

# Evaluatie Toeristische Marketing 2022



*Op koers, in alle wereldhectiek stond Medemblik haar mannetje.*

## Inleiding

Voor u ligt de evaluatie van het 'Uitvoeringsprogramma Toeristische Marketing 2022' van de gemeente Medemblik. In deze evaluatie blikken wij (gemeente Medemblik in samenwerking met het Toeristisch Platform en de Toeristisch Coördinator) samen terug op het verloop van het toeristisch jaar 2022 en de uitvoering van de activiteiten.

In de eerder opgestelde Uitvoeringsprogramma's van afgelopen jaren zijn onze doelstellingen, doelgroepen en de organisatie van de uitvoering reeds beschreven en vastgelegd. Hiervan is de korte samenvatting als volgt:

## Doelstellingen

De activiteiten uit de uitvoeringsprogramma's dragen bij aan het versterken van de Toeristische Marketing van de gemeente Medemblik en de samenwerking tussen ondernemers. De activiteiten dragen bij aan de realisatie van de volgende (meerjaren)doelstellingen:

- Het **vergroten** van de **naamsbekendheid** van **Medemblik (stad en landelijk gebied)**, zodat nieuwe bezoekers de weg naar de gemeente Medemblik weten te vinden;
- **Bezoekers** die al in de gemeente zijn: **gastvrij ontvangen en de weg wijzen**, zodat ze meer geld besteden en graag nog eens terug willen komen;
- Het **lokaal sterk** maken van het **aanbod**, zodat we **regionaal en bovenregionaal aantrekkelijk** zijn en ons aanbod makkelijk kan worden meegenomen.

## Doelgroepen

De marketingactiviteiten richtten zich in 2022 met name op bezoekers afkomstig uit de regio West-Friesland (inclusief de eigen inwoners), de provincie Noord-Holland, Nederland, België en Duitsland als de reismogelijkheden dit toelieten. Hierbij richtte de marketing en promotie zich op de onderstaande doelgroepen:

- De gezinnen met kinderen (algemeen aanbod);
- De 55 plussers (wandelen en fietsen);
- De water- (sport)liefhebbers (wedstrijd plus recreatief);
- Internationale bezoekers afkomstig uit Duitsland en/of toeristen die aan de Noordzeekust verblijven.

## Organisatie van de uitvoering

In 2022 werd het uitvoeringsprogramma wederom vanuit de gemeente gefinancierd en gefaciliteerd. Het uitvoeringsprogramma 2022 en deze evaluatie zijn opgesteld door de coördinator Toeristische Marketing in samenwerking met het Toeristisch Platform Medemblik (TPM). Uitgangspunt voor de uitvoering is de 'Strategische Toeristische Marketing Gemeente Medemblik 2021-2025'.

De coördinator Toeristische Marketing is verantwoordelijk voor de uitvoering van de lokale marketing en de promotie van Medemblik bij de toeristische en recreatieve bezoekers. Waar het gaat om toeristische marketing, is de coördinator het eerste aanspreekpunt voor lokale ondernemers, marketing- en toeristische organisaties in West-Friesland, destiniemarketing Holland boven Amsterdam (HbA) en de gemeentelijke organisatie.

## Het verloop van het toeristische jaar 2022

### Covid-19

Bij de start van 2022 was met name in het eerste kwartaal nog sprake van een sluiting van de horeca, musea en winkels. Dit had uiteraard invloed op het maken van plannen voor 2022. In november 2021 startte een officiële lockdown, niet wetende wanneer deze zou eindigen. Vanaf maart 2022 vervielen de laatste versoepelingen en kwam toeristisch Medemblik in voltreinvaart weer op gang. De deuren mochten weer open. Eind maart werd dit gevierd met de officiële opening van het toeristisch seizoen en in mei vond na twee jaar afwezigheid het Truckerfestival dan eindelijk weer plaats.

### Wereldproblematiek

Helaas werd tijdens de lockdown in februari ook duidelijk dat er in de wereld meer factoren meespelen in de overwegingen van bezoekers om al dan niet op vakantie te gaan of een dagbezoek te brengen en bijvoorbeeld onze leuke musea te bezoeken. In februari startte de oorlog tussen Rusland en de Oekraïne. De oorlog ligt ten grondslag aan een energiecrisis, waardoor veel mensen steeds voorzichtiger worden met hun bestedingen. De musea en verblijfsvakantieparken geven aan dat zij dit merken in het aantal bezoekers dat zij afgelopen jaar mochten ontvangen.



## Resultaten uitvoeringsprogramma

Jaarlijks wordt een plan van activiteiten opgesteld, het uitvoeringsprogramma. De rode draad van dit activiteitenplan is de uitvoering van de campagne Medemblik, Rijk aan Verhalen. Doel van deze campagne is dat door een professionele, unieke en eenduidige uitstraling de bezoeker Medemblik herkent als aantrekkelijk gebied met passend aanbod. De campagne creëert bovendien draagvlak en ambassadeurschap onder de ondernemers en stakeholders.

### Ingezette koers als gevolg van covid-19

Bij het vaststellen van het Uitvoeringsprogramma 2022 zat Nederland, als gevolg van de covid-19 pandemie, in een strenge lockdown. De toeristische activiteiten, ruimte in vrijetijdsbesteding en daarmee de marketing waren in februari 2022 nog onzeker, maar wel met een positieve vooruitblik naar het komende jaar. Dit beïnvloedde uiteraard enigszins de mate waarin nieuwe ideeën uitgewerkt konden worden. Dit is de reden om ook in 2022 koers te behouden;

- Het “on top of mind” blijven, zodat de bezoeker in betere tijden weer denkt aan een bezoek aan Medemblik;
- Het (nog) beter en krachtiger inzetten van bestaande communicatiemiddelen- en dragers. Voortzetten waar we mee bezig zijn zodat de kracht van de herhaling gaat werken. Zichtbaarheid verhogen en nog meer verbinden;
- Meer focus op bewoners van de gemeente en de regio, men blijft wat dichterbij huis. Wel is duidelijk dat de Nederlander voor vakantie en vrije tijd meer gebruik maakt van faciliteiten in de buurt en in Nederland zelf.

Onderstaand beschrijven we de resultaten van de uitgevoerde activiteiten in 2022 per doelstelling. Voor een meer gedetailleerd overzicht van de doelstellingen verwijzen wij u naar het ‘Uitvoeringsprogramma Toeristische Marketing 2022.’

### Doelstelling 1: Vergroten naamsbekendheid van Medemblik

#### Korte toelichting op de doelstelling:

We richten ons primair op potentiële bezoekers die zich oriënteren op een bezoek aan de gemeente Medemblik. We vergroten onze naamsbekendheid door online en offline promotie uitingen, waarbij het zwaartepunt ligt op de online promotie via Facebook, Instagram en de website: [www.visitmedemblik.nl](http://www.visitmedemblik.nl). Bij de offline promotie hebben wij het over fysiek drukwerk, advertenties in tijdschriften en deelname aan (inter)nationale beurzen.

Het beoogde resultaat in 2022 werd vastgesteld op 50.000 unieke bezoekers op de website.

Dit aantal bezoekers is een direct resultaat van de inspanningen die geleverd worden met de uitvoering van dit uitvoeringsprogramma en haar bijbehorende activiteiten. Aan de hand van verschillende metingen op de website en andere marketingmiddelen, zoals Facebook en Instagram, laten we zien wat de inspanningen op het gebied van marketing en promotie teweegbrengen.

In 2022 zijn de websitebezoeken ten opzichte van 2021 gemeten. In totaal waren 70.858 bezoekers nieuwsgierig naar Medemblik. Dit aantal groeide ten opzichte van 2021 met 63% (!). Het gestelde doel van een groei van 11% is hierbij ruimschoots voorbij gestreefd.

Het resultaat in 2022 werd vastgesteld op 70.858 unieke bezoekers op de website, een stijging van maar liefst 63%!

Naast het aantal 'unieke websitebezoeken' zijn voor 2022 meer interessante metingen verricht. Waaronder hoe lang men op een pagina kijkt, welke pagina's het meest worden bezocht, vanaf welke plaatsen gekeken wordt naar de website en waar de bezoeker de link naar Medemblik heeft gelegd. Steeds met het achterliggende doel meer naamsbekendheid voor Medemblik te creëren en in te kunnen spelen op de online 'reis' die de bezoeker aflegt, voordat hij of zij besluit een daadwerkelijk bezoek te brengen. In de bijlagen treft u de rapportage van de onlineactiviteiten van Medemblik, Rijk aan Verhalen in de afgelopen periode.

*Uitgevoerde activiteiten om bovengenoemd resultaat te behalen:*

#### *Online activiteiten*

##### Verhalen van Medemblik

Net als in voorgaande jaren werden ter ondersteuning van de campagne: Medemblik, Rijk aan Verhalen, drie nieuwe verhalen gemaakt in samenwerking met de organisatie Westfries. De verhalen sluiten aan bij de kernwaarden van Medemblik en inspireren de bezoeker op verkenning te gaan. In 2022 zijn de volgende verhalen gemaakt:

- **Medemblik Rijk aan Historie** met het themajaar 1572: 'De Geboorte van Nederland' als uitgangspunt. Een speciale rol voor het kasteel dat erg belangrijk voor deze periode was;
- **Medemblik Rijk aan Rust en Ruimte** over onze kernen met een kijkje bij drie lokale theetuinen;
- **Medemblik Rijk aan Plezier** over onze horeca- en uitgaansmogelijkheden in het historische karakter met tips voor jong en oud.

De verhalen worden versterkt met passend beeld en gepubliceerd in het toeristisch magazine. Ze zijn op de website [visitmedemblik.nl](https://visitmedemblik.nl) en sociale media geplaatst en hebben een eigen plek op het online magazine: <https://visitmedemblik.publicize.nl/>.

##### Website

Om online aandacht te genereren voor Medemblik is het belangrijk dat ons platform; [www.visitmedemblik.nl](http://www.visitmedemblik.nl) goed onderhouden blijft. De pagina's kregen wekelijks updates van evenementen, nieuwe ondernemers zijn door de toeristisch coördinator benaderd voor een vermelding op de website en niet meer bestaande ondernemers worden verwijderd. Tweejaarlijks en voor- en tijdens de schoolvakanties wordt de website ingericht naar de actuele informatie van dat moment. Denk aan informatie over activiteiten rond de Herfstvakantie en de wijzigingen in beeld rond de zomer- en winterperiode.

In 2022 lag de focus op de inhoud van de website. Aanpassingen in bestaande content werden uitgevoerd en nieuwe, frisse content geplaatst. De wijze waarop de toerist contact kan opnemen is nog een kans die dit jaar niet benut is. Dit wordt meegenomen naar het Uitvoeringsprogramma voor 2023. Digitale toegankelijkheid speelde een rol in 2022. Alle overheden zijn verplicht ervoor te zorgen dat mensen, met bijvoorbeeld een visuele beperking, de website toch kunnen bezoeken. De basis hiervoor is gelegd. In 2023 wordt opnieuw gekeken naar de wettelijke eisen die gesteld worden.

Onze website wordt het meest gevonden door mensen uit Noord-Holland, daarna volgt Zuid-Holland. In Noord-Holland is de locatie van onze bezoekers voor een groot deel afkomstig uit Amsterdam. Een tevens grote groep komt uit Rotterdam. Leuk om te vermelden is dat de website ook veelvuldig bezocht wordt door mensen uit Keulen en het gebied Noord Rijn Westfalen. Meest bezochte pagina's zijn uiteraard de homepage, maar daarna volgen de pagina's evenementen (hier wordt ook veelvuldig op gestuurd) en de pagina 'Wat te doen'. De Duitse evenementenpagina wordt ook veelvuldig bezocht.

In vergelijking tot vorig jaar werd de website 61,35% meer gevonden dan in 2021! Een mooi resultaat.

### *SEO en SEA*

In 2022 zijn de SEO activiteiten op de website onder de loep gelegd. SEO betekent (Search Engine Optimisation), oftewel het invoeren van de juiste zoekwoorden in de website om beter gevonden te worden via zoekmachines als bijvoorbeeld Google. Uit de scan van de werkzaamheden kwam naar voren dat de website al zeer goed gevonden wordt op basis van de eerder ingerichte zoekwoorden. Tevens kwam een aantal concrete adviezen naar voren waar Medemblik, Rijk aan Verhalen in de toekomst mee verder kan bouwen.

De in 2019 gestarte SEA activiteiten. Dat wil zeggen het uitzetten van betaalde campagnes met zoekwoorden om de aandacht van potentiële bezoekers te trekken is in kleine schaal verder opgepakt. De Google Ads campagne zoals dit in vaktermen heet was gericht op 'dagjes weg' en toeristen binnen Nederland. In totaal is er 5.657 keer geklikt vanuit de geplaatste advertenties in Google.

### *Social media*

De sociale mediakanalen van Visit Medemblik (Facebook en Instagram) zijn zeer belangrijke doorgeefluiken om potentiële bezoekers naar de website te sturen en te informeren over Medemblik. Veelal worden de berichten op de sociale media van Visit Medemblik kosteloos geplaatst (organisch). Tevens zijn een aantal evenementen en winacties betaald uitgezet onder de aandacht van potentiële bezoekers gebracht (advertenties).

In 2022 werden circa 247 kosteloze berichten op beide platformen geplaatst (organisch). Deze berichten bereikten in totaal 126.128 mensen op Facebook en 21.894 mensen op Instagram.

De betaalde advertenties op Facebook en Instagram hebben als doel nieuwe bezoekers voor Medemblik te enthousiasmeren en wederom de naamsbekendheid van Medemblik te vergroten. Betaalde advertenties werden ook ingezet om winacties en evenementen te promoten.

In 2022 werden de volgende advertenties betaald uitgezet:



- Voorjaarscampagne waarin de bestaande vlogs van 2021 opnieuw werden uitgezet. Het bereik van deze campagne was 12.892 unieke gebruikers en leverde 76 e-mailadressen voor de nieuwsbrief op.
- Promotie en aansluiting en ondersteuning bij verschillende evenementen in 2022 kon weer worden opgepakt. De volgende evenementen ondervinden ondersteuning.

|                                |               |                                |
|--------------------------------|---------------|--------------------------------|
| Westfriesland Truckfestival    | bereik: 6.859 |                                |
| Winactie Het Waterballet       | bereik: 6.050 |                                |
| Winactie Oldtimerfestival      | bereik: 3.933 | verzamelde e-mailadressen: 31  |
| Winactie Westfrieze Waterweken | bereik: 5.220 | verzamelde e-mailadressen: 111 |
| Winactie Duco de Vries         | bereik: 3.576 | verzamelde e-mailadressen: 37  |
| Bokkentoer                     | bereik: 5.806 |                                |
| Dickensdag                     | bereik: 4.361 |                                |
| Dickensdag evenement           | bereik: 5.964 |                                |

- E-mailcampagne najaar bereik: 17.072 verzamelde e-mailadressen: 119

In 2022 zijn er 258 nieuwe personen bijgekomen die de Facebookpagina hebben geliked. Dat is een groei van bijna 48% ten opzichte van 2021. Het aantal volgers op Instagram is gelijk gebleven. Dit jaar hebben 5.348 personen de Facebookpagina en 2.693 personen de Instagrampagina gevolgd. Dit is een groei van 159% en 40,3% ten opzichte van 2021.

Omstreeks oktober is voor Visit Medemblik aan de sociale mediakanalen een Tiktok account toegevoegd. Dit account wordt in eerste instantie niet actief gevuld, maar is bestemd om filmpjes te kunnen maken en op deze manier makkelijk verder te verspreiden via Instagram en Facebook. Wel hebben recente onderzoeken aangetoond dat steeds meer mensen boven de 40 jaar Tiktok accounts gebruiken. De geplaatste filmpjes over Herfst, Winter en Verblijven in Medemblik werden direct goed bekeken.

#### Samenwerking STEM Medemblik

Het bereik van de berichten op Facebook en Instagram wordt meer en meer een belangrijke pijler om gericht op te sturen in de aankomende jaren. Volgers en likes worden minder belangrijk. Het creëren van ambassadeurs onder de huidige volgers des te meer. Nieuw in 2022 is de gezamenlijke promotie van de STEM evenementen van Medemblik. De website van de Stichting Evenementen Medemblik verwijst nu direct door naar meer uitgebreide informatie op [visitmedemblik.nl](http://visitmedemblik.nl), zodat deze niet langer op meerdere plekken tegelijkertijd te vinden is. Op Facebook worden bovendien met succes 'evenementen' aangemaakt, waarop zoekers kunnen aangeven of zij geïnteresseerd zijn of niet. Dit alles gebeurt kosteloos.

### Herkomst bezoekers

Bij het plaatsen van de berichten op Facebook en Instagram worden de meeste mensen in Nederland bereikt. Dit is ten opzichte van vorig jaar niet veranderd. Op de tweede plaats komen bezoekers uit Duitsland, België en Polen, deze zijn qua herkomst van onze websitebezoekers favoriet.

### Linkbuilding & online adverteren

In 2022 is tijdens het SEO-project onderzocht hoeveel ondernemers een link hadden geplaatst naar de website [www.visitmedemblik.nl](http://www.visitmedemblik.nl). Dit zijn er opvallend veel, 260 unieke domeinen verwijzen naar visitmedemblik.nl. Ook dit is een goede score. De wens om op deze sites in te zoomen en te kijken naar de mogelijkheden sterker naar voren te komen, blijft echter bestaan. Doormiddel van het SEO-project van 2023 wordt dit door middel van handige online tools makkelijker gemaakt.

Naast het Tiktok account dat geopend is (zie sociale media) zijn er accounts gestart op Tripadvisor en Google My Business. Met name de laatste zorgt in de zoekmachines voor een betere vindbaarheid van onze website. Het Tripadvisor account heeft bij het schrijven van deze evaluatie nog te maken met wat opstartproblemen in verband met het ontbreken van een fysiek adres. Hiervoor wordt een oplossing gezocht.



## Dagjeweg.nl

Een prettige samenwerking is afgelopen jaar verder uitgebreid met het platform Dagjeweg.nl. Op dit platform adverteerden wij in 2022 met een aantal campagnes en het platform zelf heeft ons meerdere keren gratis meegenomen en ons vermeld in de nieuwsbrief die aan 45.000 lezers in Nederland verzonden wordt. Een opsomming van de activiteiten op Dagjeweg.nl:

- **Banner Campagne van 25 juli t/m 21 augustus;**  
Ontdek de 8 Geheimen van Medemblik. De 8 geheimen werden voor deze campagne opgefrist en voorzien van nieuwe inhoud en beeld.  
Zichtbaar op de website op de pagina's Noord-Holland en de algemene kalender van Dagjeweg.nl  
Bereik: 32.026 unieke bezoekers.
- **Vermelding in Leukste Uitjes artikel 5 t/m 11 september;**  
Bereik: 2262 unieke bezoekers
- **Banner Campagne van 5 september t/m 2 oktober;**  
Algemeen beeld over Medemblik. Zichtbaar op de website op de pagina's Wat te doen, Gezin en Noord-Holland.  
Bereik van deze campagne was: 26.593 unieke bezoekers.
- **Vermelding in Tip weekendartikel 24 t/m 30 oktober;**  
Bereik van deze tip is: 2.697 unieke bezoekers.
- **Banner Campagne Gouden Nacht van 24 oktober t/m 6 november;**  
Zichtbaar op de website op de pagina's Wat te doen, Gezin en Noord-Holland.  
Bereik: 14.275 unieke bezoekers.
- **NB: Dagjeweg.nl gaf Medemblik kosteloos in twee van haar nieuwsbrieven een mooie prominente plaats.**  
Dickensdag en de Sinterklaaslichtjesintocht werden aan 45.000 mensen getoond.



## Free publicity online

Sinds 2019 onderhoudt Medemblik een database met Medemblik fans. Deze database is afgelopen jaar verrijkt met nieuwe fans. Het aantal lezers van onze nieuwsbrief komt hiermee uit op 1.794 lezers. De nieuwe lezers zijn via de onlinecampagnes binnengekomen en tijdens het Oldtimerfestival werd een winactie georganiseerd waarbij e-mailadressen verzameld werden.

E-mailmarketing wordt de komende jaren belangrijker, maar krijgt tegelijkertijd te maken met veel nieuwe privacy wet- en regelgeving en heeft hierdoor een zekere expertise en aandacht nodig voor de komende periode. Het is afgelopen jaar niet gelukt om onze fans op de gewenste, meer actieve manier te benaderen. Dit is voor 2023 een aandachtspunt en wordt opgepakt met het online marketingbureau.

### Influencers

Een influencer/ blogger is iemand met een grote aanwezigheid op social media, met een publiek dat veel interesse (likes) heeft in zijn of haar ervaringen. Travelbloggers bezoeken een speciaal gebied, schrijven hun ervaringen op (blogs) en verspreiden deze op hun eigen kanalen en de social mediakanalen van Visit Medemblik.

Afgelopen jaar hebben wij ervoor gekozen geen betaalde bloggers/ influencers in te huren. Wél is er een goed zicht op partijen die ons uit eigen beweging benaderen en via de social mediakanalen is er uiteraard de nodige interactie. Dat wil zeggen dat deze influencers bedankt worden voor hun leuke bijdrage over Medemblik en dat wij ze vragen of wij het artikel mogen overnemen op de website en/ of sociale mediakanalen.

Samenwerkingen die in 2022 (ondermeer) kosteloos tot stand kwamen:

- Groovypat (insta: 79,3K volgers) en Vlinderlin (insta: 52K volgers); diverse fotografie posts over Medemblik.
- The Amsterdamian (facebook: 3.256 volgers); uit- en wandeltips op haar pagina's en een prachtige blog.
- Buiten.leven (insta: 7.258 volgers)
- Een wandelblog op: Willemswonderlijkewandelingen.com (bereik 1500 lezers)



### OFFLINE

Naast de steeds belangrijkere rol van het bedrijven van online marketing is het voor onze doelgroep 55+ nog steeds belangrijk ook offline aanwezig te zijn. Wij hebben hier op volgende manieren op ingespeeld:

#### *Pers en publicaties*

Offline adverteren doen wij daarom in de regionale huis- aan huisbladen en toeristische uitgaves (zoals de recreatiekrant). Het doel is de lezer te attenderen op een dagbezoek aan Medemblik (fietsen, evenement, gezellig stadje met diverse musea). In 2022 adverteerden wij offline in de volgende uitgaves:

- Westfries Weekblad, tweemaal voorpagina advertentie Gouden Nacht
-

- Recreatiekrant Noord-Holland, achterzijde.
- Magazine De Meerpeen, zomereditie (uitgave onder de inwoners van de gemeente Hollands Kroon).
- Margriet Wintergids.
- Harddraverijgroet namens Visit Medemblik, koerslijst 2022.
- Kerstwens namens Visit Medemblik, Youmedemblik.

### Free publicity offline

#### Kranten en tijdschriften

Een andere vorm van free publicity is uiteraard het verschijnen van Medemblik in de regionale dag- en weekbladen. Afgelopen jaar verscheen Medemblik met name in de zomerperiode meerdere keren positief in het Noord-Hollands Dagblad. De organisatoren van de evenementen werken er hard aan om Medemblik zo goed mogelijk te promoten. De krant weet ons goed te vinden en benoemde onze gemeente meerdere keren zeer positief met betrekking tot de toeristische ondernemers en de vele activiteiten die georganiseerd worden.

#### Beurzen

Vanwege Covid-19 werd afgelopen jaren niet meer deelgenomen aan beurzen. Ook in het eerste deel van 2022 kwamen nog niet alle beurzen op gang. In de zomer werd door de gezamenlijke Westfrieze gemeenten de handschoen opgepakt en werd een beursdeelname op de 50+ beurs georganiseerd. De gezamenlijke toeristische coördinatoren van de gemeenten Hoorn, Enkhuizen en Medemblik én een aantal Westfrieze toeristische ondernemers zorgden er gezamenlijk voor dat binnen enkele weken een beursstand werd gebouwd, vrijwilligers werden geregeld en al het benodigde foldermateriaal aanwezig was.

Westfriesland was tijdens de 50+ beurs de enige regio die zich op ludieke wijze presenteerde. De beursdeelname leverde een bereik op van 60.000 bezoekers die onze regio met enthousiasme omarmden. Tevens werd duidelijk dat deze samenwerking naar meer smaakt voor de toekomst.

**REPORTAGE** Het bruist, op en rond het water

# Medemblik, daar wil je naar terug

Marianne de Krou (67) uit Oegstgeest heeft een overnachting geboekt in Medemblik, speciaal voor de vele activiteiten die er dit weekend zijn. Ze had al eens een uurtje in Medemblik vertoeft toen ze de historische driehoek maakte. Toen wist ze al: naar dit plaatsje moet ik nog een keer terug.

Gerda Holla

**Medemblik** ■ Bij de Kwikkelsbrug in Medemblik laten de mannen van shantymagazine Compagniezangers zaterdag hun vrolijke liederen horen. De hoek om, bij de Oosterhaven, is onder een strakblauwe hemel nog veel meer gezelligheid. Onder meer de KNRM, duikcentrum Mola Mola, stichting Vaarwens, het IVN en het Oorlogsmuseum zijn aanwezig. Ook bij kasteel Radboud en bij het stoommachinemuseum is van alles te doen. Traditiegetrouw worden er tijdens de Waterweek op deze 'nautische dag' allerlei demonstraties gegeven op het gebied van watersport en alles wat betrekking heeft op zee.

#### Optimist

Bij de visafslag coördineert Cadimir van der Post namens Optimist on tour de watersport. „We doen dit al een aantal jaren. We willen vooral kinderen kennis laten maken met de watersport.“

De kinderen kunnen in een afgebakend gebied kennismaken met zeilen, suppen of kajakkken. Van tevoren en onderwijl krijgen ze aanwijzingen van instructeurs. „Niet

aan de giek zitten, handen en voeten binnenboord en als je hulp nodig hebt: roepen!“ Na afloop krijgt ieder een certificaat, werkboek en een brief. In deze brief staat bij welke watersportclub ze zich kunnen aanmelden. „Want deze clubs zitten nu eenmaal niet zoals de voetbalverenigingen midden in de dorpen“, zegt Cadimir.

Céline Kuiper (6) uit Barsingerhorn is hier samen met haar tante uit Medemblik en heeft net gezeld.

„Ik dacht even, ze wil niet, maar ze sprong er zó in“

Haar tante vindt de watersport belangrijk voor de jeugd. „Ik dacht even, ze wil niet, maar ze sprong er zó in. M'n eigen kinderen hebben ook allemaal op zeilen gezeten. Je krijgt een heel ander kind terug na bijvoorbeeld een zeilweek. Veel stoerder. Ze zijn zo vrij op het water.“

#### Top

Marianne de Krou heeft ondertussen geen spijt van haar komst. „Ik vind het helemaal top hier! Ik ben op het Koggeschip geweest en neem nu een kijkje op marinesleepboot 'Gouwe'. Straks ga ik met het landingsvaartuig naar het stoommachinemuseum en ik ga ook nog met de reddingsboot.“

Volgens William Wath uit Amsterdam is het met de temperatuur prima te doen. Ook hij is vol lof over alle activiteiten. „Het zijn er meer dan normaal. Medemblik is echt een leuke plaats, het bruist hier.“

En de 'eigen' Medemblikkers? Max Oud woont om de hoek en is met zijn gezin even aan het kijken wat er zoal te doen is. „We zien wel even wat de kinderen willen. En anders straks gewoon lekker bier drinken.“





Een leuke bijkomstigheid was het interview voor het programma Life is Beautiful, RTL 4, waarin Westfriesland op de landelijke televisie gepromoot werd door de toeristisch coördinator van Medemblik. Tevens vond eenzelfde interview plaats met de beursorganisatie zelf, welke in 2023 uitgezonden wordt ter promotie van de beurs zelf.

*Doelstelling 2: Bezoekers die al in de gemeente zijn gastvrij ontvangen en de weg wijzen, zodat ze meer geld besteden en graag nog eens terug willen komen.*

*Korte toelichting op de doelstelling:*

Sinds 2017 wordt hard aan de weg getimmerd om Medemblik zo goed mogelijk op de kaart te zetten bij potentiële bezoekers. Maar ook in de stad is er afgelopen jaren geïnvesteerd in de uiting van de campagne Medemblik, Rijk aan Verhalen om zoveel mogelijk bezoekers te wijzen op het toeristisch platform [visitmedemblik.nl](https://www.visitmedemblik.nl) waar alle informatie over Medemblik te vinden is.

Het beoogde resultaat in 2022 was om de huidige merkproducten van Medemblik Rijk aan Verhalen te behouden, een update te geven of te onderhouden. Om dit resultaat te behalen hebben wij het volgende ondernomen.

*Magazine, beeldbank, producten en drukwerk*

De volgende onderdelen zorgen ervoor dat ook voor de bestaande bezoeker en inwoners van Medemblik bekend raken met de campagne Medemblik, Rijk aan Verhalen. Belangrijke kanttekening hierbij is dat dit niet de enige aanwezige middelen zijn in Medemblik. Denk ook aan de sticker op de Kwikkelsebrug, het waterpunt met de campagne-uiting, de reclamezuilen bij binnenkomst van Medemblik Stad, stickers op de etalages van de winkels, de experiencegids van de Museumstoomtram. Allerlei middelen om het merk 'Medemblik' te blijven laden.

Behaalde resultaten in 2022:

- In maart-april verscheen het toeristisch magazine in een oplage van 38.000 stuks. Dit bleek tot het einde van het seizoen precies voldoende.
- In 2022 zijn nieuwe mastvlaggen gemaakt met een opgefrist ontwerp (blauw-wit-groen).
- Stadsplattegronden en wandelroutes zijn uitgereikt en eind 2022 bijbesteld voor het toeristisch seizoen 2023.
- Ook de vis- en vaarkaart is opgefrist en is in 2023 weer aanwezig.
- Er zijn nieuwe foto's beschikbaar en besteld voor de beeldbank.
- Het reistijdenschema van de Citytours is herzien en vervangen.

Voor het aankomende jaar is het belangrijk opnieuw te kijken welke bestaande onderdelen onderhoud nodig hebben. Eventuele uitbreiding van de middelen naar andere gebieden in de gemeente Medemblik is bovendien zeer wenselijk om ook in de kernen de aandacht van onze bezoekers op de website te kunnen blijven vestigen.

Doelstelling 3: het **lokaal sterk** maken van het **aanbod**, zodat we **regionaal en bovenregionaal aantrekkelijk** zijn en ons aanbod makkelijk kan worden meegenomen.

#### Korte toelichting op de doelstelling:

Mede dankzij Covid-19 is de aandacht van onze inspanningen meer naar binnen gericht geraakt. Door dit te doen werd ook duidelijk dat er onder de lokale bevolking van Medemblik veel potentie ligt voor ambassadeurschap. Ook regionaal zijn bewoners van onze regio geïnteresseerd in Medemblik.

Het beoogde resultaat in 2022 was om de campagne Medemblik Rijk aan Verhalen ook lokaal en regionaal onder de aandacht te brengen.

Om dit resultaat te bereiken hebben wij in 2022 verschillende offline pers- en publicaties ingesteld. Deze treft u onder het hierboven genoemde kopje 'Offline'. Daarnaast wordt voor Visit Medemblik op de sociale mediakanalen het bereik van lokale bewoners sterk opgevoerd. De interactie met deze mensen wijst erop dat dit ook erg wordt gewaardeerd. Voor 2023 wordt bekeken hoe we dit ambassadeurschap verder kunnen inschakelen om Medemblik meer en meer op de kaart te zetten.

#### Toeristisch Coördinator

Om lokaal betrokken te zijn is het belangrijk het huidige aanbod goed in beeld te hebben. Hiervoor is de toeristisch coördinator uiteraard actief en sluit zoveel mogelijk initiatieven, activiteiten en evenementen aan op het visitmedemblik platform. Tevens heeft zij contact als aanspreekpunt van collega marketing- en toeristische organisaties in Westfriesland, Holland Boven Amsterdam en de gemeentelijke organisatie.

De toeristisch coördinator heeft afgelopen jaar onder meer met de volgende partijen samengewerkt en de volgende acties ondernomen om het lokale aanbod in kaart te brengen en te verstevigen:

#### *Holland boven Amsterdam*

Ieder jaar sluit Medemblik aan op de campagnes van destinatiemanagementorganisatie Holland Boven Amsterdam. Ook afgelopen jaar heeft Medemblik de samenwerking met deze overkoepelende marketingorganisatie opgezocht. Enkele voorbeelden van de uitgaves waar Medemblik in 2022 in verschenen is, zijn:

- De Regiokaart, verspreid op meer dan 500 locaties met een oplage van 100.000 stuks.
- De Fiets & Wandelbrochure is vernieuwd en verspreid in een oplage van 30.000 stuks. Medemblik is in deze uitgave vertegenwoordigd met twee routes.
- De Margriet met een oplage van ca. 120.000 exemplaren.
- Medemblik werd meerdere malen genoemd als bestemming op de sociale mediakanalen en bereikte hiermee meer dan 10.000 unieke bezoekers.
- Medemblik kreeg meerdere malen een plekje in de digitale nieuwsbrief (17.469 abonnees) en op de sociale mediakanalen (Facebook 10.351 volgers en Instagram 6537 volgers).

- Via de aan elkaar gekoppelde websites van Medemblik, Holland Boven Amsterdam en o.a. Beleefwestfriesland.nl worden regiobezoekers ook richting onze gemeente aangetrokken.
- In Duitsland voor- en najaar campagne in de Bunte.de en Focus.de  
In België met Plus Magazine en de Belgische Libelle in het voorjaar.

Voorbeelden van de advertentie op Facebook en de advertentie van de Margriet zijn te vinden op de volgende pagina.



**‘Wow, wat ging die schommel hoog!’**  
Roy, Stephanie, Finn Mees en Faye Sophie genoten bij het Palendorp in Petten, waar 160 palen symbool staan voor het dorp dat hier in 1792 geheel in zee verdween. Tip: ook bij Egmond aan Zee, het dingsheid van Schoorl en het prachtige witte zand van Callantsoog tot Den Helder kun je heerlijk wandelen.

**wandelen, fietsen en leuke dingen doen samen genieten**  
Een romantisch weekendje weg of een actief dagje eropuit? Cultureel of culinair genieten met vrienden of familie? Laat je verrassen door de veelzijdigheid van HOLLAND BOVEN AMSTERDAM.

**Kop van Noord-Holland Kilometers maken**  
Wandelschoenen aan en gaan! In de Kop van Noord-Holland vind je maar liefst 30 kilometer kust met strand en duinen waar je naar hartenlust kunt fietsen en wandelen. Kies voor een van de prachtige routes langs de Noordzee, de Waddenzee of het IJsselmeer. Hier staat bijna altijd wind: lekker om je hoofd leeg te maken, leuk om te vliegeren met de kids en ideaal voor kitesurfen. Beleef ook de historische stadjes en pittoreske dorpen en geniet bij een van de vele culinaire hotspots. Of ontdek de unieke natuurgebieden en de uitgestrekte polders met de vele molens en stolpboerderijen.

**Regio Alkmaar Cultuur en natuur**  
Zeg je Alkmaar, dan zeg je: kaas. Maar deze sfeervolle stad heeft echt wel wat meer in huis. Zoals heerlijk shoppen – de Kaasstad staat namelijk al jaren in de top tien van winkelsteden. Of maak kennis met kunstenaar dorp Bergen en de Bergense School of het oer-Hollandse Egmond aan Zee met vele kilometers heerlijk strand.

**De Meerparel Uigsele**  
Verblijf in een prachtige villa met alle comfort en een aan het vakantiegevoel op en aan het water. [demerparel.com](http://demerparel.com)

**Zee Aquarium Bergen aan Zee**  
100 vissoorten, zeehonden, haaien, piranha's en een een rog. Bewonder en veronder. [zeeaquarium.nl](http://zeeaquarium.nl)

**West-Friesland Duik in het verleden**  
Wat lag er in die prachtige pakhuizen in Hoorn en Enkhuizen van onder andere de VOC? En wie liet dat legendarische Kasteel Radboud in Medemblik bouwen? De rijke historie van West-Friesland komt hier tot leven. Ontdek de spannende verhalen en reis zo terug in de tijd.

**Land van Fluscel, Sint Maartenszee**  
Beleef samen wilde avonturen en verleg je grenzen met onder andere klimmen en kletteren. [landvanfluscel.nl](http://landvanfluscel.nl)

**Land van Fluscel**  
Beleef samen wilde avonturen en verleg je grenzen met onder andere klimmen en kletteren. [landvanfluscel.nl](http://landvanfluscel.nl)

**WIN**  
een weekendje weg en kom slapen aan de Noordzee, het IJsselmeer of het Markermeer. SCAN & DOE MEE!

**Europarcs Markermeer**  
Elke ochtend heerlijk wakker worden met uitzicht over het Markermeer. [europarcs.nl](http://europarcs.nl)

**Museum Stoomtram, Hoorn**  
Met het hele gezin van Hoorn naar Medemblik met de stoomtram of bezoek het museum. [stoomtram.nl](http://stoomtram.nl)

**bezoek Holland boven amsterdam**  
[hollandbovenamsterdam.com](http://hollandbovenamsterdam.com)

Holland Boven Amsterdam is een initiatief van 15 samenwerkende gemeentes: Alkmaar, Bergen, Castricum, Den Helder, Dijk en Waard, Drechterland, Enkhuizen, Heiloo, Holland Kroon, Hoorn, Medemblik, Opmeer, Schagen, Stede Broec en Uigsele.

**Holland boven Amsterdam**  
Gepubliceerd door Wonderfull Be • 8 december 2022

Wil jij met de kerst genieten van lekkers uit de buurt? Wat dacht je van Wagyu-stoofvlees uit Benningbroek, een puretje van Opperdoezer Ronde uit Opperdoes en een glas rode wijn uit Wognum? In de regio Westfriesland kan het allemaal.

Start je tour op zaterdag bij het Koelienhuis ([www.koelienhuis.nl](http://www.koelienhuis.nl)), rij door voor de piepers naar Hero Stam in Opperdoes ([www.opperdoezerronde.com](http://www.opperdoezerronde.com)) en sluit af bij Wijngaard Saalhof ([www.saalhof.nl](http://www.saalhof.nl)). Kaasliehebbers rijden nog even door naar De Weere. Leuk om daar nog even jouw lokale kaasplankje samen te stellen ([www.deboerenkaas.nl](http://www.deboerenkaas.nl)). Lekkerder gaat het deze feestdagen echt niet worden. Brijant toch!

Kijk voor meer ook op [www.visitmedemblik.nl](http://www.visitmedemblik.nl) of Visit Medemblik

foto: opperdoezer ronde

#hollandbovenamsterdam #noordholland #holland #deutschland #iloveholland #vakantie #dagjeuit #holiday #focusonline #december #inspiredbybunte #weekendjeweg #dagjeuit #iente #lokaal #wagyu #culinair #kaas #aardappel #kerst #duurzaam #westfriesland

**lokaal smullen**

**bezoek Holland boven amsterdam**

1.521 Bereikte mensen 43 Betrokkenheidsacties Distributiescore Bericht promoten

Kennis- en netwerkbijeenkomsten -

## data en kennisoverdracht

In 2022 zijn in totaal 3 netwerkbijeenkomsten georganiseerd voor de toeristische en recreatieve ondernemers en overheden. In 2022 traptten wij het seizoen af met een bijeenkomst in het Oorlogsmuseum, deze dag stond in het teken van elkaar (her)ontmoeten en het jaarplan werd gepresenteerd. Een tweede bijeenkomst vond plaats in juni, waarin de visie van de ondernemers opgevraagd werd met betrekking tot de nieuw in te richten stichting anno 2023. En tenslotte vond in december een netwerkcontbijt plaats op Europarcs IJsselmeer waar het park zelf iets meer vertelde over haar toekomstplannen en teruggeblikt werd op 2022 aan de hand van een quiz.

Via nieuwsbrieven (4 keer per jaar) en een besloten facebookpagina hielden we uiteraard ook 2022 contact met de ondernemers en stakeholders en informeerden hen over de ontwikkelingen vanuit het toeristisch platform.

#### Toeristisch platform Medemblik (TPM)

Eind 2016 werd het toeristisch platform opgericht. Het TPM bestaat uit vertegenwoordigers uit de verschillende toeristische branches zoals overnachten, musea, nautisch toeristisch en horeca. Het platform komt gemiddeld 6x per jaar bij elkaar. Het TPM hield contact via online vergaderingen en zijn fysiek bij elkaar gekomen als de covid-19 maatregelen daarvoor de ruimte gaven. Het TPM bespreekt de plannen, de invulling van de activiteiten en wat er speelt in de markt. De leden van het TPM zijn medeverantwoordelijk voor de inhoud van het uitvoeringsprogramma en de besteding van de middelen. Ook nodigen we hier gastsprekers uit van initiatieven in de regio die een relatie hebben met toerisme en recreatie. Het platform heeft (nog) geen juridische entiteit.

Eind 2020 vroeg de gemeente het TPM om met een plan voor de voortzetting van de toeristische samenwerking tot en met 2025 te komen. In 2021 ging het TPM van start met een onderzoek naar de mogelijkheden voor de toekomst. Dit gebeurt in samenwerking en afstemming met de gemeente.

#### Bijdrage aan goede initiatieven

Op initiatief van twee lokale ondernemers, kwam in de binnenstad van Medemblik in 2021 een nieuw toeristisch informatiepunt op de Nieuwstraat. In 2022 is een nauwe samenwerking opgezocht met deze ondernemer(s) en is aansluitend op het beeldmerk van Medemblik Rijk aan Verhalen het informatiepunt voorzien van een eenduidige uitstraling. Ook de reeds bestaande informatiepunten; Stadshavens en Lodge 61 sluiten aan op het algemene beeldmerk. In 2023 ligt het in de bedoeling ook de Jachthaven in Andijk bij dit project aan te sluiten en data over de herkomst van onze bezoekers te verzamelen. Momenteel liggen de initiatieven vanuit de gezamenlijke Toeristisch Informatie Punten nog bij de ondernemers zelf.

Voor de Citytours bleek het nodig te zijn de reistijden aan te passen. Om hierbij te ondersteunen is er gezorgd voor nieuwe bordjes.

#### Samenwerken en verbinden

Een andere samenwerking tussen de toeristisch coördinator ligt op het gebied van de Rivierencruise waar contact wordt onderhouden met de Stadshavens Medemblik. Op deze manier is de toeristisch coördinator in ieder geval goed geïnformeerd over de ontwikkelingen op dit gebied. Tevens heeft de toeristisch coördinator samenwerking opgezocht met de centrumcoördinator, de Stichting Evenementen Medemblik, de MEVO en de OFM. Ook op



regionaal Westfries verband denkt de coördinator in samenwerking met de gemeente mee wat handige vervolgstappen voor de toekomst zijn.

Een zeer geslaagde dag vond nog plaats dankzij het Ontwikkelingsbedrijf NHN waarbij de toeristische ondernemers uit Medemblik goed vertegenwoordigd waren en hun kennis deelden tijdens de RegioSafari Westfriesland.

Foto: Ontwikkelingsbedrijf NHN