

## DUIDING MEERWAARDE NATIONAAL LANDSCHAP

Van : Hans Halbesma (SWF)/ Fiona Carpentier (DFM) in samenwerking met Iris Nutma ( Mar en Klif) / Wim van Gorkum ( Provincie Fryslân)  
Datum : oktober 2021  
Voor : Stuurgroep Gebiedsagenda Súdwesthoeke  
Betreft : Impuls Nationaal Landschap

### Inleiding

Ruim een jaar hangt de vraag boven de markt of het wenselijk is een impuls te geven aan het Nationaal Landschap. Deze vraag is tot nu toe onvoldoende beantwoord, waardoor er bestuurlijk tussen de betrokken overheden wisselend draagvlak is om middelen beschikbaar te stellen voor een verdere verkenning van die impuls.

Om deze reden is er in het bestuurlijk overleg van 20 oktober 2020 tussen DFM en SWF en Mar en Klif gevraagd welke meerwaarde het Nationaal Landschap heeft / kan hebben vanuit verschillende thema's en beleidsterreinen. Deze notitie geeft antwoord op die vraag en tracht tevens focus aan te brengen waar een verdere verkenning van die mogelijke impuls zich op dient te richten. Alvorens hierop in te gaan wordt kort ingegaan op de positionering van het Nationaal Landschap.

### Positionering Nationaal Landschap

#### De status

Nederland telt 20 Nationale Landschappen. Wereldwijd wordt aan de status grote waarde gegeven. De status geeft aan dat er sprake is van een uniek onderscheidend landschap, dat behouden en versterkt dient te worden.

Omdat het Rijk de financiële bijdrage van de Nationale Landschap heeft stopgezet dienen provincies en gemeenten zelfstandig invulling te geven aan de Nationale Landschappen. We zien steeds meer dat een vermaatschappelijking van het landschap in de Nationale Landschappen vormt krijgt, via publiek-private samenwerking. Veranderende beleidsmatige en maatschappelijke context biedt nieuwe kansen. De beleidsmatige belangstelling en betrokkenheid van de lokale overheid lijkt de laatste jaren te verwateren.

#### Geografische afbakening

Zoals uit de afbeelding blijkt, beslaat het Nationaal Landschap een groot deel van het grondgebied van de gemeenten De Fryske Marren en Súdwest-Fryslân.



#### Betrokken overheden

Zowel de beide gemeenten, het Wetterskip en de provinsje houden zich bezig met het (water)landschap. Deze overheden werken samen in de Gebiedsagenda Súdwesthoeke. Het is logisch om ontwikkelingen binnen het Nationaal Landschap binnen dit samenwerkingsverband te positioneren. De vraag of een impuls aan het Nationaal Landschap gewenst is en vervolgens waar dan de focus dient te liggen, dient niet alleen te worden beantwoord door de afzonderlijke overheden. Overeenstemming hierover op het niveau van de gebiedsagenda Súdwesthoeke wordt nadrukkelijk nagestreefd om te werken aan een gezamenlijke agenda.

#### Andere betrokken organisaties

Mar & Klif is een belangrijke uitvoeringsorganisatie die binnen het Nationaal Landschap netwerken heeft opgebouwd, waarbinnen wordt samengewerkt om de specifieke kenmerken binnen het gebied te behouden en te versterken. Het gaat dan vooral om netwerken rondom o.a. de volgende thema's:

- Agrarisch natuurbeheer;
- Natuurontwikkeling (meer 'Natuur- en Landschapsbeheer')
- Excursies en educatieve activiteiten (voor het basisonderwijs via Groen Doen)
- Historische verenigingen en andere cultuurhistorische organisaties
- Toeristische organisaties

Daarnaast organiseert en bemenst Mar & Klif Het bezoekerscentrum van het Nationaal Landschap Mar en Klif.

Mar & Klif maakt bestuurlijk onderdeel uit van de stichting Erfgoed, Natuur en Landschap. De organisatie heeft als doelen:

- jonge en oudere bewoners van de streek en toeristen laten zien hoe ons landschap en de bebouwde omgeving - en daarbinnen regionale ambachten en maakindustrie - zich door de eeuwen heen hebben ontwikkeld en nog steeds ontwikkelen.
- materiële en immateriële sporen uit het verleden behouden en onderzoeken, presenteren en documenteren en er bekendheid aan geven.



## DE FRYSKE MARREN

- mensen stimuleren om te leren van de geschiedenis, van de natuur en van het vakmanschap. En om die kennis te gebruiken om op een duurzame manier om te gaan met de eigen leefomgeving.

Hiertoe worden o.a. tentoonstellingen georganiseerd, excursies georganiseerd en gecoördineerd. Tevens worden ambassadeurs voor het Nationaal Landschap opgeleid.

In Mar & Klif is tevens een infopunt van VVV Waterland van Friesland gevestigd, bemenst met professionele medewerkers die ook inhoudelijke input over de regio Gaasterland en het Nationaal Landschap bij VVV Waterland van Friesland inbrengen.

### Meerwaarde van het Nationaal Landschap

#### Inleiding

In de afbeelding op pagina 5 wordt een aantal thema's benoemd, waaraan invulling wordt gegeven binnen het Nationaal Landschap. Tevens worden dwarsverbanden aangegeven met organisaties en netwerken, die een rol spelen bij die thema's. Inzicht in de activiteiten van deze organisaties en netwerken is van belang om enerzijds te voorkomen dat er activiteiten en ontwikkelingen dubbel worden opgepakt.

Het is een meerwaarde in het totaalplaatje van wonen, werken en recreëren. Het is ook de basis voor ons eigen beleid (o.a. groenbeleid)

In het vervolg van deze notitie vormen deze thema's de leidraad om te omschrijven welke meerwaarde het Nationaal Landschap kan hebben en waar precies een impuls vanuit het Nationaal landschap gewenst is. Dit uitdrukkelijk vanuit het perspectief van de beide gemeenten.

#### Kansen Nationaal Landschap

Het sterke punt van het Nationaal Landschap is dat de waarde ervan op landelijk niveau is erkend. Het staat niet ter discussie dat het een gebied is met een unieke combinatie van agrarisch gebied, cultuurhistorie en natuur. De titel Nationaal Landschap helpt ons in zijn algemeenheid om die vastgelegde waarden te onderstrepen. Het gaat erom deze waarden goed te borgen (beheer) en te omarmen (ontwikkelen).

Onze doelstellingen, kansen en knelpunten zullen binnen het Nationaal Landschap eerder gehoor vinden bij de nationale en Europese overheden. We zullen eerder een beroep kunnen doen op geld of speelruimte kunnen krijgen om ontwikkelingen kwalitatief in ons landschap te laten landen.

De genoemde thema's staan dan ook niet op zichzelf. In zijn algemeenheid is het juist van belang dat de titel Nationaal Landschap een goede basis biedt om vanuit het landschap de thema's te vullen. Het verder vullen van die thema's vanuit het landschap is een belangrijk gewenste impuls, waarbij de thema's beter met elkaar worden verbonden.

#### De kansen concreet

Concreet kan de impuls worden gezocht in de volgende onderwerpen, waarbij het landschap als inspiratiebron en soms als kader kan dienen:

1. Het door ontwikkelen van dag-recreatieve netwerken voor wandelaars, fietsers en waterrecreanten,
2. Naar meer toekomstbestendige logiesaccommodaties
3. Het landschap als inspiratiebron voor kunstprojecten, tentoonstellingen en excursie waarmee nieuw toeristisch aanbod ontstaat.
4. Marketing van het landschap.
5. Het bieden van een tweede tak aan de agrarische sector (logies en streekproducten). Dit kan een extensivering van de landbouwsector bevorderen, ten gunste van landschaps- en natuurwaarden. Vanuit het merk Nationaal Landschap kunnen bedrijven hierin worden ondersteund. Het aanbieden van streekgebonden producten is van belang voor een onderscheidend recreatief- en toeristisch profiel.
6. Het verder door ontwikkelen van de natuur inclusieve landbouw.
7. Het versterken en door ontwikkelen van cultuurhistorische waarden
8. Het realiseren en door ontwikkelen van waardevolle woon- en werklocaties



## DE FRYSKE MARREN

Door deze elementen in samenhang verder door te ontwikkelen en de borging die het Nationaal Landschap biedt om verstorende ontwikkelingen te dempen kan het unieke van het nationale landschap worden versterkt. Dit zal bijdragen aan een gezonde en welvarende maatschappij, waarbij circulair produceren en consumeren verder door kan worden ontwikkeld, waardoor er geen schade wordt aangericht aan ecologische en sociaal maatschappelijke systemen.

### Bijlagen

Bij deze notitie zijn twee bijlagen gevoegd die deze kansen in breder perspectief zetten en verder concretiseren. Mede aan de hand van deze bijlagen ligt er een duidelijke basis voor een impuls met focus, die past binnen de geformuleerde beleidskaders en ambities.

### Een noodzakelijke netwerkanalyse

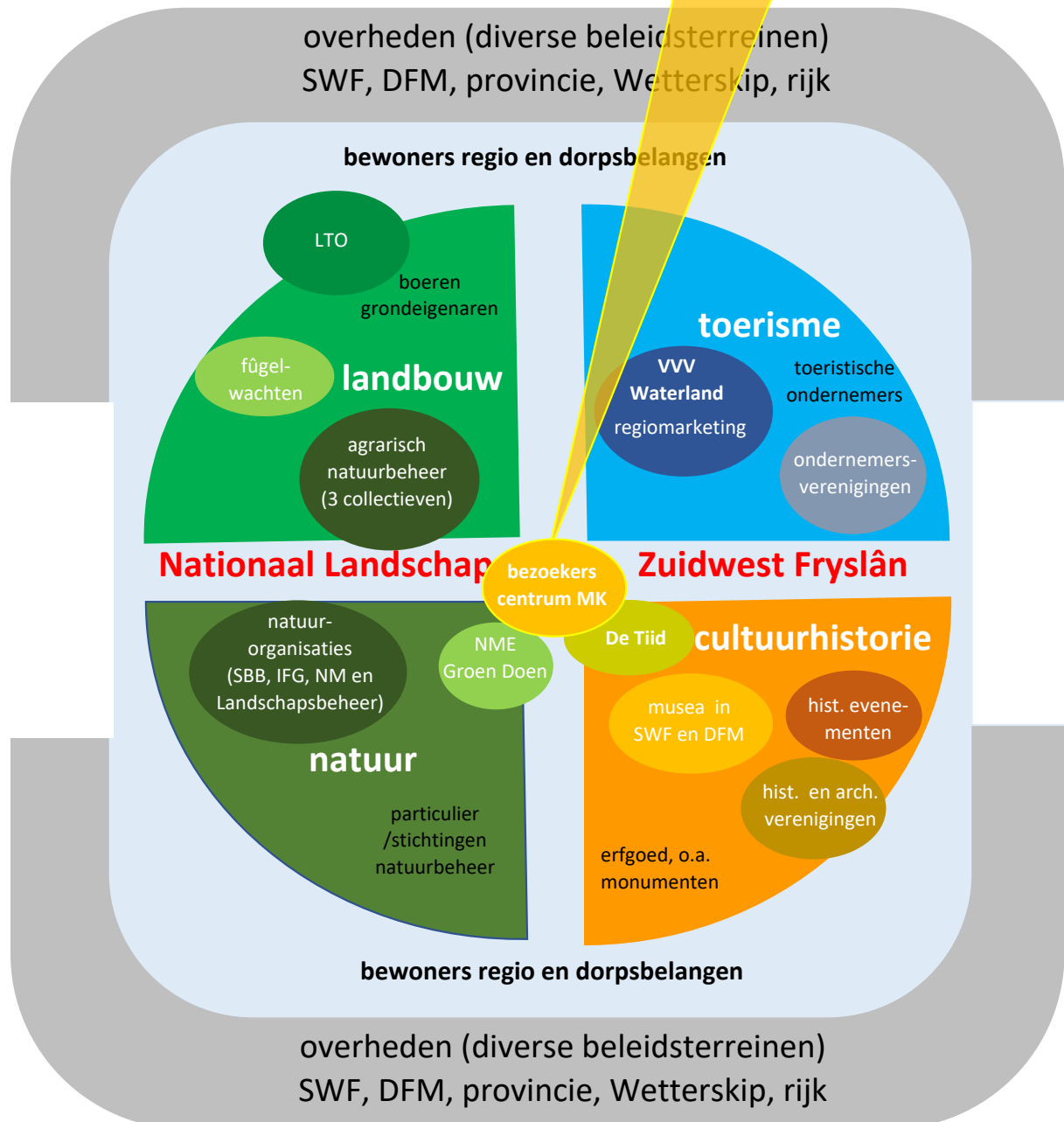
De geformuleerde kansen zijn niet exclusief thema's van overheidszorg. Verschillende maatschappelijke organisaties zijn al actief op deze thema's. Het is daarom van groot belang te inventariseren welke acties inmiddels lopen (zowel beleidsmatig als uitvoerend) en welke ambities er bij deze maatschappelijke organisaties leven. Dit om kansen op een juiste wijze te adresseren, dubbel werk te voorkomen en juist de versterkende samenhang aan te brengen.

Het schema op de volgende pagina is daartoe een aanzet.



Producten BC Nat. Landschap o.a.:

- Landschapsbiografie (i.s.m. overheden);
- 10x Ambassadeurscursus (deelnemers uit verschillende sectoren)
- Exposities, routes, excursies, veldonderzoek, e.d.





## **Bijlage 1: Meerwaarde Nationaal Landschap vanuit landschap, natuur en landbouw**

### **Voorstel:**

Het Nationaal Landschap biedt koppelkansen voor de energie- en de landbouwtransitie, voor robuuste (infra)structuren waaronder wonen en biedt daarmee toegang tot samenwerking, ondersteuning en financiële stromen. Momenteel is de status vooral een toeristisch label. Dit kan dan uitgroeien tot een sterk alomvattend merk.

Nationaal Landschap Zuidwest Friesland wordt een sterk merk van Súdwest-Fryslân en De Fryske Marren.

En staat voor een all inclusive ontwikkeling richting brede welvaart Bloeizone (Blue Delta) en SDG's (Sustainable Development Goals) die geworteld is in de cultuurhistorische basis van het agrarische gebied en de natuur.

### **Argumentatie: Impuls Nationaal Landschap**

Een Nationaal Landschap is een gebied met een unieke combinatie van agrarisch gebied, natuur en cultuurhistorie .

Voor ons heeft het Nationaal Landschap beleidsmatig/gebiedsgericht geen speciale status . Deze speciale status leeft wél bij andere instanties, die binnen het Nationaal Landschap netwerken hebben opgebouwd. Daarbij wordt samengewerkt om de specifieke waarden binnen het gebied te behouden en te versterken (zie bijlage). Het gaat dan vooral om netwerken rondom o.a. de volgende thema's:

- Agrarisch natuurbeheer;
- Natuurontwikkeling;
- Excursies;
- Historische verenigingen
- Landschapsbeheer.

Súdwest-Fryslân en De Fryske Marren willen de status die de titel Nationaal Landschap met zich meebrengt versterken en beter benutten, zowel intern als extern.

De waarden van het Nationaal Landschap zijn vastgelegd in het verschillende beleidsstukken, en op nationaal niveau erkent. De titel Nationaal Landschap helpt Súdwest-Fryslân om het belang van deze waarden te onderstrepen; het verhaal intern en ook extern te vertellen en te zorgen dat de waarden worden omarmd en geborgd. Daardoor kunnen we nieuwe ontwikkelingen en transitie beter met het landschap laten samengaan.

### **Landschapsbiografie Sudwesthoeke**

De landschapsbiografie Súdwesthoeke ( [www.landschapsbiosudwesthoeke.nl](http://www.landschapsbiosudwesthoeke.nl) ) geeft een beschrijving van het steeds veranderende cultuur landschap in een website met interactieve kaarten. Daarnaast zijn alle cultuurhistorische elementen en structuren in het buitengebied geïnventariseerd en gewaardeerd. De landschapsbiografie is in opdracht van beide gemeenten en Mar en Klif opgesteld met financiële ondersteuning vanuit de gebiedsagenda. De landschapsbiografie is een goede basis voor de verplichting binnen de omgevingswet om het cultuurhistorisch erfgoed te beschrijven. Het zal bij de omgevingsvisies en de vertaling naar de omgevingsplannen meegenomen worden.

De landschapsbiografie biedt ook een goede basis voor vervolgstappen:

### **Voor Publiek en Ondernemers:**

- verhalen en aanvullingen in prikkertjeskaart
- toerisme en recreatie; routes en informatie; samen te stellen door ondernemers zelf



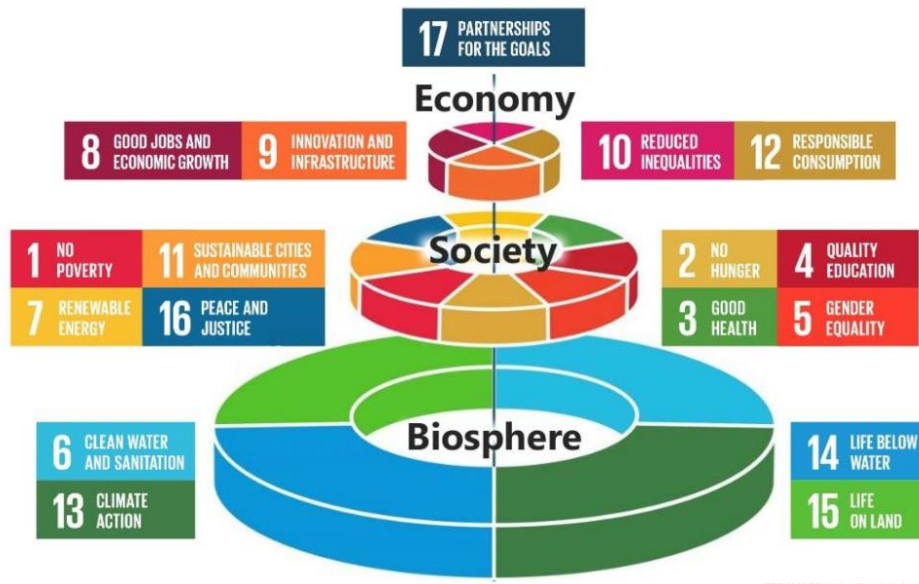
## DE FRYSKE MARREN

- educatie ( o.a. via ambassadeurscursus ; historische verenigingen, boeren, professionals bij ruimtelijke ontwikkelingen)
- Koppeling van inventarisatie en waarderingskaarten aan gemeentelijke GIS systemen
- Implementeren in Omgevingsvisie en omgevingsplan
- Inspiratiebeelden voor nieuwe ontwikkelingen

### Extern

Extern verleent het Nationaal Landschap Súdwest-Fryslân een unieke status om ontwikkelingen en transities die in het landschap gaan en moeten landen, meerwaarde te geven.

Deze status willen we verstevigen. Dan hebben we een kader om alle ontwikkelingen en transities, die bijdragen aan de toekomst in te passen en het Landschap met een plus kunnen overdragen aan de volgende generatie. De status van Nationaal Landschap draagt hiermee bij aan de brede welvaart.



Het Nationaal Landschap ZWF vormt de basis voor een gezonde en welvarende maatschappij en draagt daardoor bij aan brede welvaart. De economie draagt bij aan de maatschappij en de bodem door circulair te produceren en te consumeren zonder schade aan te richten aan het ecologisch en sociaal maatschappelijk systeem.



## DE FRYSKE MARREN

### Bijlage 2: Meerwaarde aan het Nationaal Landschap vanuit toerisme en recreatie

#### Inleiding

Ons landschap is uniek voor onze regio. Volgens VVV Waterland van Friesland hebben we met zoveel diversiteit en vooral de rust en ruimte een troef in handen. Door dit Nationaal Landschap meer bekendheid te geven en meer te integreren in de toeristische regio Waterland van Friesland, kunnen we daarvan nog meer profiteren (uit Koersdocument, Op weg naar 2025). Een impuls aan het Nationaal Landschap kan een meerwaarde geven aan de gastvrijheidseconomie in onze gemeente. Het kan een belangrijke bijdrage leveren aan een hogere kwaliteit van het toeristisch aanbod.

Binnen de recreatiesector spelen actuele ontwikkelingen waarbij het landschap centraal staat. Provincie en De Marrekrite focussen zich op dagrecreatieve netwerken voor wandelaars en fietsers. Het NBTC heeft 2021 uitgeroepen als themajaar "Ode aan het landschap". VVV Waterland van Friesland heeft het "Nationaal Landschap" opgenomen in het actieprogramma van haar Koersdocument, op Weg naar 2025, onder het thema Verbinden.

Binnen deze thema's is behoefte aan verhalen en inhoudelijke informatie over het landschap. De thema's kunnen daarmee gevuld worden. Een aanjager vanuit het Nationaal Landschap kan een verbinding leggen van deze toeristische ontwikkelingen naar de andere thema's. Natuurinclusieve landbouw zorgt voor een aantrekkelijker landschap voor de kwaliteitstoerist. Voor veel agrarische ondernemers is toerisme en recreatie een bron van neveninkomsten (logies, lokale producten). Vanuit cultuurhistorie en landschapsontwikkeling is het belangrijk dat de kwaliteit van het landschap hoog blijft. Daarmee blijft onze regio aantrekkelijk voor kwaliteitstoeristen.

Een impuls aan het Nationaal Landschap betekent dat het landschap wordt gezien als inspiratiebron voor het ontwikkelen recreatieve activiteiten voor bezoekers en eigen inwoners. Het kan een kwaliteitsimpuls geven aan:

1. Het door ontwikkelen van dag-recreatieve netwerken voor wandelaars, fietsers en waterrecreanten,
2. Naar meer toekomstbestendige logiesaccommodaties
3. Het landschap als inspiratiebron voor kunstprojecten, tentoonstellingen en excursie waarmee nieuw toeristisch aanbod ontstaat. De koppeling met de landschapsbiografie is daarbij zinvol
4. Marketing van het landschap

Zie hiervoor ook de vervolgstappen bij de landschapsbiografie die beschreven staan in Bijlage 1

Onderstaande wordt dit verder beschreven. Eerst een stand van zaken van het gemeentelijke toeristisch recreatieve beleidskader.

#### **Beleidskader: Gastvrij Súdwesthoeke**

Meer en meer bewijst toerisme zich als een katalysator om bredere ambities van een regio te stimuleren. De gastvrijheidseconomie heeft zelfs, de potentie om, naast de zorg, de belangrijkste werkgever van Friesland te worden. Als belangrijkste en grootste regio van het Friese vasteland heeft dit wat ons betreft de hoogste prioriteit. Niet voor niets worden we naast de Wadden de toeristische sleutelregio van de provincie genoemd in het Vitaliteitsonderzoek Logiesaccommodaties Fryslân.

Daarom zetten we in op slimme groei van toerisme, waarbij wordt gekeken naar de kwaliteitstoerist. Het denken verschuift van bestemmingsmarketing naar bestemmingsmanagement waarbij een meer gecontroleerde groei van het toerisme centraal staat. Op koers richting een duurzame bestemming. De weg naar een duurzame bestemming vraagt om duurzame ontwikkeling. Het realiseren van hogere bezettingsgraden in de randen van het seizoen is daarbij kansrijk.





## DE FRYSKE MARREN

Niet alleen de economische, maar ook de sociaal maatschappelijke impact moet zichtbaar worden gemaakt. We moeten die gegevens meenemen bij het bepalen van ons toeristisch beleid.

### 1. Het door ontwikkelen van dag-recreatieve netwerken

Wandelen, fietsen en varen zijn bij uitstek geschikt om het landschap te ervaren en te beleven. Als gemeente zijn we betrokken bij de opgave Dagrecreatieve netwerken van de provincie en de realisatie van toeristische overstappunten door de Marrekrite.

#### Dagrecreatie netwerken compleet (provincie)

“Dagrecreatie netwerken compleet” is één van de zeven opgaven in de Provinciale Beleidsnota Gastvrij Fryslân 2028: Dit programma draagt bij aan het beter benutten van de uitstekende wandel- en fietsknooppuntnetwerken, het cultuur- en natuurvergoed en vaarwegen die Fryslân rijk is door een regio-overstijgende aanpak en samenwerking. Door thema's en verhaallijnen te bundelen, ontwikkelen en ontsluiten ontstaat een sterker aanbod voor dagrecreatie in Fryslân voor bewoners en bezoekers. Het draagt bij aan seizoenverbreding, circulariteit en sociaal-inclusiviteit. De VVV organisatie Waterland van Friesland is actief betrokken bij deze provinciale opgave.

#### Top's (Marrekrite)

Vanuit het samenwerkingsverband de Marrekrite worden de komende jaren Toeristische Overstappunten (Tops) gerealiseerd. Een TOP is een uitvalsbasis, om de bezienswaardigheden in het gebied en het landschap te ontdekken. Het is een gemarkeerde plek (zuil) waar de bezoeker kan parkeren en wordt uitgenodigd om te wandelen, fietsen of varen in de omgeving. De komende jaren worden in beide gemeenten Top's gerealiseerd. De informatiezuilen worden gevuld met toeristische informatie over de omgeving.

### 2. Naar meer toekomstbestendige Logiesaccommodaties

De consument stelt steeds hogere eisen: het verwachtingsniveau ligt daardoor steeds hoger. Dit vraagt om kennis, beleving, sfeer, diversiteit en gastvrijheid. Wanneer we hier niet aan voldoen, ligt reputatieschade voor onze regio op de loer. Denk aan slechte reviews en negatieve mond-tot-mondreclame waardoor een toerist minder snel terugkomt.

Wij stellen daarom samen met provincie, Toerisme Alliantie Fryslân, ondernemers en andere gemeenten het actieprogramma op. Dit is in april 2021 afgerond. Het actieprogramma is het vervolg op het onderzoek 'Vitaliteit Logiesaccommodaties Fryslân', maart 2020. Het actieprogramma komt met slimme instrumenten die leiden tot meer bestedingen, meer toegevoegde waarde in logiesproducten voor nieuwe doelgroepen (slimme groei) en instrumenten die stimuleren dat Friezen duurzaam kunnen genieten van de logiessector (brede welvaart).

Hoofdconclusie onderzoek: Sector is nu best vitaal. Maar niet toekomstbestendig genoeg om in te spelen op marktverandering van morgen. Vernieuwing en meer jaarrond capaciteit is nodig. Het marktpotentieel wordt positief geschat. Er lijkt organische ruimte voor groei in aantal recreatiewoningen, hotelkamers en bedden in groepsaccommodaties.

ZKA ziet marktkansen om de watersport bedrijven te herstructureren en toekomstbestendig door te ontwikkelen: van meer technisch gerichte bedrijven met vaste ligplaatsen naar waterfrontbedrijven, die zich richten op totaalbeleving voor de instap- en familiemarkt en die zich landschappelijk verbinden met hun directe omgeving.

Veel campings en hotels zijn enigszins verouderd en rationeel ingericht. Dit zorgt ervoor dat deze bedrijven eigenlijk overal in Nederland hadden kunnen liggen.

Advies uit het onderzoek: Bescherm en benut het landschap van wereldklasse, bescherm het unieke Friese weide- en waterlandschap tegen de ontwikkeldruk van andere sectoren.

### 3. Het landschap als inspiratiebron voor kunstprojecten, tentoonstellingen en excursies waarmee nieuw toeristisch aanbod ontstaat



## DE FRYSKE MARREN

Cultuurhistorisch aanbod vergroten door de landschapsbiografie in te zetten bij het ontwikkelen van nieuwe routes

### Lokale voorbeelden door ontwikkelen

Met kunstprojecten, tentoonstellingen, workshops en excursies waarbij het landschap centraal staat kan een nieuw toeristisch recreatief aanbod ontstaan. De samenwerkende musea kunnen daarin een belangrijke rol spelen. Voorbeelden zijn het sense of place project van Joop Mulder langs de Waddenkust. Ook het project van het Jopie Huisman museum is inspirerend waarbij bezoekers worden uitgenodigd om buiten het landschap te ontdekken wat ze binnen hebben gezien.

### Themajaar Ode aan het landschap als inspiratiebron

Het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (het NBTC) heeft 2021 uitgeroepen als Themajaar "Ode aan het landschap". In dit jaar worden veel creatieve ideeën ontwikkeld die voor de komende jaren als voorbeeld kunnen dienen om een impuls te geven aan het Nationaal Landschap in onze regio.

Het NBTC geeft aan dat nergens ter wereld het landschap op korte afstand zó divers is als in Nederland. Maar het vertelt steeds hetzelfde verhaal: de eeuwenoude verbinding tussen mens en natuur. En net zo lang vormt het Nederlandse landschap een inspiratiebron voor schilders, schrijvers en kunstenaars. Het landschap houdt ons ook een spiegel voor: keuzes uit het verleden hebben invloed op het landschap van de toekomst. Wij zullen onze vindingrijkheid hard nodig hebben om het landschap leefbaar en vruchtbaar te houden.

In 2021 werken zeven partners samen in dit themajaar dat meer kennis, aandacht en waardering wil genereren voor 'ons eigen' Nederlandse landschap. Een heel jaar lang zijn er kunstprojecten, tentoonstellingen en excursies bij de zeven partners in de Achterhoek, Flevoland, Friesland, in de Hollandse Waterlinies, Limburg, Nationale Parken en Noord-Holland.

In het NBTC, rapport Perspectief 2030, bestemming Nederland staat overigens de spreiding van buitenlandse toeristen over het land centraal. Het NBTC wil andere bezoekers naar andere plekken in Nederland trekken, waar mogelijk ook op andere momenten. Hiervoor is het nodig om het huidige aanbod te verbeteren, nieuw aanbod te ontwikkelen en onbekende gebieden meer in de spotlights te plaatsen.

## **4. Marketing van het landschap**

De VVV Waterland van Friesland, de gemeente Sudwest-fryslân en de gemeente de Fryske Marren werken we als gemeente aan het sterker positioneren en marketing van de Zuidwesthoek. Waterland van Friesland presenteert eind 2020 een koersdocument waarin zij beschrijft hoe zij verder wil met een duurzame groei van het toerisme in de regio. Als haar kerntaken heeft zij opgenomen: verbinden, gastvrijheid, informatie, marketing.

In het actieprogramma heeft Waterland van Friesland het Nationaal Landschap opgenomen als één van de actiepunten onder de kerntaak verbinden.

Als ambitie voor 2025 geeft Waterland van Friesland aan: het Nationaal Landschap heeft een eigen verhalenroute waar ondernemers op aanhaken. In uitstraling, naam, website en toeristische doelstellingen is een heldere afstemming gevonden tussen de stakeholders. Ook onder inwoners is het Nationaal Landschap inmiddels goed bekend en stijgt de interesse. Vanuit de samenwerking met het Nationaal Landschap zijn er ook andere samenwerkingen ontstaan. Denk aan it Fryske Gea, Natuurmonumenten en organisaties die zich bezighouden met natuur inclusieve landbouw.

## **VVV Waterland van Friesland**

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| VVV Waterland van Friesland | Op 1 januari 2019 vond de fusie plaats van de stichting Regiomarketing Zuidwest-Friesland met de beide VVV organisaties onder de naam VVV Waterland van Friesland. De gastvrijheid, informatievoorziening en |
|-----------------------------|--|



## DE FRYSKE MARREN

marketing is gegroeid van een versnipperd veld waar weinig werd samengewerkt, naar een netwerkorganisatie waar partijen elkaar steeds beter weten te vinden.

Er is een duidelijke positionering van de regio ontstaan onder de naam: Waterland van Friesland. Er is gewerkt aan een nieuwe website, met regio inspiratiemagazines en een online evenementenkalender.

Er is veel energie gestoken in verbinden. Er zijn meer dan 725 ondernemers en instellingen lid geworden en Waterland van Friesland participeert in veel regionale en provinciale netwerken zoals de Toerisme Alliantie Friesland en heeft veel contacten met Merk Fryslân.

In het kader van de productontwikkeling zijn drie inspiratiefilms ontwikkeld met verhaallijnen stedentrips, landschap en rust en ruimte. Eén van deze films is overgenomen door het NBTC in de nationale verhaallijnen. Hiervoor zijn provinciale subsidiebronnen aangewend.