



WERKGROEP REGIOMARKETING

Verslag bijeenkomst in de Allersmaborg op 22 maart 2022

Aanwezig van de werkgroep: Lex van Wijngaarden, Jeannette Hullegie, Fokko Leutscher, Leonie van Putten en Emmeke Schurink.

Wil Hogeboom moet verstek laten gaan, omdat er inmiddels ca 30 Oekraïners in de Hayemaheerd zijn ondergebracht.

Er hebben zich ruim 30 personen aangemeld voor deze avond. Met de werkgroepleden er bij zijn we met bijna 40 personen. Het is fijn dat we eindelijk een vervolg kunnen geven aan de bijeenkomst in het Dorpshuis van Ezinge in 2020.

1. Opening

De bijeenkomst wordt door Lex geopend om even na 20.00 uur. Alvorens zijn inleiding te beginnen introduceert hij de nieuwe beheerders van de Allersmaborg, Meindert en Ellen, die sinds eind 2021 in de Allersmaborg wonen en werken. Een mooie lokatie, heel geschikt voor onze bijeenkomst. Vervolgens blikt Lex terug en schetst hij het programma van de avond.

Over Middag Humsterland verscheen in 2017 een gemeentelijke visie. De kern was het behoud en de ontwikkeling van het enige nationaal landschap in de provincie Groningen. Als kernwaarden werden genoemd: het reliëf, kwelders, wierden en dijken, de onregelmatige blokverkaveling en de grote mate van openheid tussen de dorpen en wierden. Aanbevolen werd om het landschap sterker neer te zetten, een pakkend logo te ontwikkelen en uit te dragen en de belevingswaarde te benadrukken. Ook tijdens de vorige bijeenkomst in het Dorpshuis van Ezinge kwamen de belevingswaarden en het bijzondere karakter van het gebied aan de orde. Tijdens de Corona pandemie, toen mensen niet ver konden reizen, nam het aantal bezoekers toe. Voor velen uit de rest van Nederland was het een openbaring, zo'n historisch en goed bewaard gebleven gebied. De meeste mensen die Middag Humsterland bezoeken doen dat per fiets of wandelend. Het gebied is bij uitstek geschikt voor natuur- en cultuurminnend publiek. Wij willen het landschap graag tonen en toeristen trekken, maar geen Giethoorn worden. De kans daarop lijkt niet erg groot. Het gebied kent geen grootschalige en luidruchtige activiteiten. Mensen komen hier voor de rust en de ruimte.

2. Visie recreatie en toerisme in de gemeente Westerkwartier (Ilona Boekhorst)

In 2019 ontstond de nieuwe gemeente Westerkwartier. Tot dan toe was het beleid op het gebied van recreatie en toerisme summier en opgesteld door de afzonderlijke gemeenten. Bovendien was het gedateerd. Dat leidde tot het besluit om een nieuwe visie op te stellen. Bij recreatie en toerisme is er een economisch belang, komt recreatie de leefbaarheid ten goede en zijn er momenteel veel fondsen beschikbaar.

In de periode van voorbereiding is er veel contact geweest met de burgers en ondernemers uit de gemeente. Er hebben diverse gesprekken plaatsgevonden, die

uiteindelijk hebben geleid tot deze visie. Belangstellenden kunnen de visie nalezen op : https://www.westerkwartier.nl/flysystem/media/visie-recreatie-toerisme-gemeente-westerkwartier_1.pdf

De gemeente heeft de ambitie om de toeristische aantrekkingskracht van het Westerkwartier de komende jaren te vergroten en de vrijetijdseconomie te versterken (verhogen van de bestedingen en werkgelegenheid), maar wel op een bewuste, duurzame en zinvolle manier. Iedereen moet kunnen profiteren van recreatie en toerisme; van de eigen inwoners, tot de lokale middenstand en het toeristisch bedrijfsleven. Toerisme en recreatie mag niet voor overlast zorgen (voor de leefomgeving, natuur of de inwoners), maar moet bijdragen aan onze brede welvaart.

Het Westerkwartier is zeer divers. De gemeente heeft het Westerkwartier als volgt beschreven:

- Dijken en water
- Middag Humsterland
- Zuidelijk Westerkwartier – wegdorpen
- Leek-Nienoord
- Heide/veen

De gemeente heeft de volgende speerpunten opgesteld:

- Profilering & informatievoorziening op orde brengen.
- Samenwerken & samenhang bewerkstelligen.
- Aantrekkelijk en beleefbaar aanbod realiseren.
- Kennisdeling & professionaliseren.

Er is financiering en er worden extra financiën aangevraagd. Voor wat betreft de marketing wordt aangesloten bij marketing Groningen (zie: www.visitgroningen.nl) Tot nog toe werd de site voor het Westerkwartier onderhouden door de Ondernemersvereniging Toerisme Westerkwartier (OVTW), maar daar gaat verandering in komen. De gemeente streeft een meer professionele aanpak na en denkt daarbij aan een regiomarketingorganisatie (stichting) die zich bezig houdt met de marketing en in nauw contact staat met de gemeente. Er wordt een merkstrategie ontwikkeld en de website wordt verbeterd. Ook is men bezig met het ontwikkelen van enkele kaarten met verschillende thema's.

Voor de merkstrategie wordt aangesloten bij de provincie. De provincie is opgedeeld in 8 toeristische regio's die elk een eigen kleur hebben. Voor Middag Humsterland is dat mosgroen. Alle PR uitingen laten dan eenzelfde stijl zien. Voor elke regio komt er een magazine.

3. Discussie

Na de pauze worden er vier groepen gevormd, waarvan de deelnemers met elkaar in gesprek gaan aan de hand van vooraf opgestelde vragen.

Hieronder worden de vragen nagelopen en per vraag worden de reacties van de groepjes zo goed mogelijk toegevoegd.

DE DISCUSSIE AAN DE HAND VAN VRAGEN:

(Vragen zijn dikgedrukt, reacties uit de groepjes zijn cursief, niet alle vragen zijn aan bod gekomen)

1. Naar aanleiding van gemeentelijke visie op recreatie & toerisme:

- **wat spreekt je in het bijzonder aan?**
- **Waar heb je moeite mee?**
- *Men miste de doelstelling van de gemeente. Het was visie, missie en actie. De doelstelling is wel lastig te definiëren. Dat is voor het groepje ook wel duidelijk. Het verhaal van Ilona was wel erg lang, maar er is veel gebeurd in 2 jaar. Een inhaalslag. De recreatie is in ieder geval opgestart en dat is fijn was de conclusie*
- *Roept ook vragen op, nl. wat is de rol van het nationaal landschap binnen de branding van het Westerkwartier? Moeten wij, net als Nationaal Park Lauwersmeer, apart genoemd worden of niet?*

2. De coronacrisis heeft (veelal negatieve) impact gehad op recreatief ondernemen. Heeft het echter ook bijgedragen aan nieuwe inzichten en activiteiten?

Zo ja, welke?

- *Mensen die normaal naar verre oorden zouden gaan nu – door corona – naar Groningen, hebben kennis gemaakt met een wonderschoon gebied, velen zullen mogelijk terugkomen.*
- *Het nadeel van de coronacrisis viel mee. Geen nieuwe ideeën ontstaan. Het kerkje van Fransum heeft veel dicht gezeten vanwege de lockdown, was wel een nadeel.*
- *Er is door de coronacrisis duidelijk een bepaald momentum voor regionaal toerisme ontstaan. Dat moeten we vasthouden. Hoe doen we dat?*

3. Is het wenselijk Middag-Humsterland meer voor het voetlicht te brengen middels speciale dagen/weekends? Wat spreekt je aan en waar zou je eventueel aan willen meewerken?

Dag van het Wad – nee; Open monumenten Speciaal – ja; boeren en kunstroutes – ja; muziek – is er al.

Speciale dagen / weekends zijn een goed idee. Als extra voorbeeld werden de theatervoorstellingen van de Rederijkerskamer genoemd, die in het landschap plaatsvonden. De vraag is hierbij wel: wie trekken we hiermee aan? Waarschijnlijk vooral mensen uit de nabije omgeving. Extra dagen: misschien door met Iovivat iets te organiseren.

Het Middag Humsterland kan beter voor het voetlicht worden gebracht door het organiseren van speciale Middag Humsterland dagen zoals een festival, oogstdagen of een andere feestdag. Dat moet dan steeds worden herhaald (ook een soort branding)

Voor wat betreft 'De dag van het Wad'; vergeet niet de 6 musea, waaronder Wierdenland en het Kloostermuseum Aduard, die zich presenteren als 'Waddenmusea'

4. Hoe beoordeel je het huidige aanbod aan recreatieve/toeristische voorzieningen in Middag-Humsterland. Ontbreek er iets of moet er uitbreiding komen? Zo ja, wat en hoe?

Ook iets voor kinderen organiseren. Kinderen uit het eigen gebied trots maken op hun eigen woonomgeving. Kinderen van buiten M-H laten kennismaken met dit gebied op een kind manier. Het Kloostermuseum en Wierdenmuseum zijn daar goede plekken voor.

Themaroutes voor fietsers, bv molentocht, kerkentocht, Schansenroute

Een horeca route met overal een hapje, mogelijk nog een ouderwetse speeltuin, korte wandelroutes, Misschien wat meer 3D punten, zoals bij Aduard.

Verder : geen massa toerisme, land van stilte en verstilde schoonheid.

Wel is de opmerking dat als er iets georganiseerd wordt er ook ruchtbaarheid aan gegeven moet worden. Voor speciale evenementen zijn folders wel heel handig en zichtbaar voor de toerist . Robert van Huis het Noorden B&B Meedenerweg 11 wil zich graag opgeven voor deze initiatieven. Hij wil graag meedenken en meedoen.

Er ontbreken toiletten. Wel goed bekijken waar deze dan komen te staan.

Er ontbreken parkeerplaatsen voor auto's bv bij kerkje Fransum.

In het weekend kan je niet in dit gebied komen met openbaar vervoer.

Fietspaden zijn te smal, haakse bochten, niet geschikt voor tandems en ouders met bakfietsen vol kindertjes. Onderhoud is slecht, bij vorst graag ook strooien. Wandelaars en fietsers op hetzelfde pad ongewenste situatie.

Er zouden op verschillende plaatsen picknickbankjes geplaatst kunnen worden.

5. Onze regio kent diverse waterwegen die waterrecreatie mogelijk maken. Er zijn echter nauwelijks mogelijkheden om kano's of (elektrische) sloepjes te huren. Is het wenselijk dat aanbod te bevorderen en zo ja, hoe?

Voorals Winsum en Hoogeland staat bekend om kano en bootjes verhuur. In dat gebied zijn ook wateren waar je kunt varen. In M-H is het alleen in het Middag mogelijk een fatsoenlijk rondje te varen. Er is ook verhuur aanwezig. In Humsterland zijn tot nu toe weinig mogelijkheden om te varen dus ziet men verhuur nog niet zitten. Het een volgt uit het ander.

Qua waterrecreatie is het eerst zaak om te inventariseren wat toeristen / bezoekers nou precies willen. De provincie heeft veel ingezet op profileren, maar we zien daar weinig effect van. Willen ze kleine rondjes van een halve dag? Of willen ze meerdaagse tochten met tentjes bijvoorbeeld?

Meer kanomogelijkheden gewenst, dus uitbreiding kanoroutes.

6. Vind je het belangrijk het “merk” Middag-Humsterland te versterken? Hoe beoordeel je het huidige aanbod aan informatiemateriaal over Middag-Humsterland (denk aan recreatiekaart en folder). Is er behoefte aan ander / meer informatie materiaal? Wat vind je van het idee om (artistieke) ansichtkaarten van M-H te laten maken?

Ansichtkaarten wordt wel als een leuk idee gezien. Kaarten zijn er voor onze groep nu voldoende. Het nieuwe blad Westerkwartier is een hele mooie toevoeging.

Wanneer er informatieborden vervangen worden, kan dat het beste gedaan worden door kleinere bordjes met bondige teksten en een QR-code, zodat bezoekers die meer informatie willen dat zelf gemakkelijk kunnen opzoeken. Dit soort bordjes doen niet af aan het landschap. Ook moeten er zulke bordjes komen bij plaatsen als Fransum en Oostum – het is voor velen totaal niet duidelijk wat daar nou het verhaal achter is, ook al is het er heel mooi.

Misschien moeten we nadenken over een nieuw logo dat de lading beter dekt. En wellicht toch kiezen voor een eigen merk 'Middag Humsterland' (vanwege nationaal landschap) vergelijkbaar met Lauwersmeer (Nationaal Park)

- 7. Het is voor de onderlinge samenwerking van alle betrokken partijen belangrijk om een platform "Cultuur en Vrijetijd in het Middag-Humsterland" op te zetten.**

Vragen: Zo ja, hoe geven we dat vorm? Gezamenlijke arrangementen? Gezamenlijke publiciteit? Wie wil zich daarvoor inzetten? Hoe verhoudt dit zich tot bijv. gemeentelijk initiatief tot marketingorganisatie, Ondernemers Vereniging Toerisme Westerkwartier (OVTW), Waddenland en Marketing Groningen?

- 8. Bestaat er behoefte aan een vervolg op deze bijeenkomst en zo ja in welke vorm?**

Er is zeker behoefte aan deze bijeenkomsten. Worden als leuk ervaren. Niet te vaak, maar toch zeker nuttig en interessant.