

**TOERISME ZAL DE
KOMENDE JAREN
ENORM GROEIEN.**

**EEN VERNIEUWENDE
AANPAK IS NODIG
OM IN GRONINGEN
KANSEN TE PAKKEN.**

TOERISME IN TRANSITIE

De vrijetijdseconomie in de Provincie Groningen gaat de komende jaren fors veranderen. Het gaat hierbij om:

- de verwachte grote groei van bezoekers in Nederland en wereldwijd,
- meer spreiding van bezoekers over Nederland,
- het pakken van kansen door toeristische ondernemers, in balans met de belangen van de bewoners,
- de verbetering van voorzieningen in een krimpregio en daardoor de verbetering van leefbaarheid.

DE CIJFERS

Eerst de cijfers. Het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) verwacht dat het aantal bezoekers in Nederland in 2030 met tenminste 50% zal groeien. Nu zijn er 18 miljoen toeristen. Dat worden er in 2030 minimaal 29 miljoen.

De omzet in 2016 was 75,7 miljard euro. Het aantal banen 572.000. Trek die cijfers door en realiseer je wat een enorme potentie daarin zit.

In de Provincie Groningen zijn er al ruim 17.000 banen in de vrijetijdseconomie – voor het merendeel MBO banen. Dat is 6,2% van het totale aantal banen in Groningen. Ter illustratie; het vergelijkbare percentage in Friesland is 7% en in Drenthe is het 6,9%. (2017) De toegevoegde waarde van vrijetijdseconomie in de Provincie was in 2017 762 miljoen euro. Dat is 3,6% van de toegevoegde waarde in de Provincie. Daarmee is vrijetijdseconomie al een sector van betekenis in de Provincie. Groningen blijft wel achter ten opzichte van Friesland (5,7%) en Drenthe (5,1%) (2017)

Ook het aantal overnachtingen in de Provincie is in 2017 lager dan in Friesland en Drenthe en is 1,3% van totaal aan landelijke overnachtingen.

Hier liggen dus kansen voor ondernemers.

KANSEN EN UITDAGINGEN VOOR ONDERNEMERS

Het NBTC wil dat toerisme beter over Nederland wordt verspreid, zodat Amsterdam ontlast wordt. Noord-Nederland biedt een oplossing voor deze betere spreiding van bezoekers. Dat moet wel op een verantwoorde manier. Zodat onze ongerepte natuur, ons prachtige culturele erfgoed, onze schone lucht, onze authenticiteit, intact blijft. Als rekening wordt gehouden met de gedeelde belangen van bewoners, bezoekers en bedrijven, liggen hier economische kansen.

Er komt dus een enorme uitdaging op ons af door de wereldwijde stijging van bezoekersaantallen en de toenemende spreiding over Nederland.

Hoe benutten we kansen in de Provincie en stad en wordt ondernemerschap optimaal gestimuleerd? Bezoekers moet een uitdagende "beleving" geboden worden om ervoor te zorgen dat bezoekers vaker en langer op bezoek te komen. Waarbij de belangen van bewoners bewaakt worden.

Hiervoor is een andere aanpak van toerisme nodig.



HET TOERISME VAN DE TOEKOMST

Ondernemers nemen een actieve rol. Ondernemers willen vrijetijdseconomie in Groningen een boost geven. Hiervoor is ondernemerschap, inspiratie en samenwerking nodig.

Er zijn al prachtige voorbeelden van toeristisch ondernemerschap:

- De ontwikkeling van “De Toekomst” in Scheemda. Rondom en in deze voormalige strokartonfabriek ontstaat op een terrein van 23 ha een samenwerking tussen horeca, bierbrouwers, aanbieders van accommodaties, musea, kunstenaars, organisatoren van evenementen en festivals, makers van streekproducten, retail, wellness etc. Met een goede infrastructuur en met het oog ook op de Duitse en Deense markt. En dat alles vindt plaats rond een mooi voorbeeld van Gronings industrieel erfgoed.
- Fontana Bad Resort Nieuweschans. Hier worden een hotel, horeca, thermaalbaden, kruidentuin op een unieke manier samengesmeden tot een aantrekkelijk

wellness concept. Dit past uitstekend in een ontwikkeling van het aanbod van “health-toerisme”. Dit concept trekt al jaren honderdduizenden bezoekers uit Nederland en Duitsland. En daarmee biedt het direct en indirect werkgelegenheid aan honderden mensen in een krimpregio.

Er zijn ook al mooie voorbeelden van samenwerkingen tussen ondernemers:

- Groningste van Groningen. Rond de 35 Noord-Groninger vrijetijdsondernemers werken hier samen. Bezoekers worden door een website attent gemaakt op wat de vrijetijdseconomie in Noord Groningen te bieden heeft. De bezoeker kan zijn/haar eigen arrangement samenstellen uit de profielen en presentaties van de deelnemende bedrijven en wordt in de gelegenheid gesteld zijn/haar verblijf vorm en inhoud te geven.

- The Grone. Een speciaal ontwikkelde toeringcar biedt bezoekers en bewoners de mogelijkheid stad en ommeland te ontdekken. Dat gebeurt op een interactieve manier. Zo ontstaat een beleving waarbij het mooie dat de provincie ons biedt, zoals Niehove, Noorderpolderzyl en de Reitdiephaven, wordt gecombineerd met augmented reality. De verhalen van Groningen komen zo “multimediaal” bij bezoekers en bewoners.

Door de genoemde voorbeelden worden uitdagende “belevingen” voor bezoekers gemaakt. Dat is een eigentijdse en eigenzinnige invulling van het toerisme: het toerisme van de toekomst. Waar bijvoorbeeld ook aandacht is voor hergebruik van reststromen, healthy aging en groene energie.

Dit soort plannen van ondernemers zijn hard nodig. Ondernemers moeten daarom worden gestimuleerd de samenwerking met anderen uit de sector te zoeken.



ONDERNEMERS IN DE LEAD: GRONINGER TOERISME ALLIANTIE

Om deze kansen te pakken, wordt de "Groninger Toerisme Alliantie" opgezet.

Een samenwerking tussen ondernemers, in nauwe verbinding met overheden, kennisinstellingen, onderwijs, bewoners en marketing-organisaties. Het doel van deze alliantie is:

- Het verbeteren en actualiseren van het aanbod voor bezoekers. Het gaat om meer en uitdagende accommodaties, voorzieningen, arrangementen, evenementen. Daarmee wordt ook het vestigingsklimaat voor andere bedrijven beter.
- Het ontwikkelen van een Visie op 'Provincie Groningen als toeristische bestemming in 2030' gecombineerd met een actieprogramma en een investeringsagenda.
- Kennisuitwisseling en inspiratie
- Ontwikkeling van multifunctioneel denken bij toeristische ondernemers
- Adviseren aan overheden om de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie in Groningen in goede banen te leiden.
- Formuleren van heldere taken en rollen voor ondernemers, marketing organisaties en overheden en het inventariseren van bestaande samenwerkingen.

Van die visie 2030 zal deel uitmaken:

1. Een visie op verbetering en actualiseren van het aanbod aan bezoekers.
2. Een integrale en duurzame benadering van de infrastructuur. (beter vervoer over weg, spoor, door de lucht en over het water).
3. Werken aan passende (MBO) opleidingen en meer professionaliteit
4. Een onderbouwing van de kansen, bedreigingen, sterktes en zwaktes. Een routekaart naar 2030.
5. Een goede monitoring en onderzoek voor het maken van beleid.
6. Het actualiseren van de toeristische campagnes.
7. De organisatie van een sterke toeristische (marketing) organisaties met een integrale aanpak.
8. Invulling van een verbindende en faciliterende rol van de overheid.
9. Het betrekken van bezoekers, bewoners, bedrijven, het onderwijs en kennisinstellingen.
10. Het opstellen van de gezamenlijke doelen: wat willen we bereiken met toerisme in Groningen? In ieder geval: Groningen als meest gastvrije provincie in 2023. Maar ook verbetering van de toegevoegde waarde en verbetering van het aantal en de kwaliteit van accommodaties en de bezettingsgraad.

EEN STERKE TOERISTISCHE SECTOR IS GOED VOOR LEEFBAARHEID EN ECONOMIE

Een sterke toeristische sector betekent een versterking van de culturele sector, het culinaire aanbod, de sportvoorzieningen, het erfgoed, de cultuurhistorie en nog veel meer. Het levert banen op in de toeristische sector zelf, maar ook bij toeleveranciers en aanpalende sectoren.

Maar de spinoff van toerisme gaat veel verder. Vooral in een provincie als Groningen die te maken heeft met krimp en vergrijzing. Juist door de toeristen kunnen lokale bewoners gebruik maken van allerlei voorzieningen. Horeca, musea, winkels en andere publieke voorzieningen kunnen overeind blijven of worden verbeterd dankzij het toerisme. In die zin gaat toerisme ook over de leefbaarheid en de welvaart en het welzijn van bewoners.

Wat hebben we te bieden in Groningen? In Groningen is alles aanwezig. Aantrekkelijke plekken als: Unesco

Waddenzee Werelderfgoed, Unesco Geopark de Hondsrug, het unieke wierden- en terpengebied als oudste cultuurlandschap van Europa en heel veel cultuurhistorisch erfgoed. Wat denken we van de combinatie van rust en ruimte en een bruisende stad dichtbij?

De stad Groningen staat qua toeristisch imago op nummer 5 bij de middelgrote steden en zelfs op nummer 3 bij de Net Promotor Score, dat de aantrekkelijkheid en het groeipotentieel meet. Door al die bezoekers aan de stad Groningen te verleiden ook een bezoek aan de provincie Groningen te brengen, wordt de verblijfsduur verlengd.



HOE WORDT DE GRONINGER TOERISME ALLIANTIE SUCCESVOL?

Het begint met enthousiaste en creatieve ondernemers. En goede plannen op basis van een gedragen visie. Een visie op de vrijetijdseconomie in Groningen in 2030.

Het begin is er doordat ondernemers, kennisinstellingen, onderwijs en specialisten elkaar hebben gevonden en samen de schouders eronder zetten.

Het zou helpen als ook Groningse overheden meedoen en toerisme actief ondersteunen als economische topsector. Voor de uitvoering van een investeringsagenda 2030 door toeristische ondernemers is ondersteuning van Groningse gemeentes en de Provincie Groningen in beleid, randvoorwaarden en door co-financiering gewenst. Zodat bijvoorbeeld op korte termijn een kwartiermaker kan worden aangesteld die de alliantie en plannen verder uitwerkt met de ondernemers.

Groningen, 7 maart 2019

Bronnen

- Werkgelegenheidsregister LISA
- Provinciale werkgelegenheidsregisters Groningen, Drenthe, Friesland
- CBS Statline



