



HET HOGELAND NIET IN WOORDEN TE VATTEN

VOORAF

Op 23 oktober 2017 was in het kader van de samen te voegen gemeenten Bedum, de Marne, Winsum en Eemsum een avond belegd door Promotie Waddenland over toerisme in de nieuwe gemeente Het Hogeland. Er werd die avond een oproep gedaan aan de (toeristisch-recreatieve) ondernemers van deze gemeenten om eens na te gaan op welke wijze de gemeente Het Hogeland de promotie van het toeristisch product kan organiseren.

Een groep ondernemers heeft de afgelopen maanden hierover nagedacht, een eerste uitwerking gedaan en een avond georganiseerd waarop zij in gesprek zijn gegaan met de huidige promotie organisaties. Deze organisaties, te weten Promotie Waddenland voor de Marne en Winsum, VVV Eemdelta voor (onder andere) Eemsum en de VVV Bedum hebben constructief meegedacht over de plannen die de groep ondernemers als eerste schets ter bespreking inbracht. De planvorming van de afgelopen maanden en de bijeenkomst met de promotie organisaties hebben er toe geleid dat u nu dit advies krijgt.



We vertrouwen er op dat dit advies aan de bestuurlijke besluitvorming maar ook de ambtelijke beleidsvorming op het gebied van toerisme en recreatie in de nieuwe gemeente, een substantiële bijdrage zal leveren.

DE KERN

De overeenkomsten tussen de huidige marketing organisaties zijn dat zij het gebied bekendmaken aan eigen inwoners en potentiële bezoekers en die laatste stimuleert daar (meerdaags) te verblijven. Onderliggend doel is dat de toerist geld uitgeeft aan het toeristisch-recreatief aanbod in het gebied. Wat ons betreft onderschrijft de nieuwe toeristische organisatie deze uitgangspunten en zet zij het Hogeland (inter-)nationaal op de kaart op het gebied van toerisme en recreatie.

Het gebied van de nieuwe gemeente Het Hogeland is een mozaïek van kernen, dorpen, ondernemers en initiatieven die historisch nauw met elkaar verwant zijn. Dat betekent dat tussen hen als “vanzelf” een koppeling ontstaat op inhoud, organisatie en boodschap.



Het Hogeland heeft immers drie unieke kenmerken:

- het is Europa 's langste getijdenkustlijn waar vrijwel geen menselijke activiteiten zijn;
- het kent de grootste concentratie van middeleeuwse kerken van Europa;
- en heeft in Europa het oudste cultuurlandschap.

Deze kenmerken vragen om specialisatie van de promotieorganisatie. Het is de kleinschaligheid die het gebied haar unieke kracht geeft, niet de stedelijke kernen.

De toeristisch-recreatieve ondernemers van de vier gemeenten willen een wendbare, ondernemers gestuurde organisatie die daadkracht uitstraalt, gericht is op samenwerking en betrokkenheid toont. Beleidsaansturing gebeurt vanuit een bestuur van ondernemers terwijl de praktische uitvoering en verbinding in het gebied geschiedt door lokale "aanjagers".

De ondernemers van de vier gemeenten willen de samenwerking met Marketing Groningen behouden en zien graag dat de beschikbare budgetten zoveel mogelijk worden gebruikt voor de activiteiten van de organisatie. De ondernemers stellen tenslotte het toeristisch product op de eerste plaats en niet de organisatie die dit bewerkstelligt.



KANTTEKENINGEN

Inschikken en herschikken

Het resultaat van deze inspanningen vertaalt zich in één grote organisatie die duidelijk gelieerd is aan een gebied dat buiten de provincie al een bekendheid heeft en in beleidsvorming één gemeentelijke organisatie kent. Dit belang maar ook dit voordeel is groot voor alle partijen. Verliezen zullen pijn doen maar ook weer snel vergeten worden.

Toeristenbelasting

Alleen de gemeente De Marne heft toeristenbelasting. Voor veel ondernemers uit deze gemeente is onduidelijk wat er met de opbrengsten van deze belasting gebeurt. Mocht de gemeente Het Hogeland overwegen voor de toeristen van haar gemeente belasting te heffen, laat dan deze belasting ten goede komen aan de toeristische infrastructuur en ter ondersteuning zijn aan de toeristisch-recreatieve aanbieders in de gemeente (model Oldambt).



TOT SLOT

Het toerisme neemt wereldwijd enorm toe de laatste tien jaar. In delen van de wereld worden toeristische gebieden tijdelijk gesloten om 'bij te komen' van de enorme bezoekersstromen. Toerisme is in veel landen een serieus onderdeel van de economie. De gemeente Het Hogeland is een speldenprik in deze toeristische globalisering maar zij onderscheidt zich door het hebben van rust en ruimte en eindeloze vergezichten. Wij hebben interessante musea, overnachtingsplekken op pittoreske plekken en volop bijzondere attracties en eetgelegenheden. Dat is wat de gemeente Het Hogeland bijzonder maakt zonder dat we ons zorgen hoeven te maken dat het te veel wordt. De ondernemers van de gemeente willen een krachtige en benaderbare promotie organisatie die veel voor hen betekent maar waarin zij ook veel willen investeren.

Caroline Meijer,

Groepsaccommodatie Waddenhoeve Usquert

Wieke Horneman,

NoordPROof Producties, Bedum

Wik Blok,

Natuurkampeerterrein 2Bunders, Ellerhuizen

Stijn van Genuchten,

Openluchtmuseum Het Hoogeland, Warffum

Carin van de Wal,

Museum Het Behouden Blik, Uithuizermeeden

Bob Assenberg,

bed & breakfast Hoogholtje, Onderdendam