

Visie en uitvoeringsplan recreatie en toerisme Het Hogeland 2030

Verleg je grenzen: Pionieren in Het Hogeland

Juni 2021



gemeente
Het Hogeland

Voorwoord

Het Hogeland is prachtig. De vele wierden met vaak middeleeuwse kerkjes, de uitgestrektheid van het boerenland, natuurgebieden als het Nationaal Park Lauwersmeer, de fiets- en wandelpaden en de vele waterwegen, de havens, het Waddengebied met zijn werelderfgoedstatus, onze mooie dorpen; het is een uniek stukje Nederland, waar veel te doen en te beleven valt voor bezoekers én onze inwoners. We hebben ruimte genoeg.

De gemeente wil de kansen die Het Hogeland biedt voor recreatie en toerisme beter en slimmer benutten. Dat is goed voor onze ondernemers en de werkgelegenheid in onze gemeente. Tegelijkertijd versterkt het benutten van die kansen ook de leefbaarheid voor onze inwoners. Bezoekers van buiten de gemeente kunnen bijdragen aan het in stand houden van voorzieningen, zoals winkels, die door krimp onder druk staan. Dat we die kansen beter benutten, is dus niet alleen nuttig, maar ook nodig.

Met deze visie brengen we de kansen die toerisme en recreatie Het Hogeland bieden beter in kaart. Dat hebben we samen met onze inwoners en ondernemers gedaan, maar ook met andere belanghebbenden. Het is een visie met draagvlak en vooral energie om samen verder te gaan. Ik wil hierbij dan ook iedereen bedanken die een bijdrage heeft geleverd.

Deze visie geeft ons houvast en richting bij het zetten van onze volgende stappen. Dat beleid zal gericht zijn op het grijpen van de kansen die we zien. Elke volgende stap die we zetten, zetten we het liefst weer samen met inwoners, ondernemers en belanghebbenden. In die verbinding schuilt de kracht om Het Hogeland beter op de kaart te zetten. Ik ben er van overtuigd dat we samen die kansen kunnen verzilveren.

We willen de gemeente niet inrichten voor massatoerisme, maar juist een balans vinden tussen behouden en beter benutten, tussen een Hogelandse schaal en een gezonde ambitie. Een visie kortom met, door en voor Het Hogeland.

Wat zou het mooi zijn als steeds meer mensen, van binnen en buiten de gemeente, trotse Hogelandsters en bezoekers van buitenaf, zeggen: Het Hogeland is prachtig.

Ik zie er naar uit om de stappen die nodig zijn samen te zetten, als de duizenden wandelaars die jaarlijks bij Pieterburen de eerste stappen op het Pieterpad zetten, of de wadlopers die vanuit Noordpolderzijl over de zeebodem wandelen. We hebben een mooie reis voor de boeg.

Ik wens u veel leesplezier,

Theo de Vries
Wethouder gemeente Het Hogeland



Samenvatting

Een heldere visie helpt de sector vooruit

De gemeente Het Hogeland heeft ambities als het gaat om toerisme en recreatie. Toerisme is onderdeel van één van de sleutelopgaven voor de groei en bloei van Het Hogeland in sociaal, cultureel, economisch en ruimtelijk opzicht. De (groei)sector zorgt niet alleen voor inkomsten en werkgelegenheid in de sector zelf, maar ook in aanverwante sectoren. Zo draagt toerisme en recreatie bij aan de leefbaarheid en brede welvaart in ons gebied. Om de sector komende jaren op een gepaste manier door te ontwikkelen is het hebben van een gezamenlijke, actuele en gedragen visie van groot belang.

Kansen gezamenlijk verzilveren

De toeristisch-recreatieve sector wil de kansen die er liggen verzilveren. Onder de noemer *Pionieren in Het Hogeland* willen we gasten de ultieme beleving bieden en als gemeente en sector doen waar we goed in zijn: onszelf blijven ontwikkelen. Hierbij hoort een passende ambitie:

*De sector ontwikkelt zich komende jaren op een **manier die past bij de gemeente en haar inwoners**. Door ondernemers met al hun creativiteit, innovatiekracht en lokale binding te laten ondernemen, versterken we ons aanbod en verbinden we (bestaande) aanbieders met elkaar. Zo trekken we meer bezoekers, genereren we meer bestedingen en vergroten we de werkgelegenheid in de sector. Minstens zo*

belangrijk vinden we de sociaal-maatschappelijke impact van de sector. Daarom willen we iedereen (inwoners en ondernemers) laten meeprofiteren en zetten we toerisme en recreatie in om onze gemeente leefbaar en levendig te houden en de trots van eigen inwoners te vergroten.

Bij de gestelde ambitie horen de volgende uitgangspunten:

- Vanuit eigen kracht en identiteit ontwikkelen.
- Versterken (bestaand) aanbod en groeien in het aantal bezoekers.
- Beleef Het Hogeland te voet, per fiets of op het water.
- Bezoekers langer in de gemeente houden en meer laten besteden.
- Iedereen profiteert van toerisme en recreatie.
- Werken aan een duurzame sector.

Het ontwikkelen van de toeristisch-recreatieve sector komt niet enkel de sector zelf ten goede. Door cross-overs biedt dit ook kansen voor andere sectoren (zowel in het buitengebied als in de centrumgebieden). Daarnaast draagt toerisme en recreatie bij aan een aantrekkelijk woon-, leef- en vestigingsklimaat.

Vier strategielijnen geven richting aan de uitvoering

Samen met de sector en met input van inwoners van Het Hogeland is gesproken over gewenste strategielijnen die helpen bij het gericht tot

uitvoering brengen van de visie. Er is gekozen voor de volgende vier strategielijnen:

1. Vitale en verrassende dorpen
2. Erfgoed en landschap tot leven brengen
3. Water, Lauwersmeer en Waddenzee
4. Verzilveren onderlinge samenwerking en spreiding

Voor de uitvoering van de strategielijnen zijn diverse actielijnen en acties opgesteld en voorzien van een indicatieve uitvoeringstermijn (kort, midden, lang) en bijbehorende trekker (wie is als eerste aan zet).

In de uitvoering van de actiepunten is het noodzakelijk dat de gemeente een faciliterende en stimulerende rol speelt. Daarnaast is voor sommige acties een uitvoerende rol noodzakelijk. Het is van belang dat de gemeente voldoende tijd en middelen inzet om de sector te verbinden, regionale acties op lokaal niveau uit te rollen, lokale initiatieven aan te laten sluiten bij regionale initiatieven en aansluiting houdt met andere gemeenten en provinciale ontwikkelingen en betrokken organisaties. Dit alles vraagt om voldoende capaciteit en budget.

Allereerst zijn er de reguliere jaarlijkse budgetten voor recreatie en toerisme. Deze zijn echter vrij beperkt en onvoldoende voor de acties zoals opgenomen in de visie. Daarom wordt waar mogelijk gebruik gemaakt van (externe) financiering vanuit programma's zoals NPG, Waddenfonds en Inspanningsverplichting Economic Board Groningen. Incidentele middelen van de gemeente of gelden van derden worden enkel ingezet indien nodig voor specifieke acties.

Inhoud

Hoofdstuk 1. Inleiding 6

- 1.1 Inleiding 7
- 1.2 Aanpak 8

Hoofdstuk 2. De sector in beeld 9

Hoofdstuk 3. Toekomstperspectief 15

- 3.1 Inleiding 16
- 3.2 Trends & Ontwikkelingen 17
- 3.3 SWOT-Analyse 18
- 3.4 Confrontatiematrix 19

Hoofdstuk 4. Visie recreatie & toerisme 20

- 4.1 Inleiding 21
- 4.2 Positionering – Wat is Het Hogeland 22
- 4.3 Gewenste ontwikkelrichting 23
- 4.4 Doelgroepen Het Hogeland: verleg je grenzen 25
- 4.5 Strategielijnen 26

Hoofdstuk 5. Uitvoeringsplan 27

- 5.1 Inleiding 28

- 5.2 Strategielijn 1: Vitale en verrassende dorpen 29
- 5.3 Strategielijn 2: Erfgoed en landschap tot leven brengen 30
- 5.4 Strategielijn 3: Water, Lauwersmeer en Waddenzee 31
- 5.5 Strategielijn 4: Verzilveren onderlinge samenwerking en spreiding 32
- 5.6 Algemene actiepunten 33
- 5.7 Van visie en actieprogramma naar uitvoering 34

Deel A: Bijlage 35

- Bijlage 1: Samenvatting uitkomsten bijeenkomst 7 april 2021 36
- Bijlage 2: Samenvatting uitkomsten inwonersenquête 37
- Bijlage 3: Marketingstructuur Het Hogeland 38

Colofon

© ZKA Leisure Consultants, april 2021

Auteurs ZKA *Sanne Westerink*
Martine Mollema
Gré Beekers

Foto's *Stichting Promotie Waddenland*



01

Inleiding

1.1 Inleiding

Gemeente Het Hogeland is de noordelijkste gemeente van Nederland en ontstaan op 1 januari 2019 door een fusie van de voormalige gemeenten Bedum, Eemsmond, De Marne en Winsum. Het Hogeland kenmerkt zich door één van Europa's oudste cultuurlandschappen, de ligging aan de Waddenzee Werelderfgoed (inclusief de eilanden Rottumerplaat en Rottumeroog) en het bijzondere erfgoed zoals de borgen en de middeleeuwse kerken. Al jaren is Nationaal Park Lauwersmeer een toeristische trekpleister. En sinds het winnen van de titel *"Allermooiste dorp van Nederland"* is ook het dorp Winsum een waar icoon met een snel groeiend aantal toeristen tot gevolg.

Behoeft gezamenlijke visie recreatie en toerisme

De gemeente Het Hogeland heeft ambities als het gaat om toerisme en recreatie. Toerisme is onderdeel van één van de sleutelopgaven voor de groei en bloei van Het Hogeland in sociaal, cultureel, economisch en ruimtelijk opzicht. De (groei)sector zorgt niet alleen voor inkomsten en werkgelegenheid in de sector zelf, maar ook in aanverwante sectoren. Zo draagt toerisme en recreatie bij aan de leefbaarheid en brede welvaart in ons gebied.

Om de sector de komende jaren op een gepaste manier door te ontwikkelen is het hebben van een gezamenlijke, actuele en gedragen visie van groot belang. Eén waarin richting wordt bepaald en duidelijke ambities staan benoemd voor de komende jaren. Dit alles vertaald in een concreet uitvoeringsplan, inclusief rol en taakverdeling van de verschillende stakeholders.

Belangrijk is dat de visie aansluit bij en verdere invulling geeft aan nationale en regionale (beleids-) stukken zoals Perspectief 2030 Bestemming Nederland (NBTC), Waardevol Toerisme (Rli), Bestemming Groningen 2030 (Groninger Toerisme Coöperatie) en Strategische visie vrijetijdseconomie provincie Groningen 2021–2030. Daarnaast sluit de visie aan op bestaande beleidsstukken van de gemeente Het Hogeland en (visie)documenten van organisaties die werken in de gemeente. Denk daarbij o.a. aan de Cultuurvisie, Erfgoedvisie, Scriptie Historisch Hoogland, Eén toeristische regiomarketingorganisatie in de Gemeente Het Hogeland (Waddenland), Manifest Lauwerskust en Manifest Het Hogeland.

Expliciet sluit de visie aan bij ons Lokaal programmaplan Kop op 't Hogeland, maar ook bij andere programma's van het Nationaal Programma Groningen (NPG) zoals Toukomst en het provinciaal programmaplan.

Voorliggende visie vormt tot slot een bouwsteen binnen de nog op te stellen Omgevingsvisie.



1.2 Aanpak

Aanpak

De gemeente heeft ZKA Leisure Consultants gevraagd om in coproductie te onderzoeken wat de toeristische potenties zijn, uitmondend in een toeristische visie met een koers en kaders voor mogelijke acties. Deze visie is het resultaat van diverse sessies en gesprekken met belanghebbenden over de identiteit, ambities, opgaven en acties voor komende jaren.

Om te komen tot een samenhangende visie is het volgende stappenplan aangehouden. Hierbij is gebruik gemaakt van bestaande documenten, de aanwezige kennis binnen de gemeente en bij ondernemers en van de expertise van ZKA.

De volgende sessies en overleggen hebben plaatsgevonden:

- ✓ Startgesprek met betrokken ambtenaren.
- ✓ Schouw langs toeristische locaties.
- ✓ Tweetal inhoudelijke bijeenkomsten met betrokken ambtenaren en afvaardiging van Stichting Promotie Waddenland.
- ✓ Afstemming portefeuillehouders Recreatie & toerisme en Kunst & cultuur.
- ✓ Gemeentelijke cross-oversessie met o.a. de volgende disciplines: Economische zaken, Erfgoed, Ruimtelijke Ordening, Wonen en leefbaarheid, NPG, dorpencoördinatoren, Duurzaamheid en communicatie.
- ✓ Enquête onder inwoners.
- ✓ Digitale werksessie toeristische ondernemers en diverse stakeholders uit de sector, incl. raadsleden als toehoorders (circa 50 deelnemers).
- ✓ Aanvullende interviews met de sector (o.a. Kwartiermaker Winsum).
- ✓ Toelichting conceptvisie aan het College.
- ✓ Bespreken conceptrapport met gemeente en bestuur Stichting Promotie Waddenland.
- ✓ Het conceptrapport is toegestuurd/afgesteld met omliggende gemeenten, provincie Groningen, waterschap Noorderzijlvest en Routebureau Groningen.

De visie toerisme en recreatie is als volgt opgebouwd:

- Na dit inleidende hoofdstuk, brengt hoofdstuk 2 de sector in beeld: hoe is de toeristische markt in Het Hogeland momenteel opgebouwd?
- Hoofdstuk 3 gaat in op het perspectief van recreatie en toerisme in Het Hogeland: welke trends en ontwikkelingen zijn relevant en wat zijn de centrale kansen en opgaven?
- Eerdergenoemde hoofdstukken worden vertaald naar een visie (hoofdstuk 4). Hier wordt ingegaan op de kaders waarbinnen toerisme en recreatie zich op een gepaste manier kansrijk kan ontwikkelen. Ook de doelgroepen worden in dit hoofdstuk besproken.
- Tot slot gaat hoofdstuk 5 in op wat er nodig is van de sector en gemeente om de visie succesvol tot ontwikkeling te brengen. Dit resulteert in een globaal uitvoeringsplan.

Een samenvatting van de uitkomsten van de inwonersenquête en een aantal conclusies van de brede werksessie zijn additioneel opgenomen als bijlage. Tot slot wordt in bijlage 3 de marketingstructuur van Het Hogeland uitgelegd.

02

De sector in beeld





*Eerst de huidige situatie,
inzichtelijk, daarna
dromen over de
toekomst!*



2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt aandacht besteed aan de huidige toeristisch-recreatieve sector in de gemeente Het Hogeland. De volgende 3 pagina's benoemen allereerst enkele van de vele hoogtenpunten van Het Hogeland. Aan de hand van erfgoed, dijken, polders, water en natuur loopt de geschiedenis van ons en ons landschap als een rode draad door de diverse voorbeelden. Tot slot sluit dit hoofdstuk af met een overzicht van het toeristisch-recreatieve aanbod de gemeente.



De Wierden, kerken en borgen

Voordat er zeedijken waren, wierpen de Groningers wierden op om droge voeten te houden. Door de latere inpoldering verloren de wierden hun functie en werd hun vruchtbare grond afgegraven. Plaatsnamen die eindigen op -werd, -uert, -wierde, -weer of -uard herinneren ons nog aan deze (voormalige) bulten in het landschap. De wierden vormen samen met de kloosters, kerken en borgen (gebouwd met de nieuwste uitvinding uit die tijd: baksteen of kloostermoppen) een rijke verzameling in het landschap.



Een greep uit de vele hoogtenpunten op Het Hogeland:

De hoge concentratie aan Middeleeuwse kerken is ongekend. Zo doet de scheve kerktoeren van Bedum niet onder voor de toren van Pisa. De kerk van Oosternieland heeft koepelgewelven die in de 13^e en 15^e eeuw met geometrische motieven zijn beschilderd en in de kerk van Zuurdijk zijn de bouwgeschiedenis en een piscina te bewonderen.

De vele (historische) orgels trekken orgelliefhebber van over de hele wereld. Zo vind je in de Petruskerk in Leens het in de jaren 1733-1734 gebouwde bekende Hinszorgel en in de middeleeuwse kerk Obergum een kabinetorgel uit 1775.

De dorpen zijn gaaf en vitaal. Zo is Winsum verkozen tot allermooiste dorp door de ANWB in 2020 en is Warffum (en het Openluchtmuseum Het Hoogeland) de grootste wierde van Nederland.

Mooie borgen sieren het landschap. Borg Verhildersum in Leens en de Menkemaborg in Uithuizen zijn mooie voorbeelden hoe levendig erfgoed kan zijn.

Amsterdamseschool met een Gronings tintje zie je terug in de geknikte dakjes van huizen, theemuts-daken en vooral ook de typische rode bakstenen. Het Berlage gemeentehuis van Usquert is een bekend voorbeeld en ook in de Kerk van Onderdendam is de invloed van deze bouwstijl goed te zien. In Bedum is een wandelroute samengesteld langs bouwwerken in de Groningse variant van de Amsterdamse School bouwstijl.

De (oude) zeedijken en de polders

Na de wierden werd het bouwen van dijken de manier om droge voeten te houden. De voormalige zeebodem en kwelders werden zo ingepolderd. In het landschap is nog goed te zien hoe Het Hogeland zich uitbreidde: voordat je bij de zeedijk bent passeer je eerst een aantal oude zeedijken. Ook zie je in akkers of weilanden soms nog een kronkelige waterloop. Deze maren zijn de restanten van krekens die over de kwelders stroomden. Eeuwenoude geulen als het ware.



Een greep uit de vele hoogtenpunten op Het Hogeland:

Wolddijk en Westerdijkshorn. De Wolddijk was de eerste dijk in Groningen. Bij Westerdijkshorn (vlakbij B&B Albertsmaheert) is nog goed te zien dat er wel eens een dijkdoorbraak voorkwam: hier zit een gekke lus in de dijk om de schade te herstellen.

Dijkdoorgangen in de Middendijk. Bij de doorgang bij Hornhuizen naar de Westpolder staat bijvoorbeeld nog een oud schotbalkenloodsje. Hier liggen de balken klaar om bij een zware storm de dijkdoorgang af te sluiten.

Tulpenvelden. In de lente staan de polders in het noorden van de gemeente in bloei. Sowieso is de agrarische sector groot in Groningen.

Ingenieuze waterhuishouding en maren. Door Groningen loopt de afwatering van Drenthe. Als je een dijk bouwt, kan het water het land niet in, maar ook niet uit. Daarom moesten er sluizen en gemalen gebouwd worden. Plaatsnamen eindigend op -zijl (betekent sluis) en -til (brug) herinneren ons aan het belang van de waterwegen op Het Hogeland. Vanaf de Groningse maren (waterlopen) kan je het landschap op een bijzondere manier goed ontdekken.

Landuitbreiding. In het noorden van de gemeente zie je goed hoe de boerderijen zich in smalle stroken richten naar de zee. Door het recht van opstrek konden boeren hun landbouwgrond uitbreiden op de kwelders van de Waddenzee Werelderfgoed.

Noordpolderzijl is verankerd in het DNA van de Groninger. Soms lijkt de wereld hier op te houden. Maar het is wel degelijk een belangrijke toeristische trekker. Dapper houden de kleinste getijdeshaven van Nederland en 't Zielhoes zich staande in de grote weidsheid.

Lauwersmeer, Waddenzee, Waddenkust en de kwelders

Waar vroeger de Lauwerszee en de Fivelmond de dienst uit maakten, slaan nu het Lauwersmeer en de Eemshaven de brug naar het heden én de toekomst. Vanaf de veilige, hoge zeedijk zie je Waddenzee Werelderfgoed komen en gaan in het ritme van de getijden. Je buitendijks begeven is nog altijd oppassen. Op de kwelderwerken kan je tussen de schapen en scholeksters wat zeekraal plukken en opknabbelen, maar in een naastgelegen kwelder zak je maar zo weg in het slib. Wadlopen met een ervaren gids is een unieke (en nog na te vertellen) ervaring.



Een greep uit de vele hoogtepunten op Het Hogeland:

Waddenzee Werelderfgoed en Kwelderwerken: het beleven van dit fascinerende erfgoed. Een bijzonder gebied waar je je nog als een pionier kan wanen. Land en zee zijn met elkaar verbonden, en dat zie, voel, ruik, hoor en proef je hier. Door de realisatie van het Werelderfgoedcentrum Waddenzee krijgt dit nog meer lading.

Nationaal Park Lauwersmeer en Lauwersoog: Hier komen land en zee samen. Een prachtig natuurgebied, een vogelparadijs én Dark Sky park. Activiteitscentrum Lauwersnest is een goede startplek voor de verkenning van dit gebied. Op het voormalig werkeiland van Rijkswaterstaat in Lauwersoog is een levendige (visserij)haven ontstaan waar samen gewerkt wordt aan duurzame ontwikkelingen.

Zoutkamp lag vroeger aan de Lauwerszee en heeft nog steeds de sfeer van een oud vissersdorpje. De garnalen van Heiploeg zijn befaamd en vanuit Zoutkamp vertrekken leuke vaar- en vistochten naar het Lauwersmeer of de Waddenzee Werelderfgoed.

Pieterburen is bekend van de zeehondencrèche en is de bakermat van het wadlopen. Het zeehondencentrum gaat weliswaar verhuizen, maar met het Bezoekerscentrum Waddenkust van Het Groninger Landschap en Domies Toen is er nog altijd van alles te beleven in Pieterburen. Bovendien is Pieterburen het startpunt van, waarschijnlijk de meest bekende wandelroute van Nederland, het Pieterpad.

Eemshaven: overslag, veerdienst naar Borkum, industrie, energiecentrales, datacentrum, windmolenpark. De Eemshaven en haar invulling is actueler dan ooit. Hier wordt ingezet op innovatie en duurzame energieopwekking.

Recreatie en toerisme op Het Hogeland

Het landschap, de dorpen, de natuur en de cultuurhistorie vertellen het verhaal van Het Hogeland. Het is dan ook niet verwonderlijk dat veel van de hoogtepunten op de vorige pagina's ook **toeristische trekpleisters** zijn.

Op deze pagina nemen we het recreatieve en toeristische aanbod verder onder de loep. Het zijn niet alleen toeristische trekkers, maar ook belangrijke plekken voor **bewoners** om te ontspannen en te ontmoeten. Bewoners van Het Hogeland, de omliggende gemeenten en uiteraard de stad Groningen.



Hotels en B&B's: Het Hogeland kent enkele, veelal kleinschalige hotels. Rond de Eemshaven bevindt zich een kleine concentratie van hotels/pensions. Het B&B aanbod is heel divers, vaak verrassend en heeft een mooie spreiding over de hele gemeente.



Bungalows en campings: Met name rondom het Lauwersmeer bevindt zich een concentratie van bungalows, o.a. met Vakantiepark Suyderoogh van Landal. Verder liggen er verschillende campings verspreid over de gemeente.



Jachthavens en sloepje varen: Heel veel dorpen hebben een haventje of wat ligplaatsen, maar de echte toeristische jachthavens concentreren zich met name rondom het Lauwersmeer en bij Zoutkamp. Ook zijn er op diverse plekken (zoals Winsum en Wehe den Hoorn) bootjes te huur om over de maren te varen.



Dagattracties, musea en bezienswaardigheden: In aanvulling op de genoemde locaties op de vorige pagina's, zijn o.a. ook op Het Hogeland te vinden: DoeZOO in Leens, Menkemaborg in Uithuizen, Adventurepark Waddenfun in Wehe den Hoorn, de Theefabriek in Houwerzijl, Openluchtmuseum Het Hoogeland in Warffum, Borg Verhildersum in Leens, het Visserijmuseum Zoutkamp, Beleef de koe in Zuidwolde en diverse wadloopmogelijkheden.



Wandelen en fietsen: Inwoners en bezoekers kunnen prachtige wandelingen en fietstochten maken. Een aantal bekende langeafstandswandelingen en -fietstochten starten en/of passeren de gemeente. De bekendste zijn het Pieterpad, de Jakobsroute, Tocht om de Noord en Het Pronkjewailpad.



Nieuwe trekpleisters: Er staan een aantal nieuwe (grote) ontwikkelingen op de planning in Het Hogeland. In Lauwersoog wordt naar verwachting het Unesco Werelderfgoedcentrum Waddenzee geopend, waar ook het Zeehondencentrum naartoe zal verhuizen. Op cultureel vlak wordt Kunstcentrum De Ploeg geopend.



Evenementen: Op Roakeldais, Kunstvloed, Graspop Baflo, grasbaanraces Eenrum en Dag van de Garnaal zijn een greep uit de evenementen.

03

Toekomstperspectief



3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de toeristische potenties van de gemeente Het Hogeland in kaart gebracht. Hiervoor worden verschillende bouwstenen gebruikt. In het vorige hoofdstuk staat de huidige stand van zaken met betrekking tot de sector in Het Hogeland. Naast de informatie die tijdens sessies met de gemeente en met stakeholders is opgehaald, zijn ook trends en ontwikkelingen van belang voor het perspectief van de gemeente. Op de volgende pagina's staan daarom de belangrijkste trends en ontwikkelingen voor Het Hogeland weergegeven.

Uit voorgenoemde onderdelen volgt de SWOT-analyse (pagina 17), waarin de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen voor de toeristisch-recreatieve sector van Het Hogeland in één beeld zijn samengevat.

Na het maken van een SWOT-analyse is het vervolgens interessant om de sterkten en zwakten te confronteren met de kansen en bedreigingen. Deze zogenaamde confrontatiematrix geeft inzicht in de centrale kansen en opgaven:

- Op welke vlakken zijn er groeimogelijkheden voor Het Hogeland?
- Wat kan Het Hogeland versterken en waar moet Het Hogeland zich juist verdedigen?

De confrontatiematrix is weergegeven op pagina 18.



A close-up photograph of hands playing in sand, likely at a beach or playground. The hands are wearing colorful socks and shoes, and the sand is being piled up.

Trends & Ontwikkelingen

Platteland in trek

- Het leven in de stad is druk en hectisch. Leef-ruimte is beperkt en de openbare (recreatieve) ruimtes zijn druk bezet met vele doelgroepen (bewoners, werkenden, studenten en bezoekers).
- De trek naar en de aantrekkelijkheid van het platteland (rust, ruimte, vertraging, gemoedelijk) groeide al en is door COVID nog sterker geworden.
- Kansen om nieuwe doelgroepen aan te trekken: qua recreatie (ruimte om te bewegen, te ontdekken, te spelen) en qua wonen (reistijd vervalt met digitaal werken). Wat nou krimp?!

Toename van vakanties

- Ondanks COVID is de prognose dat het aantal internationale toeristen naar Nederland toeneemt (+ 50% in 2030).
- Mensen gaan vaker en korter op vakantie: groei in binnenlandse vakanties en bestedingen.
- Groei in diversiteit van vakanties: in je eentje of juist groep (samengestelde families, verenigingen, reünies), inspannen i.p.v. ontspannen (vrijwilligerswerk, zelfontwikkeling), workations.
- Belangstelling in cultuur en authenticiteit biedt kansen voor toeristische producten Hogeland.

Toerisme voor leefbaarheid

- Toerisme en recreatie wordt als kans gezien om de leefbaarheid op het platteland te vergroten of op peil te houden.
- Recreatieve voorzieningen zijn niet alleen voor bezoekers, maar ook belangrijk voor bewoners.
- Toerisme biedt mogelijkheid voor recreatieve herbestemming van vrijkomende (agrarische) bedrijfspanden en nevenactiviteit voor boeren en bewoners.
- Toerisme biedt mogelijkheid om draagvlak voor voorzieningen te vergroten. Kansen door mix van doelgroepen.

Koopkrachtige en actieve senioren

17

- Nederland vergrijst maar senioren staan nog lang midden in het leven.
- 65+ers zijn in toenemende mate actief, vitaal, mobiel en hebben veel vrije tijd en koopkracht.
- Het gemak en de algemeenheid van auto's, treinen en elektrische fietsen vergroten de recreatieve mogelijkheden.
- Digitaal vaardige doelgroep.
- Gaan graag en eenvoudig een dagje, weekendje of midweekje op pad.



3.3 SWOT-Analyse

Sterkte

- Authentiek karakter in dorpen, cultuurhistorie en landschappen.
- Zeer bijzondere (concentratie van) middeleeuwse kerken en andere monumenten zoals de borgen (geschiedenis van steenhuizen).
- Weidsheid, licht en vergezichten (je kijkt nergens zover als in Groningen).
- Waddenzee als Unesco Werelderfgoed. Plan voor Werelderfgoedcentrum Waddenzee.
- Nationaal Park Lauwersmeer als toeristische trekker en Dark Sky beleving.
- Winsum als allermooiste dorp van Nederland 2020.
- Startpunt voor wadlopen en diverse lange afstandswandelingen en -fietsroutes (o.a. Pieterpad en Jakobsroute).
- Levendige havens van Lauwersoog (ook boot naar Schier), Zoutkamp en de Eemshaven (ook boot naar Borkum).
- Lokale trots en ambassadeurschap inwoners.
- Organisatorisch vermogen (stichtingen, verenigingen, etc.).

Kans

- Theoretisch veel fysieke ruimte voor nieuwe ontwikkelingen.
- Met 'pionieren' als motief inzetten op toenemende behoefte aan beleving, zingeving en authenticiteit én groeiende niche-doelgroepen (vogelaars, fotografen, schilders, etc.).
- R&T als (neven)activiteit voor agrarische bedrijven, bewoners, cultuur en erfgoed.
- Actieradius senioren groter door elektrische fiets.
- Stad is dichtbij, kans voor recreatieve koppeling van vraag en aanbod.
- Groeiende behoefte camperplaatsen.
- Vraag om duurzame en lokale voeding en producten groeit (bewustwording in horeca, korte lijnen bevoorrading, slow food, vis, garnalen en landbouwproducten). Cross-overs met de belangrijke landbouwsector in het gebied is hierin belangrijk.
- Toenemende behoefte aan duurzaamheid en Groningen als de provincie van innovatie (o.a. Eemshaven).
- Verbinding met Fryslân, Noord-Holland, Duitsland en Denemarken via de Waddenkust.

Zwakte

- Beperkt aantal toeristische bedden beschikbaar in de gemeente en weinig accommodaties voor één nacht.
- Versnippering en vindbaarheid van het aanbod.
- Aanbod is veelal thematisch geclusterd in routes en informatie, maar koppeling met andere thema's en andere locaties ontbreekt. Dwarsverbanden (thema en locatie overstijgend) ontbreken.
- Slechts beperkte mogelijkheden openbaar vervoer tussen dorpen.
- Het imago van Groningen is negatiever dan het werkelijke beeld bij bezoekers.
- Weinig verbinding en synergie tussen trekkers (bedrijven en locaties) in en net buiten de gemeente. De trekkers zijn ook relatief klein waardoor beperkt draagkracht.
- Unesco Werelderfgoedstatus Waddenzee wordt te weinig uitgedragen. Waddenkust/zee nog onvoldoende beleefbaar en bekend.

Bedreiging

- Imago van Groningen is dat het er grijs en leeg is.
- Relatief weinig slecht-weer voorzieningen, daardoor niet een jaarrond bestemming voor alle doelgroepen.
- Zonneweides en windturbines kunnen, afhankelijk van hun locatie, het landschap en de Dark Sky beïnvloeden en een bedreiging voor vogels vormen (onze belangrijke sterktes en kansen).
- Leefbaarheid onder druk door te laag draagvlak voor voorzieningen en onvoldoende bereikbaarheid of mobiliteiten.
- Wankel evenwicht van ondernemers/locaties die afhankelijk zijn van 1 trekker of sterke aanbieder. Ondernemers en culturele organisaties zijn relatief klein, soms weinig capaciteit t.b.v. samenwerking en verbinding met anderen.

3.4 Confrontatiematrix



04

Visie recreatie &
toerisme





4.1 Inleiding

Waar voorgaande hoofdstukken ingingen op de huidige situatie en de kansen die er zijn, kijkt dit hoofdstuk vooruit. Paragraaf 4.2 gaat in op de positionering van Het Hogeland en beantwoordt de vraag wat Het Hogeland bijzonder en onderscheidend maakt. In paragraaf 4.3 wordt de ambitie voor komende jaren benoemd, evenals duidelijke uitgangspunten die bijdragen aan de gewenste ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve sector van Het Hogeland. Naast de gewenste ontwikkelrichting is het van groot belang om de doelgroepen scherp te krijgen. Voor wie is Het Hogeland aantrekkelijk? De doelgroepen staan weergegeven in paragraaf 4.4.

Om meer richting te geven aan de uiteindelijke uitvoering van deze visie (H5), is de gewenste ontwikkelrichting verder uitgewerkt in vier strategielijnen die tot slot staan omschreven in paragraaf 4.5.

De input die is opgehaald tijdens de participatiemomenten, is nadrukkelijk meegenomen in dit hoofdstuk. Zowel inwoners als ondernemers en externe betrokkenen hebben nagedacht over gewenste ontwikkelrichtingen. Zo is een breed gedragen visie ontstaan.

4.2 Positionering – Wat is Het Hogeland

RUIMTE Om tot rust te komen. Om jezelf te zijn. Puur en vrij. Of zoals de Boetenbaintjes al eens zongen: *Geef mie de roemte.*

OPEN Weids. Einder. Imponerende wolkenluchten. Ver kijken. Over het land. Over de zee. In het donker. Dark Sky.

GASTVRIJ Vriendelijk en trots.
Behulpzaam. Stoer. Genieten.

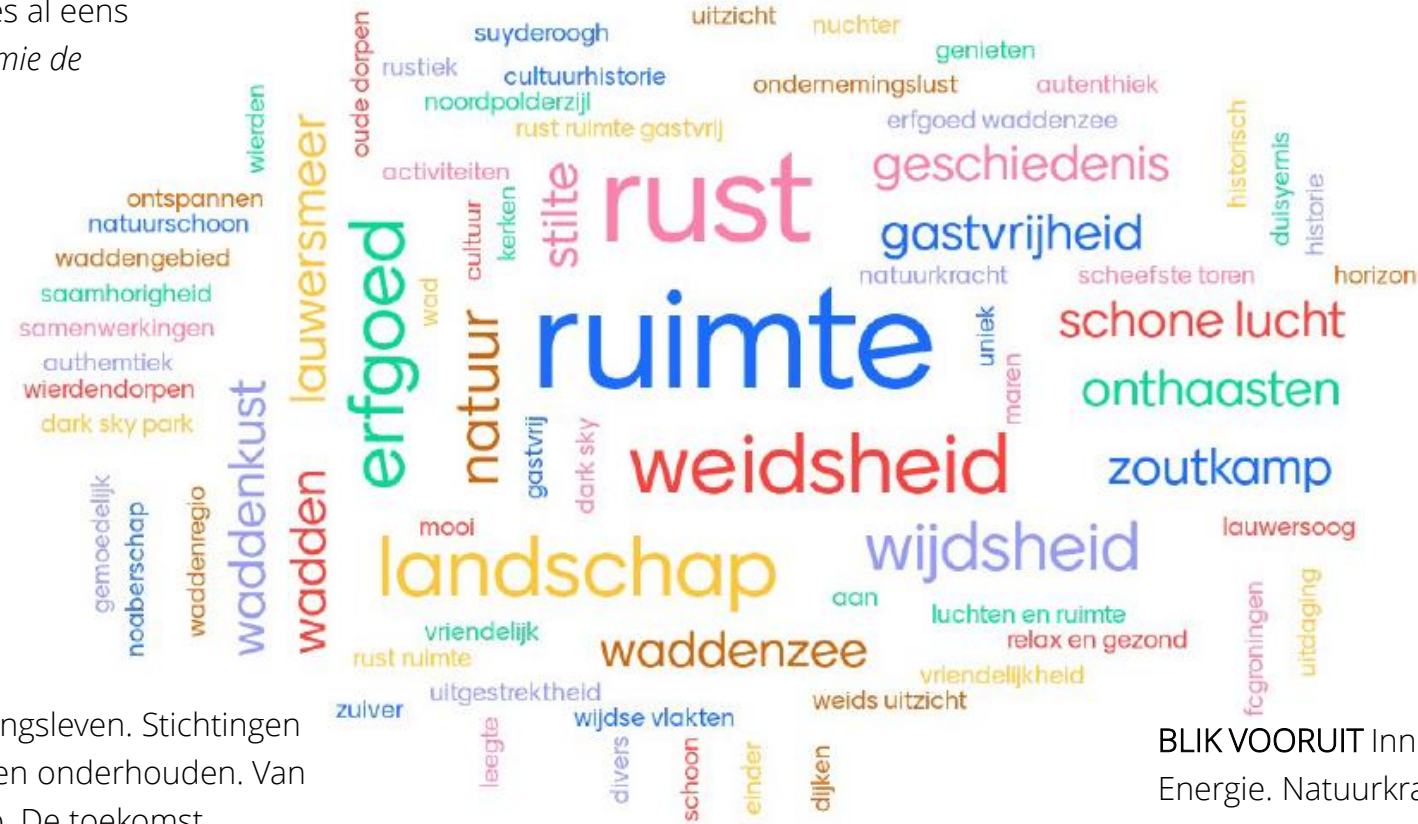
WADDENLAND Leven met
de zee. Wierden. Dijken.
Maren. Lauwersmeer.
Leven van de zee.
Vruchtbare, vette *klaai*.
Vissersdorpen. Wadlopen.

RUST Het kan zo stil zijn hier. Zo donker. Zo lekker onbeperkt waaien, fris. Niet altijd zo jagen, er hoeft niet meer gehooïd te worden. Gezond voor je kop en je lijf.

TASTBAAR VERLEDEN Rode
bakstain. Kerkjes. Borgen.
Dorpen. Eeuwenoud.
Authentiek. Erfgoed in
leven.

SAMENWERKEN Rijk verenigingsleven. Stichtingen die het verschil maken. Samen onderhouden. Van elkaar. Het cultuurlandschap. De toekomst.

BLIK VOORUIT Innovatief. Duurzaam. Relevant.
Energie. Natuurkracht. Nog altijd pionieren.



4.3 Gewenste ontwikkelrichting

Gemeente Het Hogeland heeft alles in zich om zichzelf toeristisch-recreatief te ontwikkelen. Prachtige landschappelijke kwaliteiten, het erfgoed, mooie dorpen en trotse inwoners en ondernemers. Zowel de sector als inwoners benoemen¹ het belang van toerisme en recreatie en staan klaar om samen de kansen te verzilveren.

Ontwikkelen is een breed begrip en kan op verschillende manieren tot uitvoering worden gebracht. In het traject voorafgaand aan dit visiedocument is uitvoerig gesproken met de sector en de gemeente. Gezamenlijk is nagedacht over mogelijke ontwikkelrichtingen en ambitieniveaus, evenals bijbehorende consequenties en gevolgen.

Voorop staat dat we -de sector en de gemeente- **ambitie hebben**. Omliggende gemeenten ontwikkelen door en niets doen is achteruitgang in een sector die voortdurend in ontwikkeling is. Daarnaast zijn de kansen die er liggen voor onze sector groot. Gezamenlijk hebben we de volgende ambitie geformuleerd.

*De sector ontwikkelt zich de komende jaren **op een manier die past bij de gemeente en haar inwoners**. Door ondernemers met al hun creativiteit, innovatiekracht en lokale binding te laten ondernemen, versterken we ons aanbod en verbinden we (bestaande) aanbieders met elkaar. Zo trekken we meer bezoekers, genereren we meer bestedingen en vergroten we de werkgelegenheid in de sector. Minstens zo belangrijk vinden we de sociaal-maatschappelijke impact van de sector. Daarom willen we iedereen (inwoners en ondernemers) laten meeprofiteren en zetten we toerisme en recreatie in om onze gemeente leefbaar en levendig te houden en de trots van eigen inwoners te vergroten.*

Om hier richting aan te geven, is een aantal belangrijke uitgangspunten geformuleerd. Deze staan op de volgende pagina verwoord.

¹ Bijlage 1 geeft een samenvatting van de uitkomsten van de inwonersenquête weer, evenals de antwoorden die gegeven zijn tijdens de brede werksessie op 7 april 2021.



Uitgangspunten

Vanuit eigen kracht en identiteit ontwikkelen. Centraal staat dat de sector zich moet ontwikkelen vanuit de eigen kracht en identiteit van Het Hogeland. Onder de noemer **'Pionieren in Het Hogeland'** worden huidige aanbieders zowel fysiek als digitaal meer met elkaar verbonden en onder de aandacht gebracht. Zo kan Waddenland zich blijven inzetten op het vermarkten van Het Kleine Geluk.

Versterken (bestaand) aanbod. We willen meer bezoekers naar onze gemeente trekken. We zetten in op het versterken en verbinden van bestaande aanbieders en geven ruimte aan nieuwe dag- en verblijfsaanbieders. Belangrijk hierbij is dat nieuw aanbod aansluit bij de wensen van onze doelgroep (zoals benoemd op de volgende pagina) en daarnaast nadrukkelijk bijdraagt aan het versterken van de identiteit van het gebied. Kleinschaligheid is hierbij de norm, maar ook grotere initiatieven zijn welkom zolang ze aansluiten bij onze kenmerken. Niet de mainstream ontwikkelingen, maar net even anders, vernieuwender en puurder. Denk hierbij aan een kleinschalig hotel in één van dorpen, een zelfvoorzienende cabine in het waddengebied en/of blotevoetenpaden voor de kinderen. Het toevoegen van verblijfsaanbod heeft prioriteit.

Beleef Het Hogeland te voet, per fiets of op het water. In Het Hogeland kun je prachtig wandelen, fietsen en varen. Niet alleen bezoekers genieten ervan, ook eigen inwoners maken er graag gebruik van. We willen hier nog meer van profiteren en zetten daarom in op goede wandel- en fietsfaciliteiten. Zo veel mogelijk gekoppeld aan bestaande aanbieders. Niet iedere route hoeft tot de puntjes verzorgd te zijn. Struinen door het landschap en dwalen zonder duidelijk eindpunt heeft ook zijn charmes en past bij de (doelgroepen van de) gemeente. Naast faciliteiten op het land, zijn faciliteiten op het water belangrijk. Het water verbindt onze dorpen en laat het landschap vanuit een andere dimensie beleven. Daarnaast verbindt het water ons met de Waddeneilanden Borkum, Schiermonnikoog, Rottumerplaat en Rottumeroog.

Bezoekers langer in de gemeente houden en meer laten besteden. Het Hogeland ontdek en ervaar je niet in één dag, hiervoor hebben we te veel mooie aanbieders en is ons landschap te divers. Om bezoekers het volledige Hogelandgevoel te geven, moeten we ze langer vasthouden. Dit willen we bereiken door de parels die we hebben nog meer in de vitrine te zetten en de bezoeker gastvrij te verwelkomen. Door middel van thematische verhaallijnen en arrangementen verleiden we de gast om nog meer te weten te komen over onze gemeente en nog meer plekken te bezoeken. Zo zetten we in op organische spreiding, hogere bestedingen en profiteren meerdere aanbieders en locaties van de trekkracht van o.a. het Lauwersmeer, Winsum, Pieterburen, etc.

Iedereen profiteert van toerisme en recreatie. We vinden het belangrijk dat iedereen profiteert van toerisme. Toerisme en recreatie zijn niet enkel interessant voor bezoekers, maar raken ook heel nadrukkelijk de eigen inwoners. Denk daarbij aan dagrecreatieve faciliteiten waar ook bewoners gebruik van maken en daarnaast zorgt de sector nu al voor 6.6% van de totale werkgelegenheid (Bron: LISA, 2019). Ook draagt toerisme en recreatie heel nadrukkelijk bij aan de leefbaarheid en levendigheid van de dorpen.

Werken aan een duurzame sector. Onze toekomst vinden we belangrijk en daar voelen we ons verantwoordelijk voor. Daarom is er –waar mogelijk– volop aandacht voor duurzaamheid. In de breedste zin van het woord en met oog voor de duurzame ontwikkelingsdoelen (SDG's). Van initiatieven zoals Koop Lokaal, tot het gezamenlijk regelen van zonnepanelen en afvalscheiding. Duurzaamheid is voor ons ook een toekomstbestendig ondernemersklimaat. Hierbij is specifiek aandacht voor personeelstekort in de sector. Hier zijn we ons van bewust en daarom willen we actief jongeren binden aan de sector.

4.4 Doelgroepen Het Hogeland: verleg je grenzen

Ruimte



Natuur en cultuur liefhebber

- Wandelen en fietsen langs dorpen, borgen en wierden. Genieten van cultuurlandschap, natuur, erfgoed. De ruimte, de **vrijheid**.
- Avontuurlijke gezinnen en actieve 40+ers.
- Aandacht voor de **mogelijkheden** onderweg en voor- en na afloop. Mooie routes incl. duidelijke opstappunten incl. parkeervoorzieningen.
- Routes samenstellen o.b.v. afstand en/of rondom een thema/verhaal.
- Aandacht voor **beschutting** onderweg: even uit de wind met kop koffie, soep en een broodje om jezelf (en elektrische fiets) weer even op te laden.

Pioniersgeest



De actieve avonturier

- 'Next level' hiken, backpacken en bikepacken. Voor **onverschrokken buitenmensen**, jong en oud.
- Pieterpad, buitendijks fietsen, wadlopen.
- Hoogtestage op Het Hogeland: uitdagende tochten als voorbereiding op buitenlandse avonturen.
- Voor hiken op Het Hogeland moet je **volhardend** zijn (incl. wadlopen en in wind en weer in tent slapen).
- Overnachten graag basic (natuurkamperen) en/of met voorzieningen voor uitrusting en proviand.
- Gaan graag buiten gebaande paden. Verbind met intern. Waddenkust voor nog uitdagender aanbod.

Karakter



Creatief & vrij

- Creatieve en vrije geesten. Tikkeltje **eigenzinnig**.
- Op zoek naar inspiratie, verdieping, nieuwe inzichten. Om jezelf te ontplooien en inspiratie op te doen voor werk. **Onvervalst** jezelf zijn.
- Cursussen, workshops en retraites, volledig (of grotendeels) verzorgd.
- Zowel voor groepen en meerdaags als individueel en persoonlijk. Voor jong en oud.
- Overnachten graag op bijzondere locaties (qua uitzicht, erfgoed of concept).
- Aandacht voor vegetarisch, veganistisch, biologisch, weinig plastic, recycling en upcycling.

4.5 Strategielijnen

De toeristisch-recreatieve sector wil zich de komende jaren doorontwikkelen onder de noemer “**Verleg je grenzen: Pionieren in Het Hogeland**”. Door de gemeente en de sector zijn gezamenlijk vier strategielijnen opgesteld die richting geven aan dit doel en ieder afzonderlijk bijdragen aan het versterken van de sector en het voorzieningenniveau van Het Hogeland. In het volgende hoofdstuk zijn deze vier strategielijnen uitgewerkt in een uitvoeringsprogramma.

1. Vitale en verrassende dorpen

Recreatie en toerisme is geen doel op zich, maar een middel. Voor plekken en voorzieningen die uitnodigen om te ontspannen, te bewegen, te ontmoeten en te ontdekken. In de eerste plaats voor de inwoners, maar óók om te delen met bezoekers. Door in te zetten op toerisme en recreatie, houden we onze dorpen vitaal en levendig. Met initiatieven en plannen die aansluiten bij de behoeften en de lokale kracht, waarbij een goede balans altijd voorop staat. Vooral in de dorpen waar de voorzieningen zijn geclusterd liggen kansen. Het begint bij een gastvrij onthaal in de dorpen, duidelijke bewegwijzering en/of informatievoorzieningen, voldoende horeca, overnachtingsmogelijkheden en helderheid in evenementen.

2. Erfgoed en landschap tot leven brengen

Ons landschap en ons erfgoed vertelt iets over wie we zijn, waar we vandaan komen. Maar ook over waar we voor staan en naartoe willen. Om zowel ons rijke verleden als mooie toekomst te onderhouden en te versterken, zetten we recreatie en toerisme in als middel. We vertellen de verhalen achter de bakstenen, de wierden in ons landschap en de weidsheid ervan (*historytelling*). Zo laten we bezoekers en inwoners het erfgoed en het landschap nog meer beleven. Hierbij houden we uiteraard rekening met de richtlijnen van onze Natura 2000 gebieden. Tegelijkertijd draagt het bij aan ons gevoel van thuis, van trots. We hebben in de gemeente al de nodige (wandel)routes. We zorgen voor goede faciliteiten langs de routes en duidelijke bewegwijzering. Om jong en oud nog meer te leren over het landschap, koppelen we natuur- en cultuur(historische) educatie aan recreatie.

3. Water, Lauwersmeer en Waddenzee Werelderfgoed ervaren

Het water heeft ons en ons landschap gevormd en dat doet het nog steeds. Door de Waddenzee zijn we verbonden en verwant aan de Waddeneilanden, Noord-Holland, Fryslân, Duitsland en Denemarken. Het Lauwersmeer bracht ons veiligheid, nieuwe natuur en recreatie. Onze waterwegen, bruggen en sluizen zijn niet alleen noodzakelijk voor afwatering en verbinding, maar geven recreanten ook de kans om ons Hogeland vanuit een andere dimensie te ontdekken en beleven. We zetten in op waterrecreatie door samen op te trekken met o.a. provincie Groningen en het waterschap Noorderzijlvest. Zo creëren we routes en versterken de faciliteiten. Tot slot verdienen activiteiten op het Wad (wadlopen, kokkels zoeken, etc.) prioriteit omdat het bezoekers een unieke ervaring biedt.

4. Verzilveren onderlinge samenwerking en spreiding

We hebben al zoveel te bieden aan recreanten en toeristen. Ons dagrecreatief en verblijfstoeristisch aanbod is divers en aantrekkelijk. Door ons aanbod met elkaar te verbinden, kunnen we recreanten en bezoekers alle facetten van ons Hogeland laten beleven. We zetten in op duidelijke routes, informatie voorzieningen, effectieve arrangementen en duidelijke thema's. Dit geeft ons de kans om gericht (bij) te sturen. Naast een goede samenwerking in de gemeente, is ook samenwerking met externe partijen zoals provincie, waterschap, Routebureau Groningen, Stichting Promotie Waddenland, Marketing Groningen, Visit Wadden en omliggende gemeenten van onschatbare waarde. We slaan de handen als Het Hogeland daarom ineen en zetten in op samenwerking met de regio. Hierin onderscheiden we ons vanuit onze eigen identiteit.

05

Uitvoeringsplan



5.1 Inleiding

De analyses over de sector, de doelgroepen, de kansen vanuit de trends en ontwikkelingen en de SWOT-analyse (H2-H3) hebben allen hun vertaalslag gekregen in de visie en een viertal strategielijnen (H4.3). Dit hoofdstuk gaat verder waar het vorige hoofdstuk is geëindigd en benoemt de actielijnen en acties die nodig zijn om de strategielijnen te behalen. De actiepunten staan weergegeven per actielijn en zijn waar mogelijk voorzien van een indicatieve uitvoeringstermijn (kort (1-3 jaar), midden (3-5 jaar) en lang (> 5 jaar) en bijbehorende trekker (wie is als eerste aan zet). De doorlooptijd van het actieplan is gelijk aan die van de visie (2030), maar wordt tussentijds op meerdere momenten geëvalueerd. Op pagina 30 wordt tot slot ingegaan op de vraag hoe deze actiepunten met elkaar moeten worden opgepakt en welke financiële middelen beschikbaar zijn.

5.2 Strategielijn 1: Vitale en verrassende dorpen

Actielijn	Actie	Termijn	Trekker
Basis op orde	Stimuleren elektrische oplaadpunten auto's bij Toeristische Overstap Punten en aanbieders.	Kort	Ondernemers / ondersteuning gemeente
	Opzetten projectteam voor eenduidige informatieborden. Bij realisatie de borden actueel en netjes houden.	Kort	Gemeente / ondernemers
	Waar nodig optimalisering parkeervoorzieningen in dorpskernen. Rekening houdend met toerist, ondernemers en inwoners. Afhankelijk van lokale situatie aan de rand van het centrum of in het centrum.	Midden-Lang	Gemeente
	Inzetten op ' <i>schoon, heel en veilig</i> ' in de dorpscentra. Hierbij afstemmen met ondernemersverenigingen.	Doorlopend	Gemeente samen met ondernemers
Leefbare dorpen	Evenementenkalender uitrollen zowel voor eigen inwoners als voor bezoekers. Hierbij o.a. ondernemers in centra en toeristisch-recreatieve ondernemers betrekken. Alle evenementen tonen op één digitale plek en gebruiken in promotie.	Kort	Stichting Promotie Waddenland (samen met Marketing Groningen)
	Stimuleren evenementen in de dorpskernen voor inwoners en bezoekers, passend bij Het Hogeland.	Doorlopend	Gemeente
	Belang en ambitie recreatie en toerisme meenemen/verwerken in visies/plannen voor de centrumgebieden en dorpen.	Doorlopend	Gemeente
Trots inwoners versterken	Ophalen verhalen bij inwoners en deze –gezamenlijk met Marketing Groningen en Visit Wadden- bundelen en gezamenlijk tot uiting brengen in bijv. een museum of borg, maar ook digitaal langs routes.	Kort - Midden	Stichting Promotie Waddenland
(Verblijfs)aanbod in dorpen versterken	Opstellen ontwikkelkader nieuw verblijfsaanbod om zo de capaciteit, diversiteit en kwaliteit te waarborgen en de vergunningverlening eenvoudiger te maken. Hierbij oog voor zowel kleinschalig als middelgroot aanbod passend bij de identiteit en ambities van Het Hogeland.	Kort - Midden	Gemeente
	Verblijfsaanbod in dorpskernen versterken door het toevoegen van (kwalitatieve) B&B's en/of een boetiekhotel.	Doorlopend	Ondernemers, gemeente faciliteert

5.3 Strategielijn 2: Erfgoed en landschap tot leven brengen

Actielijn	Actie	Termijn	Trekker
Vergroten bereikbaarheid en versterken basisfaciliteiten	Koppel oplaadplekken (voor elektrische fietsen en auto's) aan Toeristische Overstap Punten, lang parkeren en bestaande horecagelegenheden of toeristische bedrijven in het buitengebied vgl. systeem van Natuurpoorten in Brabant.	Kort	Gemeente / ondernemers
	Versterken/ontwikkelen (thematische) fietsroutes en -arrangementen door het landschap en langs dag- en verblijfsaanbieders. Routes ook digitaal ontsluiten via bestaande kanalen.	Midden	Routebureau Groningen en Stichting Promotie Waddenland
Beleefbaar maken van de landschappen	Versterken biodiversiteit langs wandelroutes, door in te zetten op bloemrijke insectvriendelijke bermen en vogelweides.	Kort-Midden	Gemeente
	Oprichten projectgroep die zich bezig gaat houden met het inventariseren van (financiële) mogelijkheden onverharde paden. Bij voorkeur gekoppeld aan overnachtingsmogelijkheden (bijv. zelfvoorzienende cabines in het landschap).	Midden	Gemeente, Routebureau Groningen, collega overheden
	Betrekken agrarische sector door toestaan nevenactiviteiten op het gebied van recreatie en toerisme (Kamperen of logeren bij de boer, Kijkje bij de boer, streekproducten, etc.).	Doorlopend	Gemeente / ondernemers
Beleefbaar maken van het erfgoed	Parels in Het Hogeland vindbaar en zichtbaar maken (in lijn met Programmaliijn 6. Pronkjewailen op 't Hogelaand van Kop op 't Hogeland).	Kort - Midden	Marketing Groningen en Stichting Promotie Waddenland
	Evenementen koppelen aan en passend bij het erfgoed.	Doorlopend	Ondernemers
Versterken verblijfsmogelijkheden	Ambtelijke afstemming rondom mogelijkheden recreatie en toerisme in het geval van vrijkomende agrarische bedrijven en erfgoed. Belangrijk is dat in samenspraak met de initiatiefnemer wordt gekeken naar de mogelijkheden, rekening houdend met de inpasbaarheid in het landschap en de kwaliteit van het nieuwe aanbod (rekening houdend met het nog te stellen Ontwikkelkader (strategielijn 1).	Doorlopend	Gemeente / ondernemers
	Inzetten op en zoeken naar mogelijkheden voor bijzonder verblijfsaanbod gekoppeld aan de landschappelijke kwaliteiten van Het Hogeland. Bijv. Struinen door de gemeente en overnachten in een zelfvoorzienende cabine. Of op een unieke locatie in het waddengebied en Lauwersmeer.	Doorlopend	Gemeente / ondernemers
Erfgoed en landschap onder de aandacht brengen	Bundelen van informatie op één voor de gast eenvoudig vindbare plek.	Kort	Stichting Promotie Waddenland
	Parels zoals het Pieterpad, Pronkjewailpad en Route om de Noord via marketing onder de aandacht brengen.	Kort	Stichting Promotie Waddenland

5.4 Strategielijn 3: Water, Lauwersmeer en Waddenzee Werelderfgoed ervaren

Actielijn	Actie	Termijn	Trekker
Basis vaarroutes op orde	Inventariseren verbindingen, kansen voor verbindingen en mogelijke vaarroutes.	Kort	Gemeente / Routebureau Groningen / waterschap
	Verbeteren vaarinformatie Het Hogeland. Aansluiten bij provincie en waterschap	Kort	Waterschap / provincie / Stichting Promotie Waddenland
	Aansluiten bij de plannen van het waterschap om te werken met een digitale app voor vaarroutes. Waar mogelijk ook informatie toevoegen aan de app.	Kort	Gemeente / waterschap
	Versterken recreatieve vaart door als koppelkans aan te sluiten bij (geplande) projecten langs vaarroutes (werkzaamheden aan bruggen en wegen etc.).	Doorlopend	Gemeente
Versterken aanbod	Nieuw dagrecreatief aanbod bij voorkeur bundelen op strategische locaties (goed bereikbaar en samen met andere voorzieningen). Duurzaamheid is hierbij een belangrijk uitgangspunt. Als gemeente samen met ondernemers in gesprek over mogelijkheden.	Doorlopend	Gemeente
Afstemming regio	Structureel overleg met provincie, waterschap en buurgemeenten in Groningen (en Fryslân) met als doel gezamenlijk projecten oppakken en voorzieningen met elkaar afstemmen en versterken.	Doorlopend	Gemeente / provincie

5.5 Strategielijn 4: Verzilveren onderlinge samenwerking en spreiding

Actielijn	Actie	Termijn	Trekker
Interne structuur versterken en promoten Het Hogeland	Verder professionaliseren en uitrollen Stichting Promotie Waddenland als dé toeristische organisatie van Het Hogeland. In het jaarplan van Stichting Promotie Waddenland staan de concrete acties per jaar benoemd.	Kort	Stichting Promotie Waddenland
	In kaart brengen en promoten van toeristisch-recreatieve aanbod Het Hogeland.	Kort	Stichting Promotie Waddenland / gemeente
	Qua marketing aansluiten bij en samenwerken met Marketing Groningen. In VGG-verband de digitale ontsluiting vormgeven.	Doorlopend	Stichting Promotie Waddenland
Gedeeld verhaal uitstralen	Jaarlijks toeristisch magazine voor bezoekers met daarin de bezienswaardigheden en verhalen van Het Hogeland.	Doorlopend	Stichting Promotie Waddenland
	Opstellen arrangementen en/of samenwerkingsverbanden tussen ondernemers. Zowel geclusterd binnen een gebied als binnen een bepaald thema.	Kort-Midden	Stichting Promotie Waddenland
	Uitrollen huisstijlhandboek/toolkit zoals ontwikkeld door Marketing Groningen.	Doorlopend	Stichting Promotie Waddenland
Leren, ontwikkelen en binden	Organiseren ondernemerscursussen (bijv. op het vlak van gastheerschap, digitalisering, duurzaamheid en/of bedrijfsopvolging).	Kort	EBG / gemeente / provincie
	Inventarisatie behoefte kleinschalige ondernemers/culturele instellingen aan professionele ondersteuning (marketing & promotie, bedrijfsvoering).	Kort	Gemeente / EBG
	De sector blijvend vernieuwen door verbinding te leggen met het onderwijs door het aanbieden van stageplekken bij toeristisch recreatieve bedrijven voor (mbo-)studenten via het Ondernemersloket (provincie) en Vakland Hogeland.	Doorlopend	EBG / gemeente / provincie
	Organiseren van een jaarlijkse opening van het toeristisch seizoen. Eventueel samen met Marketing Groningen.	Doorlopend	Gemeente / Stichting Promotie Waddenland
	Structureel overleg Stichting Promotie Waddenland, gemeente en cross-over organisaties. Bijv. agrarische sector (Koop Lokaal), Groninger Landschap en centrummanagers.	Doorlopend	Gemeente / Stichting Promotie Waddenland

5.6 Algemene actiepunten

Naast de vier genoemde strategielijnen en bijbehorende acties, zijn er ook algemene acties waar we als gemeente mee aan de slag willen.

Actie	Termijn	Trekker
Uitvoeren economische impact monitor in samenwerking met de provincie. Deze monitor geeft inzicht in het aantal toeristische overnachtingen, aantal dagbezoekers, bestedingen per sector, directe en indirecte werkgelegenheid, samenstelling van het aanbod, afkomst doelgroepen, etc. Door de monitor periodiek te herhalen worden de ambities en uitgangspunten getoetst en de vooruitgang vastgesteld.	Kort, daarna periodiek herhalen	Gemeente / provincie
Oprichten werkgroepen op basis van actiepunten of thema's	Doorlopend	Gemeente
Structureel intern overleg cross-overs gemeente Het Hogeland (o.a. RO)	Doorlopend	Gemeente
Structureel overleg gemeente Het Hogeland en Stichting Promotie Waddenland	Doorlopend	Gemeente
Opstellen van tweejaerenplannen om voorliggend actieprogramma nog concreter in de tijd te zetten. De voortgang van het uitvoeringsplan elke twee jaar samen met Stichting Promotie Waddenland vaststellen.	Jaarlijks	Gemeente

5.7 Van visie en uitvoeringsplan naar uitvoering

Rol gemeente

Toerisme en recreatie is belangrijk voor Het Hogeland. Het zorgt voor bestedingen en werkgelegenheid, maar draagt ook bij in sociaal, cultureel en ruimtelijk opzicht. Niet enkel voor gasten en toeristen, maar ook zeker voor eigen inwoners. Samen met de sector is een aantal strategielijnen en actiepunten opgesteld. Om deze te realiseren, is het noodzakelijk dat de gemeente een faciliterende en stimulerende rol speelt. Daarnaast is voor sommige acties een uitvoerende rol noodzakelijk. Het is van belang dat de gemeente voldoende tijd en middelen inzet om de sector te verbinden, regionale acties op lokaal niveau uit te rollen, lokale initiatieven aan te laten sluiten bij regionale initiatieven en aansluiting houdt met andere gemeenten en provinciale ontwikkelingen en betrokken organisaties. Dit alles vraagt om voldoende capaciteit en budget.

Allereerst zijn er de reguliere jaarlijkse budgetten voor recreatie en toerisme. Deze zijn echter vrij beperkt en onvoldoende voor de acties zoals opgenomen in de visie. Daarom wordt waar mogelijk gebruik gemaakt van (externe) financiering vanuit programma's zoals NPG, Waddenfonds en Inspanningsverplichting Economic Board Groningen. Incidentele middelen van de gemeente of gelden van derden worden enkel ingezet indien nodig voor specifieke acties.

Samenwerking tussen gemeente en toeristisch-recreatieve sector, ook met externe organisaties

Voor de uitvoering van het uitvoeringsplan zullen de gemeente en recreatief-toeristische aanbieders de handen ineen moeten slaan, net zoals is gedaan bij de totstandkoming van het voorliggende rapport.

Concreet is het van belang om werkgroepen te formuleren die gericht aan de slag gaan met een bepaald actiepunt. Een werkgroep bestaat uit diverse stakeholders en kan breder zijn dan Stichting Promotie Waddenland en/of gemeente. De trekker(s) die per actiepunt benoemd staan, zijn immers niet de enige die een actie oppakken. Door ondernemers te bundelen in een werkgroep blijven zij langdurig betrokken bij de uitvoering van het actieprogramma en is de kans groot dat er gezamenlijk nieuwe initiatieven en samenwerkingsverbanden ontstaan.

Belangrijk is dat de initiatieven uit de markt komen. Zoals aangegeven heeft de gemeente waar mogelijk een stimulerende en faciliterende rol. Stichting Promotie Waddenland waarborgt samen met de betreffende medewerkers van gemeente Het Hogeland de voortgang (van de werkgroepen en actiepunten).

Monitoren en succes delen

De energie die is gestoken in deze visie houden we graag vast. Niets is minder motiverend dan een uitvoeringsplan dat niet wordt uitgevoerd. Om dit te voorkomen, stellen we voor dat de sector via Stichting Promotie Waddenland en de gemeente de voortgang van het uitvoeringsplan elke twee jaar vaststelt. Successen moeten met de sector worden gedeeld en "opgaven" moeten gezamenlijk worden aangepakt.

Daarnaast is het belangrijk om komende jaren de voortgang van de sector te monitoren. Dit doen we door periodiek een monitor uit te laten voeren waarin het aantal overnachtingen en bezoeken aan de gemeente, evenals de economische betekenis van de sector, in kaart worden gebracht. In de uitvoering van de monitor trekken we samen met provincie op.

A

Deel A

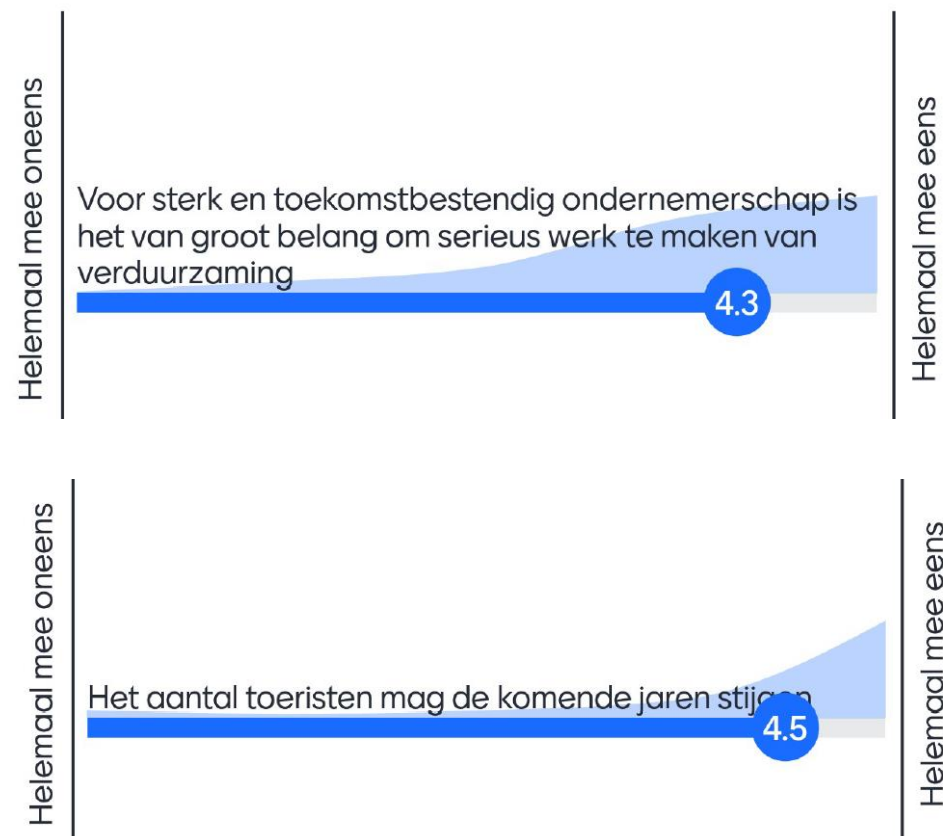
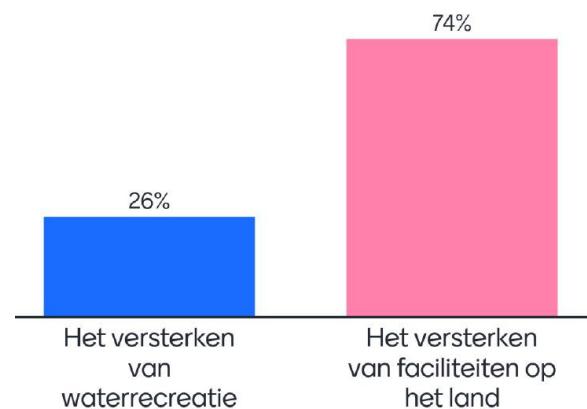
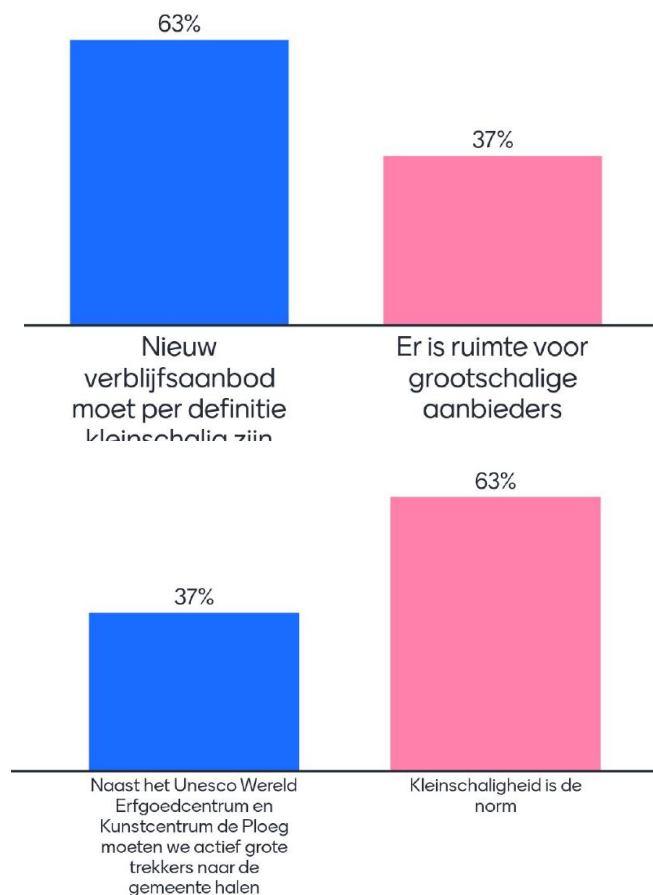
Bijlage



Bijlage 1: Samenvatting uitkomsten bijeenkomst 7 april 2021

Belangrijke afwegingen sector:

Tijdens de brede bijeenkomst op 7 april 2021 is met ondernemers het gesprek gevoerd over kansen voor toerisme en recreatie in Het Hogeland. Voorop staat dat het aantal toeristen de komende jaren mag stijgen. Om dit te bereiken, is nieuw verblijfsaanbod noodzakelijk. Hierbij geldt in principe dat het kleinschalige karakter van Het Hogeland behouden moet blijven, maar er is ruimte voor grotere initiatieven zolang ze aansluiten bij de identiteit van de gemeente.

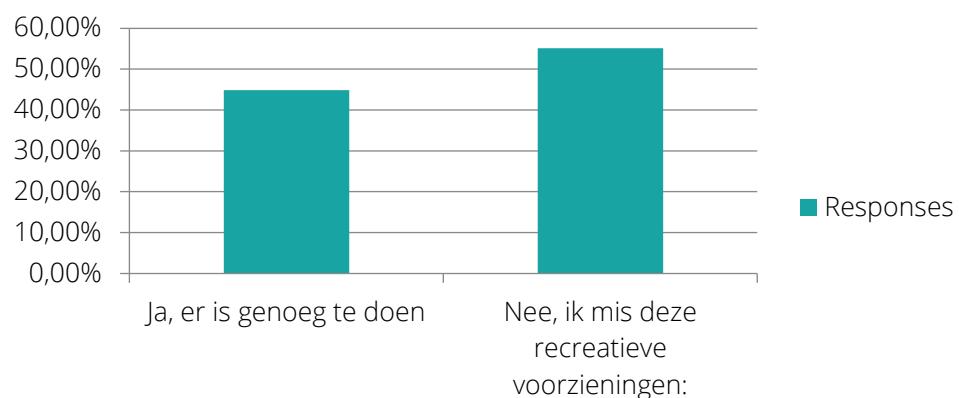


Bijlage 2: Samenvatting uitkomsten inwonersenquête

Belangrijke uitkomsten inwoners:

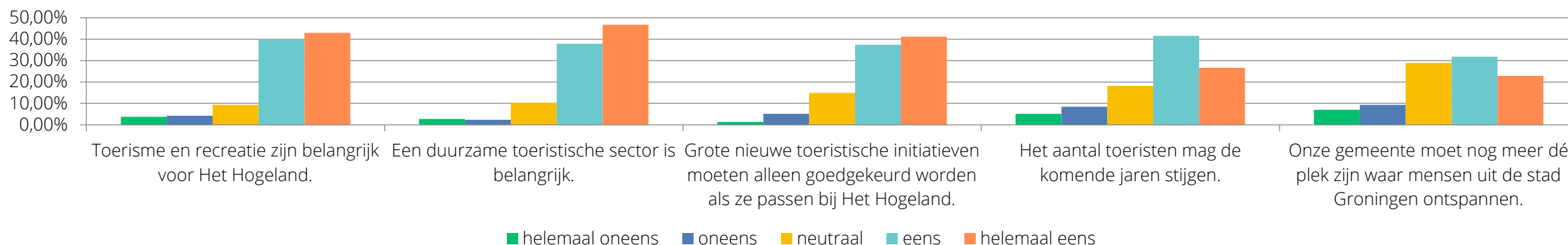
Toerisme en recreatie zijn belangrijk voor inwoners en het aantal toeristen mag de komende jaren stijgen. Belangrijk hierbij is dat ingezet wordt op het behoud van voorzieningen in de dorpskernen, fiets- en wandelpaden worden versterkt, maar ook het versterken van waterrecreatie vinden inwoners belangrijk. Daarnaast is het belangrijk dat nieuw aanbod ook voor inwoners interessant is en niet enkel voor bezoekers.

Is er genoeg te doen op Het Hogeland?



Waar moet de nieuwe visie volgens u aandacht aan geven? (Maximaal 3 antwoorden)	
Toevoegen van grote trekkers op het gebied van dagrecreatie	14,49%
Nieuw aanbod voor gezinnen	14,49%
Extra verblijfsaccommodaties (campings, b&b's, hotels, vakantieparken etc.)	18,22%
Versterken van het culturele aanbod	25,23%
Versterken waterrecreatie	41,12%
Versterken fiets- en wandelpaden	62,15%
Behoud voorzieningen in de dorpskernen	64,49%

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?



Bijlage 3: Marketingstructuur Het Hogeland

Marketing speelt een belangrijke rol in het aantrekken van gasten. Door passende marketing trekken we de juiste doelgroep aan en voorzien we bezoekers van informatie. Marketing is een vak apart en daarom houden we ons als gemeente niet bezig met het actief aantrekken van gasten. We bieden als gemeente de kaders, maar laten de marketing over aan onderstaande partijen. Stichting Promotie Waddenland is de toeristische organisatie van Het Hogeland en werkt nadrukkelijk samen met Visit Wadden en Marketing Groningen.



NBTC Holland Marketing
Verantwoordelijk voor de wereldwijde marketing van Nederland. NBTC Holland Marketing 'brengt' internationale gasten naar Nederland en zorgt voor spreiding in ons land.



Marketing Groningen
Zet zich in om heel Groningen, stad en ommeland, goed op de kaart te zetten.



Visit Wadden
Samenwerking van de regionale marketingorganisaties van de Waddenkust, w.o. Marketing Groningen, om de Wadden te promoten. Zowel de Waddenzee als de waddenkust (het land dat leeft met de zee).



Stichting Promotie Waddenland
Verzorgt de promotie van Het Hogeland en werkt samen met Marketing Groningen.

ZKA LEISURE CONSULTANTS

Brugstraat 1A

5211 VS 's Hertogenbosch

088 - 210 02 50

info@zka.nl

www.zka.nl

Sanne Westerink

Gré Beekers

Martine Mollema



gemeente
Het Hogeland