopende actie.
- **Het vergroten van de bekendheid van Cruise Port Harlingen:** doorlopend proces, o.a. door het verzenden van kerstattentives.
- **Gastvrijheid van Cruiseport Harlingen benadrukken,** bijv. door overhandigen van welkompakket: pakketten liggen klaar. Er wordt steeds meer een beroep gedaan op de stadsgidsen. Zij hebben hun team uitgebreid met meertalige stadsgidsen. De gidsen verzorgen niet alleen de stadswandelingen, maar begeleiden ook de gasten tijdens de overige excursies buiten Harlingen (vervoer per bus).

- 4 ○ **Concretiseren van een hapklaar aanbod, bijv. door een specifiek 'Schatkamers voor Zeehelden weekendarrangement':** hier is geen actie op ondernomen.

- **Organiseren van site visits door cruise reders:** er hebben geen bezoeken plaatsgevonden.

- 5 **Koppelen van locatie en evenement aan database van Merk Fryslân:** Tip heeft ondernemers geïnstrueerd en begeleid bij het plaatsen van content op de site van Merk Fryslân. Nog niet alle ondernemers zijn goed op de hoogte van de HWAZ-merkidentiteit. TIP blijft dit bij de ondernemers onder aandacht brengen.

**Het organiseren van een informatieavond voor ondernemers** waarbij gemeente en TIP ingaan op het belang van succesvolle citymarketing, gastheerschap en wat hierin van de ondernemers verwacht: door de geldende coronamaatregelen heeft deze avond niet plaatsgevonden.

**Vernieuwde digitale en papieren brochure Cruiseport Harlingen:** De brochure is vernieuwd en wordt in 2022 gedrukt en gedigitaliseerd.



### 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. Voorneveld (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. R. Naber (namens kunstcollectief)

Ook is input geleverd door de afdeling Beleid en Regie gemeente Harlingen.