

Vastgesteld gemeenteraad 22 december 2022



Ontdek en beleef Midden-Groningen

Voorwoord

2

Beleef en ontdek Midden-Groningen. Het veenkoloniale landschap, de Fraaylemaborg of het Schildmeer. Je vindt hier een afwisselend landschap, bijzondere natuur en de nodige cultuurhistorie. En daar zit vaak een boeiend verhaal aan vast. Hier mogen we met recht trots op zijn.

Toch is Midden-Groningen nog vaak onbekend. En dat is jammer. Mijn ontdekkingsreis begon op jonge leeftijd. Ik kan nog steeds genieten van het Zuidlaardermeer, 't Roegwold of de bijzondere molens, kerken, boerderijen. En ik ontdek nog steeds nieuwe parels. Ook geven de jaargetijden iedere keer weer een nieuwe blik op ons landschap. Midden-Groningen zit in mijn hart gesloten. Ik hoop dat velen mijn voorbeeld gaan volgen en vaker de afslag Midden-Groningen nemen!

Met deze visie Vrijetijdseconomie geven we richting aan onze doelen voor de komende jaren: Een prettige en gezonde woon- en leefomgeving maken voor onze eigen inwoners. Een aantrekkelijke gemeente zijn voor bezoekers. En zorgen voor meer inkomsten voor onze ondernemers en banen voor onze inwoners.

Doelen en plannen kunnen we alleen realiseren door samen te werken. Niet voor niets hebben we veel gesprekken gevoerd. Want inwoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties hebben interessante ideeën. Deze ideeën dragen bij aan deze visie en aan het uitvoeringsplan. Om meters te maken is samenwerken van groot belang. Ik ben erg blij met de betrokkenheid van zovelen bij het maken van deze visie en de uitvoeringsagenda.

Onze gemeente heeft een aantal sterke punten. Er gaat veel goed. Maar er zijn ook aandachtspunten. Zo gaan we de kwaliteit van bijvoorbeeld fiets- en wandelpaden verhogen en meer evenementen passend bij onze identiteit mogelijk maken. Ook gaan we samen met de bedrijven en anderen werken aan een toekomstbestendige vrijetijdseconomie. Een economie waarin bedrijven bestaansrecht hebben, klaar zijn voor de toekomst en bijdragen aan de werkgelegenheid in onze gemeente.

Ik nodig ondernemers, inwoners en maatschappelijke organisaties uit om samen met ons aan de slag te gaan. Van woorden naar daden. Zodat ondernemers een goede boterham kunnen verdienen. Zodat er meer banen komen. En zodat steeds meer inwoners en bezoekers onze gemeente ontdekken en beleven!

Patricia Nieland-Kampen
Wethouder Recreatie en Toerisme



Samenvatting

3

Ambitie

We gaan voor een groeiende en vitale vrijetijdseconomie. De komende jaren gaan we inzetten op een volwaardige vrijetijdssector. In 2030 dragen toerisme en recreatie bij aan de brede welvaart in Midden-Groningen.

- We gaan voor waardevol en duurzaam toerisme. Toeristisch-recreatieve ontwikkelingen zijn in goede balans met de draagkracht van de natuur en het landschap en het draagvlak onder bewoners.
- We bouwen aan een sterke en volwaardige vrijetijdssector. Het fundament zijn onze unieke kwaliteiten: natuur, landschap, cultuur(historie).
- We zetten in op samenhang en samenwerken. Toerisme en recreatie is een samengesteld product. Ondernemers, inwoners, terreinbeheerders, Marketing Midden-Groningen, gemeente Midden-Groningen en anderen maken dat product samen.

Strategie

We hebben een ambitie voor 2030. De komende 4 jaar bestaat onze koers uit 5 ontwikkelpunten:

1. Buitenruimte op orde

We willen een goede toegankelijkheid van de buitenruimte in Midden-Groningen voor onze eigen inwoners en bezoekers. Zodat jong en oud actief kan recreëren en natuur, cultuur en landschap kunnen beleven

2. Aantrekkelijk en beleefbaar aanbod

We willen ons unieke kwaliteiten en kenmerken en geschiedenis beleefbaar maken en trots op onze gemeente vergroten.

3. Toekomstbestendige vrijetijdssector

We willen een toekomstbestendige gastvrije vrijetijdsector met een gevarieerd aanbod van verblijfs- en dagrecreatie passend bij onze identiteit.

4. Profileren DNA en informatievoorziening

We willen meer bekendheid van Midden-Groningen als aantrekkelijke bestemming door ons te onderscheiden en profileren op basis van ons

unieke kwaliteiten en kenmerken.

5. Samenwerken aan de toekomst

We willen actief samenwerken met onze buurgemeenten, op regionaal en provinciaal niveau. En we willen meer samenhang in het toeristisch-recreatieve product.

Ruimtelijke kwaliteit en ruimte voor ondernemerschap

De meren, natuurgebieden, agrarische landschappen, historische linten, erfgoed en dorpen zijn de basis voor recreatie en toerisme. We willen deze kwaliteiten behouden en versterken. Deze visie geeft aan waar we met de recreatief-toeristische sector naar toe willen. De huidige ruimtelijke kaders zijn nu leidend voor nieuwe ontwikkelingen en initiatieven: bestemmingsplan Buitengebied Midden-Groningen. Deze visie is een bouwsteen voor de op te stellen omgevingsvisie. We hebben voldoende ruimte nodig voor ondernemerschap. Ons vertrekpunt is 'Ja, mits'. Natuurlijk moeten nieuwe initiatieven bijdragen aan de ambitie en doelen van deze visie Vrijetijdseconomie en aan de waarden zoals straks opgenomen in de omgevingsvisie.

Met en is weten

De effecten van het uitvoeren van de uitvoeringsagenda zijn meer bezoekers, meer toeristische overnachtingen en een verhoging van de bestedingen. Uiteindelijk draagt dit bij aan een groei van bedrijven en werkgelegenheid. We zien de volgende indicatoren en streefwaarden voor 2030:

- Werkgelegenheid (aantal banen) in de vrijetijdssector: **aandeel banen recreatie en toerisme is 5,5 % in de totale werkgelegenheid (4,6 % in 2020)**
- Aantal en type bedrijven in de vrijetijdssector: **> 450 bedrijven in recreatie en toerisme (360 in 2020)**
- Aantal toeristische overnachtingen: **> 250.000 toeristische overnachtingen (210.000 in 2020 en 222.000 in 2021)**

Inhoud

Voorwoord	2	 4 Ambitie en strategie	34	 6 Financiële vertaling	50
Samenvatting	3				
 1 Inleiding	5	4.1 Ambitie	35	Financiële vertaling	51
1.1 Inleiding	6	4.2 Ruimtelijke kwaliteit en ruimte voor ondernemerschap	36		
1.2 Aanleiding	6	4.3 Relatie met andere onderwerpen	37	Bijlage	53
1.3 Leeswijzer	7	4.4 Opgaves voor Midden-Groningen	38	Geraadpleegde bronnen	53
1.4 Proces naar visie	7	4.4.1 Buitenruimte op orde	38		
1.5 Ontwikkelingen	8	4.4.2 Aantrekkelijk en beleefbaar aanbod: DNA en verhalen	39		
1.6 Brede welvaart	13	4.4.3 Toekomstbestendige vrijetijdssector	40		
		4.4.4 Profilering DNA en informatievoorziening	40		
 2 Midden-Groningen in Beeld	15	4.4.5 Samenwerken aan de toekomst	41		
2.1 Ligging en bereikbaarheid	16	 5 Uitvoeringsagenda	42		
2.2 Het buitengebied	16	5.1 Uitwerking strategie in thema's en acties, weggezet in termijnen	43		
2.3 De dorpen	18	5.1.1 Buitenruimte op orde	43		
2.4 Toeristisch aanbod	18	5.1.2 Aantrekkelijk en leefbaar aanbod: DNA en verhalen	45		
2.5 Arbeidsmarkt en werkgelegenheid	22	5.1.3 Toekomstbestendige vrijetijdssector	46		
 3 Kijk op de toekomst	23	5.1.4 Profilering DNA en informatievoorziening	47		
3.1 Inleiding	24	5.1.5 Samenwerken aan de toekomst	48		
3.2 Trends en ontwikkelingen	24	5.2 Monitoring en data	48		
3.3 SWOT	26				
3.4 Strategische vraagstukken	30				
3.5 Confrontatiematrix	32				



1 Inleiding

1.1 Inleiding

Zeilen op het Zuidlaardermeer, wandelen door de natuur in 't Roegwold of een bezoek aan de Fraeylemaborg. Het kan in Midden-Groningen. Hier is veel te zien, te ontdekken en te beleven. Voor jong en oud. Voor avonturiers en rustzoekers. Voor toeristen en dagjesmensen van ver. Maar juist ook voor onze eigen inwoners en directe burens. Overnachten kan bij een van de hotels, de campings of de B&B's.

De gemeente Midden-Groningen heeft op het vlak van toerisme en recreatie veel te bieden. De rust en de ruimte zijn kernwaarden waar toeristen en recreanten naar op zoek zijn. Ook de duisternis is een kernwaarde. Duisternis betekent echt donker, zonder lichtvervuiling. Deze kernwaarden vind je in de unieke natuurgebieden en in de uitgestrekte landbouwgebieden. Verder bieden de vele meren en waterwegen mogelijkheden om te varen en recreëren. Daarnaast is er een interessant cultureel aanbod. Midden-Groningen telt vele kerken, boerderijen, molens en musea. Verder is er een uitgebreid aanbod van culturele evenementen en activiteiten.

Het natuurlijke en culturele landschap legt een stevige basis voor de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie in Midden-Groningen.

1.2 Aanleiding

Toerisme en recreatie zijn onlosmakelijk verbonden met onze maatschappij. De vrijetijdseconomie is een sterk groeiende sector in Nederland. En die groei houdt volgens de Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (2019) nog wel even aan. Dat biedt kansen voor Midden-Groningen. Kansen als het gaat economische ontwikkeling

en werkgelegenheid. Maar het biedt ook kansen voor een prettige leefomgeving, het in stand houden van voorzieningen en bereikbaarheid.

Ondernemers kunnen inspelen op de wensen van de toeristen en recreanten. Dat kan door het maken van een aanbod van bijzondere belevingen. Dat kan met overnachtingen en (culturele) evenementen. En dat kan door erfgoed en natuur te koppelen aan routes, voorzieningen en activiteiten voor wandelaars, fietsers en vaarrecreanten. Er is in onze gemeente veel te beleven, maar ook te organiseren.

Een aantrekkelijk toeristisch en recreatief product draagt ook bij aan een prettige leefomgeving. Aan deze leefomgeving dragen inwoners zelf ook bij. Een mooi voorbeeld is het bezoeken van erven via Rustpunt®. Andere voorbeelden zijn deelname aan de Open Monumentendag of het organiseren van evenementen als de Roegwoldtocht. Verder recreëren inwoners vaak in de eigen omgeving en geven ze daar geld uit.

In het Kompas "Samen kom je verder" staat de ambitie om een volwaardige vrijetijdssector te ontwikkelen. Het is een kansrijke economische sector. Gemeente Midden-Groningen heeft eigen inwoners, inwoners van buurgemeenten en toeristen en dagjesmensen van ver veel te bieden. Er was de wens om een gezamenlijke agenda te maken voor de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie. Daarnaast is er in de programmabegroting 2021 afgesproken om een visie te maken voor recreatie en toerisme. Een visie op de vrijetijdseconomie en uitvoeringsagenda is nodig om onze ambities waar te maken. Dit is een wens van de gemeente en de sector recreatie en toerisme.

1 Inleiding

1.3 Leeswijzer

In het vervolg van hoofdstuk 1 geven we aan hoe deze visie is gemaakt. Daarna beschrijven we verschillende ontwikkelingen. In hoofdstuk 2 brengen we Midden-Groningen in beeld. We geven informatie over landschap, natuur en cultuur. Verder beschrijven we het recreatief en toeristisch aanbod. In hoofdstuk 3 geven we een kijk op de toekomst voor recreatie en toerisme. We beschrijven de trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op recreatie en toerisme. Daarna komen in hoofdstuk 4 onze wensen, doelen en aanpak aan de orde. In hoofdstuk 5 staan de projecten en activiteiten waaraan we willen werken. Dat is onze uitvoeringsagenda. In het laatste hoofdstuk 6 staan de kosten voor de projecten en activiteiten.

1.4 Proces naar visie

Kaders, ontwikkelingen en data

In 2021 zijn we gestart met het opstellen van de visie Vrijtijdseconomie. Eerst hebben we belangrijk beleid en nuttige rapporten onderzocht. Daardoor hebben we voorwaarden, trends en ontwikkelingen in beeld. Verder hebben we informatie en cijfers over recreatie en toerisme in Midden-Groningen verzameld. De uitkomsten van het onderzoek leggen de basis voor de Visie vrijetijdseconomie Midden-Groningen 2030. Een overzicht van de gebruikte bronnen staat in bijlage 1.



Samenwerken aan resultaat

Deze visie is samen met anderen gemaakt. Na het onderzoek hebben we verschillende gesprekken gevoerd. Hieronder staat een overzicht:

- We hebben een aantal bijeenkomsten gehad met de klankbordgroep. In deze groep zitten mensen van bedrijven of organisaties. Daarnaast hebben we deze visie besproken met een flink aantal betrokken personen van bedrijven, organisaties en verenigingen. Voorbeelden zijn hotel, camping, dorpsbelang, bibliotheek en museum.
- We hebben verschillende bedrijven bezocht en gesproken met de ondernemer.
- We hebben Provincie Groningen, Staatsbosbeheer, Marketing Midden-Groningen en Routebureau Groningen gevraagd om een reactie op de visie.
- We hebben in november 2021 met een brief de gemeenteraad verteld over het proces. Ook was er in december 2021 een informatiebijeenkomst voor de raad.
- We hebben de visie met de verantwoordelijke wethouder besproken.
- We hebben deze visie besproken met collega's van de gemeente Midden-Groningen: Economische zaken, Erfgoed, Ruimtelijke Ordening, Cultuur, Wonen, NPG, Duurzaamheid, IBOR en Gebiedsregie.

Onzekere tijden

Het zijn onzekere tijden. Eerst is de vrijetijdssector hard getroffen door de maatregelen om het coronavirus te bestrijden. In 2022 is de prijs van energie enorm gestegen. Mede daardoor stijgt de inflatie naar record-hoogte. Dit betekent dat we minder hebben te besteden.

Voor de vrijetijdssector biedt deze onzekerheid ook kansen. Zo zien we dat Nederlanders vaker in eigen land op vakantie gaan. Daarbij speelt de drukte op Schiphol ook een rol. Het aantal overnachtingen is ook in Midden-Groningen weer gestegen. En de verwachting is dat die trend voorlopig zal voortzetten. Deze visie geeft richting en maakt strategische keuzes voor een duurzame vrijetijdseconomie.

1.5 Ontwikkelingen

In deze paragraaf beschrijven we de landelijke, provinciale en lokale ontwikkelingen. Er zijn landelijke, provinciale en regionale voorwaarden en afspraken. Die zijn belangrijk voor deze visie. Verder heeft deze visie raakvlakken met andere onderwerpen binnen de gemeente. Voorbeelden zijn kunst en cultuur, erfgoed, natuur, sport en duurzaamheid. De visie Vrijetijdseconomie Midden-Groningen is een bouwsteen voor de omgevingsvisie Midden-Groningen.

Landelijke ontwikkelingen

Economisch belang toerisme

Eind 2021 presenteerde de nieuwe regering het coalitieakkoord "Omzien naar elkaar, vooruitkijken naar de toekomst". De regering wil toerisme een volwaardige plek geven in het economisch beleid. Daarbij wil zij inzetten op spreiding. Ook ziet de regering de meerwaarde voor een aantrekkelijke woon- en leefomgeving. Hiermee onderschrijft de regering het economisch belang van de vrijetijdssector. Dat biedt mogelijkheden voor een sector die altijd in ontwikkeling is.

Toerisme is een middel

Toerisme staat niet op zichzelf. Toerisme heeft invloed op veel andere sectoren, zoals onderwijs, cultuur, detailhandel, infrastructuur en mobiliteit. Begin 2019 kwam het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) met deze verandering in het denken over de vrijetijdseconomie. In Perspectief 2030 gaat zij in op de veranderende rol van toerisme. De vrijetijdseconomie kan juist een bijdrage leveren aan de maatschappelijke opgaven van ons land. Bijvoorbeeld als het gaat om leefbaarheid, duurzaamheid en werkgelegenheid. Toerisme is een middel om bij te dragen aan welvaart en welzijn. Daarbij moeten we rekening houden met de belangen van de bezoekers, de bewoners en de bedrijven. Zodat uiteindelijk de bewoners, de bezoekers en de bedrijven voordeel hebben.

Volgens het NBTC is er nog ruim voldoende capaciteit voor het ontvangen van bezoekers. Dat geldt op veel plekken in ons land is. Alleen weten bezoekers deze bestemmingen nog niet goed te vinden. NBTC wil bezoekers naar andere plekken in Nederland trekken. Daarvoor is het nodig om het huidige aanbod te verbeteren en nieuw aanbod te ontwikkelen. Ook is het nodig om onbekende gebieden meer in de schijnwerpers te zetten. Dat biedt kansen voor Midden-Groningen.

Waardevol toerisme

Beleid voor toerisme is vaak gericht op het vergroten van inkomsten. Maar toerisme heeft niet alleen een economisch belang. Het heeft ook invloed op bereikbaarheid en op het gebruik van de openbare ruimte, vastgoed, natuur en milieu. Dat concludeert de Raad voor leefomgeving en infrastructuur (Rli) in haar advies 'Waardevol toerisme: onze leefomgeving verdient het'. Daarom is er een nieuwe kijk op toerisme nodig. Deze kijk is nodig om een goed evenwicht te vinden tussen het economisch voordeel, de draagkracht van de leefomgeving en het draagvlak onder bewoners. Daarin kan de gemeente een belangrijke rol spelen.

In Midden-Groningen zullen op een warme dag niet direct files naar een zwemstrand ontstaan. Toch vinden we dat we oog moeten hebben voor een goed evenwicht. Aan de ene kant gaat het om de toeristisch recreatieve en economische ontwikkeling. Aan de andere kant gaat het om de kwetsbaarheid van de natuurgebieden en de draagkracht van de dorpen. Die draagkracht willen we samen met de inwoners en de dorpen bepalen. Midden-Groningen kan samen met andere overheden, de sector en de samenleving inspelen op toekomstige ontwikkelingen. Want de vrijetijdseconomie biedt ook kansen om de doelen op het gebied van bijvoorbeeld leefbaarheid en mobiliteit te realiseren.

Provinciale en regionale ontwikkelingen

Gronings DNA, ondernemerschap en banen

Het toeristisch-recreatief aanbod koppelen aan de unieke kenmerken van Groningen. Die kenmerken zijn ons DNA. Het gastvrij, innovatief en duurzaam ondernemerschap versterken. En het verhogen van het aantal banen in de vrijetijdsector, waarbij vraag en aanbod naar mensen beter op elkaar aansluit. Dit zijn de drie ambities uit de strategische visie vrijetijdseconomie 2021-2030 van de provincie Groningen. De doelgroep bestaat uit mogelijke bezoekers en recreanten, die wonen binnen een straal van 500 kilometer. Het gaat hier dan vooral over Groningers, Nederlanders, Duitsers en Belgen. Groningen is niet de provincie voor massatoerisme.

De vrijetijdseconomie raakt volgens de provincie Groningen tal van sectoren. Dat zijn bijvoorbeeld de horeca, kunst, cultuur, erfgoed, mobiliteit, natuur, sport en economie. Juist het verbinden van deze sectoren binnen de vrijetijdseconomie kan bijdragen aan brede welvaart.

1 Inleiding

10

In haar visie zet de provincie in op de volgende strategische opgaves:

1. Ontwikkeling van toeristische bestemmingen in de provincie (toeristische ecosystemen).
2. Goede toegankelijkheid door middel van routenetwerken in de provincie voor diverse doelgroepen en betere digitale ontsluiting.
3. Evenementen als poort naar de lokale omgeving.
4. Groei van aantrekkelijke banen in relatie tot gespecialiseerd vakonderwijs.
5. Provincie als informatiemakelaar.
6. Bestemmingsmarketing uniform voor de hele provincie met het unieke Gronings DNA als uitgangspunt.

Met het uitvoeringsprogramma 2021-2023 wil de provincie Groningen een eerste stap zetten. Voor alle strategische opgaves zijn projecten en acties geformuleerd. Zo kunnen ondernemers terecht bij GroBusiness voor een



onafhankelijk advies. En er is begin juni 2022 een vrijetijdsmakelaar aangesteld bij de Economic Board Groningen. Hij gaat helpen bij het ontwikkelen van Groningse producten en arrangementen. De provincie Groningen zoekt op deze onderwerpen de verbinding met de Groninger gemeenten.

Op ontdekkingsreis in Groningen

In het provinciale mobiliteitsprogramma 'Wat Groningers beweegt' (2022) staan de mogelijkheden voor de vrijetijdssector. Het gaat dan om actief genieten. De provincie is een plek waar je nog op ontdekkingsreis kunt. Dat betekent het ontsluiten van de unieke landschappen, de borgen en kerken met aantrekkelijke ontdekkingsroutes voor alle vormen van vervoer. De focus ligt op gezond vervoer zoals lopen en fietsen.

Varen door Groningen

Provincie Groningen zet in op Actieve Mobiliteit. Dat is een van de zes thema's in het provinciale mobiliteitsprogramma 'Wat Groningers beweegt'. Ze wil samen met onder andere gemeenten goede voorzieningen realiseren voor vaarrecreatie. Dat gebeurt bijvoorbeeld door het verbeteren van de vaarroutes. Ook gaat de provincie voorlichtings- en educatieprogramma's opzetten. Dan gaat het over de voordelen en hoe aantrekkelijk vaarrecreatie is. Verder wil de provincie recreatief varen in Groningen makkelijker en aantrekkelijker maken. Dat kan door bijvoorbeeld het vaarseizoen, brugbedieningstijden en informatieverstrekking beter te organiseren. Tot slot gaat de provincie de tevredenheid van de vaarrecreant monitoren.

Groeningen: ecologie en economie

Het programma Groeningen gaat over een laagveengordel. Die loopt grofweg van het Schildmeer en 't Roegwold, via het Zuidlaardermeer,

1 Inleiding

11

naar het Paterswoldsemeer/Onlanden en het Leekstermeer. Deze laagveengordel bestaat uit vele kleine en grote natuurgebieden, de stad Groningen, dorpen, meren en omliggende landschappen. Het centrale doel van het programma Groeningen is een klimaatpositieve regio te worden. Hier gaan ecologie en economie hand in hand.

De thema's binnen Groeningen zijn: recreatie en toerisme, nieuwe vormen van landbouw, natuur en klimaatadaptatie. Groeningen biedt kansen om recreatieve voorzieningen te ontwikkelen in het gebied. Bovendien biedt het ook ondernemers kansen om mee te liften op de ontwikkelingen binnen Groeningen. In het platform Groeningen zitten mensen die praten namens het onderwijs, de overheden en de bedrijven. Het platform wil de komende jaren de concept gebiedsontwikkeling omzetten in een programma Groeningen, met planning van projecten en investeringen.

Verstedelijkingsstrategie

Ook in de verstedelijkingsstrategie van de Regio Groningen Assen is er aandacht voor recreatie. Voor Midden-Groningen worden de kansen gekoppeld aan het gebied van Groeningen. De verstedelijkingsstrategie geeft aan waar we nieuwe woningen gaan bouwen. Daarnaast geeft het aan welke taken er zijn voor bijvoorbeeld mobiliteit, werken, groen en kwaliteit omgeving.

Nieuwe woningen in Meerstad

De wijk Meerstad in Groningen gaat de komende jaren uitbreiden. Dat betekent een uitbreiding van het Woldmeer met in totaal 350 hectare, de bouw van ongeveer 6.000 woningen en de ontwikkeling van een bedrijventerrein van ongeveer 40 hectare. Meerstad gaat groeien naar ruim 24.000 inwoners in 2050. Dit betekent nogal wat voor de omgeving, de omliggende dorpen en de natuurgebieden zoals 't Roegwold.

Ook de (nieuwe) inwoners van Meerstad willen ontspannen: wandelen,

fietsen en/of varen. Hierdoor is een aanpassing van de recreatieve infrastructuur nodig. Het ontwikkelen van recreatieve en toeristische voorzieningen moet in overleg met de omgeving gebeuren en in balans zijn met de dorpen, het landschap en de natuur. Deze ontwikkelingen bieden kansen voor recreatieondernemers, maar ook voor de inwoners van Harkstede, Scharmer, maar zelfs voor inwoners van Woudbloem. Daarom gaan we graag in gesprek met onze inwoners over de kansen.

Wonen, werken en recreëren

Het Nationaal Programma Groningen zet zich in voor een provincie waar het goed wonen, werken en recreëren is. Er zijn een provinciaal programma, gemeentelijke programma's en thematische programma's (erfgoed en zorg). Verderop gaan we in op het gemeentelijke programmaplan Hart voor Midden-Groningen. Het provinciale programma kent een aantal projecten: Toukomst, Impulsloket en Loket Leefbaarheid. Het Impulsloket en Loket Leefbaarheid stellen subsidie beschikbaar voor ondernemers en inwoners met een goed idee of initiatief.

Het project Toukomst heeft veel ideeën opgeleverd. Deze zijn gebundeld tot grotere projecten. Uiteindelijk is er een aantal bijzondere en vernieuwende projecten geselecteerd binnen de thema's 'Ons Verhaal', 'Mien Laand' en 'Mit Mekoar'. Verschillende projecten binnen Toukomst bieden handvatten voor het beleven, versterken en verkopen van het toeristisch recreatieve product.

De projecten De Barst, Aardbeving beleving, Sterke musea, Touripedia en Zummerbühne hebben een link met onze gemeente. Deze vallen onder het thema 'Ons Verhaal'.

Nieuwe vaarverbinding

De A7-zone biedt kansen voor economische ontwikkeling. Vanuit ons NPG-programma Hart voor Midden-Groningen hebben we dit uitgewerkt. We hebben met de provincie Groningen en gemeenten Oldambt en Veendam aan een ruimtelijk economisch perspectief voor de A7/N33-regio gemaakt. De raad heeft dit perspectief eind oktober 2022 vastgesteld. Daarnaast hebben we samen met de gemeente Groningen gewerkt aan een ruimtelijke verkenning. Het resultaat is het rapport 'Ruimtelijk perspectief A7-corridor, Bouwstenen voor de ruimtelijke opgaven en gemeentelijke samenwerking voor de regio Groningen-Oostflank en Midden-Groningen'. Dit rapport is voor inspiratie.

Het laatstgenoemde rapport maakt inzichtelijk welke trends en opgaven er zijn. Ook beschrijft het vijf ambities hoe het gebied zich op een duurzame, kwalitatieve en integrale manier kan ontwikkelen. Daarbij zijn er kansen voor watergebonden bedrijvigheid en een verbindend recreatief netwerk. Juist vaarrecreatie biedt kansen en meerwaarde. Dat kan door een uitbreiding van het vaarnetwerk met een nieuwe (directe) vaarverbinding tussen het Zuidlaardermeer en het Woldmeer, de Borgmeren en het Schildmeer. Deze vaarverbinding draagt bij aan brede welvaart.

Het is technisch mogelijk om een nieuwe (directe) vaarverbinding te maken. Er zijn verschillende routes mogelijk. Afhankelijk van een keuze, verschillen de kosten. De investering bedraagt tussen de 40 en 63 miljoen euro (exclusief BTW).

Lokale context

Kansrijke toekomst

In 2016 is het Kompas voor de nieuwe gemeente Midden-Groningen

“Samen kom je verder” vastgesteld. Het Kompas stelt dat recreatie en toerisme een kansrijke economische sector is. De nieuwe gemeente heeft op het vlak van recreatie en toerisme veel te bieden. De laatste jaren is van alles gedaan om onze gemeente aantrekkelijker te maken voor recreanten. De doelgroep bestaat niet alleen uit toeristen en dagjesmensen van ver, maar ook uit de eigen (oudere) inwoners en directe burens.

We hebben in ons gebied prachtige, aaneengesloten natuur. Er zijn meren, kanalen, goed ontsloten waterwegen voor waterrecreatie en een goed fiets- en wandelnetwerk. Daarnaast is er veel en goed beleefbaar cultuurhistorisch erfgoed, zoals borgen, molens, kerken, boerderijen en architectonisch bijzondere gebouwen.

Midden-Groningen op de kaart

Het lokale NPG-programma Hart voor Midden-Groningen maakt duidelijk dat we ook een aantrekkelijke gemeente willen zijn voor mensen van buiten de gemeente. Als plek om plezierig te wonen, te werken en te recreëren. Daarin speelt het landschap een belangrijke rol. Het landschap is een van de Groninger kwaliteiten en een belangrijke kwaliteit voor het toerisme. We willen de lijn doortrekken om onze natuurgebieden en ecosystemen te versterken. Het project 'Midden-Groningen op de kaart' is een van de projecten uit ons lokale programmaplan. Andere projecten zijn 'Toekomstbestendig cultureel erfgoed' en 'Beleving en verhaal Overschild'. Het NPG-project Dorpsplannen is inmiddels van start gegaan. In deze plannen kan het ook gaan over recreatie.

Gebiedsgericht en waarden gedreven

Gemeente Midden-Groningen werkt aan een omgevingsvisie. Het vertrekpunt is het 'Strategisch ontwikkeldocument Omgevingsvisie'. De raad heeft dit document vastgesteld. De omgevingsvisie is het hoofdkader

voor ruimtelijke ontwikkeling in Midden-Groningen. Het is de bedoeling om straks gebiedsgericht en waarden gedreven met onze ruimte om te gaan. Elk gebied in Midden-Groningen heeft zijn eigen waarden. Een waarde is een kwaliteit. Voorbeelden zijn veilig, open ruimte, bereikbaar of ruimte voor recreatie, natuur of landbouw. Deze waarden spreken we samen af.

Natuur en recreatie is een van de opgaves in het strategisch ontwikkel-document. Dit is gekoppeld aan de visies voor economische ontwikkeling van de A7-zone. Een aandachtspunt voor de omgevingsvisie is om ruimte te bieden aan een verbindend recreatief netwerk. Dat geldt met name voor het buitengebied. Deze visie Vrijetijdseconomie is een bouwsteen voor de nog op te stellen omgevingsvisie.

Zuidlaardemeer

Ook het Zuidlaardermeer heeft last van de bodemdaling door gaswinning. Voor de compensatie van de gevolgen van deze bodemdaling is het Integraal Maatregelenplan Zuidlaardermeer (IMZ) opgesteld. In het IMZ staan een visie en strategische doelen. Die gaan over natuur, landschap, recreatie, toerisme, water en bodemdaling. In het IMZ werken verschillende gebiedspartijen samen: provincie Groningen en Drenthe, Waterschap Hunze en Aa's, Gronings en Drents landschap en gemeenten Tynaarlo, Groningen en Midden-Groningen.

Een van de maatregelen uit het IMZ is het opstellen van een Vrijetijdsvisie voor het Zuidlaardermeer. Deze concept visie is opgesteld in opdracht van de gemeente Groningen. Provincies Groningen en Drenthe, gemeente Midden-Groningen, Groningen en Tynaarlo, Watersportverbond en Vereniging Recreatiebedrijven Zuidlaardermeer waren betrokken bij het opstellen van de concept visie. De samenwerkende partijen in het gebied gebruiken deze visie als richtinggevend document.

De aardgaswinning heeft gevolgen voor de vaardiepte en de bevaarbaarheid van het Zuidlaardermeer. Een van de maatregelen uit het Integraal Maatregelenplan Zuidlaardermeer (IMZ) is een onderzoek. Dit onderzoek gaat over de afname van de vaardiepte en bevaarbaar oppervlak van het Zuidlaardermeer. Bureau Weusthuis en partners heeft het onderzoek uitgevoerd. Gemeente Midden-Groningen was opdrachtgever. Dit deden we namens alle betrokken partijen bij het IMZ.

Overig beleid

De lokale situatie is beschreven aan de hand van Het Kompas, lokaal programma NPG Hart voor Midden-Groningen en de Omgevingsvisie. Daarnaast heeft de gemeente ook een evenementenbeleid, waarbij vorig jaar besloten is tot verdergaande deregulering. Dit is gedaan om meer activiteiten in de gemeente te faciliteren en evenementenorganisaties te ontzorgen. Verder werken we aan ligplaatsenbeleid en is er op een aantal plekken dorpsvisies en dorpsplannen. Ook nemen we deel aan verschillende overleggen. Voorbeelden zijn het Zuidlaardermeer, Meerstad, Schildmeer en Steendam/Tjuchem.

1.6 Brede welvaart

Welvaart is meer dan de groei van het Bruto Binnenlands Product. Brede welvaart is steeds vaker het uitgangspunt voor economische ontwikkeling. Het is een nieuwe internationale maatstaf. Brede welvaart omvat alles wat mensen van waarde vinden. Het gaat bijvoorbeeld ook over gezondheid, kans op goed onderwijs, veiligheid en landschappelijke kwaliteit. Het gaat over de balans tussen economisch, ecologisch en maatschappelijk kapitaal.

1 Inleiding

Het 'Kompas voor Midden-Groningen' beschrijft concreet waaraan de gemeente de komende decennia wil werken om de brede welvaart voor haar inwoners te vergroten. Het gaat om een breed pakket van maatregelen om de sociaal -, ruimtelijke - en economische vraagstukken in Midden-Groningen aan te pakken. Ook met het lokale NPG-programma willen we bijdrage leveren aan de brede welvaart van onze inwoners.

De vrijetijdssector draagt bij aan de lokale economie, de brede welvaart en de werkgelegenheid in onze provincie. Het is een sector die bijdraagt aan een levendige provincie waar het prettig wonen en recreëren is voor onze inwoners en waar mensen van buiten de provincie graag (langer) verblijven en vaker terugkeren. Daarom is recreatie en toerisme toegevoegd als één van de vijf baanbrekende thema's voor de vervolgfase van het Nationaal Programma Groningen.

Samenwerken en elkaar versterken is erg belangrijk. Dat vraagt om verbindingen tussen de verblijfsrecreatie, de dagrecreatie, de kunst- en cultuursector, het MKB, de evenementenorganisaties en de vele routenetwerken.





2 Midden-Groningen in beeld

16

Sinds 1 januari 2018 bestaat de gemeente Midden-Groningen. De gemeente heeft een oppervlakte van bijna 300 km². Daarvan is 280 km² land en bijna 16 km² water. In dit hoofdstuk geven we een beschrijving van de gemeente Midden-Groningen.

2.1 Ligging en bereikbaarheid

Ligging

De naam van Midden-Groningen is niet voor niets zo gekozen. Onze gemeente ligt centraal in Groningen. In het westen grenst onze gemeente aan de stad Groningen. Daardoor zijn er een groot aanbod aan recreatieve voorzieningen in de buurt. De potentie van de meren, het cultuurhistorisch erfgoed, de prachtige natuurgebieden en de enthousiaste ondernemers zijn de basis voor ons toeristisch-recreatief product. Dat biedt alle mogelijkheden om de gemeente te verkennen en beleven.

Bereikbaarheid

Midden-Groningen is via de weg goed bereikbaar via de A7, A28 en N33. Mede daardoor is onze gemeente goed bereikbaar voor toeristen en recreanten uit heel Nederland. Midden-Groningen is ook goed bereikbaar voor Duitse bezoekers. Sinds 2022 is het mogelijk om rechtstreeks vanuit Noorwegen per boot naar Groningen te reizen.

Midden-Groningen kent een groot aantal waterwegen. Die bieden mogelijkheden voor vaarrecreatie. Naast het Winschoterdiep zijn er goede vaarverbindingen vanuit het zuiden. Die lopen via de route “Van Turfvaart naar Toervaart” van Ter Apelkanaal via Kielwindeweer richting Zuidlaardermeer. Vanuit de stad Groningen zijn onze vaarwegen en meren ten noorden van de A7 goed bereikbaar.

Tot slot zij we ook goed bereikbaar met de trein. Midden-Groningen telt 4 treinstations. Dit biedt kansen om Midden-Groningen als toeristisch gebied verder te ontsluiten. Internationale samenwerking met partners langs de spoorlijn loopt via de Wunderline.

2.2 Het buitengebied

Natuurgebieden

De gemeente Midden-Groningen heeft uitgestrekte natuurgebieden. In het westen van onze gemeente ligt een laagveengordel. Die bestaat uit kleine en grote natuurgebieden. Zo is het Zuidlaardermeer een Natura2000 gebied. Rondom het Zuidlaardermeer liggen natuurgebieden van Het Groninger Landschap, zoals Leinwijk, de Kropswolderbuitenpolder en de Westerbroekstermadepolder.

Verder naar het noordwesten van de gemeente ligt 't Roegwold. Dit natuurgebied is door Staatsbosbeheer ontwikkeld. Daarmee is er een flink natuurgebied in Duurswold bijgekomen. Van Kolham tot voorbij het Schildmeer loopt deze nieuwe natuur als een groene ader door het landschap.

Richting het zuidoosten liggen een paar kleinere natuurgebieden. Deze liggen aan de randen van de oude Veenkoloniën. Het Adriaan Tripbos bij Sappemeer, de Heemtuin Muntendam en Natuurpark Tussen de Venen zijn educatief én spannend met z'n bruggetjes, historische bomen, uitkijkheuvels en ruïne. Het Adriaan Tripbos lijkt geschikt voor locatietheater en vergelijkbare activiteiten. Dat is mogelijk door de ligging van het meer en de zandrug.

2 Midden-Groningen in beeld

17

Groot aantal meren

Zuidlaardermeer

Het Zuidlaardermeer is 671 ha groot en ligt op de grens van Groningen en Drenthe. 121 ha van het meer bestaat uit oevers en rietland. De rest is water. Op en rond het Zuidlaardermeer valt voor de natuurliefhebber veel te ontdekken. Zowel nationaal als internationaal staat het meer bekend als een belangrijk vogelgebied. Sinds 2008 is het Zuidlaardermeer ook het leefgebied van de bever.

Tijdens een fiets-, wandel-, of vaartocht kunnen bezoekers kennismaken met het unieke karakter van het meer. Iedere plek rond het meer geeft een ander uitzicht. Natuurliefhebbers kunnen de weidevogelgebieden (Oeverpolder, Oostpolder en Onnerpolder) en het vloedmoeras (Leinwijk) bezoeken. Ook is er het “Rondje Zuidlaardermeer”. In deze fietstocht zit ook het pontje bij camping Meerwijk.

Het Zuidlaardermeer is geschikt voor waterliefhebbers. Aan de noordkant van het meer liggen een zandstrand met speelweiden en een zwembad. Verder is er gelegenheid om te vissen, te varen, te zeilen en te windsurfen. Op meerdere plekken kunnen bezoekers een roeiboot, zeilboot of motorboot huren. Ook zijn er rondvaarttochten die de bijzondere plekken van het meer laten zien. Het meer is een goed startpunt voor een watersportvakantie in Groningen en bezoek aan de stad Groningen.

Rond het meer zijn verschillende bedrijven gevestigd. Het gaat om campings, bungalowparken, horecabedrijven, watersportbedrijven en jachthavens. De bedrijven zijn verenigd in de ondernemersvereniging Zuidlaardermeer. Verder zijn er verschillende watersportverenigingen actief. Aan de rand van het meer ligt de woonwijk Meerwijk.

Op en rond het Zuidlaardermeer worden meerdere evenementen en activiteiten georganiseerd. Denk hierbij aan zeilwedstrijden, het jaarlijkse Swing in of de Strand Doe Dag bij Meerwijk.

Borgmeren en Scharmerplas

Aan de rand van Harkstede liggen twee plassen: Borgmeren en de Scharmerplas. Deze worden gescheiden door fietspad De Herenlaan. Samen zijn ze in totaal 90 ha groot. Beide plassen zijn ontstaan door zandwinning, maar hebben sinds de jaren '80 een recreatieve functie. Aan de rand van het noordoostelijke deel van Borgmeren is in de jaren '90 van de vorige eeuw begonnen met de eerste fase van de uitbreiding van Harkstede.

Schildmeer

Het Schildmeer is gelegen tussen Schildwolde en Overschild en bestaat grotendeels uit natuur. Dit meer is lang geleden gevormd uit meerstallen, natuurlijk gevormde plassen in een levend hoogveengebied. Deze meerstallen werden met elkaar verbonden door het Schildmaar, de voorloper van het huidige Afwateringskanaal van Duurswold. Door veenafgraving en onder invloed van de wind heeft het Schildmeer zijn huidige vorm en grootte gekregen.

Steendam is direct gelegen aan het meer en vormt de kern van het recreatiegebied. Naast verblijfsrecreatie kent het Schildmeer ook een haven en wordt jaarlijks de Schildweek georganiseerd. Het meer leent zich bij uitstek voor watersport gerelateerde evenementen. De dorpen Steendam en Tjuchem hebben gezamenlijk de eigen dorpsvisie Steendam-Tjuchem opgesteld, waar ook de toeristisch-recreatieve ontwikkeling een plek in heeft gekregen. Onder Steendam ligt de Damsterplas. Hier ligt Kultuureiland. Dit is een soort park waar kunst, cultuur, innovatie, natuur en duurzaamheid samenkomen.

2 Midden-Groningen in beeld

18

Dannemeer

In tegenstelling tot het Schildmeer is het Dannemeer een kunstmatig aangelegd meer en veenmoeras dat tussen 2010 en 2014 is aangelegd. Met de aanleg heeft Staatsbosbeheer weer een stuk veenmoeras in Groningen willen terugbrengen, met onder andere plasdrasgebieden, rietlanden, broekbossen en open watergebieden. Dwars door het Dannemeer loopt het knuppelpad. Een belevenis op zich!

2.3 De dorpen

De gemeente Midden-Groningen kent een groot aantal dorpen. Deze dorpen kennen allen hun dynamiek en hun (cultuurhistorische) kenmerken. Zo kent Hoogezand-Sappemeer een rijke historie in de scheepsbouw en de maakindustrie. En niet te vergeten Aletta Jacobs, als voorvechter van de vrouwenemancipatie.

We hebben in Midden-Groningen twee beschermde dorpsgezichten. Eén in Slochteren met als hoogtepunt de Fraeylemaborg en het gehele dorp Kielwindeweer.

Van Harkstede tot aan Siddeburen loopt het historisch lint dat de verschillende dorpen aan elkaar verbindt. Als toeristische trekker vinden we in Muntendam de Heemtuin waar een maatschappelijke opgave wordt verbonden met het recreatiegebied in samenwerking met Staatsbosbeheer.

2.4 Toeristisch aanbod

Verblijfsrecreatie

Midden-Groningen heeft een gevarieerd aanbod verblijfsrecreatie. Het gaat om een aantal grotere hotels, een grote camping aan het Zuidlaardermeer en een aantal grotere recreatieparken aan het Schildmeer. Verder heeft gemeente Midden-Groningen vooral veel kleinschalige verblijfsrecreatie. Hierbij moet gedacht worden aan minicampings, kleine hotels en bed and breakfast accommodaties. Wat grotendeels ontbreekt zijn de groepsaccommodaties. Wel is het totaal aantal bedrijven en dus het aantal bedden en plekken beperkt.

Op de kaart (pagina 22) is inzichtelijk gemaakt welke overnachtingsmogelijkheden er in Midden-Groningen zijn.

Alle bedrijven zorgen samen voor ruim 200.000 overnachtingen per jaar. Het aantal laat jaarlijks een lichte toename zien. In 2020 bedroeg het totaal aantal overnachtingen 210.000 in 2021 zelfs ruim 222.000. Dat is - ondanks de coronacrisis - een toename ten opzichte van 2019 (200.000). De hotelsector had een negatief effect van ongeveer 20%. In de campingsector steeg het aantal overnachtingen flink.

Voor de meeste campings, bungalowparken en recreatieterreinen is 2021 een heel goed jaar geweest. De hotels hebben weliswaar beter gedraaid dan in 2020 maar die zijn nog altijd niet terug op het niveau van voor de crisis. Groepsaccommodaties zijn nog altijd nagenoeg dicht geweest in 2021. De afwezigheid van buitenlandse gasten is over het algemeen gecompenseerd met de binnenlandse gasten.

2 Midden-Groningen in beeld

19

Dagrecreatie en horeca

Een dag op pad op de fiets, wandelend of met de boot. Leuke routes met daaraan gekoppeld verhalen van de streek en onderweg een kop koffie op het terras. Of een dag naar een (outdoor) belevingspark. Het kan allemaal. Maar in Midden-Groningen zijn weinig dagrecreatie bedrijven. Horeca zit vooral in het stedelijk gebied, in de dorpen en aan het Zuidlaardermeer en Schildmeer. Aan de randen van de natuurgebieden zitten nu geen bedrijven waar je even een terrasje kunt pakken.

De gemeente kent een aantal stranden met aangewezen zwemwater. Aan het Schildmeer, Meerwijck strand aan het Zuidlaardermeer en Botjes zwembaai zijn openbaar toegankelijke stranden met gecontroleerd zwemwater. Hier zijn meestal voldoende parkeermogelijkheden en faciliteiten.

In Midden-Groningen zijn één groot en een aantal (kleinere) winkelcentra met een gevarieerd aanbod. Voor een dagje winkelen is ook de stad Groningen dichtbij en goed bereikbaar.

Vaarrecreatie

De meren en vaarwegen in de gemeente Midden-Groningen lenen zich goed voor verkenning per boot. Verschillende gebieden zijn goed bereikbaar en met elkaar verbonden. Door het AG Wildervanck kanaal via het Winschoterdiep kunnen grotere boten varen tot in de stad Groningen. Recreatievaart vanuit Duitsland komt via het Winschoterdiep door onze gemeente. Via het Kioldiep, dat onderdeel is van de route “Van Turfvaart naar Toervaart” varen boten vanuit Ter Apelkanaal naar het Zuidlaardermeer.

Het Eemskanaal is belangrijk als hoofdvaarweg voor de drukke beroepsvaart. Het kanaal doorsnijdt het vaargebied Fivelingo/Duurswold. Dan gaat het met name over het Damsterdiep circuit. Dit bestaat uit Damsterdiep, Groeve Noord, Groeve Zuid, Schildmeer, Afwateringskanaal van Duurswold en het Slochterdiep. De groei van Meerstad betekent waarschijnlijk een toename van vaarrecreatie. Juist het Damsterdiep circuit is daarvoor geschikt. Het is een uitstekende route om zo de drukke beroepsvaart op het Eemskanaal te scheiden van de recreatievaart.

De gemeente kent een aantal havens. Aan het Zuidlaardermeer en aan het Schildmeer zijn verschillende particuliere jachthavens. De gemeente Midden-Groningen heeft ook een aantal havens. Deze havens liggen in Slochteren, Zuidbroek, Sappemeer en Martenshoek. De gemeentelijke havens hebben op onderdelen onderhoud nodig en de havens in Sappemeer en Martenshoek hebben op dit moment geen goede basisvoorzieningen voor de recreatievaart.

De gemeente werkt aan ligplaatsenbeleid. Dat beschrijft bijvoorbeeld waar vaarrecreanten hun vaartuig mogen aanleggen. Verwachting is dat het ligplaatsenbeleid na de zomer wordt uitgewerkt.

(Cultureel) erfgoed en cultuurhistorie

De gemeente kent 184 rijksmonumenten, ongeveer 150 gemeentelijke monumenten en twee rijks-beschermde dorpsgezichten. Daarnaast kent de gemeente ongeveer 1.200 karakteristieke objecten. Midden-Groningen kent een groot aantal historische erfgoed linten. Op de kaart zijn prominent zichtbaar de linten Harkstede-Slochteren-Steendam, Hoogezand-Sappemeer en Noordbroek-Zuidbroek-Muntendam. In deze linten is een grote verscheidenheid aan (rijks)monumentale panden te vinden. Verder zijn er de beschermde dorpsgezichten van Kielwindeweer en Slochteren.

2 Midden-Groningen in beeld

20

De linten kenmerken de rijke historie van het gebied met als blikvanger de Fraeylemaborg in Slochteren. Hier worden gedurende het jaar veel activiteiten georganiseerd. Het rijke verleden én heden wordt zichtbaar gemaakt met verrassende tentoonstellingen. Dat gebeurt in de borg, het koetshuis, de orangerie en de prachtige parktuinen van het landgoed. Alleen de Fraeylemaborg trekt per jaar al 40.000 bezoekers en het park zelfs 100.000 bezoekers. De Fraeylemaborg heeft een concreet plan voor een nieuwe tentoonstellingsruimte.

In de kadernota Cultuur uit 2020 is de waarde van het culturele veld beschreven. Ook voor de toeristische sector zijn cultuurinstellingen belangrijk. We hebben het bijvoorbeeld over de Fraeylemaborg, het jaarlijkse festival Art Carnivale, Cultuurwerkplaats BC 47, het Noord Nederlands Tram- en Treinmuseum, Historische Scheepswerf Wolthuis en verschillende galeries. Theater Kielzog trekt zo'n 50% van de bezoekers van buiten onze gemeente. Ook de bioscoop trekt de nodige bezoekers.

Verder zijn er tal van particuliere verzamelingen. Voorbeelden zijn strijkijzers, schaatsen, geologische stenen, bromfietsen, handwerktuigen, Tweede Wereldoorlog, spoorwegcollectie, speelgoed. Deze verzamelingen hebben een lokale en bovenlokale functie. We zien een combinatie van groot- en kleinschalig, professioneel en door vrijwilligers gerund, ambitieus of huiskamerniveau, door elkaar.

Evenementen

Evenementen geven een gezellige drukte en hebben een aantrekkingskracht voor bezoekers. Daarom zijn evenementen belangrijk voor de recreatiesector. Zeker als het gaat om meerdaagse evenementen. Die zorgen voor extra overnachtingen en meer bestedingen in de horeca en de winkels. In Midden-Groningen werden veel evenementen

georganiseerd. Door Covid-19 zijn er de afgelopen jaren weinig evenementen georganiseerd. Inmiddels is er weer veel mogelijk. Dat zien we ook aan de hoeveelheid initiatieven die er dit jaar zijn georganiseerd.

In Midden-Groningen worden veel kleinschalige lokale evenementen georganiseerd. Soms gaat het om grotere evenementen zoals festival Art Carnivale, Schildweek in Steendam of Watervloot. De Fraeylemaborg organiseert jaarlijks een groot aantal evenementen, fairs en tentoonstellingen. Zummerbühne organiseert de komende vijf jaar grootschalige, herkenbare muziektheater met een sterke verbinding met Groningen, telkens op een andere plek in de provincie. Zo trok de voorstelling Hollands Hoop bij boerderij Hoog Hammen in Overschild bezoekers uit het hele land en was een groot succes.

Naast culturele evenementen worden sportevenementen georganiseerd zoals de Deur Kielster Daarge Broezen en de ruigste run van de Veerkolonien. Beide zijn een zogenaamde mudrun.

Routes

De gemeente Midden-Groningen heeft een dekkend fiets- en wandelnetwerk. In onze gemeente liggen 270 km fietspaden en 340 km wandelpaden aan netwerken. Deze netwerken zijn ontwikkeld door het Routebureau Groningen. Dat doen zij niet alleen voor Midden-Groningen, maar voor alle Groninger gemeenten. De provincie Groningen en de Groninger gemeenten zorgen voor de instandhouding van het Routebureau. Dit bureau heeft ook een coördinerende rol in het onderhoud van deze netwerken. Dat doet zij samen met veel vrijwilligers. Meldingen komen bij het routebureau binnen en zij zorgen dat knelpunten worden opgelost. Naast het beheer van de routenetwerken richt het Routebureau Groningen zich ook op varen. Via het platform www.routesingroningen.nl worden veel van de beschikbare routes ontsloten.

2 Midden-Groningen in beeld

21

De routenetwerken zijn de basis voor de ontwikkeling van (thematische) routes. In de gemeente is een aantal (thema)routes ontwikkeld, waaronder onlangs nog de route door Hoogezand “van Faber tot Sluis”. Dat is gedaan door bijvoorbeeld Marketing Midden-Groningen. Verder hebben inwoners dorpsommetjes en interessante themaroutes ontwikkeld. Deze worden door Marketing Midden-Groningen en/of het Routebureau Groningen ontsloten.

Daarnaast zijn er ook andere organisaties die routes hebben uitgezet. Een van deze routes is de Internationale Dollard Route. Deze route verbindt het noorden van Duitsland ook met onze gemeente. Of de Menter Aroute, een cultuurhistorische route door het Wold-Oldambt die in een cirkel de dorpen Zuidbroek, Muntendam, Meeden, Westerlee, Heiligerlee, Scheemda en Noordbroek verbindt. En zo is Roots het langste natuurspad van Nederland. Deze wandeling over 456km onverharde paden loopt door onze gemeente.

Promotie en informatie

Promotie van het gebied is belangrijk voor de recreatiesector. Promotie helpt bedrijven, recreatieve voorzieningen en evenementen zichtbaar en vindbaar te maken. Marketing Groningen en marketingorganisaties uit de regio gaan nauwer samenwerken. Ook Marketing Midden-Groningen doet mee. Samen gaan ze Groningen digitaal op de kaart zetten en het toeristisch aanbod online beter vindbaar maken. Dat doen ze voor bezoekers en inwoners. De centrale website visitgroningen.nl wordt aangevuld met regiopagina's. De vormgeving van alle regiomarketingorganisaties wordt eenduidig met behulp van Merk Groningen.

Marketing Midden-Groningen is de opvolger van de VVV's in Slochteren, Hoogezand en Sappemeer en is sinds 2018 onze vaste partner voor de promotie van ons gebied. Marketing-Midden Groningen zorgt voor de informatievoorziening aan inwoners en toeristen. Zij maakt daarbij gebruik van verschillende media. Zo brengt zij de activiteiten, de evenementen, de bedrijven en de gebieden onder de aandacht van een breed publiek. Ook beantwoordt zij vragen van recreanten en toeristen. Marketing Midden-Groningen is een vereniging. Op dit moment zijn 78 bedrijven en culturele en cultureel historische organisaties lid. Zij zijn vraagbaak voor hun leden op het gebied van sociaal media, evenementen, subsidies en routes.

Marketing Midden-Groningen werkt ten aanzien van de route ontwikkeling en ontsluiting samen met andere partners in het gebied. Denk aan de Groninger Molen Stichting, verschillende dorpen, Stichting het Groninger Borgenpad, Wunderline en het Routebureau Groningen. Marketing Midden-Groningen is voor ons een belangrijke vaste waarde. De raad heeft in juli 2019 besloten om te bezuinigen op de gemeentelijke bijdrage aan Marketing Midden-Groningen.

2 Midden-Groningen in beeld

22

2.5 Arbeidsmarkt en werkgelegenheid

Klik op onderstaande kaart om ons recreatief aanbod op kaart te bekijken.

Covid-19 heeft grote gevolgen gehad op de arbeidsmarkt binnen de gastvrijheidssector. Dat blijkt uit de arbeidsmarktmonitor gastvrijheidssector van het NBTC. De Coronamaatregelen dwongen ondernemers om medewerkers te laten gaan. De uitstroom van werknemers is nog nooit zo groot geweest als in 2020. Nu is er een heel ander beeld. De vraag naar nieuwe gekwalificeerde medewerkers neemt toe. In de recreatiesector en de horeca zijn veel banen voor werknemers met opleidingsniveau vmbo en mbo. Het is voor de recreatiesector en zeker voor de horeca een enorme uitdaging om geschikt personeel te vinden. Een van de redenen is dat minder studenten een studie kiezen in het vrijetijdsonderwijs. Daarnaast zijn er werknemers die een baan hebben gevonden met een hoger loon en regelmatige werktijden.



3 Kijk op de toekomst

24

3.1 Inleiding

De wereld verandert continu. Dat geldt ook voor de vrijetijdseconomie. Verschillende trends en ontwikkelingen zijn van invloed op de vrijetijdsector. De belangrijkste maatschappelijke en sectorale trends en ontwikkelingen staan in paragraaf 3.2. De vrijetijdsector in Midden-Groningen is in het vorige hoofdstuk geanalyseerd en in beeld gebracht. Daarnaast hebben we in gesprekken met ondernemers en vrijetijdsector informatie opgehaald.

Op basis van al deze beschikbare informatie hebben we een SWOT-analyse gemaakt. Deze beschrijft de sterke en zwakke punten van de vrijetijdssector. Ook geeft het inzicht in de kansen en bedreigingen. De SWOT-analyse staat in paragraaf 3.3. Vervolgens hebben we de sterke en zwakke punten geconfronteerd met de kansen en bedreigingen. Daarmee krijgen we inzicht in de belangrijkste opgaves, aandachtspunten en mogelijke oplossingsrichtingen. In paragraaf 3.4 beschrijven we mogelijke oplossingsrichtingen.

3.2 Trends en ontwikkelingen

Trends en ontwikkelingen geven richting aan een visie op de vrijetijdseconomie. Dat kunnen demografische ontwikkelingen zijn, maar ook maatschappelijke of technologische ontwikkelingen. Landelijk gezien zit de vrijetijdssector sinds maart 2020 in zwaar weer. Dat komt door de COVID-19 pandemie. Dat leidde wel tot een herontdekking voor onszelf van Nederland als vakantiebestemming. We hebben voor deze paragraaf gebruik gemaakt van het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2021 van het NRIT.

Op vakantie in Nederland

De groei van binnenlandse vakanties zet door. COVID-19 heeft dit versterkt. Het gaat dan vooral om korte vakanties. Het aanbod wordt steeds beter en uitgebreider. De afgelopen zomers heeft geleerd, dat er vaker een grotere kans is op mooi weer. Daarnaast is het aantal 65-plussers groeiende.

Zilveren economie

Nederland vergrijst, ook in onze regio. We zien dat de groep 55+ sterk toeneemt. Deze doelgroep heeft meer vrije tijd en trekt er regelmatig op uit. Ze verplaatsen zich makkelijk met auto, openbaar vervoer, (elektrische) fiets, boot of camper. En toeristen boven de 55+ besteden het meest aan een vakantie. Verder zijn ze niet gebonden aan de schoolvakanties.

Vaker op vakantie

Vakantie is al lang niet meer het eenmalige jaarlijkse uitje. We gaan steeds vaker en korter op vakantie. We trekken er op uit voor een dag en boeken steeds vaker een midweek of weekendje weg. Niet voor niets is de sector recreatie en toerisme nog steeds een groeimarkt. Dat leidt tot meer bestedingen. Verder kan de vrijetijdseconomie bijdragen aan de leefbaarheid en brede welvaart.

Vraag van toerist en recreant

We zien dat het belang van het landelijke gebied groeit. We bezoeken steeds vaker het bos, de meren, de natuur en het agrarisch landschap. Verder zien we:

- Groeiende belangstelling voor cultuur(historie), van een museum tot een borg. Het gaat om een aanbod met een verhaal.

3 Kijk op de toekomst

25

- Meer gezond, duurzaam en sociaal: de bezoeker maakt vaker een bewuste keuze.
- Behoeftte aan ontmoeten en onthaasten.
- Toenemende vraag naar bijzondere en onderscheidende ervaringen en overnachtingen. Het is een beleveniseconomie. Bezoekers willen het verhaal kunnen doorvertellen aan familie en vrienden.
- Homo Ludens: de mens wil graag spelen, spelen ontspant. Dat kan alleen en in groepsverband.

Wandelen en fietsen herontdekt

Mede door coronavirus hebben veel recreanten en toeristen actief bewegen opnieuw ontdekt. We zien een enorme toename van fietsers en wandelaars in de natuurgebieden. Al wandelend wordt de omgeving intens beleefd. De steeds grotere groep e-bikegebruikers geniet van natuur, cultuur en platteland. Het onderzoek Recreatief fietsen (2022) van de provincie Groningen bevestigt de toename van elektrisch fietsen. Onderweg even stoppen bij een informatiebord, een kop koffie op een terras, groente kopen bij de boer of zomaar even tot jezelf komen op een bankje of aan het water. Onthaasten en genieten van de rust, de stilte en de weidsheid. Themaroutes zijn steeds meer in trek. Zo ben je niet alleen actief, maar kun je ook iets beleven en nieuwe dingen leren over natuur, cultuur en erfgoed.

Watersport in trek

De watersportsector heeft de afgelopen jaren een nieuwe boost gekregen. Boten en water zijn veel intensiever gebruikt. Vooral dichtbij huis waren we vaker op het water te vinden. Vaak zijn het nieuwe watersporters. Er wordt bijvoorbeeld vaker gezwommen, gekanoed en gesupt. Het totaal aantal boten groeit licht. Van de nieuwe boten is het grootste deel een sloep of een andere open motorboot. Sloepen varen vooral in het weekend

en als het mooi weer is. Niet voor niets neemt het aantal korte tochten toe. Ook is het aantal vaardagen toegenomen en is het aantal ligplaatsen gegroeid in Nederland. Nieuwe doelgroepen voor waterrecreatie zijn inwoners in de regio. Juist als het gaat om inwoners die een boot willen huren of lenen.

Technologie is spil

De rol van technologie en online is de afgelopen jaren flink gegroeid. Steeds vaker boeken consumenten hun vakantie online. Snel, met gemak en transparantie over kwaliteit en prijs. Ze stellen hun vakantie samen via een website en/of een boekingsplatform. Daarnaast doen consumenten online inspiratie op. Dat vraagt ook om een goede vindbaarheid voor het aanbod. Tot slot biedt virtual reality een andere vorm van beleven en genieten. Met een speciale bril kun je mensen een digitale werkelijkheid laten ervaren.

Corona

In 2020 daalde het binnenlands toerisme tijdens de coronacrisis met ruim 20%. De horeca is hard getroffen. De waterrecreatie is herontdekt. Nieuwe doelgroepen voor waterrecreatie zijn inwoners en gasten in eigen regio, jonge booteigenaren, of gebruikers die een boot huren of lenen. Focus op hygiëne, bewust een vakantie of uitje plannen en aandacht voor gezondheid zijn blijvend. Daarnaast was wandelen de grootste stijger in de afgelopen periode. Ook nam de camperverkoop flink toe. Verder zijn evenementen zwaar getroffen. Wel hebben we de behoefte om weer een evenement te bezoeken. Kaarten gaan als zoete broodjes over de (digitale) toonbank. Tot slot heeft met name de horeca te maken met krapte op de arbeidsmarkt. Die krapte is vergoot door de coronacrisis.

3 Kijk op de toekomst

26

3.3 SWOT

Sterktes

- **Aansprekend cultureel erfgoed** met een verhaal: borgen, monumentale panden, molens, historische kerken, industrieel erfgoed en lintdorpen. Meest bekende voorbeeld is de Fraeylemaborg.
- **Beleefbare en unieke natuur en landschap:** bijvoorbeeld 't Roegwold, Zuidlaardermeer en de natuurgebieden vanaf het Zuidlaardermeer langs de loop van het Drentsche Diep. En de Heemtuin in Muntendam. Maar ook het Veenkoloniale landschap.
- **Bekende en mooie meren** zoals Zuidlaardermeer, Foxholstermeer, Borgmeren, Schildmeer. Hier is ruimte voor watersport, natuurbeleving en vaarrecreatie.
- **Echte rust, stilte, ruimte, en duisternis.** Je kunt hier de sterren nog zien, de weidsheid beleven en de stilte ervaren.
- **Uitgebreid netwerk van fiets- en wandelroutes.** Niet alleen fysiek, maar ook interessante themaroutes zoals de internationale Dollard Route, het Pronkjewailpad, de Aletta Jacobs route en het te ontwikkelen Roegbainderspad
- **Uitstekende bereikbaarheid** over weg, water en spoor vanuit stedelijke regio's Noord-Nederland, vanuit Duitsland en Scandinavië (Eemshaven).
- **Interessante en vele culturele evenementen.** Voorbeelden zijn de vele fairs en andere activiteiten bij de Fraeylemaborg, Art Carnivale, Schildweek en Roeg Klassiek.
- **Karakteristieke kleinschalige voorzieningen** zijn onderdeel van het totaalaanbod. Dat past bij de sfeer van het gebied.
- **Veel buitenspeelactiviteiten voor kinderen.** Dat sluit aan op gezondheid, bewegen, duurzaamheid en educatie.

Zwaktes

- **Weinig aanbod en weinig gevarieerd aanbod verblijfsrecreatie.** Weinig goede groepsaccommodaties en mogelijkheden voor een bijzondere overnachting. Daarnaast is klein aantal aanbieders van overnachtingen.
- **Weinig grote publiekstrekkers dagrecreatie.**
- **Veel kleinschalige aanbieders maakt sector kwetsbaar.** Bijvoorbeeld als het gaat om investeringen, beschikbare beddencapaciteit, digitalisering en innovatie.
- **Openingstijden zijn vaak beperkt** in veel horeca, cultureel erfgoed en musea.
- **Weinig voorzieningen waterrecreatie.** Er zijn beperkte in- en uitstapplaatsen voor kano's en beperkte aanlegmogelijkheden voor passanten, weinig horeca en verblijfsmogelijkheden.
- **Netwerk van voorzieningen hebben 'gaten'.** Bijvoorbeeld rustpunten en horeca. Is er een rol voor dorpshuizen?
- **Onderhoudsniveau van voorzieningen en openbare ruimte is niet altijd op orde.** Denk hierbij aan onderhoud (halfverharde) fiets- en wandelpaden, parkeerplekken, havens en beschoeiingen. Dat komt ook door beperkt beschikbare financiële middelen.
- **We maken te weinig gebruik van onze rijke cultuurhistorie en unique selling points.** De verhalen over bijv. Aletta Jacobs, de scheepswerven, de papierindustrie en de borgen worden onvoldoende verteld.
- **Midden-Groningen heeft geen (fysieke) toeristische informatiepunten.**
- **Investeringsmogelijkheden van ondernemers** (horeca en dagrecreatie) soms beperkt door COVID-19.

3 Kijk op de toekomst

27

Sterktes

- **Stevige organisatie marketing Midden Groningen.** Verankerd in onze gemeente en goed aangehaakt op Marketing Groningen (eenduidige uitstraling van Groningen).
- **Enorme ontwikkelkracht in de dorpen.** Zo zijn er dorpen met dorpsrandparken, lokale ommetjes en ontstaan er ook culturele activiteiten.
- **Voldoende ruimte voor nieuwe vestiging** van toeristisch-recreatieve bedrijven.



- **Beperkte financiële middelen** om goed te voorzien in onderhoud toeristische producten.
- **Onbekendheid (lage naambekendheid) Midden-Groningen en provincie Groningen** als een vakantiebestemming of recreatiegebied.
- **Heldere profilering voor kansrijke gebieden/thema's is klein of ontbreekt.** Zo is er beperkte aandacht voor waterrecreatie.
- **Historie van het gebied/landschap is onvoldoende ontsloten/ beleefbaar.**
- **Overzicht van routes, ommetjes, bezienswaardigheden niet beschikbaar.**
- **Beperkte financiële middelen voor Marketing Midden-Groningen.**
- **Organisatiekracht ondernemers is laag.** Ook zijn nog niet alle toeristische bedrijven lid van Vereniging Marketing Midden-Groningen.
- **Beperkte (bijzondere) rustplekken** aan wandel- en fietsroutes voor koffie of versnapering.
- **OV:** niet alle toeristische plekken zijn bereikbaar met openbaar vervoer.



Kansen

- **Toerisme is nog steeds een groeimarkt.** Zeker als het gaat om de binnenlandse markt.
- **Groei van de groep 55+** met veel vrije tijd en een ruim besteedbaar inkomen.
- **Groei Regio Groningen-Assen:** aantal inwoners en economie. Er zijn kansen als uitlooptgebied.
- **Groei van de camper- en caravanmarkt.**
- **Hippisch toerisme is een interessante en specifieke doelgroep.**
- **Vele toeristen bezoeken de stad Groningen.** Naast de stad kunnen ze ook de naaste omgeving bezoeken.
- **Weg van de massa!** Toenemende behoefte aan rust, ruimte, stilte, duisternis en authentieke omgeving.
- **Toenemende vraag naar bijzondere overnachtingen.** Voorbeelden zijn slapen in een kraan of vuurtoren.
- **Vaarrecreatie is opnieuw ontdekt:** zwemmen, suppen, kanoën, sloep varen, plezierjachten.
- **Stedelijke consument wil ontspannen en onthaasten.**
- **Homo Ludens.** De spelende mens. Die ruimte hebben we, op water en op land. En voor jong en oud. Bijvoorbeeld in de vorm van beleefparken waar spelen de hele dag mogelijk is.
- **Er is behoefte aan verhalen.** We hebben mooie, aangrijpende en bijzondere verhalen. Van Aletta Jacobs tot ontginning. En Fraeylemaborg tot aardgaswinning.
- **Vraag naar gezonde en duurzame producten.** Hier zijn kansen in combinatie met andere opgaves zoals energie. Maar ook met streekproducten en landbouw.
- **Provinciale samenwerking op promotie** biedt kansen om Groningen als geheel op de kaart te zetten

Bedreigingen

- **Snelle groei van stroom recreanten en toeristen.** Dat kan bijvoorbeeld door stedelijke uitbreidingen zoals Meerstad. Het ontbreken van voldoende recreatie voorzieningen kan een negatieve invloed hebben op de leefbaarheid in dorpen.
- **Natuur en landschap (grootte en belevingswaarde) staan onder druk door vraag naar ruimte** vanuit andere beleidsvelden: economie, natuur, energie, klimaatadaptatie.
- **Opkopen van campings door landelijke of internationale bedrijven** en de ombouw tot bungalowparken, waardoor weinig ruimte blijft voor vakanties mensen met kleine beurs
- **Onduidelijkheid en tegengestelde belangen over balans tussen natuurbehoud, recreatieve ontwikkeling en leefbaarheid.**
- **Vitaliteit verblijfsrecreatie staat onder druk door oneigenlijk gebruik, bijvoorbeeld als huisvesting voor arbeidsmigranten of andere vormen van wonen.**
- **Krappe arbeidsmarkt** en beschikbaarheid van arbeidskrachten
- **Negatieve publiciteit voor Midden-Groningen door de aardbevingen en windmolens.** Dat zorgt voor een slecht imago.
- **Bestedingsniveau van eigen inwoners staat onder druk.** Zij zijn ook een belangrijke doelgroep voor de sector.
- **Kaderrichtlijn Water (KWR).** Verwachting is dat door steeds betere waterkwaliteit de groei van waterplanten explosief zal toenemen, en betekent een belemmering van de recreatievaart
- **Beperkingen Natura2000** kan betekenen dat recreatieve activiteiten niet overal meer wordt toegestaan
- **Bodemdaling,** waardoor de bevaarbaarheid van de meren onder druk komt te staan

3 Kijk op de toekomst

29

- **Slim meeliften op de toeristisch sterke regio's als Drenthe** (natuur, bos en heide) en Friesland (water). Midden Groningen heeft het allemaal.
- **Aanwezigheid agrarische bedrijven:** ontwikkelen nevenactiviteit horeca, streekproducten, vergaderen.
- **Programma Groeningen** biedt kansen op gebied van recreatie en toerisme.
- **Subsidies Europa, Nederland en provincie:** gebruik maken van de financiële mogelijkheden voor bijvoorbeeld infrastructuur, kunstwerken en routeontwikkeling.
- **Veerboot Noorwegen-Nederland** biedt mogelijkheden voor toerisme in Midden-Groningen
- **Nabijheid Duitsland.** Midden-Groningen is vanuit Duitsland goed bereikbaar en heel dichtbij. Zowel voor de verblijfsrecreant als de vaarrecreant.
- **Imagomonitor** biedt aanknopingspunten voor investering in verbetering van het imago van Groningen en kan zo bijdragen aan een positief beeld



3 Kijk op de toekomst

30

3.4 Strategische vraagstukken

De strategische waarde van een externe en interne analyse afzonderlijk is beperkt. De benoemde kansen en bedreigen en sterkten en zwakten krijgen pas betekenis wanneer zij met elkaar worden verbonden. En wanneer er interpretaties worden gedaan en conclusies worden getrokken.

De SWOT-analyse maakt duidelijk dat Midden-Groningen sterke punten heeft en er kansen zijn voor de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie. Maar er is ook een aantal zwakkere punten en bedreigingen. Wat zijn de belangrijkste strategische vraagstukken voor gemeente Midden-Groningen?

De belangrijkste strategische opgaves sluiten aan op de ambitie en doelen van de gemeente Midden-Groningen. Waar willen we naartoe? Strategie is geen automatische uitkomst van een tweedimensionale SWOT-analyse. Het is een zorgvuldig afgewogen balans tussen ambities en doelen (wat willen we), kansen en bedreigingen (wat vraagt de omgeving) en sterke en zwakke punten (waar zijn we goed in).

DNA en gevarieerd aanbod

- Hoe kunnen we ons DNA (zoals erfgoed, natuur, landschap, meren en rust) gebruiken om in te spelen op de groeiemarkt toerisme en recreatie (55+, gezinnen met kinderen, eigen inwoners)?
- Hoe kunnen we ons DNA (zoals erfgoed, natuur, landschap, meren en rust) gebruiken en beleefbaar maken om in te spelen op de trends 'Weg van de massa', behoefte aan verhalen, ontspannen

en onthaasten, vraag naar gezonde en duurzame producten en de spelende mens?

- Hoe kunnen we ons aanbod van voorzieningen (netwerk fiets- en wandelroutes, evenementen, kleinschalige voorzieningen en voor kinderen) gebruiken om in te spelen op de groeiemarkt toerisme en recreatie (55+, gezinnen met kinderen, eigen inwoners)?
- Hoe kunnen we met ons aanbod van voorzieningen (netwerk fiets- en wandelroutes, evenementen, kleinschalige voorzieningen en voor kinderen) gebruiken om in te spelen op de trends 'Weg van de massa', behoefte aan verhalen, ontspannen en onthaasten, vraag naar gezonde en duurzame producten en de spelende mens?
- Hoe kunnen we met ons aanbod van voorzieningen (netwerk fiets- en wandelroutes, evenementen, kleinschalige voorzieningen en voor kinderen) nog beter ontsluiten om in te spelen op de verdergaande digitalisering?
- Hoe kunnen we het aanbod gevarieerder maken om in te spelen op de groeiemarkt toerisme en recreatie (55+, gezinnen met kinderen, eigen inwoners)?
- Hoe kunnen we het aanbod gevarieerder maken om in te spelen op de trends 'Weg van de massa', behoefte aan verhalen, ontspannen en onthaasten, vraag naar gezonde en duurzame producten en de spelende mens?

Vaarrecreatie

- Hoe kunnen we ons DNA (zoals erfgoed, natuur, landschap, meren en rust) gebruiken om in te spelen op de herontdekking van vaarrecreatie (in de eigen omgeving)?
- Hoe zorgen we ervoor dat de vaarrecreant (langer) in Midden-Groningen verblijft?

3 Kijk op de toekomst

31

Verblifsrecreatie

- Hoe kunnen we het aantal en de diversiteit van verblifsrecreatieve bedrijven vergroten om in te spelen op de groeiemarkt toerisme en recreatie (55+, gezinnen met kinderen) en zo de verblijfsduur vergroten?
- Hoe kunnen we het aantal en de diversiteit van verblifsrecreatieve bedrijven vergroten om in te spelen op de trends 'Weg van de massa', behoefte aan verhalen, ontspannen en onthaasten, vraag naar gezonde en duurzame producten en de spelende mens?
- Hoe kunnen we verschillende soorten verblifsrecreatieve bedrijven behouden voor de toerist en eigen inwoner met een kleine beurs?



Duurzame en gastvrije bedrijven

- Hoe kunnen we bedrijven helpen (investerings, digitalisering, innovatie) om een kwalitatief en passend aanbod te ontwikkelen en te behouden?
- Hoe kunnen we bedrijven helpen om voldoende personeel aan te trekken, op te leiden en te behouden om de continuïteit te waarborgen en groei van de vrijetijdseconomie mogelijk te maken?

Ecosysteem en samenwerking

- Hoe kunnen we de samenwerking (lokaal, regionaal en provinciaal) tussen en met ondernemers, gemeente(n) en partners (regio) versterken om een volwaardig toeristische ecosysteem en vrijetijdssector te realiseren?
- Hoe kunnen we ons DNA en aanbod verbinden (lokaal, regionaal en provinciaal) om een volwaardig toeristische ecosysteem en vrijetijdssector te realiseren?

Waardevol toerisme

- Hoe kunnen we toerisme en recreatie zodanig ontwikkelen dat het bijdraagt aan gemeentelijke doelen op het gebied van bijvoorbeeld duurzaamheid, leefbaarheid en mobiliteit en ervoor zorgt dat ze in balans zijn?

Herkenbaar en eenduidig profiel

- Hoe kunnen we de kracht van Merk Groningen gebruiken om de bekendheid van Midden-Groningen als vakantie-, vaar- en recreatiebestemming te vergroten en een eenduidig en herkenbaar profiel te ontwikkelen voor kansrijke gebieden en thema's?

3 Kijk op de toekomst

32

3.5 Confrontatiematrix

Sterkten > Kansen: Groeien

1. Stimuleren waterrecreatie. Goede bereikbaarheid meren, goede bevaarbaarheid meren en waterwegen en goede voorzieningen
2. Cultureel erfgoed combineren met fiets- en wandelroutes en evenementen
3. Aanbod afstemmen op de steeds groeiende groep 55+ en gezinnen met kinderen
4. Bijzonder overnachten stimuleren op bestaande bedrijven, maar ook ruimte bieden voor bijzondere overnachtingsvormen bij nieuwvestiging.
5. Bijzondere ervaringen, (meerdere) evenementen en activiteiten stimuleren passend bij de unique selling points: rust, ruimte, stilte, duisternis. Alles in balans met natuur en cultuur.
6. Samenwerking in de regio (provincie, TBO's, gemeenten etc) = randvoorwaarde/uitgangspunt/middel

S: Aansprekend cultureel erfgoed / interessante en vele culturele evenementen

S: Rust, ruimte, stilte, duisternis/uitgebreid netwerk fiets-wandel/beleefbare en unieke natuur en landschap

S: Bekende en mooie meren

S: Uitstekende bereikbaarheid

S: Karakteristieke kleinschalige voorzieningen/voldoende ruimte voor nieuwe vestiging

S: Stevige organisatie MMG

K: Toerisme groeimarkt/ groep 55+/groei RGA/groei camper en caravan/hippisch toerisme

K: Toeristen stad Groningen/

K: Weg van de massa/bijzondere overnachtingen/ontspannen en onthaasten/Homo Lundens/ verhalen/gezonde en duurzame producten

K: Prov samenwerking promotie

Zwakten > Kansen: Verbeteren

1. Verbeteren onderhoudsniveau bestaande voorzieningen
2. Verbeteren marketing, informatievoorziening en onderzoek realiseren toeristische informatiepunten
3. Samenwerken met de ondernemers, organiseren (netwerk) bijeenkomsten en daarmee verbeteren organisatiekracht en ondernemerschap. Ook samenwerken verbeteren tussen ondernemers, organisatoren evenementen, dorpsbelangen en andere belanghebbenden
4. Stimuleren bijzondere bedrijvigheid en ondersteunen bedrijven bij toekomstplannen waarbij diversiteit gewaarborgd is (niet meer van hetzelfde)
5. Verbeteren dienstverlening aan bedrijven ("gemeente als bondgenoot" middels ja, mits houding en ondersteunen in kansen en mogelijkheden)
6. Verbeteren aansluiting onderwijs en arbeidsmarkt

Z: Weinig aanbod en weinig gevarieerd aanbod verblijfsrecreatie.

Z: Openingstijden zijn vaak beperkt

Z: Weinig voorzieningen vaarrecreatie

Z: Onderhoudsniveau van voorzieningen en openbare ruimte is niet altijd op orde

Z: Marketing en informatievoorziening onvoldoende (Heldere profilering ontbreekt, Midden-Groningen heeft geen (fysieke) toeristische informatiepunten, weinig financiële middelen en ontbreken overzicht routes etc)

Z: Investeringsmogelijkheden van bedrijven soms beperkt

Z: Onbekendheid (lage naambekendheid) Midden-Groningen en provincie Groningen

Z: Lage organisatiekracht ondernemers

3 Kijk op de toekomst

33

Confrontatiematrix

Sterkten > Bedreigingen: Verdedigen

1. Zorgen voor gezonde vrijetijdssector. Dat betekent sturen op variatie in aanbod (niet meer van hetzelfde) en op een gezonde bedrijfsmatige exploitatie
2. Zorgen voor balans tussen toerisme, natuur en landschap
3. Zorgen voor een gevarieerd aanbod binnen de verblijfsrecreatie, waardoor ook aanbod beschikbaar blijft voor mensen met een kleine beurs

B: Gebrek aan balans: groei stroom recreanten en toeristen, waardoor natuur en landschap onder druk

B: Oneigenlijk gebruik verblijfsrecreatie

B: Krappe arbeidsmarkt

B: Negatieve publiciteit Midden-Groningen

B: Bestedingsniveau eigen inwoners onder druk



Zwakten > Bedreigingen: Ombuigen

1. Ervaar de energietransitie (het verhaal van Groningen en energie: de gevolgen van gaswinning en ontwikkeling energielandschappen)





4 Ambitie en strategie

35

4.1 Ambitie

We gaan ons de komende jaren inzetten voor een volwaardige vrijetijdsector. We gaan voor een groeiende en vitale vrijetijdseconomie. Deze economie draagt bij aan een prettig en gezond woon-en leefklimaat voor onze eigen inwoners. We willen ook een aantrekkelijke bestemming zijn voor inwoners van onze buurgemeenten en toeristen en dagjesmensen die van verder komen. Ze komen graag terug en willen langer in onze gemeente verblijven. Dat willen we bereiken met een aantrekkelijk en kwalitatief aanbod dat aansluit bij het Midden-Groninger DNA.

Brede welvaart

We gaan voor brede welvaart. De ontwikkeling van de vrijetijdssector is goed voor onze eigen bewoners (en in de regio), bezoekers en bedrijven. Het biedt inwoners en bezoekers een aantrekkelijk aanbod om te ontspannen en te recreëren. Inwoners van alle dorpen en wijken hebben de mogelijkheid om in de eigen omgeving te fietsen, wandelen en/of varen. We willen dat recreatie en toerisme een bijdrage levert aan het welzijn en een gezonde leefwijze van onze inwoners. Daarnaast kan (cultuur)recreatie bijdragen aan de trots op de eigen regio en kan de sociale binding versterken. Verder schept een groeiende vrijetijdseconomie banen en levert het inkomsten op voor onze ondernemers. We willen dat de werkgelegenheid groeit waarbij aandacht is voor inzet van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Verder willen we dat bestedingen toenemen. En we willen dat de vrijetijdseconomie bijdraagt aan de leefbaarheid en het voorzieningenniveau in de kernen. Bijvoorbeeld als het gaat om de lokale supermarkt en horeca.

Waardevol en duurzaam toerisme

We gaan voor waardevol en duurzaam toerisme. Er is een goede balans nodig tussen het economisch voordeel, de draagkracht van de natuur en het landschap en het draagvlak onder bewoners. Dat vraagt in sommige gevallen om een afweging tussen verschillende belangen. Het uitgangspunt is een goede balans in de uitwerking van plannen.

Toerisme is geen doel op zich. Het gaat om meer dan alleen economische ontwikkeling. Het biedt kansen voor andere onderwerpen. Recreatie en toerisme kan bijdragen aan leefbaarheid, gezondheid, horeca, kunst, cultuur, erfgoed, mobiliteit en natuur. Het biedt ook kansen voor de verbreding of eventueel transitie van de landbouw. De ontwikkeling van de vrijetijdssector kan hier in samenhang een bijdrage aan leveren.

Tot slot willen we in gemeente Midden-Groningen een aantrekkelijk vestigingsklimaat realiseren. Een sterke vrijetijdsector kan bijdragen aan het behouden en aantrekken van nieuwe bedrijven en inwoners. Daarbij zien we voor de inwoners en ondernemers in onze gemeente een rol. Juist zij zijn de ambassadeurs van onze gemeente!

Sterk DNA, aantrekkelijk aanbod

We bouwen verder aan een sterke vrijetijdssector. Het natuurlijke en culturele landschap legt een stevig fundament voor de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie in Midden-Groningen. We hebben in ons gebied uitgestrekte, aaneengesloten natuur. Er zijn meren, kanalen, goed ontsloten waterwegen voor waterrecreatie en een goed fiets- en wandelnetwerk. Daarnaast is er veel en goed beleefbaar cultuurhistorisch erfgoed, zoals borgen, molens, kerken, boerderijen en architectonisch

bijzondere gebouwen. Kortom we willen de natuur, het landschap en de kernen aantrekkelijker, goed beleefbaar en levendiger maken met routes, erfgoed, musea en evenementen die aansluiten bij het Midden-Groninger DNA. We hebben genoeg verhalen om te vertellen.

Samenhang en samenwerken: provinciaal, regionaal en lokaal

Samenhang en samenwerken zijn belangrijk. Onze ambities zijn in lijn met beleidskaders en uitgangspunten van onze eigen gemeente. Voorbeelden zijn Het Kompas, het lokale programmaplan Hart voor Midden-Groningen en het evenementenbeleid. Dit geldt ook voor de visie Vrijtijdseconomie van de provincie Groningen.

Verder is samenwerking belangrijk om de vrijetijdssector te ontwikkelen. Daarvoor is het nodig dat alle betrokken partijen elkaar vinden, gezamenlijk plannen maken, individuele plannen aan elkaar verbinden en die ook uitvoeren. Het gaat bijvoorbeeld om ondernemers in horeca, recreatie en toerisme, culturele ondernemers, vrijwilligers, onderwijs en organisaties zoals Groninger Landschap, Staatsbosbeheer en Marketing Groningen en Marketing Midden-Groningen. En daarbij horen natuurlijk ook onze inwoners.

Aansprekende (kleine) culturele initiatieven kunnen samen een krachtig geheel vormen, zoals het kunstzinnig familiefestival 'Art Carnivale' in Steendam, Roeg Klassiek in 't Roegwold en 'Watervloot' in Hoogezand. Daarbij benutten we kansen in Groeningen, de regio Groningen-Assen, bij Meerstad, bij de Innovatiewerkplaatsen en bij het NPG-bureau. Alleen ga je sneller, samen kom je verder.

4.2 Ruimtelijke kwaliteit en ruimte voor ondernemerschap

De meren, natuurgebieden, agrarische landschappen, historische linten, erfgoed en dorpen zijn de basis voor recreatie en toerisme. We willen deze kwaliteiten behouden en versterken. Verder willen we de kwaliteit van de woon- en leefomgeving versterken. Ook willen we bouwen aan een sterke vrijetijdssector. Zodat meer inwoners en mensen van buiten de regio onze gemeente kunnen ontdekken en beleven. We denken dat op veel plekken groei mogelijk is. Maar niet alle plekken kunnen een grote druk van recreanten en toeristen aan. Daarom is het uitgangspunt een goede balans. We willen dat toeristisch recreatieve ontwikkelingen in balans zijn met de leefbaarheid van omwonenden, natuur en (agrarisch) landschap.

Voor het realiseren van onze ambities uit deze visie is een ruimtelijk kader gewenst. Deze visie geeft aan waar we met de recreatief-toeristische sector naar toe willen. De huidige ruimtelijke kaders zijn nu leidend voor nieuwe ontwikkelingen en initiatieven. In februari 2022 is het bestemmingsplan Buitengebied Midden-Groningen door de gemeenteraad vastgesteld. In de voorbereiding van dit nieuwe bestemmingsplan is gewerkt aan het vernieuwen van beleidsnotities voor het buitengebied. In december 2021 heeft het college onder andere de beleidsnotities 'Kamperen Buitengebied' en 'Kleinschalige bedrijvigheid Buitengebied' vastgesteld. Deze beleidsnotities zijn onderdeel van de regels van het bestemmingsplan Buitengebied Midden-Groningen.

Gemeente Midden-Groningen werkt aan een nieuwe omgevingsvisie. In de omgevingsvisie staat in welke gebieden we ruimte willen bieden aan ontwikkelingsmogelijkheden voor verblijfs- en dagrecreatie. Ook

4 Ambitie en strategie

37

biedt de omgevingsvisie een nieuw ruimtelijk beoordelingskader. Dit kader geeft aan wat wel of niet kan, als een initiatief niet past binnen het bestemmingsplan/omgevingsplan. Hierdoor is het ook mogelijk om onderbouwd af te wijken van het bestemmingsplan/omgevingsplan.

We hebben voldoende ruimte nodig voor ondernemerschap. Ons vertrekpunt is 'Ja, mits'. We willen actief meedenken. Natuurlijk moeten nieuwe initiatieven bijdragen aan de ambitie en doelen van deze visie Vrijetijdseconomie en aan de waarden zoals straks opgenomen in de omgevingsvisie. We gaan een handreiking maken voor nieuwe initiatieven. De handreiking dienst als uitnodiging voor initiatiefnemers en is een eerste afwegingskader. Het beschrijft welke initiatieven en ontwikkelingen we graag zien en niet zien in onze gemeente. Dat doen we voor bijvoorbeeld verblijfsrecreatie, attracties, horeca en evenementen. Daarnaast beschrijft het ruimtelijke en andere voorwaarden. Zo kunnen initiatiefnemers een eerste toets doen.

4.3 Relatie met andere onderwerpen

Deze visie staat in verbinding met andere onderwerpen binnen de gemeente. Recreatie en toerisme staat niet op zichzelf. Het gaat ook over bijvoorbeeld natuur, gezondheid, landbouw, detailhandel en duurzaamheid. Verbinding en samenwerking zijn nodig om onze ambities waar te maken. Daarom willen we intern en extern actief samenwerken. Hieronder staat een overzicht van verbindingen met andere onderwerpen.

Economie

- Evenementenbeleid
- Detailhandelsvisie en uitvoeringsprogramma
- Landbouw
- Onderwijs en arbeidsmarkt
- Circulair ondernemen

Sociaal domein

- Gezondheid
- Welzijn
- Inclusieve samenleving
- Onderwijs (Natuur- en milieueducatie)

Deelname maatschappij

- Sport en bewegen

Cultuur

- Cultureel erfgoed
- Cultuurhistorie
- Kadernota Cultuur

Gebiedsregie

- Dorpsplannen (NPG-project)

Veiligheid

- Preventie, toezicht en handhaving

Mobiliteit

- Openbaar vervoer
- Fietspaden
- Pontverbinding



Ruimte

- Omgevingsvisie
- Omgevingsplannen
- Bestemmingsplan Buitengebied
- Beleidsnotities 'Kamperen Buitengebied' en 'Kleinschalige bedrijvigheid Buitengebied'
- Gebiedsontwikkeling

Openbare ruimte

- Beleidsplan openbare verlichting 2021-2025

Duurzaamheid

- Duurzaamheidsvisie
- Laadvisie gemeente Midden-Groningen
- Duurzaam landschap – natuur, biodiversiteit en landschap
- Duurzaam ondernemen
- Duurzame energievoorziening – Transitievisie warmte

4.4 Opgaves voor Midden-Groningen

We hebben een ambitie voor 2030. Om die ambitie handen en voeten te geven zien we vijf belangrijke opgaves. Deze hebben we vertaald naar vijf ontwikkellijnen. Dat is de koers voor de komende vier jaren.

1. Buitenruimte op orde
2. Aantrekkelijk en beleefbaar aanbod: DNA en verhalen
3. Toekomstbestendige vrijetijdssector
4. Profileren DNA en informatievoorziening
5. Samenwerken aan de toekomst

4.4.1 Buitenruimte op orde

Midden-Groningen heeft inwoners, recreanten en toeristen veel te bieden. Het landschap, de natuur en de meren zijn zeer geschikt om te wandelen, fietsen en/of te varen. We hebben een uitstekende bereikbaarheid over de weg, water en spoor. En we hebben een netwerk van fiets- en wandelroutes. Onze buitenruimte is zeer geschikt voor actieve recreatie. Dat is ook belangrijk voor de gezondheid van onze inwoners. Daarnaast hebben we niet echt veel buitenspeelactiviteiten voor kinderen.



Het onderhoudsniveau van voorzieningen is niet altijd op orde. Bijvoorbeeld als het gaat om (halfverharde) fiets- en wandelpaden, parkeerplekken, havens en beschoeiingen. Ook zijn er weinig rustpunten in het netwerk. Voor de vaarrecreatie zijn er kansen voor nieuwe vaarverbinding vanaf het Zuidlaardermeer naar het Woldmeer. Daarnaast zijn er beperkte in- en uitstapplaatsen voor kano's en beperkte aanlegmogelijkheden voor passanten. Verder vraagt de ontwikkeling van Meerstad mogelijk om een uitbreiding en/of aanpassing van het wandel-, fiets- en vaarnetwerk.

Doel

We willen een goede toegankelijkheid van de buitenruimte in Midden-Groningen voor onze eigen inwoners en bezoekers. Zodat jong en oud actief kan recreëren en natuur, cultuur en landschap kunnen beleven.

Dit betekent:

- Actueel, dekkend en veilig wandel-, fiets- en vaarnetwerk, ook richting stad Groningen.
- Buitenruimte op orde, toegankelijk en bereikbaar. Mogelijkheden om natuur, water en landschap te beleven.
- Goede bereikbaarheid van en verbindingen tussen meren, goede bevaarbaarheid meren en waterwegen en goede voorzieningen langs de routes zoals havens
- Goede mogelijkheden om te zwemmen op de daarvoor aangewezen plekken
- Routestructuren passend bij de doelgroepen, cultureel erfgoed en verhalen koppelen aan routes.
- Bereikbaarheid voorzieningen en evenementen met openbaar vervoer
- Bereikbaarheid voorzieningen voor mensen met een beperking (inclusiviteit)

4.4.2 Aantrekkelijk en beleefbaar aanbod: DNA en verhalen

Midden-Groningen heeft een aansprekend landschap en cultureel erfgoed met een verhaal. Grote publiekstrekker is de Fraeylemaborg. Daarnaast herbergt onze gemeente talloze borgen, monumentale panden, molens, historische kerken, industrieel erfgoed en lintdorpen. Allemaal met een verhaal. En we hebben vele interessante culturele evenementen. Voorbeelden zijn de vele fairs en andere activiteiten bij de Fraeylemaborg, Art Carnivale, Schildweek, Roeg Klassiek, Dag van het Park en Watervloot.

Tegelijkertijd is de historie van onze natuur, landschap en cultureel erfgoed en evenementen onvoldoende ontsloten en beleefbaar. Zo ontbreekt er bijvoorbeeld een overzicht van alle routes, ommetjes, rustplekken en bezienswaardigheden in onze gemeente.

Doel

We willen ons unieke DNA en geschiedenis beleefbaar maken en trots op onze gemeente vergroten.

Dit betekent:

- Divers productaanbod voor verschillende doelgroepen en wandelen, fietsen en varen. Het aanbod vertelt verhalen over ons DNA en geschiedenis en is gekoppeld aan onze routestructuren. Deze zijn ook digitaal toegankelijk.
- Divers aanbod van (meerdaagse) evenementen passend bij onze identiteit.
- Meer arrangementen en koppelingen tussen recreatief-toeristische voorzieningen onderling en verbindingen met landbouwbedrijven.

4 Ambitie en strategie

40

4.4.3 Toekomstbestendige vrijetijdssector

Gemeente Midden-Groningen en beperkt en weinig gevarieerd aanbod verblijfsrecreatie. Zo zijn er weinig goede groepsaccommodaties, is het aantal camperplekken beperkt en zijn er weinig mogelijkheden voor een bijzondere overnachting. Daarnaast is er een klein aantal aanbieders van overnachtingen. De veelal kleinschalige aanbieders maakt sector kwetsbaar. Bijvoorbeeld als het gaat om investeringen, beschikbare beddencapaciteit, digitalisering en innovatie. Ontwikkelen van verblijfsrecreatieve bedrijvigheid is een taak van ondernemers. Dat geldt ook voor de realisatie van overnachtingsmogelijkheden voor campers. Daarnaast zijn openingstijden vaak beperkt in veel horeca, cultureel erfgoed en musea. Tot slot is de organisatiekracht van ondernemers nog laag. Zo zijn nog niet alle toeristische bedrijven lid van Vereniging Marketing Midden-Groningen.

Doel

We willen een toekomstbestendige gastvrije vrijetijdsector met een gevarieerd aanbod van verblijfs- en dagrecreatie passend bij onze identiteit.

Dat betekent:

- Hoge kwaliteit en divers aanbod van dag- en verblijfsaanbod door ondernemers: duurzaam, gastvrij en innovatief.
- Meer bijzondere vormen van overnachtingen op bestaande en nieuwe bedrijven. Denk aan slapen in erfgoed.
- Meer bijzondere ervaringen met belevingswaarde passend bij de unique selling points: rust, ruimte, stilte, duisternis.
- Ruimte voor kleine tot middelgrote aanbieders in het buitengebied.
- Voldoende gekwalificeerd personeel.
- Een gezond ondernemersklimaat binnen de dag- en verblijfsrecreatie.

4.4.4 Profilering DNA en informatievoorziening

Marketing, promotie en profilering zijn onmisbaar voor het realiseren van onze ambities. We willen meer bezoekers, meer toeristische overnachtingen en een verhoging van de bestedingen. Gelukkig hebben we met Marketing Midden-Groningen een stevige basis. Wel zijn er beperkte financiële middelen voor Marketing Midden-Groningen. Verder heeft Midden-Groningen geen (fysieke) toeristische informatiepunten. Daarnaast zijn onze natuurgebieden, meren en landschappen vaak onbekend als vakantiebestemming of recreatiegebied. Ook is de geschiedenis van vaak onvoldoende ontsloten en beleefbaar. Daarom moeten we investeren in marketing.

Doel

We willen meer bekendheid van Midden-Groningen als aantrekkelijke bestemming door ons te onderscheiden en profileren op basis van ons DNA.

Dit betekent:

- Bestemmings- en gebiedsmarketing op basis van ons DNA (Merkwaarden)
- Samenwerking provinciale marketing en Marketing Midden-Groningen
- Goede digitale ontsluiting en vindbaarheid van het vrijetijdsaanbod.
- Nog betere informatievoorziening voor bezoekers door bijvoorbeeld toeristische informatiepunten.

4 Ambitie en strategie

47



4.4.5 Samenwerken aan de toekomst

We willen een volwaardig vrijetijdssector. Daarvoor is samenwerking en samenhang een belangrijke voorwaarde. Want recreatie en toerisme is een samengesteld product. Veel factoren bepalen samen de aantrekkelijkheid van een bestemming. Denk aan de aanwezigheid van routes, de kwaliteit van natuur en landschap en het aanbod aan verblijfs- en dagrecreatie. Dat vraagt om samenwerking tussen verschillende actoren. Van ondernemer tot overheid, van natuurorganisatie tot culturele instelling en van vrijwilligersorganisatie tot boerenbedrijf.

Doel

We willen actief samenwerken met onze buurgemeenten, op regionaal en provinciaal niveau. En we willen meer samenhang in het toeristisch-recreatieve product.

Dit betekent:

- Samenwerking met omringende/Groninger gemeenten om in te spelen op kansrijke ontwikkelingen zoals Groeningen, vaarrecreatie en Wunderline.
- Verbeteren samenwerking met en tussen ondernemers om organisatiekracht, toeristisch product en ondernemerschap te versterken.
- Samenwerking Marketing Midden-Groningen en provinciale organisatie verder uitbouwen. Versterken samenwerking ondernemers en Marketing Midden-Groningen.



5 Uitvoeringsagenda

43

5.1 Uitwerking strategie in thema's en acties, weggezet in termijnen.

Samen met een brede vertegenwoordiging uit de sector is bekeken welke projecten goed aansluiten bij de verschillende strategielijnen. Er zijn veel ideeën ingebracht die bijdragen aan de ontwikkeling van een gezonde vrijetijdseconomie. Ideeën die prima passen bij de verschillende thema's die in de visie zijn genoemd. Deze ideeën zijn gebundeld in logische, bij de strategielijnen passende acties. Hieronder is per strategielijn aangegeven wat we de komende jaren gaan doen, op welke termijn we met de thema's aan de slag gaan en wie trekker is.

Gelet op de beschikbare personele capaciteit en benodigde financiële middelen hebben we de termijnen verdeeld in kort (1-2 jaar: 2023-2024), middellang (3-4 jaar: 2025-2026) en lang (>4 jaar: 2027 ev). We steken voor dit uitvoeringsprogramma in op een termijn van 4 jaar. We maken iedere 2 jaar de tussenstand op en stellen bij waar nodig, voor het eerst medio 2024. We informeren de gemeenteraad jaarlijks over de voortgang in de lopende projecten.

Per thema is ervoor gekozen om de betrokken partijen in beeld te brengen. Niet altijd heeft de gemeente de rol van initiator of kartrekker. Soms zijn dat andere partijen, bijvoorbeeld ondernemers of Marketing Midden-Groningen en treedt de gemeente op als ondersteunende partij.

5.1.1 Buitenruimte op orde

Zoals in paragraaf 4.2.1 ook al is aangegeven is het onderhoudsniveau van voorzieningen niet altijd op orde. Het onderhoudsniveau van de omgeving en van de voorzieningen is de basis van het toeristisch product. Het is de eerste indruk die een bezoeker krijgt en die is veelal bepalend voor mogelijke vervolgbezoeken.

Voor een aantal onderwerpen geldt dat we onderzoeken willen laten uitvoeren naar de staat van onderhoud, veiligheid en beleefbaarheid. Denk hier bijvoorbeeld aan onderzoek naar onderhoud, veiligheid, beleefbaarheid van het recreatieve fietsnetwerk, onderzoek naar realiseren van zogenaamde TOPS (toeristische opstaplocaties) in combinatie met oplaadpunten voor elektrische auto's en fietsen of onderzoek naar mogelijkheden om de bedieningstijden van de bruggen te verruimen.

Daarnaast is een aantal projecten benoemd, waar inmiddels gewerkt wordt aan een projectplan. Denk hierbij aan de vervanging van het pontje bij het Zuidlaardermeer, de verbetering van de haven Zuidbroek of de realisatie van een surfstrand aan de Roegeweg in Steendam.

In onderstaande tabel staat aangegeven op welke termijn de zaken worden opgepakt en welke partijen daarbij worden betrokken.

5 Uitvoeringsagenda

44

In onderstaande tabel staat aangegeven op welke termijn de zaken worden opgepakt en welke partijen daarbij worden betrokken.

Thema	Actie	Termijn (kort/middel/lang)	Betrokken partijen
Actueel, dekkend en veilig wandel-, fiets- en vaarnetwerk	Verleggen fietsroute "Rondje Zuidlaardermeer" en vervanging pontje over Drents Diep	2023	Gemeente Gemeenten Tynaarlo, Groningen, provincie Groningen, Het Groninger Landschap (HGL)
	Verbeteren haven Zuidbroek excl. gebouwen	2023/2024	Gemeente
	Onderzoek kwaliteit, veiligheid, aanwezigheid voorzieningen (bankjes, horeca etc) en beleefbaarheid fietsnetwerk	2023/2024	Gemeente Routebureau Groningen
	Onderzoek naar veilige en goed onderhouden (kano en vis) steigers	2022/2023	Gemeente Eigenaren steigers
	Inventariseren bestaande (thema)routes	2023/2024	Gemeente Marketing Midden Groningen Routebureau Groningen
	Jaarlijkse bijdrage Routebureau onderhoud wandel- en fietsnetwerk en beheer www.routesingroningen.nl	Doorlopend	
	Onderhoud Wandel- en fietsnetwerk door aannemer (borden etc)	Doorlopend	
	Opstellen Havenbeleid	2023/2024	Gemeente
	Realisatie surfstrand Roegeweg Steendam incl. beschoeiing stranden	2023/2024	Gemeente
	Herstellen nutsvoorzieningen Slochterhaven	2023/2024	Gemeente
Buitenruimte op orde, toegankelijk en bereikbaar	Onderzoek naar logische toeristische "opstaplocaties" iem noodzakelijke voorzieningen (parkeren, oplaadpunten, informatievoorziening etc)	2025/2026	Gemeente Terrein eigenaren
	Aandacht voor veiligheid bij parkeervoorzieningen, wandelgebieden en bossen	Doorlopend	Gemeente
	Toegankelijk maken van aantal voorzieningen waar sprake is van onderhoud voor mensen met een beperking	2025/2026	Gemeente
	Eenheid in bebording (info, routes, toeristische bedrijven, erfgoed)	2023/2024	Gemeente Marketing Midden-Groningen
	Herinrichting noordzijde Zuidlaardermeer (beleefpark en entree strand incl. toegankelijk en bereikbaarheid strand en water voor mensen met een beperking)	2023/2024	Ondernemer Gemeente (ondersteunend)
	(onderscheidend) meubilair op logische locaties aan de routes	2023/2024	Gemeente Inwoners Ondernemer Routebureau Marketing Midden-Groningen
	Ontwikkelen (thematische) beleefpaden en -omgevingen	2027 ev	Gemeente Ondernemers Marketing Midden-Groningen
	Realisatie fiets- en wandelbrug over spoor bij Kolham (verwijderen 2 NABO's)	2027 ev	Gemeente NS HGL
	Vaarverbindingen Woldmeer-Zuidlaardermeer en Slochteren-Schildmeer	2027 ev	o.a. A-7 visie

Goede bereikbaarheid meren, goede bevaarbaarheid meren en waterwegen en goede voorzieningen langs de routes	Zorgen voor goed onderhouden en voldoende hoge (spoor)bruggen	2027 ev	Gemeente NS Watersportverbond
	Ontwikkelen passantenhaven bij Martenshoek en historische scheepswerf	2027 ev	Gemeente Inwoners Historische scheepswerf
	Onderzoek ruimere bedieningstijden bruggen	2023/2024	Gemeente BWRI
	Aandacht voor waterplantenproblematiek in meren en waterwegen	Doorlopend	Terrein eigenaar Waterschap Ondernemers Gemeente
Goede mogelijkheden om te zwemmen op daarvoor aangewezen plekken	Onderzoek gemeentelijke zwemstranden (incl. voorzieningen toilet etc)	2023/2024	Gemeente
	• Zuidlaardermeer • Schildmeer • Ruitershorn • Botjes zwembad • Zwaneveldsgat • Borgmeren		
Routestructuren passend bij de doelgroepen, cultuur erfgoed en verhalen koppelen aan routes	Points of interest koppelen aan wandel- en fiets netwerken	2025/2026	Gemeente Marketing Midden-Groningen Routebureau Groningen
	Ontwikkelen routes die Roegwold en Zuidlaardermeer verbinden	2023/2026	Gemeente Marketing Midden-Groningen Routebureau Groningen
	Ontwikkelen aansprekende themaroutes	2023/2026	Gemeente Marketing Midden-Groningen Routebureau Groningen
	Opnemen meer vrijliggende onverharde paden in wandelnetwerk (aanpassen wandelnetwerk)	2027 ev	Routebureau Groningen
	Realiseren nieuwe fietspad dicht bij Zuidlaardermeer in nog te ontwikkelen natuurgebied Wolfsbarg	2027 ev	Gemeente SBB HGL Terrein eigenaren
	Onderzoek haalbaarheid recreatieve voorzieningen uit de Groene Compagnie	2023/2024	Gemeente



5 Uitvoeringsagenda

45

5.1.2 Aantrekkelijk en beleefbaar aanbod: DNA en verhalen

Midden-Groningen heeft een grote verscheidenheid aan cultureel en industrieel erfgoed met hun unieke verhalen, een aanzienlijk aantal evenementen, een dekkend fiets- en wandelnetwerk en prachtige mogelijkheden om te varen. Al deze componenten kunnen bijeen worden gebracht in verrassende nieuwe producten, arrangementen en themaroutes. In onderstaande tabel laten we zien welke acties we ondernemen om dat aanbod te vervatten in verhalen, voorzieningen en routes.



Thema	Actie	Termijn (kort/middel/lang)	Betrokken partijen
Inventarisatie bestaand aanbod	In kaart brengen volledig aanbod aan beschikbare routes en voorzieningen	2023/2024	Gemeente Marketing Midden-Groningen Routebureau
Zorgen voor divers productaanbod en verhalen	Onderzoek toegankelijkheid voorzieningen voor minder validen	2025/2026	Gemeente Ondernemers
	Realiseren voldoende mogelijkheden voor evenementen (bijv. Gorechtspark en Tripbos)	2027 ev	Terreineigenaren Gemeente
	Uitwerken nieuwe "schatten", bijv. scheepsbouw, karton/papier, aardappelmeel, Aletta Jacobs)	2025/2026	Gemeente Marketing Midden-Groningen Eigenaren 'schatten'
	Realiseren locaties waar kinderen (feestjes, scholen) hele dag kunnen verblijven	2027 ev	Ondernemers Gemeente
	Betaalde samenwerking met Arthuur routeverhalen	2023/2024	Ondernemers Gemeente
Evenementen passen bij onze identiteit	Opstellen stimuleringsregeling meerdaagse evenementen - seizoensverlenging - per doelgroep (subsidieregeling)	2023-2024	Gemeente
Meer arrangementen en koppelingen tussen voorzieningen	Stimuleren meer gezamenlijke arrangementen	Doorlopend	Gemeente Marketing Midden-Groningen Ondernemers, organisaties
	Stimuleren samenwerking tussen organisaties	Doorlopend	Gemeente Marketing Midden-Groningen Ondernemers, organisaties

5 Uitvoeringsagenda

46

5.1.3 Toekomstbestendige vrijetijdssector

Wij willen als gemeente ondernemers faciliteren in een gezonde bedrijfsvoering. Uitbreiding van bestaande bedrijven, aanpassingen aan de eisen van tegenwoordig horen daarbij. Ook bijzondere vormen van verblijfsrecreatie. Wij gaan kijken naar mogelijkheden om bijzonder overnachten mogelijk te maken.

Ook uitbreiding met nieuwe bedrijvigheid bekijken we met een ja mits houding. Mits passend bij het DNA van ons gebied en passend in het in 2021 vastgestelde kampeerbeleid.

Bij bedrijfsontwikkeling, bestaand en nieuwvestiging is het uitgangspunt bedrijfsmatige recreatieve exploitatie hetgeen bijdraagt aan een gezonde en toekomstbestendige vrijetijdssector.

Waar mogelijk sluiten we aan op projecten uit uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie van de provincie Groningen, Noorderpoort en Grobusiness zoals Gateway to Hospitality en Project 'Lekker leren werken'.



Thema	Actie	Termijn (kort/middel/lang)	Betrokken partijen
Hoge kwaliteit en divers aanbod	Divers aanbod verblijf- en dagrecreatie (waaronder meer betaalde camperplekken)	Doorlopend	Ondernemers (initiatief) Gemeente (faciliterend en sturend)
	Afstemmen openingstijden horeca, cultureel erfgoed, musea en verblijfsrecreatie	Doorlopend	Ondernemers met musea en erfgoed
Bijzondere vormen van overnachten en ervaringen	Bijzonder overnachten mogelijk maken (op het water/in de natuur/in erfgoed)	Doorlopend	Ondernemers Gemeente (faciliterend)
Ruimte voor kleine tot middelgrote aanbieders in het buitengebied	Nieuwe ondernemers met bijzonder en aanvullend aan bestaand, passend bij DNA van Midden-Groningen	Doorlopend	Ondernemers Gemeente
Gezond ondernemersklimaat	Toekomstbestendige en bedrijfsmatige exploitatie verblijfsrecreatie	Doorlopend	Ondernemers Gemeente
	Integrale benadering van plannen	Doorlopend	Gemeente
	Meer ruimte voor ondernemen - ruimere flexibeler regels	2025/2026	Gemeente
	Onderscheiden: onze gemeente gaat voor bijv. fairtrade certificering	2025/2026	Gemeente
	Aandacht voor oneerlijke concurrentie	Doorlopen	Gemeente
	Opstellen handreiking voor ondernemers	2023/2024	Gemeente

5 Uitvoeringsagenda

47

5.1.4 Profilering DNA en informatievoorziening

Onbekend maakt onbemind. Dat geldt ook voor onze gemeente. Ons gebied heeft zoveel te bieden aan toeristen en recreanten, wat tot nu toe onvoldoende voor het voetlicht is gebracht. Mede door de bezuinigingen van een aantal jaren geleden heeft Marketing Midden-Groningen beperkte financiële middelen tot haar beschikking. Daardoor is het niet mogelijk geweest om volop in te zetten op marketing en informatievoorziening. Maar met die beperkte middelen hebben zij de afgelopen periode al wel een goede basis gelegd, die de komende jaren verder uitgebouwd moet worden.

Willen we echt het verschil gaan maken en recreanten en toeristen meenemen in onze verhalen, dan zullen we ook echt moeten investeren in regiomarketing en informatievoorziening. De provincie van haar kant investeert in de marketing van Groningen, gemeenten in de regiomarketingorganisaties. Samen kunnen we de provincie én de regio's op een goede wijze op de kaart zetten. Een eerste aanzet daartoe is al gezet door de ontwikkeling van één gezamenlijk platform en een uniforme herkenbare uitstraling. De volgende stap is het leggen van een stevig fundament onder de organisatie en slagkracht van Marketing Midden-Groningen en de samenwerkende organisaties.

In onderstaand overzicht wordt aangegeven wat er zoal moet gebeuren en welke partners daarbij betrokken zijn. De goede samenwerking met ondernemers, musea en evenementenorganisaties, cultuursector en erfgoed organisaties, maar ook met Visit Groningen, Routebureau Groningen en de omliggende regio organisaties is hierbij cruciaal.

Thema	Actie	Termijn (kort/middel/lang)	Betrokken partijen
Bestemmings- en gebiedsmarketing	- DNA Midden-Groningen uitdragen - Spotjes op TV + betaalde socials - Uitnutten social media - Herkenbaarheid - Opzetten specifieke campagnes - Uitbrengen jaarlijks magazine - Ambassadeurs op beurzen - Videoproducties - Duitse markt - Route promotie - Bekendheid geocaching - Doelgroepen scenario	2023/2026	Marketing Midden-Groningen Gemeente (faciliterend) Ondernemers Culturele organisaties Erfgoed organisaties Musea Routebureau Groningen
Samenwerking marketingorganisaties	- Nauwere samenwerking in de regio - Nauwere samenwerking Visit Groningen - Samenwerking Routebureau Groningen	Doorlopend	Marketing Midden-Groningen Regio marketingorganisaties Visit Groningen Routebureau Groningen
Informatievoorziening	- Ontwikkelen platform of app - In kaart brengen accommodaties (en verbinden) - In beeld brengen rolstoelvriendelijke locaties - Points of interest koppelen aan GPS-locaties - Onderscheiden: terrassen, horeca kaart aan koppelen - Planning wanneer een grote boot te water gaat - Promoten activiteiten in en om de dorpen (bijv. voedselparken en dorpsrandparken) - Magazine + digitaal - Aandacht voor bekendheid ondernemers, dorpshuizen - Alle fiets- en wandel en paardrijroutes + toerisme, strand en musea op 1 kaart, zodat je de app kunt downloaden	2023/2026	Marketing Midden-Groningen Gemeente (faciliteert) Ondernemers Culturele organisaties Erfgoed organisaties Musea
Onderzoek Tourist info kantoren	- Mogelijkheden en scenario's realiseren Toerist info locaties (o.a. Bibliotheek/Huis van cultuur en bestuur/dorpshuizen/ondernemers) - Displays bij ondernemers en op diverse toeristische locaties om aanbod zichtbaar te maken - Digitale informatie zuilen	2023/2024	Gemeente Marketing Midden Groningen



5 Uitvoeringsagenda

48

5.1.5 Samenwerken aan de toekomst

Bedrijven en organisaties hebben aangegeven dat samenwerking loont. Onderlinge samenwerking, maar ook een nauwe samenwerking met de gemeente. Er is behoefte aan thema- en netwerkbijeenkomsten waarbij men elkaar kan leren kennen. Elkaar kennen, betekent ook weten waar de ander zich mee bezighoudt en welke raakvlakken er zijn. De basis voor een vorm van samenwerking en onderlinge verbondenheid. Waar mogelijk maken we gebruik van de mogelijkheden die de provincie Groningen biedt voor het ontwikkelen van toeristische ecosystemen.

Thema	Acties	Termijn (kort/middel/lang)	Betrokken partijen
Intergemeentelijke samenwerking	• Samenwerking MMG + Marketing Groningen • Afstemming evenementen • Samenwerking omliggende gemeenten • Hotelschool en toerisme samenwerken • Samenwerken met Routebureau Groningen • Monitoringssysteem economie en marketing	Doorlopend	Gemeente (initiatief) Omliggende gemeenten Provincie Groningen Marketing Midden-Groningen Marketing Groningen
Samenwerking gemeente-ondernemers	• Opstellen gezamenlijke vervolagagenda waarin samenwerken aan ontwikkeling toeristisch klimaat centraal staat • (Thema)bijeenkomsten op locatie + rondleiding (min. 3 x per jaar) • Bedrijfsbezoeken (eens per maand) • Samenwerking met Kielzog, Bieb en Fraylemaborg • Opzetten netwerkorganisatie • Bereikbaar aanspreekpunt bij gemeente • Betere marketing en PR gezamenlijk • Netwerkdag (1x per jaar)	2023/2024	Gemeente (initiatief) Marketing Midden-Groningen Ondernemers Culturele organisaties Erfgoed organisaties Musea
Samenwerking bedrijven en organisaties onderling	• Afstemming en communicatie openingstijden en evenementen • Onderlinge bedrijfsbezoeken • Arrangementen en productontwikkeling • Gezamenlijke PR (evt. in samenwerking MMG)	2023/2024	Ondernemers (initiatief) Marketing Midden-Groningen Gemeente (faciliteert)

5.2 Monitoring en data

De uitdaging is om een volwaardige vrijetijdssector te ontwikkelen. Dat vertaalt zich in meer bezoekers, meer toeristische overnachtingen en een verhoging van de bestedingen. Uiteindelijk draagt dit bij aan een groei van bedrijven en werkgelegenheid. We zien de volgende indicatoren:

- De ontwikkeling van de werkgelegenheid (aantal banen) in de vrijetijdssector.
- De ontwikkeling van het aantal en type bedrijven in de vrijetijdssector.
- De ontwikkeling van het aantal toeristische overnachtingen.

Werkgelegenheid

In 2016 waren er 940 banen in de sector recreatie en toerisme. In 2020 waren dat 1.010 banen. Dat is 4,6 % van de totale werkgelegenheid in Midden-Groningen. Dat percentage ligt lager dan in de provincie Groningen en Nederland. Met onze ambities denken we dat het aantal banen nog kan groeien in de komende jaren. En we denken dat het een groter aandeel van de totale werkgelegenheid kan innemen. Tot slot zijn er ook afgeleide bestedingen zoals boodschappen doen. We hebben deze indirecte werkgelegenheid niet in beeld.

Streefwaarde: In 2030 is het aandeel recreatie en toerisme 5,5 % in de totale werkgelegenheid.

Jaar/banen MG		TOTAAL	%	GR	TOTAAL	%	NED	TOTAAL	%
2016	940	20.930	4,5	16.480	270.950	6,1	565.270	8.361.550	6,7
2017	970	20.740	4,7	17.310	276.950	6,3	584.970	8.499.160	6,9
2018	1.000	21.560	4,7	18.060	285.060	6,3	602.570	8.689.330	6,9
2019	1.080	22.310	4,8	18.730	290.230	6,5	621.450	8.912.610	7
2020	1.010	22.020	4,6	17.720	285.940	6,2	609.170	8.983.430	6,8

5 Uitvoeringsagenda

49

Vestigingen

In 2016 telde gemeente Midden-Groningen 320 bedrijven in de sector recreatie en toerisme. In 2020 waren dat er 360. In een periode van 4 jaren zijn er 40 bedrijven bijgekomen. Dat is een stijging van 12,5%. We werken aan een verdere groei de komende jaren.

Streefwaarde: In 2030 zijn er in de gemeente Midden-Groningen 450 bedrijven in de sector recreatie en toerisme.

Jaar	Vestigingen
2016	320
2017	330
2018	330
2019	350
2020	360

Toeristische overnachtingen

In 2020 heeft de gemeente in totaal ruim € 263.000 aan toeristenbelasting ontvangen. Op basis van deze cijfers kunnen we het aantal overnachtingen in verblijfsaccommodaties naar schatting berekenen. In 2019 bedroeg het aantal overnachtingen ongeveer 200.000. In 2020 bedroeg het totaal aantal overnachtingen 210.000. In 2021 is het systeem van gedifferentieerde heffing van toeristenbelasting ingevoerd (€ 1,30 voor overnachting op een camping; € 1,60 voor overige categorieën). Met ruim 222.000 overnachtingen werd in 2021 een bedrag van ruim € 328.000 ontvangen

Streefwaarde: In 2030 zijn er minimaal 250.000 toeristische overnachtingen in de gemeente Midden-Groningen

Onderzoek en overige indicatoren

De cijfers voor werkgelegenheid, vestigingen en toeristische overnachtingen geven een goed beeld van de gewenste ontwikkeling. Het aantal toeristische overnachtingen willen we verder uitsplitsen naar bijvoorbeeld jachthavens, (mini)campings, hotels, groepsaccommodaties, B&B's en vakantiewoningen. Ook willen we graag inzicht in de bezettingsgraad.

Samen met de provincie werken de Groninger gemeenten aan een provinciale monitor. Hierin staan werkgelegenheid, vestigingen en toeristische overnachtingen. Daarnaast komen andere onderwerpen aan de orde die kwantitatief en kwalitatief zijn. Het gaat dan bijvoorbeeld om de herkomst van bezoekers, bestedingen en evenementen. Verder gebruiken we ook de NPG Imagomonitor Groningen. Deze monitor gaat in op brede welvaart. Ook willen we verkennen of we de Innovatiewerkplaats in kunnen zetten voor gerichte monitoring. We denken aan gebruik van het pontje bij het Zuidlaardermeer, de waardering van een wandelroute of bepaald gebied en waardering van evenementen. En we willen een marketingmonitor laten uitvoeren. Deze monitor geeft richting aan de promotie en informatievoorziening naar onze doelgroepen.

Informeren raad

Door monitoring kunnen we verantwoording afleggen over de visie en de uitvoeringsagenda. Indien nodig kunnen we bijsturen. We informeren de gemeenteraad op hoofdlijn via de reguliere producten uit de planning- en controlcyclus. Daarnaast maken we ieder jaar een raadsbrief. Hierin gaan we uitgebreider en inhoudelijker in op de voortgang, effecten/doelen, resultaten en projecten/activiteiten.



6 Financiële vertaling

Om onze ambities waar te kunnen maken is financiële armslag noodzakelijk. Het gaat om ongeveer € 250.000 vanaf 2023 en € 340.000 vanaf 2025. Dit bedrag komt ongeveer overeen met de jaarlijkse inkomsten via de toeristenbelasting. Deze opbrengst gebruiken we echter binnen de algemene middelen. Het betekent dat er voor de uitvoering van deze visie een extra druk op de begroting ontstaat. Om deze druk zo beperkt mogelijk te laten zijn gaan we ook op zoek naar subsidiemogelijkheden. Denk hierbij aan beschikbare middelen via Regio Groningen-Assen, samenwerking met partners als Staatsbosbeheer of het Groninger Landschap, maar ook Nationaal Programma Groningen, NCG en Groeningen. Daar waar overlap is met de grensregio wordt nadrukkelijk gekeken naar mogelijkheden voor EDR-financiering en wellicht Europees geld.

In onderstaand overzicht is een samenvatting opgenomen van de totaalbedragen die we tot en met 2026 verwachten nodig te hebben om de acties ook daadwerkelijk te kunnen uitvoeren. De bedragen per strategielijn vindt u in de daaropvolgende pagina's.

We hebben een onderscheid gemaakt tussen investeringen en exploitatie en tussen incidenteel en structureel. De bedragen die zijn genoemd bij investeringen zijn een indicatie. Voor deze investeringen zijn er kredieten nodig. Deze zullen via een raadsvoorstel met een separate kredietaanvraag worden aangevraagd. Uit deze investeringen vloeien kapitaallasten en onderhoudskosten voort.

Investerings			
2023	2024	2025	2026
220.000	1.245.000	70.000	0

Benodigd budget				
Jaar	2023	2024	2025	2026
Incidenteel	96.000	7.500	57.500	30.000
Structureel	155.500	155.500	155.500	155.500
Kap last	0	29.100	86.845	86.128
Onderhoud	0	39.000	39.000	39.000
Totaal	251.500	231.100	338.845	310.628



6 Financiële vertaling

52

Strategielijn 1: Buitenruimte op orde

Benodigd budget								
Investering				Incidenteel				Structureel
2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026	
220.000	1.245.000	70.000	-	68.500	7.500	20.000	30.000	77.000

Strategielijn 4: Profilering DNA en informatievoorziening

Benodigd budget								
Investering				Incidenteel				Structureel
2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026	
-	-	-	-	7.500	-	-	-	90.000

Strategielijn 2: Aantrekkelijk en leefbaar aanbod: DNA en verhalen

Benodigd budget								
Investering				Incidenteel				Structureel
2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026	
-	-	-	-	17.500	-	37.500	-	7.500

Strategielijn 5: Samenwerken aan de toekomst

Benodigd budget								
Investering				Incidenteel				Structureel
2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026	
-	-	-	-	-	-	-	-	20.000

Strategielijn 3: Toekomstbestendige vrijetijdssector

Benodigd budget								
Investering				Incidenteel				Structureel
2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026	
-	-	-	-	2.500	-	-	-	-

Bijlage

53

Geraadpleegde bronnen

Lokaal

Gemeente Midden-Groningen	Samen aan de slag, collegeprogramma 2022-2026 gemeente Midden-Groningen
Gemeente Midden-Groningen	Kompas, Samen kom je verder gemeente Midden-Groningen
Gemeente Midden-Groningen Marketing Midden-Groningen	Kadernota Cultuur 2021-2024

Regionaal

Provincie Groningen Provincie Groningen	Omgevingsvisie februari 2022 Strategische Visie Vrijtijdseconomie 2021-2030
Provincie Groningen	Uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie 2021-2023
Provincie Groningen	Kerncijfers Recreatie en Toerisme 2019-2020
Provincie Groningen Provincie Groningen	Onderzoek Recreatief fietsen 2022 provinciale mobiliteitsprogramma 'Wat Groningers beweegt'
Provincie Groningen/Drenthe	Varen in de provincies Groningen en Drenthe
Groningen Toerisme Coöperatie UA	Visie en actieplan Groningse Vrijtijdseconomie 2020-2030
Regio Groningen Assen	Verstedelijkingsstrategie

Regioteam Watersportverbond

Waterschap Hunze en Aa's

Routebureau Groningen

Marketing Groningen

Platform Groeningen

Nationaal Programma Groningen

Strategisch beleidsplan 2021-2030
Vaar- en Waterrecreatie Groningen
Integraal Maatregelenplan
Zuidlaardermeer (IMZ)
Werkplan Routebureau Groningen
2022-2025
Regiostrategie 2021
Uitvoeringsprogramma
Imago onderzoek (Hanzehogeschool
in samenwerking met adviesbureau
For the Love of Place en
Rijksuniversiteit)

Landelijk

Rijk

Coalitieakkoord "Omzien naar
elkaar, vooruitkijken naar de
toekomst"

NRIT

Tendrapport toerisme, recreatie
en vrije tijd 2021

NBTC

Perspectief Bestemming
Nederland 2030

NBTC

Arbeidsmarktmonitor
gastvrijheidsector 2021

Raad voor de Leefomgeving

Advies Waardevol toerisme 2019
"onze leefomgeving verdient het"

Gastvrij Nederland

Maatschappelijk waarde toerisme
en recreatie 2021



Bijlage

54

BRTN	Basisvisie Recreatietoervaart Nederland 2020-2025
CELTH	Toekomstperspectieven bezoekerseconomie na Covid
SWECO	Het imago van toeristisch Groningen Sweco 2019
St. Recreatietoervaart Nederland Landelijke data alliantie	Toekomstvisie Waterrecreatie 2025 Beschikbare data en inzichten over toerisme
Rijksoverheid ANWB	Nationaal Toekomstbeeld Fiets onderzoek Recreatief Fietsen Groningen



Colofon

Tekst

Team Economie en projectmatige ontwikkeling,
gemeente Midden-Groningen

Ontwerp en opmaak

Frouke Roukema

Fotografie

Vereniging Marketing Midden-Groningen
Gemeente Midden-Groningen

Gemeente Midden-Groningen

Postbus 75, 9600 AB HOOGEZAND

Bezoekadres:

Huis van Cultuur en Bestuur
Gorecht-Oost 157
9603 AE Hoogezand

Telefoon 0598 37 37 37

WhatsApp 06 10 27 81 87

E-mail gemeente@midden-groningen.nl

Website www.midden-groningen.nl

Facebook www.facebook.com/middengroningen

Twitter www.twitter.com/middengroningen

Youtube [youtube-kanaal Gemeente Midden-Groningen](https://www.youtube.com/channel/GemeenteMiddenGroningen)

LinkedIn www.linkedin.com/company/gemeente-midden-groningen