

## GROTE BELANGSTELLING VOOR THEMA-AVOND OVER RECREATIE & TOERISME

*Op 25 februari 2020 vond een thema-avond plaats over recreatie & toerisme in Middag-Humsterland. De organisatie van deze bijeenkomst, die plaatsvond in het dorps huis van Ezinge, berustte bij de Werkgroep Regiomarketing van de Gebiedsraad Middag-Humsterland. Het idee was de vele - veelal kleine - ondernemers en instanties op het terrein van recreatie en toerisme in het nationale landschap Middag-Humsterland bijeen te brengen. En dat is gelukt: de opkomst was groot.*



Voorzitter Lex van Wijngaarden was verheugd dat hij vertegenwoordigers van verschillende sectoren in Middag-Humsterland mocht verwelkomen. Daarbij ging het om B&B's, kerken, kunst en cultuur, horeca, molenaars, gemeente en de gebiedsraad. Hij vertelde iets over de ontwikkeling en liet plaatjes zien van de omgrenzing van het gebied.



De Provincie hanteert voor het nationaal landschap Middag-Humsterland formeel de rode afgrenzing. Voor de Werkgroep Regiomarketing is het logischer ook het geel gearceerde gebied erbij te betrekken. Dit adherentiegebied is juist ook interessant vanuit het oogpunt van toerisme en recreatie. Denk aan het kloostermuseum in Aduard dat belangrijke informatie verstrekt over de rol die de monniken hebben gespeeld bij de ontwikkeling van Middag-humsterland. Bovendien liggen in dit gebied diverse toeristische adressen die ook aantrekkelijk zijn voor bezoekers van Middag-Humsterland.

### Visie Middag-Humsterland

Tegenwoordig hoort Middag-Humsterland tot de gemeente Westerkwartier. Door de voormalige gemeente Zuidhorn werd een visie vastgesteld met betrekking tot Middag-Humsterland waarop de huidige gemeente voortborduurde. Het gebied behoort sinds 2005 tot de nationale landschappen en is bijzonder door het nog steeds zichtbare reliëf, de onregelmatige blokverkaveling, het dijkpatroon en de openheid tussen dorpen en wierden. Een bijzonder gebied dat bewaard moet blijven en dat we graag met zijn beeldbepalende onderdelen willen laten zien aan bezoekers van het gebied.



Er is een Gebiedsraad geïnstalleerd, een Stichting Nationaal Landschap Middag-Humsterland opgericht en studenten van Van Hall Larenstein schreven een afstudeerscriptie [“Duurzaam toerisme in nationaal landschap Middag-Humsterland - Het landschap als basis voor het bevorderen van duurzaam toerisme”](#). Dat is tevens het onderwerp van deze avond, waarbij de inwoners en ondernemers binnen het gebied een belangrijke rol spelen.

### Gemeente Westerkwartier over recreatie & toerisme

Wethouder Elly Pastoor van de gemeente Westerkwartier sluit daarop aan. Voor een deel beschrijft zij de ontwikkeling van het gebied en het belang er van voor provincie, gemeente en maatschappelijke organisaties. De gemeente is bezig met het schrijven van een masterplan waarin nieuwe activiteiten (cultuur, toerisme), aantrekkelijke leefbare dorpen en oog voor welzijn en gezondheid van de bewoners een grote plaats innemen. Geen krimp, maar het stimuleren van fiets- en wandeltoerisme, met aandacht voor de bijzondere (wierden)dorpen, zoals Niehove, de musea, zoals Wierdenland, een verbinding met Waddenland en aandacht voor de vele Diepjes. Met de

ervaringen in Lutjegast en het Abel Tasmanmuseum, waar samenwerking en verbinding van belang zijn geweest is het doel een betekenisvol en duurzaam toerisme te stimuleren, waarbij gestreefd moet worden naar een gezond evenwicht tussen de bewoners en de toeristen (geen Giethoorn). We moeten tussen de parels in het gebied de verbindende elementen identificeren en daar gebruik van maken.



Wethouder Elly Pastoor



Sjoerdje Drijfholt van Marketing Groningen

### Marketing Groningen

Sjoerdje Drijfholt van Marketing Groningen sluit daarbij aan en geeft een overzicht van de ontwikkeling van Marketing Groningen. In 2003 gestart met de promotie van de stad Groningen 'Er gaat niets boven Groningen' en inmiddels in 2019 een uitbreiding van de activiteiten naar de hele provincie. Marketing Groningen legt daarbij de nadruk op de sterke, positieve reputatie van de stad Groningen, wil trots en eigenwaarde versterken, werkt aan beeldvorming en merkbeleving, doet aan marktwerking en wil nu ook zorgen voor een verbreding van het bezoek van de stad naar de provincie (Verhalen van Groningen). Er is een speciale site hiervoor [visitgroningen.nl](https://www.visitgroningen.nl). Het verhaal moet relevant, geloofwaardig en beleefbaar zijn. Kernwaarden zijn Ruimte, Pioniersgeest en Karakter. De aspiraties liggen in Gro green en Gro quality. De combinatie van beide geeft een krachtig signaal af: 'Opladen in de stad en ontladen in de Provincie'. Inmiddels een merkgids met de huisstijl van Groningen met specifieke kleuren en een eigen lettertype Gronika.

Mark van den Anker van Marketing Groningen werkt parallel hieraan aan het Waddengebied ([visitwadden.nl](https://www.visitwadden.nl)), de oorsprong van Middag Humsterland, nog te zien aan de terpen (Friesland) en wierden (Groningen). Hier werken de provincies Noord Holland, Friesland en Groningen qua marketing samen. Tot nog toe wordt door het jaar heen gewerkt met thema's, Water, Smaak (promotie streekproducten), Militair erfgoed. Dat laatste komt dit jaar aan bod, 75 jaar bevrijding. In juni is er weer aandacht voor de Dag van het Wad, waar vorig jaar ook in Middag Humsterland aandacht aan werd besteed. De nadruk ligt op routes, arrangementen, events en weetjes en tips.

Ondernemers kunnen hun gegevens aanleveren bij Marketing Groningen voor gratis bedrijfsvermelding. Ze kunnen Pronkjewailpartner worden en hulp krijgen bij promotie-middelen. Voor meer informatie en opgave: [partners.visitgroningen.nl](http://partners.visitgroningen.nl)

### Enquête

Na de pauze laat de voorzitter weten dat er op de 74 verstuurde enquêtes, maar liefst 50% respons was binnen gekomen. Een korte samenvatting toonde o.a. dat 92 % het interessant vindt dat de werkgroep Regiomarketing de kleinschalige recreatie en toerisme voor de liefhebber van landschap en cultuur wil bevorderen. Ook bleek dat 80% van de geënquêteerden de behoefte had aan samenwerking en/of een platform; namelijk 4% op landelijk niveau, 28% op regionaal/ provinciaal niveau, 20% op gemeentelijk niveau en 28% op Middag-Humsterland niveau. Voor een uitgebreidere rapportage van de uitkomsten van de enquête verwijzen we naar een separaat document.



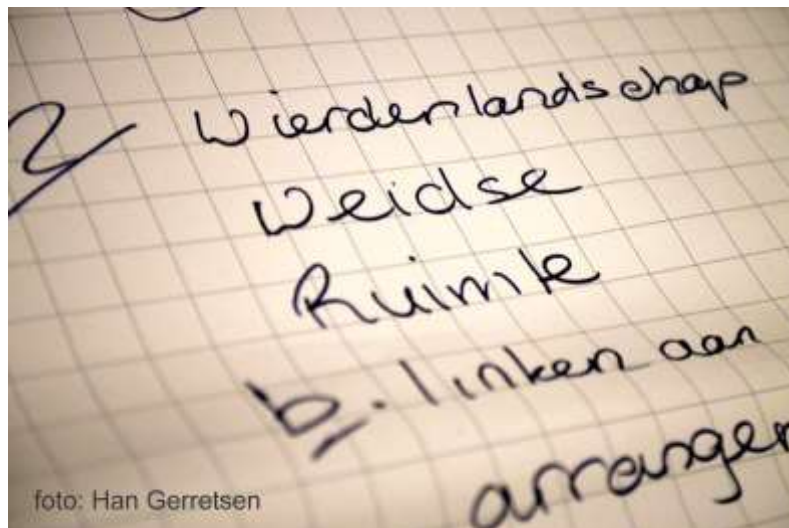
### Groepsgesprekken

Aansluitend ontstonden aan de hand van stellingen in verschillende gespreksgroepen betrokken en geanimeerde discussies. De belangrijkste uitkomsten hiervan waren:

- Belangrijke kenmerken: wierdenlandschap, weidsheid, ruimte, rust, stilte, licht, kleuren, water, kerkjes, vriendelijkheid van de mensen; maar ook de historie van het landschap (voormalig waddenland) en de leesbaarheid van het landschap (voor wie zich er in verdiept). Oudste cultuurlandschap: de passant verrassen. Regelmatig geleide wandelingen/fietstochten organiseren. Dus kwaliteitstoerisme, duurzaam toerisme?
- Belangrijkste doelgroep weliswaar volwassenen en ouderen, maar ook jongeren zijn te interesseren voor dit boeiende landschap (leuke activiteiten bedenken).
- We streven geen bussen met toeristen na.
- Bij uitstek gebied om per (elektrische) fiets en te voet te verkennen (Pieterpad, Pronkjewailpad en Westerkwartierpad lopen al door het gebied). Meer mogelijkheden om te schuilen, toilet bezoek, koffie drinken (bijv. huiskamercafés en/of meer rustpunten?). Idee: witte fietsenplan

waarbij je een fiets kunt meenemen en weer ergens wegzetten. Opmerkingen: veel haakse bochten in fietspaden maken gebruik van tandem en gehandicaptenfiets bijna onmogelijk.

- Openbaar vervoer is erg beperkt: betere busverbinding en elektrische OV-fietsen bij de stations (Zuidhorn, Winsum); elektrische deelauto's ook voor gasten. Verbeteren infrastructuur. Welke rol kan gemeente hierin spelen?
- Cultuurhistorie nog meer aan elkaar verbinden: historie landschap (museum Wierdenland), ontginning van het landschap (Kloostermuseum) en historie van een wierdendorp (bezoekerscentrum Niehove).
- Platform goed idee: elkaar beter leren kennen, van elkaar leren, ervaringen delen, bij elkaar op bezoek gaan, verbinding zoeken. Verder: naar elkaar verwijzen, websites aan elkaar linken, arrangementen aanbieden. Maar ook: gesprekspartner zijn met overheid (gemeente, provincie), instanties (Marketing Groningen, OVTW) en grote activiteiten, zoals ZomerJazzFietsTour, Pronkjewailpad, Wierdendriedaagse, Dag van het Wad, enz....)



### Vervolg

Er lijkt al met al voldoende stof te zijn om over niet al te lange tijd weer een avond te beleggen om een aantal van deze thema's concreter uit te werken. Ook een digitale Nieuwsbrief waarin informatie uitgewisseld kan worden wordt zeer op prijs gesteld. De Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland wil hier graag gevolg aan geven.