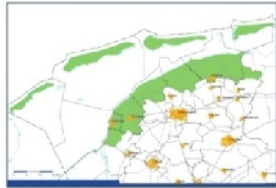


## 1. Inleiding

In de beleidsnotitie 'Fryslân, Topattractie in Nederland', vastgesteld in februari 2007, zijn drie speerpunten gekozen: Grenzeloos Varen, de 11 Steden en de Friese Wadden. Op deze drie 'Topattracties' zet de provincie stevig in om Fryslân toeristisch op de kaart te zetten. Daarnaast is er in 2008 een expertmeeting gehouden met leden van Provinciale Staten over het belang van het leveren van toerisme met zorg in Fryslân. Daaruit is voortgekomen dat de provincie



zich extra zal inzetten om Fryslân toegankelijk te maken voor mensen met een beperking: een doelgroep van belang voor de toeristische sector. Het wenkend perspectief; 'toegankelijkheid' vervangen door 'gastvrijheid', ook voor de mens met een beperking: *Fryslân gastvrij voor iederéén*. Het Friese Waddengebied (Friese Waddeneilanden en Kustgemeenten) is de tweede regio in Fryslân, na Zuidwest



Fryslân, die werk maakt van toegankelijkheid. In beide regio's is dit toeristisch product op een zelfde wijze uitgevoerd. Opdracht van deze projectfase is: doorontwikkeling van website en database en onderhoud en beheer van dit toeristisch product naar een marktpartij brengen.

## 2. Aanleiding

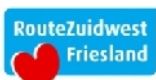
Naast de in fase 1 genoemde onderzoeken (*Vakantie en Zorg*; Van der Tuuk, Verkooyen&Beima, 2006, *Ökonomisch Impulse einesbarrierefreien Tourismus für alle*; Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, dec. 2003) onderstreept het *Behoeftesonderzoek Toeristische Toegankelijkheidsinformatie*, Revalidatie Fonds december 2009, nog eens dat het toegankelijk maken van een regio voor mensen met een beperking loont. Uit dit onderzoek blijkt dat 10 tot 15 % van de doelgroep zich laat weerhouden uitstapjes te doen door gebrekkige toegankelijkheidsinformatie.

Dit economische perspectief motiveert ondernemers. Uit de reacties blijkt dat zij willen meewerken aan het toegankelijk maken van de regio voor mensen met een beperking. Zeker nu het besef doordringt dat de doelgroep bestaat uit mensen met een beperking die individueel met vakantie willen en kunnen, bij voorkeur in voor- en naseizoenen komen, trouw zijn als het verblijf goed is bevallen, vrijwel nooit alleen komen en net zoveel te besteden hebben als de reguliere toerist.

## 3. Aanpak, gebiedskeuze en uitwerking

### *Aanpak:*

Over de wijze waarop -de mate van toegankelijkheid in het Fries Waddengebied- onder de aandacht moet komen, hebben Provinciale Staten van Fryslân zich uitgesproken: herhaling van de aanpak "Zuidwest-Fryslân".



Op grond daarvan is op 5 november 2008 aan St. Partoer Fryslân CMO opdracht verleend om een inventarisatie te uit te voeren naar toegankelijkheid op de Waddeneilanden en een daarnaast een helpdesk in te richten. Op 30 juni 2009 hebben Gedeputeerde Staten deze opdracht verruimd en wordt het complete Fries Waddengebied geïnventariseerd. De herhaling van de aanpak 'Zuidwest Fryslân' in het Fries Waddengebied is succesvol gebleken. Met deze aanpak is uitrol over heel Fryslân binnen handbereik.

### *Gebiedskeuze:*

De gebiedskeuze voor dit project dient twee doelen:

- 1) een aanzet tot samenwerking tussen de Friese Waddeneilanden en de Waddenkustgemeenten én
- 2) de kustgemeenten de mogelijkheid bieden mee te liften op het toeristisch succes van de Waddeneilanden.

### *Uitwerking:*

De uitwerking is in drie fasen verdeeld.

Fase 1 is afgerond in september 2010. In bijlage 1 de eindrapportage.

In de uitvoering zijn fase 2 en 3 samengevoegd en op 01 april 2011 afgerond. De resultaten staan hierna beschreven onder de punten 4 en 5.

Onderdelen van **fase I** zijn uitgevoerd eind 2009 tot en met zomer 2010:

- draagvlak en informatievoorziening
- voorbereiding inventarisatie en afstemming database
- helpdesk ondernemers
- inventarisatie Fries Waddengebied (eilanden en kustgemeenten)
- zorgpartijen in beeld brengen.

**De samengevoegde fase 2 en 3** houdt in:

- doorontwikkeling website /database (4.1)
- beheer en onderhoud en borging website en database (4.2)
- organiseren en borgen ondernemersparticipatie (4.3)
- helpdesk ondernemers (4.4)
- zorgpartijen in beeld (4.5)
- marketing en promotie (4.6)
- aanbevelingen uit fase 1 (4.7)

## 4. Resultaten Fase 2 en 3

### 4.1 Doorontwikkeling website/database

De volgende onderdelen zijn in deze fase gereed gekomen:

- Standaardzinnen voor toegankelijkheid in vier talen
- Directe link naar homepage bedrijven voor toegankelijkheidsinformatie
- Extra zoekmogelijkheid naar toegankelijkheid 'plus'
- Ontwikkeling toeristisch aantrekkelijke kaart van de regio op de website
- Toevoeging informatie over werking Toegankelijkheidsinformatie
- Toevoeging informatie over werking VakantieZorg
- Handboek onderhoud en beheer CMS systeem website en database

[www.gastvrijwaddengebied.nl](http://www.gastvrijwaddengebied.nl)

*Standaardzinnen voor toegankelijkheid in vier talen:*

Informatie in de database over de mate van toegankelijkheid van vermaak- en verblijfaccommodaties en routes is opgebouwd uit vragenlijsten met standaard zinnen die in vier talen beschikbaar zijn: Nederlands, Duits, Engels en Fries.

*Directe link naar de homepage van bedrijven voor toegankelijkheidsinformatie:*

Bij ondernemers bleek de behoefte om de geïnventariseerde toegankelijkheidsinformatie uit de database over de eigen accommodaties, met een link naar de eigen website te kunnen halen. Aan dit verzoek is voldaan. Eerst door en proef te starten met een ondernemer op Ameland. Die ervaring leert dat deze koppeling eenvoudig te realiseren is en vraagt van de ondernemer en van de webbeheerder een geringe inspanning. Het blijkt dat deze nieuwe toepassing voor ondernemers, die deze doelgroep willen bedienen, van groot belang is. Een prettige 'bijvangst'. In bijlage 2 staat de handleiding van deze applicatie.

*Extra zoekmogelijkheid naar toegankelijkheid plus:*

Het uitgangspunt van Toerisme met Zorg is: alle accommodaties zijn toegankelijk alleen de mate waarin verschilt. Deze benadering wordt ook door de doelgroep ondersteund. Om het zoeken doelgerichter aan te bieden worden accommodaties waarvan de sanitaire voorziening bereikbaar is voor de mens met een beperking, met een rolstoeltje + in een blauwe ondergrond aangegeven. Voorwaarden waaraan deze sanitaire voorziening moet voldoen is door de doelgroep zelf beschreven als zijnde toereikend. De toegepaste afmetingen zijn op de website te vinden. In bijlage 4 is deze bijgevoegd. Daarnaast is de database voorbereid op 5 extra lagen in de zoekmogelijkheden naar de mate van toegankelijkheid.



*Ontwikkeling toeristisch aantrekkelijke kaart op de website:*

Zuidwest Fryslân koos voor een zelf ontwikkelde geografische kaart van het gebied om op de website af te beelden. Voor het Fries Waddengebied is Open Streetmaps ingezet, een Google applicatie die ruime mogelijkheden biedt om kaartmateriaal te gebruiken, te vernieuwen en aan te passen naar de eigen wensen. Ook Zuidwest Fryslân is inmiddels overgestapt naar deze applicatie. Voor het Fries Waddengebied zijn een aantal wijzigingen aangebracht in de kaart. Zo waren de aanduidingen voor de provinciale wegen op bepaalde

zoomniveaus te prominent aanwezig. Ook zijn kleuren aangepast, van een effectieve wegenkaart naar een toeristisch aantrekkelijke zoekkaart.

#### *Toevoeging informatie over werking Toegankelijkheidsinformatie:*

Achter de knop op de homepage: Toegankelijkheid Waddengebied, staat te lezen welke informatie beschikbaar is en hoe deze te vinden. Uitdrukkelijk wordt vermeld dat de beschikbaarheid van informatie over de mate van toegankelijkheid niet betekent dat deze toegankelijk is voor alle doelgroepen met een beperking.

#### *Toevoeging informatie over werking VakantieZorg:*

In fase 1 is een begin gemaakt met de inventarisatie van de regionale zorgaanbieders die VakantieZorg willen en kunnen leveren. Uit gesprekken, per subregio, met de lokale zorgaanbieders werd duidelijk dat een centrale 'makel en schakel' functie inzetten, om de zorgvraag van de toerist te behandelen niet de voorkeur had. Met name op de eilanden is het van belang dat diegene die de zorgvraag in



"30% van de boekingen voor het Prikkebosk komen van mensen met een beperking, zonder hiervoor reclame te maken".

rekenen dat de zorgvraag zo optimaal mogelijk wordt ingevuld tijdens de vakantie en worden teleurstellingen voorkomen. Met instemming van de thuiszorgaanbieders is dan ook gekozen voor de volgende aanpak. De toerist met een zorgvraag klikt op 'VakantieZorg' en ziet vervolgens algemene informatie verschijnen over dit onderwerp. Gaat vervolgens

door naar de plaats van bestemming in de afgebeelde kaart van het gebied voor specifieke informatie over het thuiszorgaanbod. Vindt daarnamen, directe telefoonnummers en e-mail adressen van lokale thuiszorgaanbieders tot wie de toerist zich kan wenden voor bemiddeling in de zorgbehoefte op het vakantieadres.

#### *Handboek onderhoud en beheer CMS systeem website en database*

Voor de overdracht is een handboek samengesteld waarmee de nieuwe webbeheerder zelfstandig aanpassingen en aanvullingen kan uitvoeren. Algemeen functioneel beheer wordt uitgevoerd door St. Routezuidwestfriesland, die dit uitbesteed aan een externe webmaster. Beide systemen worden op de zelfde wijze periodiek bijgewerkt. Provincie Fryslân heeft toegezien op de het tot standkomen van deze bovenregionale samenwerking.

#### CONCLUSIE:

DOORONTWIKKELING VAN WEBSITE EN DATABASE ZIJN VOLGENS DE OPDRACHT OPGELEVERD. BUITEN DE OPDRACHT ZIJN DE VOLGENDE TWEE ONDERDELEN TOT STAND GEKOMEN: DIRECTE LINK MET TOEGANKELIJKHEIDSINFORMATIE NAAR BEDRIJFSPAGINA'S EN DATABASE VOORBEREID OP 5 LAGEN IN ZOEKMOGELIJKHEDEN.

## 4.2 Beheer en onderhoud en borging, website en database

Onderhoud en beheer en uitbreiding van website en database in fase 2 en 3 zijn uitgevoerd door IT Elements. Eveneens verantwoordelijk voor de bouw van de website en database routezuidwestfriesland.nl. Tegen een instapbedrag van € 10.000,- is een kopie van de basis functionaliteit van deze website en database ingekocht



bij Stichting Routezuidwestfriesland. Hiermee zijn aanzienlijke ontwikkelingskosten vermeden en is een goede werkrelatie ontstaan. De homepage van het Fries Waddengebied heeft een eigen accent gekregen evenals de invulling van de database. Met Stichting Routezuidwestfriesland zijn de afspraken gemaakt over het functioneel beheer van website en database, dat tegen vergoeding wordt doorvertaald naar de website van het Fries Waddengebied. Onder functioneel is begrepen: Hosting (inclusief backup); verwerking updates Joomla en Open Streetmaps; domeinnaam; ondersteuning van

4 uur per maand; ontwikkeling bijdrage website; opleiding; keurmerk Drempeelvrij (100 pagina's).

Onderschat is het onderbrengen van onderhoud en beheer bij een marktpartij, naar voorbeeld van Zuidwest Fryslân.

Hieraan liggen de volgende factoren ten grondslag.

1. In het Fries Waddengebied, eilanden en kustgebied, is geen enkele samenwerkingsvorm tussen ondernemers actief, wel op subregionaal niveau.
2. De actieve VVV's zijn lokaal gericht en sluiten zich (voorlopig) niet aan bij VVV-Fryslân.

3. Het Toeristisch Platform Noordwest Fryslân is eind 2010 opgeheven.
4. Begin 2011 is de Waddenfederatie opgeheven.
5. VVV/Tip Harlingen (Waddenkust NW) is voornemens zich wel aan te sluiten bij VVV-Fryslân.

Aanbevelingen om geboekte resultaten te bewaren en voortgang te bewaken:

Een aanjager/tussenpaus aanstellen voor de ‘borgingsfase’ van één jaar met de opdracht: 1. het draagvlak verder te verbreden en 2. onderhoud en beheer onder te brengen bij VVV Fryslân en/of Fryslân Marketing. Bij voorkeur in combinatie met een verbreding van Toerisme met Zorg Fries Waddengebied naar de publieke sector, terreinbeheerders en openbaar vervoer.

Hiertoe zijn twee scenario’s begroot voor het vervolgtraject:

1. De taken en begroting aanjager/tussenpaus vooroverdracht doorontwikkeling, beheer en onderhoud van dit toeristisch product naar VVV Fryslân/ Fryslân Marketing (wanneer deze hiervoor klaar zijn);
2. De taken, resultaten en begroting aanjager die zoekt, binnen twee jaar, naar een geheel nieuwe marktpartij voor doorontwikkeling, onderhoud en beheer.

CONCLUSIE:

VOOR BORGING, ONDERHOUD EN BEHEER IS GEEN GESCHIKTE MARKTPARTIJ GEVONDEN. GEADVISEERD WORDT DIT ONDERDEEL VAN HET PROJECT MET EN JAAR TE VERLENGEN IN EEN ZOGENAAMDE BORGINGSFASE WAARIN DIT TOERISTISCH PRODUCT KAN WORDEN UITGEBREID, GEBORGD EN ONDERGEBRACHT BIJ EEN MARKTPARTIJ WAARBIJ WORDT GEDACHT AAN VVV-FRYSLÂN EN/OF FRYSLÂN MARKETING MET ONDERSTEUNING VAN DE LOKALE VVV ORGANISATIES.

### 4.3 Organiseren en borging ondernemersparticipatie

Via klankbordgroepen in de subregio’s (Vlieland, Terschelling, Ameland Schiermonnikoog en de kustgebieden Noordwest en Noordoost) is ondernemersparticipatie georganiseerd. Hierin hebben zitting gehad ondernemers en andere belanghebbenden bij de toeristisch recreatieve sector. Gemiddeld zijn de klankbordgroepen drie keer bijeen geweest.

Reactie ondernemers: *“Niet nog een fractuur van € 150,- jaarlijks op de mat. Versluis de kosten en breng onder bij een bestaande partij als VVV en/of Fryslân Marketing”.*

Bevindingen samengevat:

- o Het economisch perspectief van de doelgroep wordt herkend.
- o Deelnemers willen zich inspannen deze doelgroep gastvrij te kunnen ontvangen.
- o Sceptische over de verwachting, onderhoud en beheer van website en database naar de markt te kunnen brengen, na afloop van het project.
- o Desondanks is er wel instemming om dit toeristisch product naar de markt te brengen.
- o Als marktpartij wordt vaak genoemd VVV-Fryslân, met ondersteuning vanuit de regio. Het bezwaar van deze kersverse VVV-Fryslân is dat er vijf sterke VVVorganisaties in het gebied werkzaam zijn, zeer regionaal gericht, die zich niet hebben aangesloten bij VVV-Fryslân.
- o Betrouwbaarheid van de gegevens in de database is voorwaarde voor beheer en onderhoud. Dit vraagt om periodieke externe controles. Zie bijlage 10 artikel Aanzet.
- o Gepleit wordt om de gegevens in de database breed te laten aansluiten bij databases als die Fryslân Marketing, VVV-Nederland en de ANWB. Uit contacten met het Revalidatie Fonds is vernomen dat de ANWB zich recent ook beweegt op de markt van Toerisme met Zorg. Zij starten binnenkort met een inventarisatieronde naar de mate van toegankelijkheid van 200 Bed&Breakfast in Nederland en Duitsland. De aanpak vertoont sterke overeenkomst met die in Fryslân.



CONCLUSIE: DE VERSNIJPERING VAN BELANGEN GENOEMD ONDER 4.2 MAAKT BORGING VAN DIT TOERISTISCH PRODUCT OP DIT MOMENT MOEILIK. ER IS MEER TIJD EN AANDACHT NODIG OM DE BUNDELING EN BORGING VAN ONDERNEMERSPARTICIPATIE TE REALISEREN (ZIE 4.2).

### 4.4 Helpdesk voor ondernemers

Wat heeft de Helpdesk voor ondernemer opgeleverd:

- o Een onverwacht hoog aantal aanvragen
- o Kennis bij ondernemers over toegankelijkheid
- o Verschil tussen grotere en kleinere ondernemingen
- o Aanpassingen dragen bij aan kwaliteit van toeristische voorzieningen
- o Behoefte aan verbreding naar publieke sector en terreinbeheerders
- o Veel voorkomende vragen
- o Voortzetting Helpdesk

De Helpdesk biedt ondernemers in het Fries Waddengebied advies op maat bij de praktische inpassing toegankelijkheid van vermaak- en verblijfaccommodaties, veelal aangevuld met adviezen over fondsen en subsidies.

#### Een onverwacht hoog aantal aanvragen.

Gerekend was op maximaal 50 aanvragen. Het werden er 79 tot 01-01-2011, de sluiting van de Helpdesk.

Van de 79 aanvragen komen 4 aanvragen buiten het werkgebied en zijn 76 in behandeling genomen. 67 toeristische voorzieningen zijn bezocht. 7 adviezen zijn nog niet afgerond in verband met nog lopende subsidieaanvragen. De aanvragen waren verdeeld in 34 verblijfaccommodaties, 37 vermaakaccommodaties en 8 adviezen inzake veerterminals en veerboten bij de Rederij Wagenborg en Rederij Doeksen. Met als resultaat dat Rederij Doeksen haar terminals binnenkort vernieuwd volgens het advies van de Helpdesk. Dit geldt ook voor de veerboten, die op de lange termijn volledig geschikt gemaakt zullen worden voor mensen met een beperking.

Geografisch verdeling is als volgt: Kustgebied 57, Eilanden 10, buiten werkgebied 4 en veerboten en terminals 8.

Aanvragen: 79 toeristische voorzieningen

Bezocht	: 67
Telefonisch	: 12
Nog niet afgerond	: 7
Verblijfaccommodaties	: 34
Vermaakaccommodaties	: 37
Veerboten en terminals	: 8
Kustgebieden	: 57
Eilanden	: 10

#### Kennis bij ondernemers over toegankelijkheid

De kennis bij ondernemers over praktische aanpassingen toegankelijkheid is erg mager. Onwetendheid is vaak reden om dit onderwerp terzijde te schuiven. Opvallend is dat van de zijde van architecten weinig aandacht is voor toegankelijkheid bij aanvang van bouw of verbouw.

Ook door onwetendheid is het beeld bij ondernemers van de doelgroep vaak eenzijdig; een zeer afhankelijke verstandelijk gehandicapte in een rolstoel. Na uitleg wordt begrepen dat de doelgroep in dit project is: mensen met een beperking die individueel met vakantie kunnen en willen.

Desondanks is de wil tot aanpassingen aanwezig bij de aanvragers omdat begrepen is dat deze doelgroep in de toekomst een economische factor van belang wordt en geen grote investeringen nodig zijn om toch een deel van de doelgroep te kunnen ontvangen.

*Vraag ondernemer: "Ik wil deze doelgroep graag in huis hebben, maar wat moet ik praktisch doen?"*

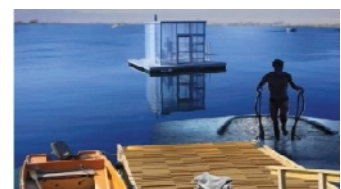
#### Verschil tussen grotere en kleinere ondernemingen

Grotere recreatie bedrijven laten een kostprijs berekeningen maken. Zijn besluitvaardig en hebben liquiditeit om snel tot uitvoering over te gaan. Beslissingen zijn niet direct afhankelijk van prijs maar van de wil deze doelgroep aan zich te binden. De ervaring leert dat kleinere ondernemingen veel meer ondersteuning nodig hebben bij kostprijsberekening en inpassing in hun bedrijfsplannen. Zij zijn zich nog onvoldoende bewust van de mogelijkheden: aanpassingen realiseren tegen lage kosten en met een hoog resultaat op de mate van toegankelijkheid.

*Reactie ondernemer: "weinig kosten en veel resultaat, had ik nooit gedacht."*

#### Aanpassingen dragen bij aan kwaliteit van toeristische voorzieningen

Uit contacten met de ondernemers in de adviestrajecten blijkt dat er aandacht is voor het idee 'design for all' of in het Frysk 'Kwier Fryslân foarelsenien'. Men wil de kwaliteit van de accommodatie opwaarderen met aandacht voor toegankelijkheid. Een ondersteuning voor de uitkomsten van het project Nieuwe Markten voor Zuidwest Fryslân (2011), namelijk dat Fryslân in 'specialty' is en niet moet gaan voor de bulk. De Helpdesk adviezen geven hiertoe een belangrijke aanzet.



#### Behoefte aan verbreding naar publieke sector en terreinbeheerders

Zowel de doelgroep als de ondernemers geven aan dat de publieke voorzieningen onderdeel moeten uitmaken van het project om hun gasten meer te bieden dan alleen een passende accommodatie. Dit geldt ook voor natuurbeheerders en aanbieders van openbaar vervoer. Verbreding van het toegankelijke aanbod is een plus in de keten van de bijzondere toeristische waarden van Fryslân.

#### Veel voorkomende vragen zijn :

- 1 Welke mogelijkheden heeft mijn bedrijf om de gast met een beperking te kunnen ontvangen.
- 2 Welke aanpassingen heeft in mijn bedrijf prioriteit.
- 3 Mijn gasten vragen naar aanpassingen van douche en toilet. Kan dit in mijn voorziening ? En in welke mate voldoet de huidige sanitaire voorziening ?
- 4 Mijn bedrijf is redelijk aangepast maar er ontbreken een aantal voorzieningen die wel gevraagd worden. Hoe integreer ik deze behoefte in mijn bestaande accommodatie ?
- 5 Een bedrijf is ingericht voor meervoudig gehandicapten (rolstoelgebonden gasten) en heeft problemen met brandveiligheid en komt er niet uit.
- 6 De brandweer wil soms drangers op de deuren, die voor mensen met een beperking zeer belemmerend kunnen zijn. Hoe los ik dit op ?
- 7 Welke maatregelen moet ik nemen bij nieuwbouw- en/of verbouwplannen als het onderwerp toegankelijkheid integraal moet worden meegenomen.

#### Voortzetting Helpdesk

Aangegeven is door ondernemers uit de toeristisch recreatieve sector dat Toerisme met Zorg economisch perspectief heeft. Daarom kan niet alleen volstaan worden met het onderwerp onder de aandacht brengen van ondernemers. De toerist met een beperking wil recreëren net als iedereen. Dit vraagt ook om aanpassingen in het publieke domein, natuurgebiedenbeheerders en openbaarvervoer. Alleen Ameland heeft hierin concrete initiatieven genomen: Ameland voor iedereen. Indien het onderwerp Toerisme met Zorg verbreed zou worden naar deze sectoren is de een rol van de Helpdesk van groot belang. Met de opgedane ervaring en het verstrekken van advies op maat voor praktische inpassing toegankelijkheid voegt zij de daad bij het woord: nuttige en uitvoerbare adviezen binnen de mogelijkheden van de aanvrager.



#### CONCLUSIE:

HET ONVERWACHTE HOGE AANTAL AANVRAGEN DUIDT OP EEN BEHOEFTE BIJ ONDERNEMERS AAN EEN HELPDESK DIE ONDERSTEUNT BIJ VRAGEN OVER PRAKTISCHE INPASSING TOEGANKELIJKHEID EN ADVISEERT BIJ DE FINANCIERING HIERVAN. BINNEN DE ADVISERING IS ER AANDACHT VOOR DE KWALITEITSSLAG. TENSLOTTE WORDT HET BELANG VAN DEZE DOELGROEP VOOR DE SECTOR BENADRUKT EN EEN JUUST BEELD VAN DE DOELGROEP GEGEVEN.

#### 4.5 Zorgpartijen in beeld

Fries Waddengebied gastvrij voor iederéén, is de doelstelling. Met vooral het accent op toeristisch aantrekkelijk zijn en blijven, ook voor toeristen met een zorgvraag. Dit accent wordt gedeeld door de zorgaanbieders. Voor de zorgaanbieder biedt dit verbreding van het reguliere zorgaanbod en extra werkplezier; deze groep verkeerd in vakantiestemming.



Na overleg met de zorgaanbieders is gekozen voor een vermelding van het thuiszorgaanbod op subregionaal niveau op de website. De aanvankelijke gedachte aan een 'makel en schakelpartij' om vraag en aanbod bij elkaar te brengen is hiermee verlaten. Met name op de eilanden is een correcte inschatting van de zorgvraag en de lokale mogelijkheden van groot belang. Eenmaal op de vakantiebestemming is de toerist met een zorgvraag overgeleverd aan het lokale zorgaanbod. En wie kent dit aanbod beter dan de lokale zorgverlener.

Op de website staan onder de knop VakantieZorg per subregio (Vlieland, Terschelling, Ameland, Schiermonnikoog, Kust NO en NW) de thuiszorgaanbieders vermeld met: naam van de organisatie, de zorgverlener, telefoonnummer en emailadres. Door de -toerist met een zorgvraag- direct met de zorgverlener in contact te brengen blijven ondernemers, die de vakantieaccommodaties aanbieden, buiten het zorgaanbod. Een duidelijke wens van de ondernemers.

De tekst achter de knop VakantieZorg is opgesteld in samenwerking met thuiszorgaanbieders van Terschelling. Vervolgens zijn alle thuiszorgaanbieders in het Fries Waddengebied uitgenodigd mee te werken aan een vermelding van hun contactpersoon op de website. Tenslotte hebben allen ingestemd met de zelf aangeleverde vermeldingen.

Locatiemanager Saxenoord: " In samenwerking met de Tulip Inn te Franeker is een zorghotelkamer opgezet. Deze wordt al druk bezocht en heeft vrijwel nog niet leeg gestaan. Een goed teken."

Voorbeeld van een recent ontstane samenwerking is Zorggroep Tellens en Hotel Tulip Inn. Verzorgingshuis Saxenoord Franeker heeft een Zorghotel kamer en regelt de bezetting in samenwerking met Hotel Tulip Inn Franeker.

CONCLUSIE:

VAKANTIEZORG VOORZIET ZORGAANBIEDERS VAN EEN TOERISTISCH PLATFORM OM HUN DIENSTEN AAN TE BIEDEN EN BRENGT DE TOERIST MET EEN ZORGVRAAG- ZO DICHT ALS MOGELIJKE BIJ HET ZORGAANBOD OP DE VAKANTIELOCATIE.

#### 4.6 Promotie en marketing

Leden uit de klankbordgroepleden hebben het belang benadrukt van integrale promotie van dit toeristisch product. De toerist met een beperking die individueel met vakantie wil en kan heeft duidelijk aangegeven te willen recreëren mét iedereen. Een specifieke doelgroepbenadering is dan ook niet aan de orde.

Op drie niveaus wordt de website en haar data onder de aandacht gebracht.

1. Via een banner op de site van Beleeffriesland.nl.
2. Via de lokale VVV's eveneens met een banner.
3. Via de homepages van individuele bedrijven.



Fryslân Marketing neemt het onderwerp Toerisme met Zorg mee in haar bestaande promotiestrategie voor Fryslân. In bijlage 16 het voorstel van Fryslân Marketing. Inmiddels staat een banner op Beleeffriesland.nl die verwijst naar het onderwerp -Toegankelijk Fryslân- waarachter de website [www.gastvrijfrieswaddengebied.nl](http://www.gastvrijfrieswaddengebied.nl) staat. Met de lokale VVV's zijn dezelfde afspraken gemaakt. Inmiddels is een pilot succesvol afgesloten waarbij op de homepages van de individuele bedrijven, die hebben meegedaan aan de inventarisaties en waarvan toegankelijkheidsgegevens in de database zijn opgenomen, een link staat naar de eigen toegankelijkheidsinformatie. De toerist kan met één muisklik de mate van toegankelijkheid van de gekozen accommodaties bekijken.

CONCLUSIE:

DE INZET VAN FRYSLÂN MARKETING OM PROMOTIE EN MARKETING VAN DIT TOERISTISCH PRODUCT TER HAND TE NEMEN IS NA LANG AANDRINGEN BLIJVEN STEKEN IN EEN A4TJE. EEN INSPIRERENDE SAMENWERKING HAD GEWENST GEWEEST, VOOR DIT PRODUCT ALS ONDERDEEL VAN DE TOTALE PROMOTIE VAN FRYSLÂN. UITEINDELIJK IS GEKOZEN OM DIT PRODUCT NIET ZELFSTANDIG TE PROMOTEN, MAAR AANDACHT TE VRAGEN VIA BELANGRIJKE WEBSITES MET LINKS NAAR [WWW.GASTVRIJFRIESWADDENGEBIED.NL](http://WWW.GASTVRIJFRIESWADDENGEBIED.NL). OP DEZE WIJZE KRIJGT DE TOERIST INFORMATIE OVER DE MATE VAN TOEGANKELIJKHEID VAN VERMAAK- EN VERBLIJFACCOMMODATIES EN ZORG OP MAAT OP DE VAKANTIELOCATIE IN HET FRIES WADDENGEBIED.

#### 4.7 Aanbevelingen uit fase 1

In fase 1 zijn de volgende aanbevelingen gedaan voor de vervolgfases 2 en 3. Hierna de aanbevelingen en haar resultaten.

##### Aanbevelingen voor fase II en III:

a) *Onderdelen uit projectplan fase II en III ongewijzigd voortzetten.*  
Zijn zonder wijzigingen uitgevoerd.

b) *Budgetten reserveren voor doorontwikkeling website en database tot een aantrekkelijk product, dat gereed is voor overdracht.*

In scenario's 1 en 2 onder 4.3 zijn hiervoor mogelijkheden aangegeven. De ervaring leert dat met name de gegevens uit de database van belang zijn en de koppeling aan andere relevante databases zoals die van Fryslân Marketing, VVV Fryslân, de lokale VVV's en de individuele bedrijven.

Op de volgende wijze is hierin voorzien.

- o Individuele bedrijven kunnen op de eigen homepage via een RSS feed hun gegevens uit de database zichtbaar maken.
- o Beleeffriesland.nl verwijst via een banner naar de website [www.gastvrijfrieswaddengebied.nl](http://www.gastvrijfrieswaddengebied.nl).
- o Lokale VVV's werken eveneens met een dergelijke banner die verwijst naar de website.



c) *Budget voor pilotgroepen in het najaar 2010 om werking database en website praktisch te testen.*

Twee pilotgroepen hebben de informatie van website en database op betrouwbaarheid en vindbaarheid getest. Een jong gezin met twee kinderen waarvan de vader een fysieke beperking heeft vertrok per auto naar een vakantiehuiseje op Terschelling. Een echtpaar, de man met een fysieke beperking en zorgbehoefte, is in de noordelijk waddenkust geweest.

De volgende ervaringen zijn opgedaan:

- o Niet alle informatie bleek juist te zijn opgenomen. De onvolkomenheden in de database zijn opgelost en suggesties voor aanvullende informatie worden meegenomen in het vervolgtraject. Leerzaam is dat kleine voorvallen grote gevolgen kunnen hebben: een vrachtwagen voor de lift naar het passagiersdek;
- o Er zijn nog te weinig vermaakaccommodaties zijn opgenomen;
- o Het toeristische aspect mag meer aandacht krijgen, tenslotte zijn we met vakantie;
- o De conclusie van het echtpaar is: " Al met al de beste, meest comfortabele, vakantie accommodatie die ik, als gebruiker van een elektrische rolstoel met beperkte armfunctie, heb meegemaakt";
- o Het gezin besluit de evaluatie als volgt: "In het algemeen mis ik nog de sjeu van een toeristische site. Het gaat er toch maar om dat we er zin in krijgen om te gaan! Veel succes met het werken aan de site: het belang is groot! "



In de fase van de pilotgroepen was de website niet volledig afgerond. Inmiddels zijn aanpassingen gedaan in de zoekstructuur en de herkenbaarheid op de homepage van het doel van de website.

Conclusie:

De pilotgroepen waarderen het initiatief zeer en stemmen in met de gevolgde methode. Zij vragen aandacht voor meer informatie over vermaakaccommodaties en een logischer zoekstructuur, alles met behoud van het toeristische accent en betrouwbaarheid van informatie.

*d) Geschikt vehikel voor beheer en onderhoud vinden zodanig dat kwaliteit en continuïteit zijn geborgd.*

Onder 4.2 en 4.3 staan de ervaringen vanuit de klankbordgroepen. De scenario's 1 en 2 geven de mogelijkheden aan voor continuïteit en borging.

*e) Extra inzet plegen op binding tussen de subregio's, met name tussen kust en eilanden.*

Deze extra inzet is in deze projectperiode niet gepleegd. De omvang ervan is bij aanvang onderschat, de wenselijkheid wel gedeeld, met name door ondernemers uit de regio Waddenkust.

*f) Oplossing vinden voor subregio's die over provinciale grenzen reiken.*

Hiervoor is tijdens deze periode geen daadwerkelijke oplossing gevonden. Wel is contact gelegd met (demissionair)gedeputeerde Gerritsen van de provincie Groningen, die nut en noodzaak van deze grensoverschrijding zeker erkent en zijn ambtenaren informeert en verzoekt contact te leggen.

*g) Budget voor -plan van uitvoering promotie 2011- voor dit product.*

Onder 4.6 staat de inzet van Fryslân Marketing genoemd. Zie ook bijlage 17 Aanpak Zorgtoerisme. Extra budget is hieraan niet besteed.

*h) Budget voor voorbereiding en eindpresentatie van het project aan betrokken partijen.*

Besloten is om de eindrapportage in een nieuwsbrief samen te vatten.

## 5 Successen en uitdagingen voor de toekomst

### 5.1 Successen

- \* Uit de praktijk is gebleken dat de helpdeskfunctie boven verwachting functioneert: in totaal zijn 79 aanvragen ontvangen. Bij aanvang van dit project is uitgegaan van 50 aanvragen.
- \* Daadwerkelijke aanpassingen hebben vaak een opwaardering in kwaliteit van toeristische voorziening tot gevolg. Een prettige bijkomstigheid voor een Speciaal Fryslân.
- \* Circa 75% van de toeristisch-recreatieve bedrijven waren bereid om deel te nemen aan de inventarisatie. De mate van bereidheid ligt hoger dan in Zuidwest-Fryslân.
- \* Het draagvlak onder ondernemers om in de praktijk meer aandacht te besteden aan het vergroten van toegankelijkheid is hoog te noemen, met name door jonge ondernemers.
- \* Betrokken zorgpartijen zijn zonder uitzondering enthousiast over deelname aan digitale VakantieZorg.
- \* Drie eerder uitgevoerde projecten vormen de basis voor Toerisme met Zorg Fries Waddengebied. Kennis en ervaring zijn hierdoor niet verloren gegaan.





- \* Er is, bij dit toeristisch product, een interessante interregionale samenwerking opgestart tussen Zuidwest-Fryslân en het Fries Waddengebied. Contacten gelegd met de provincie Groningen voor interprovinciale samenwerking in het Lauwersmeergebied.
- \* De aanpak van Zuidwest Fryslân is in het Fries Waddengebied herhaalbaar gebleken en kan derhalve ook in andere regio's ingezet worden.
- \* Onder ondernemers uit de klankbordgroepen bestaat instemming en zelfs behoefte aan één centrale database voor Fryslân, waarin bedrijven één keer hun gegevens onderbrengen en mutaties centraal worden verwerkt. Aan de 'achterkant' eenheid en aan de voorkant diversiteit !
- \* Op de homepage van de individuele bedrijven is directe informatie beschikbaar over toegankelijkheid van de eigen accommodaties, door koppeling met de gegevens uit de database.

## 5.2 Uitdagingen

### Samenwerking Friese wadden en kustgemeenten

- Een bestaande marktpartij is niet voor handen om beheer en onderhoud over te nemen. Leden uit de klankbordgroepen geven aan niet een nieuwe partij voor beheer en onderhoud te willen.
- Er is evenmin een vehikel/samenwerkingsvorm in de regio voor het totale Fries Waddengebied om beheer en onderhoud in onder te brengen na deze projectperiode. VVV Fryslân en/of Fryslân Marketing worden met name genoemd door ondernemers uit de klankbordgroep voor beheer en onderhoud.
- Een gezamenlijke activiteit opstarten in het Fries Waddengebied is een enorme uitdaging door de waterscheiding tussen eilanden en kustgemeenten en de verschillen in identiteit tussen de eilanden onderling. Wel wenselijk met name voor de Waddenkustgebieden.

### Interprovinciale samenwerking

- De provincie overschrijdende regio Lauwersmeergebied is in de uitvoering opgeknipt: een Fries deel dat is betrokken bij de inventarisaties en een niet betrokken Groninger deel. Voor toerist onbegrijpelijk. Interprovinciale samenwerking is hier de oplossing.

### Verbreiding

- Uitbreiding van het aantal geïnventariseerde verblijf- en vermaakaccommodaties en verbreding naar publieke sector, openbaar vervoer en terreinbeheerders om de toerist met een beperking te bedienen, die zich wil kunnen bewegen in de regio. Ameland is hierin een voorbeeld.
- Bij uitbreiding en verbreding in het Fries Waddengebied neemt Ameland en bijzondere positie in. Het project -Ameland voor iedereen- van de gemeente Ameland heeft al een aantal processen op het gebied van toegankelijkheid in gang gezet en daarmee een voorsprong op de andere subregio's. Om een heldere samenwerking te bevorderen is afgesproken dat -Ameland voor iedereen- leidend zal zijn bij verbreding en uitbreiding van het project Toerisme met zorg Fries Waddengebied op Ameland.
- Er zijn 57 routes geïnventariseerd op mate van toegankelijkheid. Uitbreiding van het aantal en doorontwikkeling naar mobiele toepassingen sluiten aan bij de wens van de doelgroep en bij de tijdgeest waarin veel informatie mobiel te benaderen is.

### Investeringssteun

- Tijdelijke investeringssteun bieden aan ondernemers met plannen voor praktische aanpassingen en hen hiermee over de kostendrempel heen te helpen. Zodoende nemen en de kwaliteit van de accommodaties en de mate van toegankelijkheid in de regio toe.

### Promotie

- -Plan van uitvoering promotie 2011- voor dit toeristisch product nader uitwerken en uitvoeren door Fryslân Marketing. En een blijvende banner op beleeffriesland.nl die verwijst naar 'Toegankelijkheidsinformatie Fryslân'.
- Regie vanuit de provincie is zeer gewesnt bij de aansturing van Fryslân Marketing op onderwerpen die de provincie van belang vindt. Het ontbreekt aan een inspirerende samenwerking tussen de -promotie van het pompeblêd- en het toeristische werkveld die het -pompeblêd inhoud geeft-.



### Coördinatie en uitrol Toerisme met Zorg over Fryslân

- Het onderwerp -Toerisme met Zorg is toerisme met economisch perspectief- is nog niet vanzelfsprekend en verdient nog de nodige aandacht binnen de toeristische en publieke sector.

Er is behoefte aan een gedreven coördinator die, gedurende twee jaar:

- \* draagvlak bij ondernemers voor het onderwerp verder uitbreid en verankerd;
- \* overzicht heeft en houdt over de uitbreiding en verbreding in de regio's Fries Waddengebied en Zuidwest Fryslân;
- \* de uitrol over diverse logische regio's binnen Fryslân of eerst langs de Topattracties coördineert;
- \* de borging van de data bij Fryslân Marketing en/of VVV Fryslân realiseert
- \* samenwerking met VVV's en Fryslân Marketing uitbouwt en
- \* toeziet op promotie van dit toeristische product.



provinsje fryslân  
provincie fryslân

