

## Visie Toerisme en Recreatie 2021-2024 Gemeente Eemsdelta

### Inhoud

Samenvatting 2

1. Inleiding 3

1.1 Aanleiding 3

1.2 Participatie en communicatie 3

1.3 Leeswijzer 4

2. Hoofdpijnen beleid 5

2.1 Missie en visie 5

2.2 Strategische beleidsdoelen 7

2.2 Promotie en marketing 8

2.3 Ondernemerschap 9

2.4 Overnachtingen 10

2.5 Vrijtijdsbestedingen: Cultureel erfgoed, evenementen en cultureel toerisme 11

2.6 Routes en Routebeheer 14

2.7 Waddenzee Wereld Erfgoedgebied & Waterrecreatie 17

3. Uren en middelen 19

4. Context voor beleid 20

4.1 Uitgangspunten visie 20

4.2 verbindingen ander beleid 20

4.3. Trends en ontwikkelingen 21

4.4 Bronvermelding 22

Bijlage Uitvoeringsmatrix 23

### Samenvatting

Dit betreft een visie met een uitvoeringsmatrix voor vier jaar; maar wel met een stip op de horizon voor de lange termijn. Stip op de horizon is een groei van aantallen bezoekers, met verlenging van hun verblijf en een groei van banen in de vrijetijdseconomie.

We hebben over vier jaar een aantrekkelijke inrichting van onze openbare ruimte, waaronder de monumentale (kerk)gebouwen, objecten en verhalen gerealiseerd. Horeca en overnachting zijn onderscheidend en sluiten aan bij lokale identiteiten (maritiem, cultuurhistorisch, toekomstgericht en landelijk). Er zijn goede routes en bewegwijzering van toeristische plekken, maar ook verbindingen via het water met buurgemeenten. Dit zijn de ambities van het college van B&W Eemsdelta bij de start van de nieuwe gemeente.

Sterke troeven die de gemeente hierbij in handen heeft zijn: een prachtig gebied met rust en ruimte gelegen aan het Unesco Wereld Erfgoed gebied de Waddenzee met strand, stad, natuur en cultuur en erfgoed. Dit alles vlak bij de stad Groningen en direct grenzend aan Duitsland. Voldoende ingrediënten voor een groei van toerisme. De inzet van deze visie is dan ook groei van werkgelegenheid in de sector toerisme.

Een gebiedseigene, duurzame groei van het toerisme geeft kansen voor een brede economische- en culturele spin-off. Met een groei van aantallen bezoekers steunen we het MKB, het winkelbestand in de centra en ons culturele erfgoed. Verder creëren we hierdoor banen voor jongeren. Kortom een kans voor de brede welvaart en woon- en werkplezier met oog voor onze historie en toekomst.

Omdat Eemsdelta nog niet als toeristische trekker wordt gezien, zetten we in op sterke promotie. Dit om meer bezoekers en bestedingen te genereren die onze ondernemersstructuur versterken. Sterk ondernemerschap en een kwalitatief uniek aanbod maken een bezoek tot een beleving. Bezoekers langer in het gebied vasthouden, vaker terug laten keren en ook jongere bezoekers enthousiasmeren is het doel. Mogelijk opvallende trekkers kunnen zijn het strand, landelijk toerisme, overnachten in cultureel erfgoed, industrieel dagtoerisme, themaroutes, vaarrecreatie of anderszins. Zonder ondernemerschap is er geen sprake van toerisme; de gemeente wil dan ook een goede partner zijn. Naast de overnachtingen zijn er ook andere factoren van belang voor de bezoekers. De vrijetijdsbestedingen zoals horeca- of verhuurbedrijven, erfgoed, cultuur, strand, musea, theater, film en natuur moeten toekomstbestendig en duurzaam zijn. Eenzijdige afhankelijkheid van vrijwilligheid en/of subsidies maakt nu sommige vrijetijdsbestedingen te kwetsbaar. Ook bij niet-zakelijke organisaties stimuleren we daarom graag het ondernemerschap en toekomstbestendige verdienmodellen.

Door het realiseren van gemeentegrens overschrijdende projecten, kunnen we aanvullende middelen inzetten uit bijvoorbeeld het NPG, het Waddenfonds, de EDR, Interreg V, en/of andere fondsen. Vanwege bezuinigingen maken we slim gebruik van beperkte middelen door deze als multiplier in te zetten. Door

het delen van data en kennis leren we meer over de bezoekers. Het doel hierbij is een nog efficiëntere beleidsinzet op de vrijetijdseconomie.

Corona zorgde vanaf 2020 voor een verschuiving van bezoekers; we kregen meer binnenlandse bezoekers en - uit Ost-Friesland. Deze kwamen meer dan voorgaande jaren bij ons wandelen, fietsen of met de camper ons bezoeken. Deze trend zet de komende jaren nog door, zo zijn de voorspellingen. We willen hierop voorbereid zijn, Eemsdelta sterker promoten en goed ondernemerschap tonen.

## 1. Inleiding

Deze beleidsvisie speelt in op kansrijke ontwikkelingen die we zien voor de nieuwe gemeente Eemsdelta. Hierbij houden we nadrukkelijk rekening met de eigenheid van ons gebied, de betrokken ondernemers en de inwoners. We kijken naar de waarde die we hierbij als gemeente kunnen toevoegen in onze rol als lokale overheid. We maken bewuste keuzes voor inzet van beleid en middelen.

Toerisme is het reizen naar een bestemming buiten de normale omgeving, vanwege recreatie of zaken en duurt niet langer dan een aaneengesloten jaar. Het is een van de meest winstgevendende bedrijfstakken in de economie. Veel toeristen reizen om iets van de cultuur en natuur van andere landen te zien. Bron: encyclo.nl

De toenemende omvang en het toenemende belang van de sector voor Nederland en de complexiteit van de opgaven vergen beleidsmatige aandacht, intensieve afstemming en kennisdeling, zowel bestuurlijk en ambtelijk als met de sector, kennisinstellingen en maatschappelijke organisaties. Bron Actieagenda NRBT, rijk en provincies.

Beleidsmatig zet de gemeente in op promotie en ondernemerschap van de sector; op dat deel van de economie waarbij we met bezoekers te maken hebben. Hierdoor stimuleren we werkgelegenheid in de toerismebranche en de groei van bezoekers en het aantal verblijfsbezoekers. De visie is grofweg verdeeld in verblijfsrecreatie (overnachten) en vrijetijdsbestedingen (alles wat er 'te doen' is).

We spreken nadrukkelijk over bezoekers en niet over toeristen, immers onze eigen inwoners zijn ook de bezoekers van onze bestemming.

### 1.1 Aanleiding

Met deze strategische beleidsvisie geeft de gemeente richting aan kansen die we zien voor brede welvaart en economische groei en lossen we een aantal problemen op die nu spelen. De aanleiding van deze visie is in het kort als volgt samen te vatten in kansen voor:

- groei van werkgelegenheid in aan bezoekers gerelateerde bedrijven;
- toekomstige banen voor onze jongeren zodat ze niet wegtrekken naar elders;
- groei van bezoekers bij erfgoed, MKB-bedrijven, evenementen en centra. Deze staan onder druk en zijn gebaat bij extra bestedingen.
- eenduidig beleid in de nieuwe gemeente.

De vraag die we hierbij gaan beantwoorden is: "Hoe kan de gemeente van waarde zijn om de positie van haar ondernemers in de vrijetijdseconomie te versterken en van het brede veld met spelers er omheen?" Dit zetten we op tijd en middelen in een bijgevoegde uitvoeringsmatrix.

### 1.2 Participatie en communicatie

Deze visie is tot stand gekomen vanuit verkennende gesprekken in 2020 in de drie vorige gemeenten over de herindeling, input vanuit betrokken organisaties, achtergrondinformatie uit relevante bronnen en bestaande beleidskaders. Door corona is het concept vooral digitaal en telefonisch besproken. Dit was niet optimaal maar de enige mogelijkheid.

Vanaf januari tot en met maart 2021 heeft er een uitgebreide inventarisatie van beschikbare cijfers van de nieuwe gemeente Eemsdelta plaatsgevonden en is er een eerste denkrichting opgesteld.

Bij het maken van deze visie is er intern input gevraagd van de verschillende beleidsafdelingen en van financiën om de beleidsdoelen inhoudelijk op elkaar af te stemmen en een realistische begroting op te stellen. Er is een presentatie gehouden voor de afdeling en een bericht op intranet geplaatst. Daarna is het voorgelegd aan externe gremia zoals de provincie e.v.

Na een eerste denkrichting is er op 23 maart 2021 een digitale toeristische ondernemers-bijeenkomst geweest, waarbij deze eerste denkrichting is gepresenteerd. De opmerkingen van deze avond zijn hierin verder verwerkt.

In april 2021 is een eerste concept aan het college en aan de raad voorgelegd om mee te denken. Dit leverde veel input en betrokkenheid op. Het doel was de raad tijdig bij het proces te betrekken. De meeste vragen van de raad konden worden beantwoord en antwoorden zijn verder verduidelijkt in de conceptversie. Ook zijn andere opmerkingen of suggesties verwerkt in de conceptvisie.

In juni zijn twee ondernemersavonden gehouden in samenwerking met Top van Groningen die goed bezocht waren. Op deze avonden is de Visie Toerisme en Recreatie besproken. De opmerkingen van de ondernemers zijn meegenomen in deze definitieve Visie Toerisme en Recreatie.

De visie zal worden gepubliceerd op de website van de gemeente.

### 1.3 Leeswijzer

In het hoofdstuk 2 leest u de hoofdlijnen van de beleidsvisie, en is de missie van het college uitgewerkt in deze visie. Hierna volgen de strategische doelen. Hieraan ten grondslag lagen een brede inventarisatie van wat er in de nieuwe gemeente is aan toerisme en ondernemerschap en de bestaande begroting. In hoofdstuk 3 komen kort de uren en budgetten aan de orde. Hoofdstuk 4 laat de context en cijfers zien waarop deels de keuzes zijn gebaseerd voor inzet van onze tijd en middelen. Ook de kaders voor beleid komen hier aan de orde.

Naast de visie op lange termijn (vier jaar) is er ook een uitvoeringsmatrix gekoppeld. Deze treft u aan als bijlage. De uitvoeringsmatrix, een uren- en budgetoverzicht is voor intern bedoeld als richtlijn voor inzet van de gemeente en aan de inzet van middelen. Hierbij merken we op dat er ruimte blijft voor ontwikkelingen die zich voordoen. Er kan inhoudelijk nog worden gewisseld qua inzet en planning, mocht dat nodig zijn bij onvoorziene kansen. Ook zijn de uren niet helemaal benut; dit ook om flexibiliteit te waarborgen.

## 2. Hoofdlijnen beleid

In dit hoofdstuk geven we aan waarop we inzetten qua tijd en middelen; de strategie, het waarom en hoe we het denken te kunnen waarmaken.

Op dit moment is er een grote groei in werkgelegenheid in de sectoren die te maken hebben met toerisme of vrije tijd; oftewel met bezoekers. De trend is dat dit de komende jaren nog doorzet. Binnenlandse bezoeken gericht op natuur en beweging zijn door de Coronapandemie meer in trek. De buitenlandse bezoekers komen veelal uit onze directe omgeving, zoals uit Ost-Friesland. Dit zal tot 2024 nog zo aanhouden, volgens voorspellingen van de organisatie Tourismus GmbH uit Emden.

Onze gemeente heeft veel troeven in handen: een lange kustlijn langs een werelderfgoed gebied met prachtige natuur, landelijke gebieden onderbroken door wierdedorpen, veel erfgoed, de steden Appingedam en Delfzijl waar van alles te doen is, leuke markten, havens, stranden en ander recreatief vermaakt. Er zijn publiekstreckende evenementen, kerken, molens, musea en galleries. Kortom er is een divers aanbod voor een leuke vrijetijdsbesteding. Promotie en vindbaarheid zijn hierbij van groot belang. We zien een groeiend aantal wandelaars en fietsers, dit zijn vaak de wat oudere bezoekers. Dit geldt ook voor de campers. In Appingedam komen veel bezoekers het historische centrum bezoeken. De campings trekken over het algemeen meer gezinnen met jonge kinderen. Dit zijn waarnemingen en aannames die we de komende jaren scherper in beeld willen krijgen. We richten ons dan ook op kwaliteitsbezoekers die geïnteresseerd zijn in het verhaal van ons gebied en ons erfgoed waarbij ze routes volgen voor wandelen, fietsen of varen.

Op de campings zien we meer wat jongere gezinnen en deze maken vaak gebruik van vrijetijdsbestedingen aan water gerelateerd zoals strand, sub- of kanovaren. Natuurlijk zijn de vrijetijdsbestedingen en routes ook van belang voor onze eigen inwoners. Dit zijn de doelgroepen die we in ons achterhoofd houden.

Grofweg verdelen we ondernemerschap in overnachtingen en dag- of vrijetijdsbestedingen. De categorie overnachtingen kan ons niet divers genoeg zijn en het aanbod in vrijetijdsbestedingen mag eveneens heel breed wat ons betreft: actief, sportief, cultuur, kerken, stranden, terrassen, winkels, markten enzovoort. Het inzetten op specifieke doelgroepen voor promotie laten we graag over aan de uitvoering, de specialisten van de regiopromotie, en na dataverzameling over een aantal jaren.

Verder hebben we onderscheid gemaakt met onze planning tussen wat we dit jaar en in 2022 willen realiseren en wat we daarna gaan oppakken. Het een is niet minder belangrijk maar is een keuze in prioritering van onze beschikbare tijd en middelen voor cofinanciering. Hierin is verschuiving mogelijk afhankelijk van wat er op dat moment speelt.

### 2.1 Missie en visie

Met lef, ambitie en enthousiasme voor inwoners, bedrijven, instellingen en bezoekers een toekomstbestendig en leefbaar Eemsdelta realiseren. Waarbij we streven naar een inclusieve samenleving waar iedereen mee doet.

Onze strategische opgave op het terrein van recreatie en toerisme benaderen we vanuit het belang van ons landschap, de rijke cultuurhistorie met als toeristische speerpunten de historische binnenstad van Appingedam, de vele wierdedorpen, Marconi Delfzijl en de haven van Termunterzijl.

Vanuit dit perspectief benutten we de kansen op het gebied van recreatie en toerisme, zowel voor onze inwoners en ondernemers, als voor het aantrekken van meer bezoekers en toeristen.

Dit is de aldus geformuleerde uitdaging van ons college en tevens de rode draad voor uitwerking van deze visie. We willen als gemeente van waarde zijn bij het aantrekken van bezoekers en groei van toerisme als sector. Helaas moet de gemeente, zoals zoveel gemeenten in Nederland, bezuinigingen doorvoeren. Dit maakt dat we realistisch zijn in wat we kunnen bereiken met beperkte budgetten en dit is medebepalend voor de keuzes die worden gemaakt.

Met kleine bedragen, in te zetten als cofinanciering, wil de gemeente proberen via fondswerving een plus te krijgen op de realisatie van belangrijke projecten. Dus ook met weinig middelen denken we, door slim hiermee om te gaan, goede condities neer te zetten voor de groei van aantallen bezoekers en toeristische banen.

## VISIE TOERISME, STIP OP DE HORIZON:

Eemdelta is bekend en geliefd als vakantiegebied; we realiseren hier een groei in bezoekersaantallen, - in herhalingsbezoeken en een groei van banen in bezoekers gerelateerd ondernemerschap.

Volgens het CBS-overzicht (hieronder) zijn Logies-, maaltijd- en drankenverstrekking 3,7 % van het totale aantal banen in Eemdelta. We denken dat een groei naar minstens 5-6 % banen in deze sectoren goed mogelijk is gedurende de looptijd van de visie. Dit is een voorzichtige schatting. We baseren ons hierbij op landelijke- en provinciale cijfers, trends en ontwikkelingen rekening houdend met verschillende scenario's. Over de trends en ontwikkelingen en cijfers verderop in de visie meer.

De economische spin-off bij de groei van bezoekersaantallen komt ten goede aan banen in de verblijfsrecreatie maar ook in de vrijetijdsbestedingen zoals detailhandel, MKB of culturele sector. We hopen krimp te voorkomen en zetten in op behoud van banen of zelfs een beperkte groei in de sectoren detailhandel, MKB en cultuur. De bezoekersaantallen voor Eemdelta kennen we nu nog niet; de meting hiervan zou bijvoorbeeld gekoppeld kunnen worden aan toeristenbelasting mocht dit voor de hele gemeente gaan gelden. Dat kan dienen als nulmeting. Door de cijfers jaarlijks bij te houden krijgen we een goed beeld van de bezoekersaantallen. Via metingen bij musea, routes en culturele bezoeken willen we de aantallen bezoekers voor vrijetijdsbestedingen gaan meten. Ook werken we hierbij samen met andere partners provincie breed.

### 2.2 Strategische beleidsdoelen

Met de missie van de coalitie en deze visie in gedachten, onderscheiden twee fasen in ontwikkeling: een korte-, en een middellange termijn. Deze zijn terug te vinden in de uitvoeringsmatrix. In deze visie wordt vooral de vraag beantwoord 'wat gaan we doen?'

Vanaf de vaststelling van de visie wordt ingezet met uren en middelen op de zes speerpunten van beleid; deze geven antwoord op de vraag 'hoe gaan we het doen?' De uitvoeringsmatrix is qua uren flexibel en gemakkelijk aan te passen en qua middelen kan er aangepast worden middels een daarvoor geëigende financiële begrotingen, zoals de Kadernota.

Naast de speerpunten zijn er nog een aantal punten waarop we beleidsmatig ook inzet gaan plegen. Uren en middelen hiervoor zijn opgenomen in de dagelijkse werkzaamheden. Vaak zit er een overlap met andere beleidsterreinen en is er interne afstemming nodig. Hieronder staan deze drie punten die wel van belang zijn, nog genoemd.

#### • COFINANCIERING

We zien kansen in een aantal samenwerkingsprojecten zoals Waddenfonds, Interreg V of NPG waarbij we als gemeente een beetje bijdragen om grote veranderingen tot stand te brengen. 'Een spiering uitgooien om kabeljauw te vangen', zogezegd. Op dit moment is er een beperkt budget voor toerisme. Er is geen ruimte voor nieuwe projecten of brede projecten waarbij gemeentelijke cofinanciering nodig is. De verwachting is dat dit de eerste jaren zo blijft. We hopen dat dit in de looptijd van de visie aangepast kan worden door bij-raming.

#### • TOERISTISCHE DATA VERZAMELEN EN MONITOREN

We willen bedrijven zoveel mogelijk bezoeken en samen met de sector zorgen dat onze toeristische kennis van het gebied op orde is. Voor het opstellen van deze visie hebben we beperkt gegevens verzameld maar we willen meer specifieke data voor toerisme ontwikkelen. Op gebied van dataverzameling werken we onder meer samen met de provincie, het Routebureau Groningen en met de Uitvoeringsagenda van de Waddenzee Wereld Erfgoed (WWE). We vragen ook van onze ondernemers en subsidieontvangers bezoekersaantallen te registreren zodat we kunnen monitoren.

#### • SAMENWERKING EN VERBINDING

We willen vooral projectmatig samenwerken met provincie en de omliggende gemeenten. Ook met ondernemers en uitvoerende instanties zetten we in op een goede werkrelatie. Dit om waar het kan samen op te trekken en elkaar te versterken. Hierop zetten we in met uren.

De zes speerpunten voor beleidsmatige inzet worden in de volgende hoofdstukken separaat uitgewerkt.

### 2.2 Promotie en marketing

In een nieuw op te stellen visie willen we verder richting geven aan onze ambities op het gebied van recreatie en toerisme. Een belangrijke partner daarbij is Top van Groningen.

Om de gemeente als één gebied te verbinden en omdat Eemdelta nog onvoldoende wordt gezien als toeristische trekpleister, zetten we extra in op marketing en promotie. Denk hierbij aan (digitale) promotie, verbindende toeristische routes, (vaar)routes en koppelingen etc. Een NPG-aanvraag is ingediend voor een promotionele 'boost' voor Eemdelta; uitvoering hiervan zal worden gedaan door de regiopromotie organisatie. Ook heeft deze organisatie, met steun vanuit de gemeente, een nieuw en toekomstbestendig

verdienmodel laten uitwerken waarbij ondernemers meer worden betrokken. De looptijd hiervan is drie jaar. Dit businessmodel zal in 2023 opnieuw worden bekeken voor de jaren erna. De aanvraag NPG voor de extra impuls van ca. € 1 miljoen is inmiddels definitief. De rol van de gemeente bij de regiopromotie en de uitwerking van deze plannen is faciliteren, stimuleren en regisseren. Ondernemers en ondernemersverenigingen worden meer en meer partners van Top van Groningen voor promotie en gaan deels ook financieel hieraan bijdragen. Dit maakt de regiopromotie meer eigen, sterker, breder en meer toekomstbestendig.

Stichting Top van Groningen heeft zo meer slagkracht en middelen om de nieuwe gemeente op de kaart te zetten en wordt toekomstbestendig. De promotie van DelfSail, en andere grote evenementen, wordt tijdig promotioneel voorbereid. Hiervoor zijn uren en middelen in de NPG-aanvraag opgenomen. Evenementen zijn van groot belang voor de promotie van ons gebied en voor de groei van bezoekersaantallen. Ook hierbij zetten we in op regiopromotie en Marketing Groningen. De reclamebelasting en subsidies bleken in het verleden een goed middel om de promotie van evenementen en stadscentra aan te jagen. Uniformiteit in de publiciteit bij promotie is hierbij gewenst; dit kan gewaarborgd worden door de bestaande koppeling met Top van Groningen die tevens nauw samenwerkt met Marketing Groningen.

De promotie is trapsgewijs georganiseerd. De gemeente vraagt aan ondernemers en bij de subsidieverlening van publiekstreckende initiatieven en evenementen zich aan te melden bij de Top van Groningen. Deze zorgen weer voor input aan Marketing Groningen die weer zorgt voor de landelijke promotie van websites als VisitWadden of andere promotiecampagnes. Als we deze stijl aanhouden en ook vragen aan te houden door derden, krijgen we de meeste spin-off van de publiciteit. De rol van de gemeente is hierbij de regie houden en zorgen dat alle partijen goed aan elkaar verbonden worden of blijven. De twee VVV-bezoekersbalies in Appingedam en in Delfzijl willen we in stand houden. En in Loppersum willen de gemeente een nieuwe VVV creëren. De promotiezuilen met folders of andere aandachtspunten zien we graag verder uitgerold bij grote bedrijven of winkelketens waar veel bezoekers komen, naar voorbeeld van het Eemshotel en de Hema in Delfzijl. Inzet is gericht op structureel aanbod door touroperators en op stadswandelingen.

Dit kan zo mogelijk uitgebreid met andere attracties, zoals vaartochten op thema. We zorgen dat onze evenementen, markten en andere bezoektreckende activiteiten goed vindbaar en zijn sterk gepromoot worden.

Van belang is ook de netwerkversterking van toeristische ondernemers, elkaar weten te vinden en elkaar kennen, informatie-uitwisseling tussen de bedrijven en attracties en goed en actief doorverwijzen van de toerist en recreant. Er zijn bijvoorbeeld jaarlijks 5000 passanten in de jachthaven. Die kunnen ter plekke van toeristische informatie van Eemsdelta worden voorzien en worden doorverwezen. Of bij camperplaatsen informatieborden plaatsen zodat in een oogopslag te zien is wat er te doen is. Omroep Eemsdelta geeft aan hierin ook een actieve rol op te willen pakken.

### 2.3 Ondernemerschap

Waar mogelijk willen we ondernemers in en rond de centra maar ook in de kleinere dorpen, meer vrijheid geven toeristen aan te trekken. Te denken valt aan terrassen, kamperen bij de boer, B&B en uitbreiding van de bestaande camperplaatsen.

Ondernemers hebben, evenals inwoners en onze organisatie, tijd nodig om de nieuwe gemeente als geheel te ervaren en zich hiertoe te verhouden. De gemeente zet in op duidelijke beleidsregels voor toeristische onderwerpen en we willen de ondernemers beter leren kennen. We stimuleren en ondersteunen het ondernemerschap met de kennis die we hebben en al werkende weg opdoen. Samenwerking en verbinding met ondernemers of andere overheden is hierbij de inzet.

We ondersteunen ondernemers van zowel verblijfsrecreatie als dag- of vrijetijdsbestedingen, maar ook andere initiatiefnemers bij toekomstbestendige ideeën. Verder zetten we ons in voor zo min mogelijk regeldruk en op het vlot verstrekken van benodigde vergunningen. Leergangen of workshops voor kwaliteitsontwikkeling of hospitality, zoals aangeboden door derden ondersteunen we.

De gemeente denkt probleemoplossend mee over uitbreidingsplannen, initiatieven op het gebied van agrotourisme, erfgoedlogies, koppelingen met kunst en cultuur, evenementen of anders. Alle realistische plannen zijn welkom; maar de tijd dat de gemeente veel kan faciliteren ligt achter ons. Daarom vragen we, veel meer dan voorheen, bij besteding van middelen naar de lange termijn uitwerking, een verdienmodel en naar de duurzaamheid van de plannen. Voor de uitwerking van een toekomstgericht verdienmodel werken we samen met het Ondernemershuis Groningen Noord; voor economisch advies neemt de gemeente een deel van de kosten voor haar rekening.

De gemeente maakt tijd vrij voor bedrijfsbezoeken zodat we weten wat onze ondernemers drijft, waar de uitdagingen liggen en of we ons beleid moeten bijsturen. We willen een goede gesprekspartner zijn die het ondernemerschap ondersteunt. Naast de bedrijfsbezoeken gaat onze regionale promotieorganisatie ondernemersbijeenkomsten organiseren waar de gemeente ook aan deelneemt.

De ondernemers willen graag samenwerken met de gemeente om een programma voor toerisme op te maken, een roadmap. Een concrete aanpak met duidelijke plannen en projecten. Voorbeelden die genoemd worden zijn het Damsterdiep vaarcircuit, het Kunsteiland bij Steendam, de Aardbevingsexpe-



rience en ook de toegankelijkheid van de maren en Marentochten en vaarroutes Nederland- Duitsland. Daar is nog een wereld te winnen. Lopende projecten van de gemeente raken hier vaak aan en daar kunnen de koppelkansen opgepakt worden om dit mee te nemen.

Ook als er kansrijke, gemeentegrensoverschrijdende projecten of externe projecten spelen, koppelen we hieraan de ondernemers zoveel we kunnen. Dit onderwerp komt verderop nog aan de orde. De beleidsadviseur voor toerisme is het eerste aanspreekpunt voor toeristische ondernemers. Verder denkt de gemeente ook mee over economische verdienmodellen; immers toerisme is een onderdeel van onze beleidsafdeling economie. Ook bij erfgoed of cultuur als vrijetijdsbesteding is ondernemerschap gewenst en willen we toekomstbestendige plannen ondersteunen.

We stimuleren stages en onderwijs gericht op toerisme bij jongeren zodat ze in onze gemeente een toekomst kunnen opbouwen in de sector toerisme. We zien in het Hospitality project van het Noorderpoort, een toeristisch leer- werkprogramma, al een mooi voorbeeld. Het Eemshotel en hotel Termunterzijl zijn hierbij vanuit Eemsdelta aangehaakt. We hopen dat deze pilot positief uitwerkt en in de toekomst kan worden uitgebreid met meer bedrijven uit de regio. Vanuit de gemeente maken we extra tijd beschikbaar voor het koppelen met onderwijs en gaan we met (onderwijs)partners, de provincie en met ondernemers of betrokkenen hierover in overleg om dit onderdeel verder uit te rollen.

#### 2.4 Overnachtingen

Het figuur 'overnachtingsaanbod' laat zien dat er een redelijk evenwichtige verdeling is van variaties in het overnachtingsaanbod.

Dit geeft overigens niet het aantal bedden of kamers weer, maar het aantal bedrijven. Overigens zijn passantenligplaatsen in dit overzicht niet opgenomen hoewel dit feitelijk ook aanbod is voor overnachtingen maar we de beheerders niet als aanbieders rekenden.

Kijken we echter naar overnachtingen in kamers en recreatieve slaapplekken dan zien we dat de verdeling minder evenwichtig is.

Er is ruim aanbod in hotelkamers. Deze zijn vooral geconcentreerd in Delfzijl, Appingedam en Termunterzijl. Verder valt het aanbod camperplaatsen en campingplaatsen op, evenals de ligplaatsen recreatievaart. Het aanbod vakantiewoningen en B&B's is relatief gezien veel kleiner.

In Coronatijd zijn natuur- en vakantiehuisjes op landelijke locaties, trekkershutten voor lange afstandswandelingen, slapen op een boot of erfgoedlocatie erg in trek. Uitbreiding hierop zou kansrijk zijn voor ondernemerschap. Dit komt verderop nog aan de orde.

De gemeente zet in op een gebiedseigen ontwikkeling van toerisme. Beleidsmatig wordt er ruimte gegeven aan initiatieven zoals uitbreidingen of aanleg van terrassen, kamperen bij de boer en uitbreiding van camperplaatsen, etc. Daarbij worden op korte termijn ruimtelijke beleidskaders ontwikkeld voor camperplaatsen.

Er zijn op dit moment circa 316 camping- en camperplaatsen. Dit is 50% van het totale aanbod recreatieve overnachtingen op de vaste wal (dus zonder ligplaatsen op het water). We zetten in op uitbreiding van bestaande camperplaatsen maar ook op die van andere overnachtingsmogelijkheden.

In het verleden bleek dat gratis camperplaatsen vervuilden en bezoekers daar veel troep achterlieten. Tijdens de digitale ondernemersbijeenkomst van maart 2021 werd de stelling onderschreven dat we geen gratis camperplaatsen meer moeten toestaan. Dit om het kwaliteitsaspect te kunnen garanderen, immers de overnachtingslocaties zijn visitekaartjes voor de gemeente.

Verder denken we dat gebiedseigen uitbreiding van kampeerplaatsen mogelijk zijn en willen we ook (tijdelijke) flexibele ruimte bieden aan extra plaatsen voor kamperen of campers bij grote evenementen zoals DelfSail, Sunsation ed.

Veel dorpen hebben mooie passantenhavens maar deze zijn onvoldoende bekend bij de vaarrecreant. Ook zijn sommige havens moeilijk bereikbaar vanwege dichtslibbing. Denk hierbij aan Termunterzijl. Om deze knelpunten op te lossen gaan we aansluiten bij grotere projecten en inzetten op samenwerking met bijvoorbeeld de provincie Groningen.

We stimuleren overnachtingen die een extra beleving met zich meebrengen. Zo onderzoeken we bijvoorbeeld of een Barak uit de WOII die aan de Eems stond, gekoppeld kan worden aan het MuzeeAquarium en als B&B en museum ingericht kan worden. Er is vanuit ondernemers belangstelling getoond. De rol van de gemeente hierbij is regie houden en zorgen voor cofinanciering bij fondswerving. Deze voorziening zou goed passen in een route op het thema WO II, die we samen met onze Duitse burens in Ost-Friesland zouden kunnen ontwikkelen, zie verderop onder routes. Ook een synagoge die de herbestemming krijgt als B&B/groepsovernachting past in deze WOII-route-gedachte evenals andere bestaande activiteiten.

#### 2.5 Vrijetijdsbestedingen: Cultureel erfgoed, Kunst, Cultuur en Evenementen.

Het realiseren van het aantrekken van bezoekers vraagt om een aantrekkelijke inrichting van onze openbare ruimte, waaronder kunst, de monumentale (kerk)gebouwen, objecten en verhalen, voldoende dag-attracties en culturele activiteiten. Horeca en overnachting zijn onderscheidend en sluiten aan bij lokale identiteiten (maritiem, cultuurhistorisch en landelijk).

In deze visie hebben we grofweg gekozen voor het onderverdelen van twee noodzakelijkheden voor toerisme: verblijfsrecreatie (waar slapen we) en dag- of vrijetijdsbestedingen (wat is er te doen). Immers de bezoeker moet naar tevredenheid kunnen overnachten en meerdere fijne dag- of avondbestedingen aangeboden krijgen. Hoe breder het aanbod van de vrijetijdsbestedingen, hoe langer de verblijfsduur.

Ons cultureel erfgoed is van groot belang als vrijetijdsbesteding en wordt sterk aangeboden. De musea, molens, kerken geven maar liefst 34% van het aanbod. We zien vrijetijdsbestedingen heel breed; ook bijvoorbeeld een theater en film is van belang voor bezoekers, omdat dit alleen de Molenberg betreft is deze niet in de naastgelegen figuur opgenomen. Ook de evenementen ontbreken in dit overzicht. De koppeling ervan met overnachtingen kunnen we moeilijk inschatten; hoewel we vermoeden dat sommige evenementen bezoekers trekken van heinde en ver. De kunst hierbij is om ze te verlokken hun verblijf te verlengen, ook als het evenement is afgelopen.

Door de samenhang wordt er beleidsmatig nauw samengewerkt op de onderwerpen erfgoed, cultuur, economie en toerisme. We ondersteunen stichtingsbesturen die willen werken volgens de richtlijnen van Cultural Governance en stimuleren het uitwerken van toekomstgerichte verdienmodellen.

Voor musea is een heldere profilering van de collecties, een eigen gezicht voor de bezoeker van belang. We zien daarbij graag onderlinge verbindingen tussen de musea en erfgoed en koppelingen met andere vrijetijdsbestedingen. Verder willen we musea vragen te komen met plannen voor landelijke certificering, ook een intentie ertoe levert al voordeel op. Dit zorgt voor meer promotie landelijk en een erkenning van een landelijk gecertificeerd museum geeft grotere kansen op de provinciale subsidies en fondswerwing.

De Coronaperiode leerde ons dat instellingen die goed gedigitaliseerd zijn een streepje voor hebben bij het trekken van publiek. We zien dan ook graag dat musea en erfgoed een slag gaan maken in het verder digitaliseren van de collecties en ook hieraan verdienmodellen proberen te koppelen.

De gemeente wil voorkomen dat er vrijetijdsbestedingen moeten sluiten. Momenteel zijn met name onze grotere musea erg afhankelijk van gemeentelijke subsidies. Door ze minder afhankelijk te maken van eenzijdige subsidieverlening, en de kwetsbaarheid die dit met zich meebrengt, willen we samen met hen vernieuwing in dit model tot stand brengen. Met deze subsidieontvangers gaan we graag in gesprek over de toekomstbestendigheid van de organisatie. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het ontwikkelen van een innovatief verdienmodel of routes in 3D aanbieden, bijvoorbeeld een 3D-route langs de oude schans Delfzijl zou heel erg tot de verbeelding spreken.

Voor het uitwerken van toekomstgerichte bedrijfsplannen stellen we uren (budgettair) beschikbaar voor een advies van het Ondernemershuis Groningen-Noord.

Verder onderzoeken we graag samen met de grotere subsidieontvangers de kansen voor verbindingen in de vorm van routes of arrangementen en gaan hierbij gericht op zoek naar budget uit fondsen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan verbindende vaarroutes van de Loodskotter en/of het Damsterveer gekoppeld aan onze centra, erfgoed of musea. De promotie blijft wat ons betreft goed verbonden aan regionale en provinciale marketing aan vrijetijdsbestedingen.

We noemen onder dit hoofdstuk vrijetijdsbesteding ook de weekmarkten, jaarmarkten, braderieën, boekenmarkt, middeleeuwse markten en alle andere markten. Deze zijn ook als vrijetijdsbeleving van groot belang. Er zijn vier weekmarkten, waarvan het beheer goed geregeld gaat worden. Ook de overige markten geven 'reuring' en zijn leuk als uitje voor bezoekers.

De kunstsector is goed vertegenwoordigd in Eemsdelta en belangrijk voor de experience economy. Kunst en lokale kunstenaars dragen bij aan de ontsluiting en beleving van het gebied en versterken de couleur locale. De beweging Sense of Place is een mooi voorbeeld hoe een plek, gebiedsidentiteit en landschap versterkt en opgetild kan worden. Een sterk en gevarieerd kunst- en cultuurbeleid versterkt de positie van Eemsdelta als toeristische bestemming. Allianties tussen de sectoren kunst & cultuur en toerisme zijn daarom van groot belang. De toeristische ondernemers en culturele sector geven het advies om Appingedam echt neer te zetten als kunst- en cultuurstad. Om Appingedam als zodanig te profileren en daar ook concreet vorm aan te geven in Appingedam met kunstenaars en cultuuraanbieders. Kunstenaars de ruimte geven. Naast de profilering van Delfzijl als havenstad aan zee met strand en voor Loppersum en Middelstum het unieke cultuurlandschap als toeristische profilering.

De erfgoed- en cultuurliefhebbers worden in principe in onze gemeente goed bediend (dit betreft 34% van onze vrijetijdsbestedingen). Een deel hiervan zijn onze wierden en kerken. Maar zijn deze ook allemaal goed vindbaar en toegankelijk voor bezoekers? Dit gaan we onderzoeken en hierop actie nemen. Een kans hiervoor biedt bijvoorbeeld de aansluiting bij het lopende Waddenproject Terpen en Wierden. De aangevraagde rijkssubsidie voor een op te stellen kerkvisie in Eemsdelta kan hierin ook veel betekenen en materiaal opleveren voor uitwerking op dit onderdeel.

Willen we musea- en erfgoedbeleving meer aansprekend maken voor de jongere bezoeker, dan zullen we hierop meer gericht moeten inzetten. Denk bijvoorbeeld aan interactieve 3D belevingen van de vesting Delfzijl, het ontwikkelen van lesprogramma's en bezoek van leerlingen aan onze musea, informatieve en aansprekende apps, enzovoort. Op deze manier kunnen ook onze kerken, gemalen, molens e.d. anders beleefd worden. Het beleid van toerisme werkt hierbij samen met cultuur en erfgoed. We zien graag dat er een cultuureducatieproject ontwikkeld wordt zodat de leerlingen de gemeentelijke

erfgoedinstellingen kunnen bezoeken, verhalen horen van onze gemeentelijke historie zodat ook jongeren hierover leren en we het gezamenlijk in stand houden. Voor dekking van deze kosten gaan we samen met betrokken partijen zoeken naar kansen voor fondswerving en maken we gebruik van advies en uitvoering door culturele steuninstellingen.

Beeldend kunstenaar Henk Helmantel bewoont De Weem, de voormalige pastorie-boerderij. Het museum opende zijn deuren in 1985. Het bevindt zich in het schuurgedeelte van De Weem, een volledig gerenoveerd pastorie, waarvan het hoge voorhuis uit de Middeleeuwen dateert, uit de 13e eeuw, evenals de naastgelegen Andreaskerk. Ieder jaar vindt in het expositiegedeelte (de schuur) een tentoonstelling plaats. Bron Nieuwsbrief Erfgoedpartners maart 2021; Foto website Helmantel.nl

De Bierumer School, Museum Møhlmann, de galleries in Appingedam en het atelier Helmantel zijn grote trekkers voor kunstliefhebbers. Het is een uitdaging om hierbij arrangementen, verbindende routes te laten maken of andere koppelingen voor bezoekers te maken. Dit gaan we verder samen met partijen uitzoeken.

Verreweg het grootste deel van onze banden zijn te vinden in de sector industrie. Dit is een boeiend hoofdstuk van onze geschiedenis. Het ontstaan van de havens met het verdwijnen van de dorpjes langs de Eems, alle toekomstgerichte innovaties en ontwikkelingen die plaatsvinden, zijn zeker interessant voor bezoekers. Het zichtbaar maken van deze ontwikkelingen zijn als vrijetijdsbesteding uniek en hebben een meerwaarde voor bezoekers. Arrangementen of routes langs innovatieve en vernieuwende bedrijven als vrijetijdsbesteding gaan we dan ook in overleg met Groningen Seaports en betrokken bedrijven verder onderzoeken en koppelen aan onze regiopromotie.

Hoewel de agrarische sector slechts 5% van de banen levert zien we toch veel agrarisch landschap in ons gebied. Bij deze sector zien we graag een groei in beleving voor bezoekers. Dit kan zijn van verkooppunten van lokale producten, boerderijwinkels, koeien knuffelen of overnachten bij de boer. Veel bezoekers zijn benieuwd naar ons bijzondere gebied en vinden dit soort gebiedseigen kenmerken zeker een bezoekje waard.

## 2.6 Routes en Routebeheer

Routes houden niet op bij gemeentegrenzen. Op dit moment is het aanbod wandelroutes het grootst. Fietsroutes zijn ook redelijk sterk aangeboden, maar het routeaanbod voor varen verdient nog wat extra aandacht.

Een partner van onze gemeente is het Routebureau Groningen, die onder beheer van de provincie werkt en voor deelnemende gemeenten. Hiervoor betalen we jaarlijks een bijdrage. Het Routebureau doet voor ons registratie en beheer van landelijke- en provinciale routes zoals de fietsknooppuntenroute, de Lange Afstand Wandelroute (LAW) etc. Verder gaat ze in de toekomst meer vaarroutes ontwikkelen. Een andere partner voor ons in de lange fietsroute om de Eems is de Internationale Dollard Route (IDR). Dit is een Duits-Nederlandse vereniging waarvan we lid zijn als gemeente. Deze fietsroute loopt helemaal rond de Eems aan Nederlandse en Duitse zijde en wordt door de IDR zelf onderhouden en ook regelen ze de promotie en bebording. Verder bieden ze arrangementen aan met overnachtingen en verzorgen daarbij de bagage-overdracht. Deelnemende ondernemers doen desgewenst mee in de promotie en betalen daarvoor een bescheiden bijdrage. Het levert hun bezoekers op die blijven overnachten of andere betalende klanten. We schatten in dat deze route ca. 10.000 fietsers in onze gemeente oplevert.

### Cijfers van de Internationale Dollard Route

In 2020 is een telling van IDR-fietsers gehouden: in Oldambt waren er ca. 15.000 fietsers geteld, in Uithuizen ca. 35.000 fietsers. Er zit een gemiddelde groei in de cijfers van de twee meetpunten van ca. 7.000 fietsers t.o.v. 2019; dit ondanks Corona.

Er fietsen meer Duitsers op de route als Nederlanders; Duitsers besteden per dag vaak meer; in Nedersaksen is dit gemiddeld € 68 pp/pd. Voor de IDR is dit gemiddelde zelfs € 83 euro per dag. (red. ter vergelijking Nederlanders besteden gemiddeld € 35.-pp/pd aan recreatieve uitjes. Bron NBRT) Dit zorgt voor een totale omzet op de IDR van € 7,2 miljoen Euro. (Bron IDR). Het zijn vooral 55+ die deze route fietsen. De fietsers zijn gemiddeld 5,8 dagen onderweg.

Op deze route vaart tussen Delfzijl, Emden en Ditzum een pontje over de Eems. Hieraan dragen we als gemeente ook financieel bij, evenals Leer en Emden. Voor het overgrote deel wordt deze echter bekostigd met EDR/Interreg-V subsidie. Het pontje leverde in 2019 ca. 10.000 betalende vaargasten op. Het pontje is nog vrij onbekend maar ontzettend leuk als uitje. We gaan uren inzetten om te bezien hoe we het pontje vaker kunnen inzetten en beter kunnen promoten. Dit kan ook los van de fietsroute; denk hierbij aan bijvoorbeeld bij evenementen aan beide zijden van de Eems. We zetten de laatste jaren sterk in op de Duitse markt door folders en routes ook in het Duits te vertalen en gaan hiermee door.

De gemeente gaat onderzoeken of we een themaroute over de Tweede Wereldoorlog kunnen samenstellen aan zowel de Nederlandse- als Duitse kant van de Eems. Hiervoor wil Tourismus Ost-Friesland GmbH met ons samenwerken en gaan we inzetten op fondswerving van Interreg V. Qua promotie is dit goed te koppelen aan Visit Wadden/Atlantic Wall.



De regiopromotie organisatie Top van Groningen kwam onder het hoofdstuk Promotie uitgebreid aan bod. Naast promotie ontwikkelt ze veel routes voor ons waarbij ze let op een uniforme vormgeving. Ook koppelt Top van Groningen deze routes aan verdere promotie zoals de website [www.Eemsdelta.Groningen.nl](http://www.Eemsdelta.Groningen.nl) en zorgt ze dat de routes verdeeld worden over VVV-kantoren of andere uitgiftepunten voor promotiemateriaal.

Bij inventarisatie voor deze visie vonden we echter ook een groot deel routes die niet gelinkt waren aan een goede promotie of aan beheer. We gaan kijken of we ook deze routes zoveel mogelijk aan een van bovenstaande partners kunnen koppelen zodat beheer en promotie geborgd is.

Lange Afstandswandelingen (LAW) zijn erg in trek momenteel. Het Routebureau gaat inzetten op het LAW Kustpad langs de kust in Groningen. Deze komt ook door onze gemeente en kan veel nieuwe wandelaars opleveren. Hetzelfde geldt voor het Jacobspad, onderdeel van de pelgrimsroute naar Santiago de Compostella wandelroute, die onder meer start in Uithuizen. De eerste etappe hiervan loopt onder meer langs de kerk in Zeerijp en door Loppersum. De Diek'n is een mooie plek langs de route voor overnachten.

'We lopen verder langs eenzame boerderijen en omgeploegd akkerland. Hier en daar zien we de restanten van de suikerbieten nog liggen. Dan is daar in the middle of nowhere een boerderij met vlaggen, een huifkar achter een trekker en – tot onze verrassing – een bordje met 'open'. Het is de 17e eeuwse boerderij 'De Diek'n', een groepsaccommodatie waar je kunt overnachten, vergaderen, trouwen, maar ook een kopje koffie kunt drinken. We luiden zoals aangegeven de rode bel en al snel komt er iemand. Genietend van een cappuccino prijst de vrouw het wandelweer. Wij spreken onze verwondering uit dat zij open is. "Dat doen we voor wandelaars zoals jullie. Na weer en wind is iets warmes wel prettig." We kunnen het alleen maar beamen.

Bron; jacobspad-etappe-1-6.jpg (verslag wandelaar). '

Een thematische (elektrische)fietsroute over de kunstenaars van De ploeg is gekoppeld aan het Groninger museum en loopt door onze gemeente. Er zijn natuurlijk veel meer kunst-, cultuur- of erfgoedroutes of cross-overs te maken, gekoppeld aan promotie. Dit gaan we samen met de regio-promotieorganisatie verder onderzoeken en uitbreiden.

## 2.7 Waddenzee Wereld Erfgoedgebied & Waterrecreatie

Er zijn goede routes en bewegwijzering van toeristische plekken, maar ook verbindingen via het water met buurgemeenten zijn gewenst.

Er liggen nog onbenutte kansen in het lokken van bezoekers die voor of via het water komen. De Eems is een uniek natuurgebied en verbonden aan het Wereld Erfgoed Waddenzee. Maar ook de binnenwateren en verbindende vaarroutes mogen meer in beeld komen bij bezoekers. Enkele kansen waarop we gaan inzetten zijn hieronder benoemd.

De ondernemers vragen de gemeente oog te hebben voor het behoud van de karakteristieke kenmerken van het gebied, ontstaan uit de Waddenzee, in relatie tot plannen ten aanzien van ruimtelijke ontwikkeling en ten aanzien van besluitvorming vergunningen. Het unieke, nog onbedorven cultuurlandschap is ook een sterk toeristisch product. Benadrukt wordt dat juist de identiteitskenmerken versterkt moeten worden: de maritieme sfeer, de cultuurhistorie, de natuur en de dorpen, de middeleeuwse gebouwen en stad. Verbind dat tot één nieuw dna voor de regio en vergeet Bierum en de kleine dorpen niet.

- In het kader van Waddenzee Wereld Erfgoed is er rijksbudget beschikbaar om de Waddenzee meer te promoten als samenhangend Unesco erfgoed. De Uitvoeringsagenda van het Waddenzee Wereld Erfgoed programma heeft meerdere projecten lopen waarbij we kansen onderzoeken om hierbij aan te haken. De verbinding onderling tussen de gemeenten is hierbij van groot belang op tal van onderwerpen.
- In Waddenkustverband pakken we de gemeentelijke samenwerking, die een aantal jaren geleden is opgestart langs de Groningse Waddenkust tussen de gemeenten Oldambt, het Hogeland en Eemsdelta, graag weer op. De provincie willen we hierbij ook weer aanhaken. Er lagen al een aantal hoopvolle projecten op de tekentafel die we opnieuw gaan onderzoeken en uitwerken. Denk aan bijvoorbeeld een erfgoedbeleving door het hele Ommeland; hoe leefden en werkten de mensen vroeger? De kustlijn-, het water, landschap en veel zaken die ons in het Waddengebied verbinden. We hebben nog geen mooie kustroute over het water of een arrangement voor beleving van de kust vanaf het water, etc. Ook hierbij gaan we op zoek naar fondswerving zoals het Waddenfonds.
- Er zijn veel ontwikkelingen in het kader van Eems-Dollard 2050. In dit kader zijn er afspraken met Duitsland om de natuurwaarden van het water en de kust te verbeteren; dit moet in 2050 zijn afgerond. Hiervoor is subsidie beschikbaar gesteld en zijn er projecten in de maak; de provincie coördineert. Wij stellen onder meer vanuit toerisme uren beschikbaar.
- Een plan vanuit het NPG wat bij dit onderdeel aansluit is het project Varen over de maren (NPG, 2020). Samen met de Federatie Watersportvereniging Noord Groningen gaan we alle knelpunten

in onze gemeente in kaart brengen en routes ontwikkelen. De regiopromotie organisatie kan daarna de routes vormgeven en promoten.

- De provincie heeft een inventarisatie gedaan voor de vaarrecreatie en de knelpunten daarbij. In samenwerking met de provincie proberen we helderheid te krijgen bij beheer, bediening van bruggen en sluzen en een goede communicatie hierover. Op dit moment is dit voor verbetering vatbaar aldus de Federatie Watersportverenigingen Noord Groningen. Ook dit punt pakken we gezamenlijk op. Met het subsidieproject Eemszijlen, onderdeel van Eems-Dollard 2050 met onder meer de ontwikkeling van de Grootte polder, zien we kansen voor een nieuw recreatiegebied en het structureel doorspoelen van de haven in Termunterzijl. Als dit lukt krijgen we meer passantenverkeer en overnachtingen in deze mooie haven. Hieraan gekoppeld zouden we een rondvaartboot kunnen laten aanmeren als onderdeel van een route tussen de verschillende musea en ander te bezichtigen erfgoed. Kortom, Appingedam en Delfzijl kunnen beter via het water worden verbonden en gekoppeld worden aan vaarrondjes. Dit gaan we samen met de betrokken partijen onderzoeken.

Er zijn ondernemers die initiatieven oppakken om een deel van de Haven van Termunterzijl als museumhaven in te richten. Ze zetten hier samen met de ondernemers en het scheepvaartmuseum actie op. Er is al een ondernemer uit de bruine vloot die dit doet en de havenloods heeft gekocht. Nu zijn er alleen jachten en is de historische kant van de haven onderbelicht.

- Ook besteden we extra tijd en aandacht aan onze bijzondere stranden in Delfzijl, Termunterzijl en Bierum. Deze stranden zijn unieke plekken om het water te beleven. Vooral in Delfzijl is het een unieke beleving om een bezoek aan het strand te koppelen aan het bezoeken van winkels of terrassen in het centrum en aan de havens, die het stoere maritieme karakter en de geschiedenis van de 'stad' benadrukken. Ook het Damsterdiep en de grachten in Appingedam nodigen uit tot vaarplezier gekoppeld aan vrijetijdsbestedingen in het centrum. De inzet hierop is vooral gericht op het nog aantrekkelijker maken, zichtbaar maken en de promotie ervan.
- Verschillende manieren van beleven van water (suppen, kanovaren, etc.) zijn van groot belang voor het aantrekken en vast houden van jongere bezoekers aan onze gemeente en ondernemers worden hierbij ondersteund vanuit de gemeente.

Eind 2020 rondde de provincie de Verkenning Vaarrecreatie Groningen af. Samenvattend kunnen verschillende ambities worden genoemd voor de waterrecreatie in Groningen die wij als gemeente ook hebben en waarop we willen samenwerken met de provincie.

Waterrecreatie wordt gezien als belangwekkend onderdeel van zowel het Gronings toeristisch-recreatieve product als voor een aantrekkelijk woon- en leefklimaat. Wat voor onze gemeente vooral interessant is de ambitie van de provincie om met gebruik van slimme technologieën alle bruggen en sluzen te kunnen bedienen tot laat in de avond. Hier kan nog een goede slag worden gemaakt.

Ook willen we samenwerking met de provincie op de doelstelling om op het water verblijvende - en varende doelgroepen passende aantrekkelijke rondjes en te ontwikkelen, evenals overstapplaatsen waar water en land gecombineerd worden.

### 3. Uren en middelen

Structureel is er een bedrag van circa € 337.400,- aan middelen toegekend aan toeristische thema's zoals promotie, routes, beheer etc. Deze visie is dan ook zo opgebouwd dat we door het co-financieren van een aantal grotere projecten zoals promotie, routes en projecten langs de Waddenkust veel budget binnenhalen waardoor we de gemeente op de kaart kunnen zetten als toeristische trekpleister.

Helaas is er momenteel een bezuiniging gaande bij de gemeente en geen ruimte voor nieuwe financiële impulsen. Tegelijkertijd geeft het college aan wel ambities te hebben voor toerisme als aanjager van de economie en leefbaarheid van de nieuwe gemeente.

Een mooi voorbeeld van cofinanciering is de NPG-aanvraag om een extra 'boost' te geven aan onze gemeentelijke promotie van 2021-2023. Deze extra impuls zorgt voor sterkere promotie van de nieuwe gemeente, productontwikkeling en meer samenwerking met onze toeristische ondernemers. Ook krijgt de organisatie een nieuw en toekomstbestendig verdienmodel. Zo kan door middel van het inzetten van bestaande budgetten of incidentele bijdrages voor cofinanciering de gewenste toeristische ontwikkeling met minimale middelen worden gerealiseerd.

In de uitvoeringsmatrix zetten we de uitvoering op tijd, zodat we ieder jaar een deel van de ambities en speerpunten kunnen uitvoeren. Per speerpunt hebben we geen bedragen opgenomen. Benodigde budgetten voor cofinanciering zullen incidenteel moeten worden geraamd.

Voor promotie, routes en marketing hebben we standaard een bedrag van € 141.500,- beschikbaar. Het Businessplan van Top van Groningen geeft de werkzaamheden aan die we hiervoor ontvangen. Dit budget is ingezet als cofinanciering bij de NPG-aanvraag uit 2021, waarbij we een bijdrage van 974.900,00 miljoen euro netto als extra boost voor de promotie van onze gemeente vragen.

Het bestaande budget voor routes en het beheer ervan (Routebureau en IDR en fiets - en wandelroute netwerk) is structureel een bedrag € 42.400,00,-. Totaal betreft dit dus jaarlijks het bestaande budget, te dekken conform begroting. Voor een overzicht van uren en inzet per speerpunt, per jaar, verwijzen we naar de uitvoeringsmatrix.

#### 4. Context voor beleid

In dit hoofdstuk lichten we de achtergrond toe voor de keuzes in deze visie vanuit de verschillende kaders en trends en ontwikkelingen. Kortom, de achtergrondinformatie die heeft geleid tot eerder genoteerde beleidskoers.

##### 4.1 Uitgangspunten visie

Voor deze visie waren met name een uitgebreide inventarisatie van wat er is op gebied van toerisme in de gemeente en de beschikbaarheid van de budgetten uitgangspunten. Het college is ambitieus, maar wel vanuit realistische planning. Ook de kansen die we zagen, trends en ontwikkelingen zijn leidend geweest. Vanuit bestaande budgetten en realistische kansen is deze visie opgebouwd.

##### 4.2 Verbindingen ander beleid

De gemeente Eemsdelta is een jonge gemeente. Intern moet er nog veel nieuw beleid worden ontwikkeld waarbij er verbindingen te leggen zijn met toerisme. We denken hierbij aan op beleidsniveau aan EZ, RO, onderwijs, cultuur en landbouw. Er zijn intern al veel gesprekken gevoerd met economie, cultuur, sport, subsidies, erfgoed, communicatie en financiën. Vanuit de verschillende onderdelen werd aangegeven de grote lijnen en denkrichtingen te kunnen ondersteunen.

De Provincie Groningen heeft onlangs de 'Strategische Visie Vrijtijdseconomie provincie Groningen 2021-2030' vastgesteld. Tegelijkertijd met de uitwerking van deze visie wordt een eerste concept van het uitvoeringsprogramma 2021-2024 opgesteld. Bij de voorbereiding van de provinciale visie is zowel op ambtelijk als op bestuurlijk niveau afgestemd met de Groningse gemeenten. De provincie en wij stemmen bij het opstellen van de visies en uitvoeringsparagrafen af met elkaar. Afstemming in het voortraject is van belang, omdat de gemeente en de provincie ervan overtuigd zijn elkaar hard nodig te hebben om met toeristisch-recreatieve ondernemers, culturele (erfgoed)instellingen, onderwijs- en kennisinstellingen, promotie- en marketingorganisaties én bewoners een impuls te kunnen geven aan de vrijetijdseconomie.

Daarbij speelt dat zowel de gemeente als de provincie over onvoldoende middelen beschikken om grote ambities ten aanzien van de vrijetijdseconomie te verwezenlijken. Beide organisaties moeten op zoek gaan naar overkoepelende projecten met aanvullende externe financieringsbronnen. Van belang is dat er bij beide partijen gewaakt wordt voor versnippering van inzet en middelen en er gefocust wordt op een aantal majeure projecten.

Voor de gemeente Eemsdelta (en het overige ommeland) is het van belang dat de provincie in overleg met het Ommeland duidelijke kaders meegeeft aan Marketing Groningen zodat de opbrengsten ook daadwerkelijk bij het ommeland en de versterking van de totale propositie van de provincie kunnen gaan landen. Dit is een punt van aandacht maar het lijkt de goed kant op te bewegen.

In de afstemming tussen de gemeente Eemsdelta en de provincie Groningen is gebleken dat er grote overeenkomsten zijn in de (te volgen) strategieën. De provincie wil vooral investeren in de basis, oftewel op het versterken van het organiserend vermogen van de sector. Veel aandacht verdient daarbij de inzet op (digitale) ontsluiting van het gebied en toeristische routes, en de verbinding door bijvoorbeeld (vaar)routes.

Ook op het gebied van specifieke toeristische data verzamelen en delen gaan we meer samenwerken met de provincie.

Rijksbeleid in de zin van een visie of iets dergelijks is er niet voor toerisme. Het Rijk laat dit de laatste jaren over aan de sector die zich verbindt met provincies en andere betrokken partijen. Deze stelden het Perspectief bestemming Nederland 2030 op in oktober 2019. De twaalf provincies en het ministerie van EZ werken het Perspectief – ondersteund door het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) – uit tot een Actieagenda, met als doel coherentie en synergie te brengen in alle inspanningen. Beide overheden (rijk en provincies) onderstrepen de visie en uitgangspunten van het Perspectief 2030. De voortgang van deze agenda is onderdeel van de jaarlijks terugkerende Toerisme Top, die steeds in een andere provincie plaats zal vinden. Er zijn drie randvoorwaarden: Toerisme als beleidsprioriteit, gezamenlijke actie- en investeringsagenda en Landelijke data alliantie. Vooral de eerste en tweede worden in ons beleid omarmt. De verantwoordelijkheid om te verduurzamen, circulair om te gaan met grondstoffen, vervuiling en verspilling te voorkomen en uitstoot van CO2 te minimaliseren legt het rijk bij de sector zelf.

##### 4.3. Trends en ontwikkelingen

Toerisme heeft volgens het CBS een omvang en impact vergelijkbaar met de bouw en de ICT-sector en maakt het fundament onder de Nederlandse economie steviger. De bijdrage van de sector is echter breder dan economische baten; toerisme kan een belangrijke bijdrage leveren aan maatschappelijke vraagstukken waaronder leefbaarheid, door het in stand houden van voorzieningen die zonder toeristen niet meer rendabel zouden zijn. Dit geldt bijvoorbeeld voor een pinautomaat, een buslijn of een supermarkt – maar ook voor het behoud van een levendig centrum met winkels en horeca en behoud van cultureel erfgoed en natuur.

Duurzame mobiliteitsoplossingen moeten leiden tot optimale bereikbaarheid. Er moet versterkt en versneld ingezet worden op bestemmingsmanagement, (product- en gebieds-) ontwikkeling, innovatie, samenwerking en integraal beleid. Bron: Actieprogramma

Ook de ondernemers vragen om een goede toegankelijkheid en betere bereikbaarheid van het gebied met het openbaar vervoer en de bijbehorende faciliteiten zoals OV-fietsen op de stations.

Data maakt vraagstukken inzichtelijk. Betrouwbare data, beschikbaar en vergelijkbaar op verschillende schaalgroottes, is noodzakelijk om te kunnen sturen. Het Rijk, provincies, bestemmingsorganisaties, NBTC, CBS, CELTH en andere kennisinstellingen werken hierop samen in een (onafhankelijke) data-alliantie voor toerisme. De gemeente houdt dit in de gaten en gaat hier haar voordeel mee doen. Vanuit de NPG wordt de monitoring gedaan van het imago van de provincie en andere data; hierbij zijn wij als gemeente ook aangehaakt.

Het rijk is bezig met het opstellen van een brede welvaartmonitor waarbij de indicatoren een wegingsfactor krijgen en het geheel een beeld geeft van de welvaart.

In het Perspectief bestemming Nederland 2030 heeft het Nationaal Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) in 2018 een middellangetermijnperspectief geschetst. Hierin voorspelt het NBTC dat het aantal buitenlandse bezoekers in ons land in 2030 stijgt naar 29 miljoen, een stijging van 70% ten opzichte van 2017.

De huidige Covid-19 crisis heeft deze trend van groei doorbroken, in ieder geval voorlopig. Uit cijfers van het NBTC blijkt dat in de eerste helft van 2020 70% minder buitenlanders een bezoek hebben gebracht aan ons land dan in 2019. Ook het binnenlands verblijfstoerisme kende een daling van 36% in de eerste helft van 2020. De verwachting is dat het aantal buitenlandse toeristen pas in 2024 weer op het niveau van 2019 zal komen. De invloed van de Covid-19 crisis op het aantal bezoekers in 2030 is zeer onzeker. Volgens de cijfers van het NBTC groeit het toerisme wereldwijd en ook in Nederland. Voorzichtige voorspellingen gaan uit van 29 miljoen buitenlandse bezoekers in 2030, samen met de binnenlandse gasten wordt dit 60 miljoen bezoekers. Andere cijfers:

- Toerisme levert ons land veel op. Zo bedroeg de omzet in de sector volgens het CBS\* in 2018 € 87,5 miljard (een groei van 6,4% ten opzichte van 2017).
- De bestedingen van binnenlandse toeristen waren €2,7 miljard euro hoger dan in 2017 en bedroegen in totaal €51,9 miljard euro (2018).
- De bestedingen van buitenlandse toeristen namen met €2,5 miljard toe naar €32,5 miljard euro (+8,2%).
- Het aandeel van de buitenlandse toeristen in de bestedingen neemt snel toe en groeit sterker dan dat van het binnenlands toerisme.
- De gastvrijheidssector biedt veel (parttime) werkgelegenheid (in 2018 791.000 banen, +27.000 ten opzichte van 2017).
- De toegevoegde waarde van de toeristische sector groeide in 2018 met 7,1% tot € 30,4 miljard. Gecorrigeerd voor prijsveranderingen was de stijging 5,0%, terwijl de Nederlandse economie in 2018 met 2,6% groeide. (Bron CBS)

#### 4.4 Bronvermelding

- Coalitieakkoord Eemsdelta 2021-2024;
- Eemsdelta overkoepelde aanvraag NPG;
- NPG-aanvraag Toeristische Promotie 2021;
- De Detailhandelsvisie Eemsdelta, dec 2020;
- De Gebiedsagenda Wadden 2050;
- De Uitvoeringsagenda WWE;
- Strategische Visie Vrijtijdseconomie provincie Groningen 2021-2030;
- Verkenning Vaarrecreatie Groningen, provincie Groningen 2020;
- Project Hospitality, Noorderpoort (RIF-subsidieproject);
- Perspectief Bestemming Nederland 2030 Vrijtijdsmeter NBTC; 2020;
- Kerncijfers Toerisme en recreatie NBTC 2019;

Voorafgaand aan het maken van deze visie zijn een aantal gesprekken gevoerd die zijn verwerkt als input in de tekst van de visie. Wij bedanken de Stichting Top van Groningen, bestuur Stichting de Loodskotter, Internationale Dollard Route, Uli Schmunkamp, Buro Tourismus Ost-Friesland GmbH, de Provincie Groningen, de gemeenten Midden-Groningen, Oldambt en Hogeland voor hun gesprekken die hebben bijgedragen aan de totstandkoming van de inhoud van deze visie.

Bijlages:

1: Uitvoeringsmatrix Visie Toerisme en Recreatie 2021-2024

