



UITVOERINGSPROGRAMMA
VRJETJDSECONOMIE 2024-2027
GROEIEND GASTVURJ



**UITVOERINGSPROGRAMMA
VRJETJDSECONOMIE 2024-2027**

GROEIEND GASTVRJ

13 FEBRUARI 2024

INHOUD

Groeiend Gastvrij	5
Inleiding	6
Landelijk beleid en ontwikkelingen.....	9
Perspectief 2030 Bestemming Nederland.....	9
Ontwikkelingen in de vrijetijdseconomie.....	10
Provinciaal beleid 'Strategische Visie Vrijetijdseconomie 2021-2030'	11
Baanbreker Vrijetijdseconomie Nationaal Programma Groningen.....	12
Terugblik 'Uitvoeringsprogrammavrijetijdseconomie 2021-2023: Werken aan de basis'	13
Monitoring prestatie-indicatoren	23
Uitvoering 2024-2027	25
Opgave 1: Ontwikkeling vantoeristische-recreatieve bestemmingen in de provincie	26
Opgave 2: Goede toegankelijkheid door middel van routenetwerken in de provincie voor diverse doelgroepen en betere digitale ontsluiting.....	31
Opgave 3: Evenementen als poort naar de lokale omgeving	38
Opgave 4: De match tussen de arbeidsmarkt en het onderwijs binnen de vrijetijdseconomie	41
Opgave 5: Monitoring vrijetijdseconomie	45
Opgave 6: Provinciedekkende en herkenbare bestemmingsmarketing met het unieke Gronings DNA als uitgangspunt.....	49
Begroting 2024-2027.....	52
Begroting 2024-2027.....	63
Uitvoeringsprogramma vrijetijdseconomie – begroting 2024-2027	63





GROEIEND GASTVRIJ

Onze provincie mag meer gezien worden! We zijn trots op het unieke karakter van Groningen met zijn eigen rijke historie, stoere cultuur en herkenbare taal. Een goudomrand pronkjuweel, Ommeland en Stad, met een bruisend centrum en platteland waar geen gebied hetzelfde is maar de weidse vergezichten overal te vinden zijn. Bloeiend en groeiend, tussen Werelderfgoed Waddenzee en Semslinie, tussen graanrepubliek en visserijhaven.

In Veur Mekoar, het hoofdlijnenakkoord voor de bestuursperiode van 2023 tot 2027, staat dat we ons willen inzetten voor de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie als aanjager van de leefbaarheid en brede welvaart in onze mooie provincie. Voor de eigen inwoners en bezoekers investeren we in een mooie provincie waar het goed wonen, werken en recreëren is.

Ik ben dan ook heel erg blij met dit tweede uitvoeringsprogramma: Groeiend Gastvrij. We bouwen hiermee verder aan een vrijetijdseconomie die past bij het DNA van Groningen. Eén van de belangrijke onderdelen in het programma is marketing. Door de welbekende nuchterheid van de Groninger ligt het niet in onze natuur om te roepen hoe mooi Groningen is en waarom bezoekers van de gebaande paden af moeten gaan om Groningen te ontdekken. Marketing Groningen en de regiomarketingorganisaties weten gelukkig heel goed hoe ze onze provincie volgens de kernwaarden ruimte, pioniersgeest en karakter aansprekend in de markt moeten zetten.

Daarnaast bouwen we met Groeiend Gastvrij verder aan de samenwerking tussen de diverse overheden, de uitvoeringsorganisaties zoals Economic Board Groningen, Noorderpoort via Generation Hospitality en Routebureau Groningen en alle andere organisaties die betrokken zijn bij de vrijetijdseconomie. De provincie verbindt, stimuleert en creëert randvoorwaarden waardoor de vrijetijdseconomie verder kan groeien. In dit uitvoeringsprogramma zetten we daarvoor de vervolgstappen. Met het besef dat we nog veel te leren en overwinnen hebben en we dat vooral gezamenlijk moeten doen. Daarom nodig ik graag iedereen uit om samen met ons te werken aan een Groeiend Gastvrij Groningen!

Susan Top,
Gedeputeerde provincie Groningen

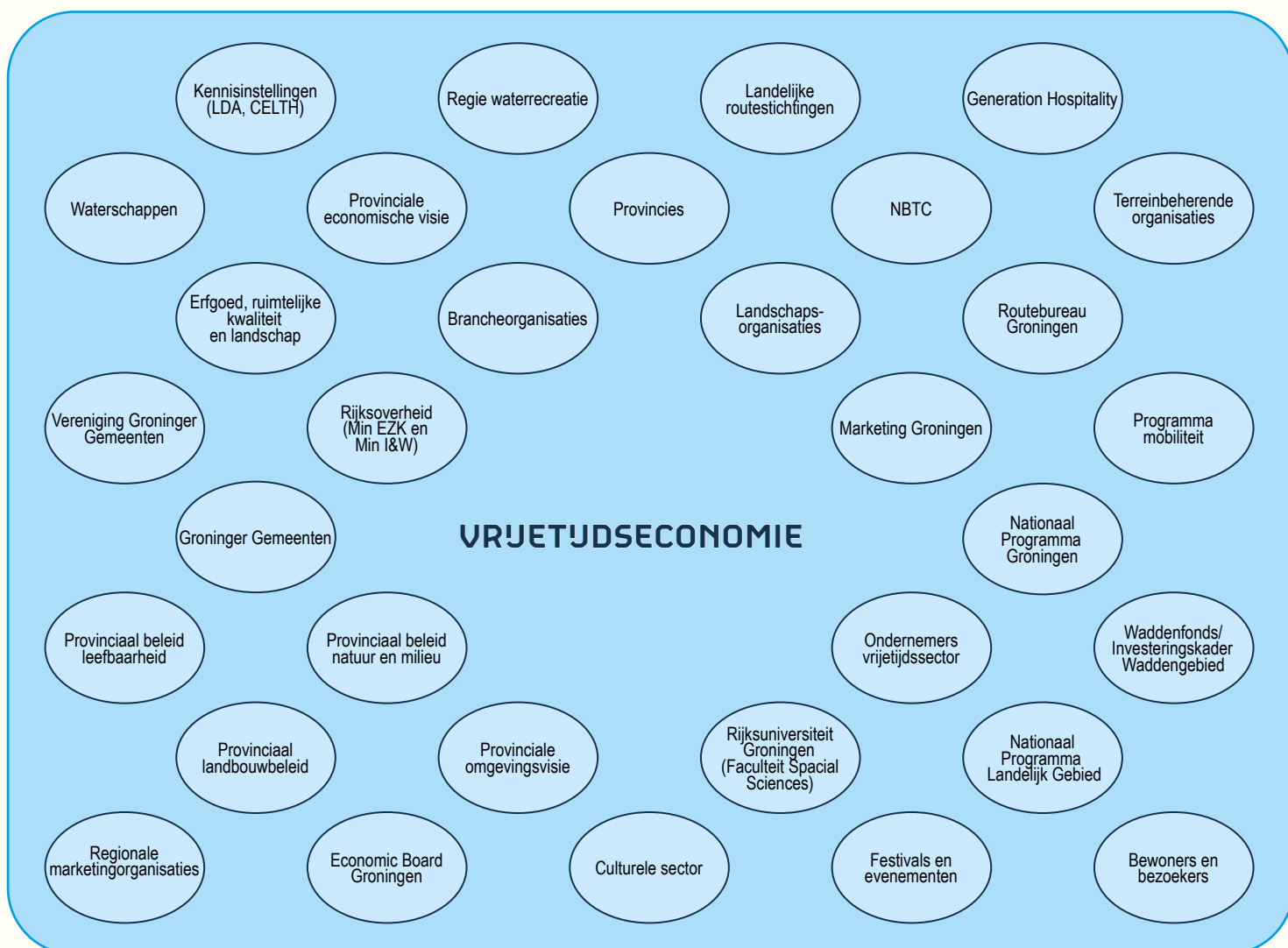


INLEIDING

Voor u ligt het uitvoeringsprogramma vrijetijdseconomie 2024-2027 'Groeidend Gastvrij'. Dit programma is het vervolg op het *uitvoeringsprogramma 2021-2023 'Werken aan de basis'*. Beide programma's geven uitvoering aan de *Strategische Visie Vrijetijdseconomie 2021-2030* die op 3 februari 2021 is vastgesteld door Provinciale Staten van de provincie Groningen. Een tienjarige visie met daarin zes opgaven waarmee we, samen met partners, de Groningse vrijetijdseconomie een impuls willen geven om daarmee een bijdrage te leveren aan de brede welvaart in onze provincie.

Dat de vrijetijdseconomie bijdraagt aan de brede welvaart blijkt uit het landelijke onderzoek (2021) *'Maatschappelijke waarde van toerisme'*. Een belangrijke conclusie uit dit onderzoek is dat *'toerisme & recreatie gezien moet worden als een economische sector van formaat die indirect bijdraagt aan vele andere sectoren, kwaliteit van leven vergroot, mensen gelukkiger maakt, groepen mensen verbindt en daarmee functioneert als het 'sociale cement tussen de stenen'.*

VRIJETIJDSECONOMIE STAAT NIET OP ZICHZELF





In deze inleiding willen we door het aanhalen van deze conclusie benadrukken dat de vrijetijdseconomie een substantiële bijdrage levert aan de brede welvaart van alle inwoners in de provincie Groningen. In navolging op het landelijke beleid is dat we ook met het provinciale beleid ernaar streven dat elke inwoner van Groningen op termijn gaat profiteren van de vrijetijdseconomie.

Toch is de rol van de provincie beperkt als we het hebben over het realiseren van groei in de vrijetijdseconomie. De markt domineert de sector en zo hoort het ook. We kunnen als overheid het verschil maken door impulsen te geven aan het versterken van het organiserend vermogen van het MKB, door cofinanciering van projecten, door de routeinfrastructuur op orde te houden, door netwerkvorming te ondersteunen, door zorgvuldig om te gaan met keuzes in landschappelijke ontwikkelingen, door financiering van merkmanagement en marketing en door samenwerking te stimuleren. De koppeling en samenwerking met andere programma's en partners is essentieel om de ambities uit de visie te verwezenlijken. De vrijetijdseconomie staat niet op zichzelf. Als verbindende schakel maken we daarom ook werk van samenwerking en samenhang in de sector.

Terugkijkend op tweeënhalf jaar 'Werken aan de basis' kunnen we concluderen dat naast het realiseren van de activiteiten uit het eerste uitvoeringsprogramma, een basis is gelegd voor structuurversterkende samenwerkingen. Door de provinciale visie en het eerste uitvoeringsprogramma hebben we met stakeholders aan de fundamenteën van de vrijetijdseconomie van de provincie Groningen gewerkt. Er zijn waardevolle samenwerkingen en koppelkansen ontstaan. Hierdoor zijn we in staat om op een volgend niveau verder te bouwen aan een Groeiend Gastvrij Groningen.



HAVEN NOORDLAREN

LEESWIJZER

In dit uitvoeringsprogramma staan we eerst stil bij het landelijke beleid 'Perspectief Bestemming Nederland 2030' en de ontwikkelingen in de vrijetijdssector. Daarna zoomen we in op de provinciale situatie met een korte samenvatting van de Strategische Visie Vrijetijdseconomie 2021-2030. Daarna gaan we kort in op de Baanbreker Vrijetijdseconomie van het Nationaal Programma Groningen. Vervolgens blikken we terug op de gerealiseerde activiteiten van het uitvoeringsprogramma vrijetijdseconomie 2021-2023 'Werken aan de basis'. Hierna vervolgen we met de monitoring van de strategische visie aan de hand van vier prestatie-indicatoren. Daarna beschrijven we per opgave wat we de komende jaren gaan doen. We besluiten het uitvoeringsprogramma met de financiële paragraaf en begroting 2024-2027.

LANDELIJK BELEID EN ONTWIKKELINGEN

PERSPECTIEF 2030 BESTEMMING NEDERLAND

De provinciale Strategische Visie Vrijtijdseconomie 2021-2030 is afgeleid van de nationale visie *Perspectief 2030 Bestemming Nederland* die in 2019 werd uitgebracht door het Nationaal Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat. Deze landelijke visie heeft voor 2030 als ambitie: elke Nederlander profiteert van toerisme.

De landelijke visie onderscheidt 5 strategische pijlers:

1. Lusten en lasten in balans;
2. Nederland overal aantrekkelijk;
3. Toegankelijk en bereikbaar;
4. Verduurzaming moet;
5. Een gastvrije sector.

Voor het realiseren van de ambities uit Perspectief 2030 is in 2019 *de actieagenda Perspectief 2030 Bestemming Nederland* opgesteld, omarmd door het Rijk, de provincies en NBTC. Door de coronacrisis ontstonden er nieuwe uitdagingen. Die maakten dat er een herijkte actieagenda kwam waarbij meer partijen werden betrokken, zoals de gemeenten, de gastvrijheidssector en kennisinstellingen. Dit landelijke beleid wordt inmiddels breed gedragen. De Taskforce Samenwerking Gastvrijheidseconomie is verantwoordelijk voor de uitvoering van de herijkte actieagenda. In deze Taskforce participeren het Rijk, provincies, gemeenten, NBTC, kennisinstellingen en de sector.

BLAUWESTAD



ONTWIKKELINGEN IN DE VRJETJDSECONOMIE

Toerisme blijft fors groeien en daarmee ontwikkelt de vrijetijdseconomie zich steeds meer tot een sector van grote waarde. Volgens een publicatie van het NBTC van 25 september 2023 *'Opnieuw forse groei toerisme in Nederland'* trekt het verblijfsbezoek in Nederland verder aan. De verwachting is dat in 2023 20 miljoen internationale gasten een bezoek aan Nederland brengen. Het aantal Nederlanders dat in eigen land op vakantie gaat blijft met 29 miljoen stabiel.

Belangrijk voor de provincie Groningen is dat Duitsland de grootste stijger is met 7 miljoen gasten. Het NBTC ziet daarnaast ook dat het aantal overnachtingen meer toeneemt dan het aantal gasten. Dit betekent dat meer gasten langer verblijven, wat een positieve impuls geeft aan ondernemers in de vrijetijdseconomie.

De verwachte groei van het aantal bezoekers en de noodzaak tot een betere spreiding van toerisme over Nederland, biedt perspectief voor de provincie Groningen waar ruimte is om dit op te vangen. Om te kunnen profiteren van deze groei moet er in Groningen meer aandacht komen voor het organiserend vermogen van de markt en daarmee het realiseren van bezoekwaardige bestemmingen. Dit komt ten goede aan de werkgelegenheid en aantrekkelijkheid van de provincie voor zowel de inwoners als bezoekers. Ook biedt dit mogelijkheden voor toekomstige investeringen wat weer bijdraagt aan een robuust vestigingsklimaat.

VISMARKT GRONINGEN





PROVINCIAAL BELEID 'STRATEGISCHE VISIE VRIJETIJDSECONOMIE 2021-2030'

De *Strategische Visie Vrijtijdseconomie provincie Groningen 2021-2030* is een visie op hoofdlijnen voor de komende 10 jaar. Met behulp van drie uitvoeringsprogramma's (2021-2023, 2024-2027, 2028-2030) proberen we in tien jaar tijd de vrijetijdseconomie een impuls te geven om hiermee een substantiële bijdrage te leveren aan de brede welvaart van alle inwoners in de provincie Groningen.

De essentie van de Strategische Visie Vrijtijdseconomie:

Eén visie: Vrijtijdseconomie als bijdrage aan de Brede Welvaart.

Drie ambities:

1. Sterkere koppeling toeristisch-recreatief aanbod aan het Gronings DNA;
2. Versterken ondernemerschap en vergroten van de sector;
3. Groei werkgelegenheid in vrijetijdseconomie.

Zes strategische opgaven:

1. Ontwikkeling van toeristische-recreatieve bestemmingen in de provincie;
2. Goede toegankelijkheid door middel van routenetwerken in de provincie voor diverse doelgroepen en betere digitale ontsluiting;
3. Evenementen als poort naar de lokale omgeving;
4. Groei van aantrekkelijke banen in relatie tot gespecialiseerd vakonderwijs;
5. Provincie als informatiemakelaar;
6. Provinciedekkende en herkenbare bestemmingsmarketing met het unieke Gronings DNA als uitgangspunt.



JANSKERK HUIZINGE

BAANBREKER VRIJETJDSECONOMIE NATIONAAL PROGRAMMA GRONINGEN

Eind 2022 is door het bestuur van het Nationaal Programma Groningen (NPG) besloten dat de vrijetijdseconomie een kansrijk economisch onderwerp is dat bijdraagt aan de doelen van het NPG.

'Het Nationaal Programma Groningen moet bijdragen aan brede welvaart en aan het imago van Groningen. Daarbij gaat het over brede welvaart voor alle Groningers en over het beeld dat Groningers zelf hebben en de rest van Nederland heeft over de provincie. Met als focus de gezamenlijke kernwaarden van onze provincie namelijk: ruimte, pioniersgeest en karakter.'

In de vergadering van 6 november 2022 heeft het bestuur van het NPG besloten dat één van de onderwerpen (hierna te noemen baanbrekers) waar de focus op moet liggen vrijetijdseconomie is. Het informele triple helix vrijetijdsnetwerk transformeerde zich tot het NPG consortium vrijetijdseconomie met als penvoerder Economic Board Groningen. De partijen in dit consortium zijn:

- Economic Board Groningen (penvoerder);
- Marketing Groningen;
- Rijkuniversiteit Groningen;
- Noorderpoort (Generation Hospitality);
- Professor dr. Jouke van Dijk, emeritus-hoogleraar Regionale Arbeidsmarktanalyse (op persoonlijke titel);
- De provincie.

Het consortium werkt aan een integraal voorstel om deze baanbreker te ontwikkelen. Dit doen ze aan de hand van van de eerder ontwikkelde en breed gedragen strategie en visie op de vrijetijdseconomie. Het consortium wil de komende periode uitbreiden met andere partners om vervolgens een tienjarenplan te maken met concrete initiatieven, ideeën, investeringsplannen, samenwerkingen en coalities voor deze baanbrekende route.

TERUGBLIK 'UITVOERINGSPROGRAMMA VRIJETJDSECONOMIE 2021-2023: WERKEN AAN DE BASIS'



Factsheet Programma Vrijtijdseconomie

Periode 1 juni 2022 - 31 mei 2023 (1e jaar)



189 afspraken met ondernemers

398 ondernemers
gesproken bij eigen of
andere bijeenkomsten



26 ondernemers verder
geholpen i.s.m.
GroBusiness

5 bijeenkomsten
georganiseerd



1 Hacktour: 4 hackathons
met 120 deelnemende
ondernemers

292 contactmomenten
met stakeholders



Bijdrage aan 10
toeristische ecosystemen

OPGAVE 1: ONTWIKKELING VAN TOERISTISCHE-RECREATIEVE BESTEMMINGEN IN DE PROVINCIE

VRIJETJDSMAKELAAR

In het uitvoeringsprogramma 2021-2023 was er financiële ruimte voor het aanstellen van één vrijetijdsmakelaar. Gezien de grote uitdagingen in de vrijetijdseconomie van Groningen hebben we samen met de beoogde uitvoeringsorganisatie Economic Board Groningen (EBG) een koppelkans gezocht en gevonden in het provinciale thematische NPG-programma. Een succesvolle aanvraag en een bijdrage van het Waddenfonds resulteerde in een verdubbeling van het beschikbare krediet. Hierdoor is een volwaardig programma gerealiseerd.

Vanuit het programma Vrijtijdseconomie EBG werken sinds juni 2022 een programmamanager, een vrijetijdsmakelaar, een projectbegeleider en een programmamedewerker aan de ambities van de provinciale visie. Ze helpen de vrijetijdseconomie om kansen te benutten en het organiserend vermogen te vergroten. Het uiteindelijke doel is een positief effect op de economie en leefbaarheid van de provincie Groningen.

De concrete opdracht is om in de zeven regionale deelgebieden zogenaamde 'toeristische ecosystemen' aan te jagen. Dit doet het programmateam gebiedsgericht, waarbij de gebiedsindeling van regiomarketingorganisaties leidend is.

Dit langjarige programma loopt nog tot en met juni 2024 en krijgt in dit nieuwe uitvoeringsprogramma 'Groeiend Gastvrij' een vervolg. Inmiddels is het begrip 'vrijetijdsmakelaar' niet meer weg te denken uit het Groningse vrijetijdseconomie.

WINNAAR
HACKATOUR EEMSDDELTA



HACKATHON

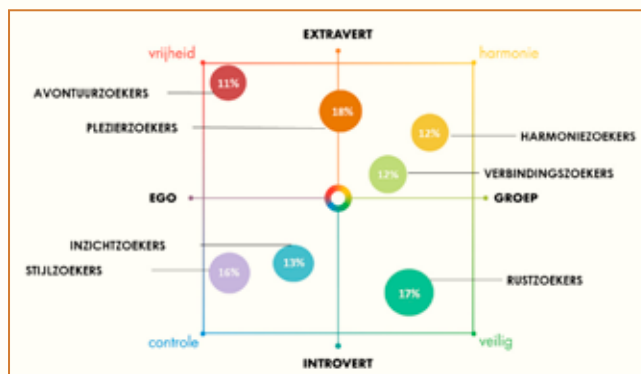
In samenwerking met het NPG hebben we het programma Vrijetijdseconomie EBG de opdracht gegeven een hackathon te organiseren. In juni 2023 initieerde het programma in vier regio's de 'Hackatour', waarvan de winnende ideeën momenteel worden uitgewerkt.

ONDERNEMERSPORTAAL GROBUSINESS

In opdracht van het provinciaal economisch beleidsveld is bij EBG ook het Ondernemersportaal GroBusiness gevestigd. Bij GroBusiness kunnen ondernemers gratis terecht voor onafhankelijke expertise, overzicht van relevante financiële regelingen en kennis over de mogelijkheden om de onderneming een stap verder te helpen. Het programma Vrijetijdseconomie EBG zorgt voor een actieve link tussen de ondernemers en GroBusiness.

LEEFSTIJLVINDER

In samenwerking met acht provincies is een tool voor ondernemers ontwikkeld die inzicht geeft in *leefstijlen* van doelgroepen op het gebied van vakantie en vrije tijd. De vrijetijdsmakelaar en de regiomarketingorganisaties zetten deze in bij het ondersteunen van ondernemers en voor marketingdoeleinden.



BIJeenkomst Mooiste Dorp Winsum



KWARTIERMAKER WINSUM

In de zomer 2020 werd Winsum door de ANWB benoemd tot mooiste dorp van Nederland. In 2021 is er éénmalig €15.000,- bijgedragen aan een tijdelijke kwartiermaker. Deze had de taak om Winsum te ondersteunen bij het ontwikkelen van programma's waarmee het dorp grote groepen bezoekers kon ontvangen.

GRONINGER VRIJETIJDSECONOMIE NETWERK

In triple helix verband is in 2022 een strategische groep ontstaan met daarin de directie van Marketing Groningen, directie/bestuur van EBG, directie Europapark School voor Gastvrijheid en Toerisme Noorderpoort, beleid vrijetijdseconomie provincie Groningen en professor dr. Jouke van Dijk. Deze groep heeft onder andere een presentatie gegeven op de Staten Informatiedag in november 2022 over de rol van de vrijetijdseconomie in relatie tot de brede welvaart van de eigen inwoners. Momenteel werkt deze groep met de naam 'consortium' (aangevuld met de Rijksuniversiteit Groningen, afdeling Economische Geografie en Arbeidsmarktdynamiek) samen aan de *baanbreker Vrijetijdseconomie van het Nationaal Programma Groningen*.



PRESENTATIE PROVINCIALE STATEN



OVERLEG VERENIGING GRONINGER GEMEENTEN

GEBIEDSGERICHT WERKEN

Alle gemeenten hebben binnen de provincie een vast aanspreekpunt voor zaken met betrekking tot de vrijetijdseconomie. Er vindt overleg plaats tussen de verschillende overheden. Zowel bilateraal als in Vereniging Groninger Gemeenten (VVG) verband.

OVERIGE INZET

Het programma Vrijetijdseconomie EBG wordt ook ingezet op het thema Vitale Vakantieparken. Met behulp van dit programma wordt de verblijfsrecreatie versterkt door een impuls te geven aan het organiserend vermogen en de kwaliteit van het ondernemerschap bij vakantieparken. Hiervoor is een landelijke bijdrage geleverd vanuit het actieprogramma Vitale Vakantieparken.



AANSLUITING GRONINGSE EN DUITSE FIETSKNOOPPUNTTENNETWERK

ROUTE-INITIATIEVEN

In samenwerking met het provinciale programma mobiliteit is het Groningse fietsknooppuntennetwerk op het Duitse netwerk aangesloten. In deze samenwerking zijn ook, voor verschillende doelgroepen routes gerealiseerd zoals de *Noorderrondritten*, *kinderfietsroutes* en *TrapTriproutes*. We hebben meegewerkt aan een eerste inventarisatie naar de haalbaarheid van een eventueel te ontwikkelen ‘fietsberg’ in de provincie. Ook ondersteunden we, samen met de betrokken Nederlandse gemeenten en partijen aan Duitse zijde, *de Internationale Dollardroute*.

WATERRECREATIE

Samen met de andere provincies en het Rijk financierden we de uitvoering van de overkoepelende, coördinerende taken door de stichting Waterrecreatie Nederland (2020-2025). Het gaat hier om het beheren en ontwikkelen van het recreatietoervaartnet Nederland (*BRTN*). Ook ondersteunden we het project ‘Varen doe je Samen’. Dit project is erop gericht om de verkeersveiligheid op het Nederlandse vaarwater te vergroten.

Op basis van de conclusies van de *verkenning Waterrecreatie Groningen* (2020) is in samenwerking met het provinciale programma mobiliteit de kwartiermaker regie waterrecreatie aangesteld. In maart 2023 is door alle gemeenten, onder aanvoering van de provincie en de Vereniging Groninger Gemeenten, *de intentieverklaring ‘Samenwerking waterrecreatie provincie Groningen’* ondertekend. Doel is om gezamenlijk te werken aan een gastvrije en aantrekkelijke waterprovincie.

ONDERTEKENDE
INTENTIEVERKLARING
WATERRECREATIE



INVENTARISATIE ROUTEONTWIKKELING

In eigen beheer is een inventarisatie gedaan naar routeontwikkeling in onze provincie. Naast een sterkte/zwakte analyse zijn er aanbevelingen gedaan voor dit tweede uitvoeringsprogramma vrijetijdseconomie 2024-2027.

OPGAVE 3: EVENEMENTEN ALS POORT NAAR DE LOKALE OMGEVING

SUBSIDIEREGELING GROTE TERUGKERENDE EVENEMENTEN

In de afgelopen periode (2021-2023) hebben we, ondanks corona, een stevig fundament weten te behouden van jaarlijks terugkerende en beeldbepalende evenementen. Er is een breed aanbod van bekende jaarlijks evenementen gesteund zoals *Tocht om de Noord*, *Winterwelvaart*, *Hongerige Wolf* en *Op Roakeldais*. Ook nieuwe namen zoals *MENA is here* en *de Top Dressage in Tolbert* zijn aan deze lijst toegevoegd. Deze subsidieregeling liep erg goed en werd vaak overvraagd.

SUBSIDIEREGELING EVENEMENTEN EN ARRANGEMENTEN

Binnen het uitvoeringsprogramma was er ruimte voor kleinere en/of éénmalige evenementen en toeristische arrangementen rondom (bestaande) evenementen met de subsidieregeling 'evenementen en arrangementen'. Door evenementen in te zetten als 'poort naar de omgeving' werd de impact en nalatenschap van evenementen beter benut. Voorbeelden: Toeristische arrangementen bij *Eurosonic (Air)*, *Terug naar het Begin*, *de Groninger Marktdagen* en kleinere festivals zoals *BorgSfeer* en *Roeg Klassiek*.

OVERIGE INZET

Grootschalige, incidentele cultuur- en sportevenementen vielen niet onder het uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie 2021-2023 omdat het beschikbare krediet vrijtijdseconomie hier niet toereikend voor was.

Uitzonderingen hierop zijn het *Bevrijdingsfestival* en *Delfsail*. Vanuit beleidsveld vrijtijdseconomie is aparte provinciebrede financiering en besluitvorming geregeld. Het *Bevrijdingsfestival* kon dankzij de motie 'Vrijheid voor iedereen' en een risicoafdekking op het laatste moment toch doorgaan in 2023. Voor 2024 heeft Gedeputeerde Staten € 100.000,- extra opgenomen in de begroting onder het krediet Viering 4 en 5 mei. *Delfsail* is door corona en rekening houdend met de landelijke kalender van sail-evenementen uitgesteld naar 2024. De provincie heeft €400.000,- bijgedragen (opgespaard bedrag van vóór 2019). Gezien de grote tekorten waar de organisatie mee kampt heeft het college op 18 december 2023 €200.000,- extra verleend vanuit verschillende kredieten en beleidsterreinen.





WINTER WELVAART GRONINGEN

OPGAVE 4: GROEI VAN AANTREKKELIJKE BANEN IN RELATIE TOT GESPECIALISEERD VAKONDERWIJS

GENERATION HOSPITALITY

Generation Hospitality richt zich op onderwijsinnovatie. Het doel is om een groter aanbod van beter opgeleid personeel in de steeds maar groeiende gastvrijheidssector te realiseren. Het programma loopt nog tot 1 oktober 2024 en is een samenwerkingsverband tussen onderwijs, overheid en de praktijk (ondernemers uit de vrijetijdsector).

Het samenwerkingsverband wil de aantrekkelijkheid van het vak gastvrijheid vergroten. Dit gebeurt mede door het onderwijs nog dichter naar de praktijk te brengen. De bedoeling is dat met het programma een dubbelslag wordt gemaakt. Studenten worden als echte vakmensen opgeleid zodat de kwaliteit in horeca, recreatie en toerisme verbeterd.

Noorderpoort is penvoerder van het programma dat wordt gefinancierd door het Regionaal Investeringsfonds (RIF) MBO, de provincie (€300.000,-), partners en fondsen. De provincie Groningen is een belangrijke partner van het programma.

GENERATION HOSPITALITY |



OVERIGE INZET

Op 16 en 22 mei 2022 is samen met de provincies Fryslân en Drenthe, Generation Hospitality, de TAF (Toerisme Alliantie Friesland) en EBG het congres *Goed Werkgeverschap* georganiseerd.

Vanuit het programma Vrijetijdseconomie EBG en het ondernemersportaal GroBusiness hebben we een impuls gegeven aan de vindbaarheid van bestaande regelingen op het gebied van onder andere werkgeverschap en onderwijs voor de gastvrijheidssector.

KAPITEINSHUIS NIEUWE PEKELA



OPGAVE 5: PROVINCIE ALS INFORMATIEMAKELAAR

KERNCIJFERS EN INTERPROVINCIALE ONDERZOEKEN

In 2021 publiceerden we het rapport Kerncijfers Vrijtijdseconomie 2019 en 2020, met een overzicht van ontwikkelingen van de vrijetijdseconomie in de provincie. In vervolg hierop zijn we gestart met de ontwikkeling van een 'Vrijtijdsmonitor' op www.destaat-vangroningen.nl. Hier presenteren we data over de vrijetijdssector. Daarnaast hebben we samen met alle andere provincies in 2021 en 2022 onderzoeken ingekocht om beter zicht te krijgen in het vakantiedrag en recreatiedrag van Nederlanders in Groningen.

Samen met de Vereniging Groninger Gemeenten zijn we tijdens het uitvoeringsprogramma 2012-2023 gestart met een provinciebrede samenwerking op het gebied van monitoring. Samen met de gemeenten gaan we tal van zaken met betrekking tot de vrijetijdseconomie monitoren. Op deze wijze kunnen we de uitkomsten op regioniveau vergelijken. In 2024 starten we hiermee.

ONDERZOEK TOERISTISCH IMAGO GRONINGEN

Vanaf 2004 gaven we om de paar jaar bureau Sweco opdracht om het *toeristisch imago onderzoek* uit te voeren. Vanuit het NPG wordt er sinds 2020 ook onderzoek gedaan naar het imago van Groningen. We hebben de samenwerking gezocht om onderdeel te kunnen worden van dit grootschalige onderzoek naar het imago. Vanaf 2024 wordt nu de meting van het toeristisch imago van Groningen onderdeel van de NPG Imagomonitor. Voor het Sweco onderzoek betekent dit dat we in 2021 voor de laatste keer opdracht gaven voor een Toeristisch imago onderzoek.

LANDELIJKE DATA ALLIANTIE

Wij financieren samen met de andere Nederlandse provincies en het ministerie van Economische Zaken en Klimaat de Landelijke Data Alliantie (LDA). De LDA is een open netwerk waarin data en inzichten over de toeristische sector in Nederland centraal staan.

OPGAVE 6: PROVINCIEDEKKENDE EN HERKENBARE BESTEMMINGSMARKETING MET HET UNIEKE GRONINGS DNA ALS UITGANGSPUNT



MARKETING GRONINGEN

Vanaf 2021 heeft de provincie een structurele subsidiërelatie met Marketing Groningen. Daarvoor kreeg Marketing Groningen financiering voor afgebakende opdrachten of via kortlopende subsidies. Mede door ons nieuwe beleid en een [rekenkamercommissie onderzoek](#) kwam er continuïteit in de financiering van Marketing Groningen. Marketing Groningen heeft sindsdien de mogelijkheid langjarige programma's te ontwikkelen die bijdragen aan de doelen van de Strategische Visie Vrijtijdseconomie. Daarnaast kan Marketing Groningen nu ook langjarige relaties aangaan met partijen zoals de regio-marketingorganisaties.

SAMENWERKING GEMEENTE GRONINGEN

Tijdens het eerste uitvoeringsprogramma hebben de gemeente Groningen, het Akkoord van Groningen, het NPG en de provincie gezamenlijk uitgesproken meer regie op het merkmanagement en de vermarkting van de provincie te willen. Er is hierbij een verdeling gemaakt in merkmanagement, marketing economie en marketing vrijetijd & gastvrijheid. In het uitvoeringsprogramma 2021-2023 'Werken aan de basis' is het fundament gelegd om vanaf 2024 daadwerkelijk gezamenlijk op te trekken met de gemeente Groningen als gezamenlijke opdrachtgevers van Marketing Groningen voor het onderdeel marketing vrijetijd & gastvrijheid.

REGIONALE DIGITALE ONTSLUITING

De provincie is aanjager geweest in de samenwerking tussen Marketing Groningen en de provinciale regiomarketingorganisaties. Door verbinding te zoeken met de Vereniging Groninger Gemeenten is er tussen de provincie, de gemeenten, Marketing Groningen en alle regio marketingorganisaties een vorm van samenwerking ontstaan die uniek is in de wereld van de regiomarketing. Deze samenwerking heeft ertoe geleid dat het Groningse vrijetijdsaanbod in zowel Stad als ommeland herkenbaar en beter online vindbaar is voor bezoekers en inwoners op één website: www.visitgroningen.nl. Op 7 oktober 2021 is in het bestuurlijk overleg vrijetijdseconomie (VGG) de wens uitgesproken om deze samenwerking tussen Marketing Groningen en de regiomarketingorganisaties en uiteindelijk ook tussen gemeenten en provincie als subsidieverstrekkers van de marketingorganisaties, vast te leggen in een convenant. Inmiddels hebben alle gemeenten bestuurlijk ingestemd met het convenant en wordt er goed samengewerkt tussen Marketing Groningen en de regiomarketingorganisaties in het herkenbaar vermarkten van onze provincie.

REGIO MARKETING



- REGIO'S**
- WESTERKWARTIER
 - WADDENLAND
 - EEMSDelta
 - STAD
 - MIDDEN-GRONINGEN
 - OLDAMBT
 - VEENKOLONIËN
 - WESTERWOLDE

MONITORING PRESTATIE-INDICATOREN

De Strategische Visie Vrijtijdseconomie 2021-2030 beschrijft vier prestatie-indicatoren om onze ambities te monitoren. Aan elke prestatie-indicator is een streefwaarde toegevoegd.

1. De ontwikkeling van het aantal toeristische overnachtingen in de provincie Groningen.
Streefwaarde: het ontwikkelingspercentage in Groningen is ten opzichte van het jaar ervoor groter dan of gelijk aan het ontwikkelingspercentage in Nederland;
2. De ontwikkeling van de werkgelegenheid (aantal banen) in de vrijetijdssector;
Streefwaarde: het ontwikkelingspercentage in Groningen is ten opzichte van het jaar ervoor groter dan of gelijk aan het ontwikkelingspercentage in Nederland;
3. De ontwikkeling van het aantal bedrijven in de vrijetijdssector;
Streefwaarde: het ontwikkelingspercentage in Groningen is ten opzichte van het jaar ervoor groter dan of gelijk aan het ontwikkelingspercentage in Nederland;
4. De ontwikkeling van het imagocijfer van de provincie Groningen.
Streefwaarde: het waarderingcijfer van Groningen als toeristische bestemming van bezoekers aan Groningen is ten opzichte van de periode ervoor groter dan of gelijk aan het waarderingcijfer.



Sinds 2022 presenteren we de prestatie-indicatoren via de omgevingsmonitor op www.destaatvangroningen.nl.

Tabel: ontwikkeling in overnachtingen en werkgelegenheid (banen en vestigingen) in Groningen en Nederland in 2021-2022, uitgedrukt in absolute aantallen en in percentages ten opzichte van het voorgaande jaar. Bron: CBS,2023; en LISA, 2023.

GRONINGEN	2021	2021>2020	2022	2022>2021
Overnachtingen	1.540.000	-1,7%	1.733.000	17,8%
Werkgelegenheid (aantal banen)	16.790	-6,5%	18.940	12,8%
Werkgelegenheid (vestigingen)	4.720	1,7%	4.890	3,6%
NEDERLAND	2021	2021>2022	2022	2022>2021
Overnachtingen	101.094.000	18,4%	128.789.000	26,4%
Werkgelegenheid (aantal banen)	587.490	-3,6%	612.840	4,3%
Werkgelegenheid (vestigingen)	162.870	2,2%	168.780	3,6%

Tabel: ontwikkeling van het toeristisch imago van Groningen in 2019 en 2021 in waarderingscijfers. Bron: SWECO, 2019 en 2021.

GRONINGEN	2019	2021
Bezoekers	7,7	7,8
Niet-bezoekers	6,2	6,4

Bij de prestatie-indicatoren is het goed om te realiseren dat de impact van overheidsbeleid op de vrijetijdseconomie beperkt is. De sector wordt gedomineerd door de markt en is onderhevig aan veel externe invloeden, zoals het klimaat, de economische conjunctuur of een pandemie. Het is een uitdaging om de effecten van het provinciale beleid op de totale vrijetijdseconomie te meten. Desalniettemin willen we de ontwikkeling van de sector goed volgen.

UITVOERING 2024-2027

TOELICHTING OP DE ACTIES PER OPGAVE



OPGAVE 1: ONTWIKKELING VAN TOERISTISCHE-RECREATIEVE BESTEMMINGEN IN DE PROVINCIE

DOELEN 2021-2030

- Een vrijetijdssector met een sterk organiserend vermogen;
- Toeristische ecosystemen waarin gastvrijheid, innovatief en duurzaam ondernemerschap vanzelfsprekend zijn. Samenwerking binnen de triple helix geeft een impuls aan de kwaliteit van de dienstverlening en het aanbod, daardoor beogen we meer bezoekers te trekken die langer verblijven;
- Meer arrangementen en koppelingen tussen recreatief-toeristische voorzieningen, zoals verblijfsaccommodaties met het cultureel erfgoed en/of cultureel aanbod.

CONTEXT

Centraal in de landelijke beleidsadviezen staat het concept *bestemmingsmanagement*. Dit verwijst naar: *'Inspanningen gericht op het realiseren van een zo groot mogelijke positieve impact van het gastvrijheidsdomein voor een stad of regio. De positieve impact bestaat uit sociale, ecologische en economische waarde. Bestemmingsmanagement draagt bij aan de kwaliteit van leven voor inwoners, de optimalisatie van bezoekerservaringen en een toekomstbestendige sector voor ondernemers en werknemers.'*

LEIDRAAD BESTEMMINGSMANAGEMENT



Eén van de onderdelen van bestemmingsmanagement die in opgave 1 wordt aangejaagd is bestemmingsontwikkeling. Het organiserend vermogen van de vrijetijdssector heeft nog veel ontwikkelingspotentie. We volgen de gestructureerde aanpak, met zeven essentiële stappen, van de Taskforce Samenwerking Gastvrijheid (Landelijke herijkte uitvoeringsagenda) waarbij bestemmingsontwikkeling een speerpunt is.

UITVOERING 2024-2027

PROGRAMMA VRIJETIJDSECONOMIE EBG (VRIJETIJDMAKELAAR)

Het programma Vrijetijdseconomie EBG is formeel gestart op 1 juni 2022. Door de impulsen uit dit programma ontwikkelen vrijetijdsondernemers meer eigen organiserend en verbindend vermogen. In dit uitvoeringsprogramma blijven we investeren in het programma Vrijetijdseconomie EBG ter ondersteuning van de sector. Het uiteindelijke hogere doel van dit programma is om tot gebiedsontwikkeling te komen door aantrekkelijke bestemmingen te creëren met een samenhangend aanbod en herkenbare identiteit: *Groningen als bewuste bestemming*.

BORG EWSUM MIDDELSTUM |



We zetten hierbij in op:

- Activeren, opbouwen en verbinden van netwerken tussen ondernemers, overheden, onderwijs, landschaps- cultuur-, erfgoed- en andere organisaties. Dit gebeurt in samenwerking met Marketing Groningen en de regiomarketingorganisaties;
- Agenderen en adresseren van relevante thema's;
- Inzet van toolkit gericht op ondernemerschapontwikkeling;
- Doorverwijzen naar Grobusiness;
- Ecosystemen activeren met als doel een aanzet tot gebiedsontwikkeling.

Naast de voortzetting van bovenstaande activiteiten, willen we het programma Vrijetijdseconomie EBG gebruiken om ondernemers in de vrijetijdssector te ondersteunen bij het maken van laagdrempelige duurzame keuzes. We zetten hierbij in op meer bekendheid van makkelijk bereikbare aanpassingen die een onderneming duurzamer maken.



CAMPERS ADUARDERZIJL

VERKENNING AGRO- EN CAMPERTOERISME

We zien kansen in een aantal (inter)nationale ontwikkelingen voor de bestemmingsontwikkeling van Groningen. De eerste is het agrotourisme, waarbij een gastvrije boer bezoekers op de boerderij ontvangt. Agrotourisme wordt in een [verkenning](#) van het NBTC genoemd als mogelijk antwoord op complexe hedendaagse opgaves in het landelijk gebied en de agrarische sector, waarbij meer verbinding ontstaat tussen boer en burger.

'Multifunctionele landbouw en dus ook agrotourisme biedt naast een extra inkomen voor agrariërs juist ook kansen voor korte(re) ketens, betere verbinding tussen boer en bewoner, groei van het bewustzijn ten aanzien van de herkomst van ons voedsel en een hernieuwde beleving van en waardering voor het platteland.' (Bron: Verkenning Agrotourisme NBIC, 2023)

Een andere (inter)nationale ontwikkeling is [campertourisme](#). In zowel Europa als Nederland stijgt het aantal camperrijders al een aantal jaar. Volgens het [Rapport onderzoek camperplaatsen NKC 2023](#) weten veel campers provincie Groningen te vinden, maar verblijven ze hier in vergelijking tot onze buurprovincies slechts een korte periode.

Met de verkenning naar agro- en campertourisme willen we inzicht krijgen in de huidige situatie en in de kansen die er voor Groningen liggen.

LEEFSTIJLVINDER

De Leefstijlvinder is een model dat ondernemers in de vrijetijdsector informeert over mogelijke doelgroepen die voor hen belangrijk zijn. Met de Leefstijlvinder kunnen partijen hun marketingstrategie en bedrijfsvoering efficiënter inrichten. Voor een bredere bekendheid van het instrument willen we inzetten op een (online) campagne over de Leefstijlvinder door het programma Vrijetijdseconomie EBG. Via dit programma wordt het instrument ook individueel bij ondernemers onder de aandacht gebracht.

VITALE VAKANTIEPARKEN

We blijven aangehaakt bij de landelijke actieagenda Vitale Vakantieparken. Wanneer acties op het thema economische vitaliteit aangedragen worden vanuit de Rijksoverheid, pakken wij die op waar nodig. Momenteel is nog niet duidelijk wat deze vervolgstappen zijn en welke middelen hiervoor beschikbaar worden gesteld vanuit de landelijke actieagenda. Wij zien vakantieparken als onderdeel van toeristische ecosystemen, waardoor dit thema voornamelijk invulling vindt bij het programma Vrijetijdseconomie EBG.

VISIT WADDEN

Onder de paraplu van het Investeringskader Wadden (IKW) hebben Marketing Groningen, Merk Fryslân en Holland boven Amsterdam in 2018 de handen ineengeslagen voor het gezamenlijk vermarkten van het Unesco Werelderfgoed Wadden onder de noemer van Visit Wadden. Het Waddenfonds en de drie Waddenprovincies hebben 6 jaar subsidie beschikbaar gesteld aan de drie DMO's voor de ontwikkeling en uitvoering van dit programma. Eind 2023 liep deze financiering af. Het programma Visit Wadden zal worden doorontwikkeld naar een groter vervolg: programma Gastheerschap 2025-2028. In het overgangsjaar 2024 cofinancieren we vanuit de vrijetijdseconomie.

ONDERNEMERSPORTAAL GROBUSINESS

Ook in het nieuwe uitvoeringsprogramma zal het programma Vrijetijdseconomie EBG zorgen voor een actieve link tussen de ondernemers en GroBusiness.

WADDEN





OPGAVE 2: GOEDE TOEGANKELIJKHEID DOOR MIDDEL VAN ROUTENETWERKEN IN DE PROVINCIE VOOR DIVERSE DOELGROEPEN EN BETERE DIGITALE ONTSLUITING

DOELEN 2021-2030

1. Beschikbaarheid van aantrekkelijke en klantvriendelijke (thematische) routes voor verschillende doelgroepen;
2. Kwalitatief goede routes die goed zijn onderhouden;
3. Goede digitale toegankelijkheid en vindbaarheid van routes;
4. Routes als onderdeel van de zogenaamde toeristische ecosystemen. Door ondernemers te betrekken kunnen voorzieningen worden aangeboden en (meerdaagse) arrangementen worden gemaakt die bijdragen aan meer bezoekers in het gebied. Meer bezoekers leveren een grotere bijdrage aan de regionale economie. Routes zijn niet een doel op zichzelf, maar leggen de verbinding tussen meerdere recreatieve voorzieningen (horeca, kunst & cultuur, erfgoed, etc.);
5. Regie op waterrecreatie in de provincie om de varende bezoekers een gastvrij Groningen te kunnen bieden.

CONTEXT

We willen een gastvrije en (be)leefbare provincie zijn. Toeristisch-recreatieve routes zijn geen doel op zich maar een middel om verbinding te leggen tussen meerdere recreatieve voorzieningen en bezienswaardigheden.

Verschillende partijen (commercieel, publiek en privaat) houden zich bezig met routes en routeontwikkeling. Voor de provincie en gemeenten in Groningen is op regionaal niveau Routebureau Groningen dé uitvoeringsorganisatie en hét coördinatiepunt op het gebied van recreatieve routes voor wandelen, fietsen en varen. Op landelijk niveau zijn dat voor wandelen Stichting Wandelnet, voor fietsen Stichting Landelijk Fietsplatform en voor waterrecreatie Stichting Waterrecreatie Nederland.

De afgelopen jaren hebben we samen met gemeenten en Routebureau Groningen op basis van bestaande infrastructuur geïnvesteerd in een bewegwijzerd recreatief fietsknooppuntennetwerk (2138 km) en wandelknooppuntennetwerk (3085 km). We zetten niet actief in op het ontwikkelen van nieuwe routes, omdat er al een groot aanbod van diverse routes is. We ondersteunen nieuwe route-initiatieven financieel wanneer we overkoepelend belang en meerwaarde zien voor het Merk Groningen en Groninger ondernemers. Dit beoordelen we samen met Routebureau Groningen, Marketing Groningen en het programma Vrijetijdseconomie EBG. Marketing Groningen en de regionale marketingorganisaties zijn belangrijke partners om meer aandacht en bekendheid te geven aan de Groningse routes en routenetwerken.



Op basis van actualiteit, regio of een specifieke campagne zetten ze een deel van het routeaanbod van www.routesingroningen.nl in de etalage via www.visitgroningen.nl.

UITVOERING 2024-2027

ROUTEUREAU GRONINGEN

We ondersteunen samen met de Groninger gemeenten structureel de kerntaken die Routebureau Groningen uitvoert om de basiskwaliteit van het Groningse routeaanbod te waarborgen: beheren van routes en routenetwerken, (digitale) informatievoorziening (inclusief beheer van routesingroningen.nl) en advies en ondersteuning van nieuwe routeontwikkeling. Daarnaast financieren we de taken die Routebureau Groningen uitvoert voor het 'informatiepunt varen'.

De levensduur van het fietsknooppuntennetwerk en een deel van het wandelknooppuntennetwerk is eind 2027 bereikt. Routebureau Groningen maakt een plan van aanpak voor de optimalisatie van deze netwerken. Samen met het programma Mobiliteit, Routebureau Groningen en de Groninger gemeenten gaan we de optimalisatie van het fietsknooppuntennetwerk en een deel van het wandelknooppuntennetwerk voorbereiden. Voor de uitvoering van de optimalisatie vanaf 2028 moet apart financiering worden gevonden.

Het bieden van een kwalitatief routenetwerk gaat ook over de onderliggende infrastructuur: de paden. Primair ligt hier de verantwoordelijkheid bij de gemeenten en intern bij het programma Mobiliteit. Routebureau Groningen brengt in kaart wat de kwaliteit en knelpunten zijn van het fietsknooppuntennetwerk. Mogelijk komen hier wensen uit voort voor nieuw aan te leggen infrastructuur die het fietsknooppuntennetwerk nog aantrekkelijker maken. Dit is belangrijke input voor de toekomstige optimalisatie van de routenetwerken.

WANDELEN OVER BOERENLAND (EN VERZEKERD WANDELEN)

Een aantal tracés in het wandelknooppuntennetwerk lopen over particuliere grond. Voor het openstellen van land krijgen grondeigenaren een vergoeding van de provincie onder de titel *Wandelen over Boerenland*. Via het onderdeel *Verzekerd Wandelen* lopen de grondeigenaren geen financieel risico bij schade die wordt toegebracht door niet te achterhalen derden. Routebureau Groningen regelt de contracten hiervoor, betaalt de vergoedingen uit en verzorgt de verzekeringsovereenkomsten. We reserveren budget om de bestaande tracés Wandelen over Boerenland ook vanaf 2025 open te houden.

REITDIEPVEER



WANDELNET EN LANDELIJK FIETSPLATFORM

We zetten in op behoud van kwaliteit en het voorkomen van knelpunten in het Groningse deel van landelijke Lange-Afstand-Wandelpaden en de landelijke Langeafstand Fietsroutes. Samen met het Rijk en de andere provincies financieren we de werkplannen van het Landelijk Fietsplatform en Wandelnet. Werkzaamheden bestaan uit: het onderhouden van de routemarkeringen in het veld, het ontwikkelen en onderhouden van het meldsysteem meldpuntroutes.nl, monitoring en het verzorgen van promotie en informatievoorziening via de websites wandelnet.nl en nederlandfietsland.nl.

Voor Wandelnet reserveren we budget voor de uitvoering van hun werkplan 'Samen naar meer wandelgeluk' 2024-2027. We onderzoeken samen met Wandelnet en Routebureau Groningen de mogelijkheid om in Groningen een Streekpad te ontwikkelen. Voor de daadwerkelijke uitvoering hiervan is geen financiering mogelijk vanuit dit uitvoeringsprogramma. Voor de taken van Fietsplatform reserveren we budget voor 2024-2027, waarbij 2024 een overbruggingsjaar is. De invulling vanaf 2025 is mede afhankelijk van landelijke afspraken.

MOLEN ONDERDENDAM





WATERRECREATIE NEDERLAND

Samen met de andere provincies en het Rijk financieren we de uitvoering van de overkoepelende, coördinerende taken door de stichting Waterrecreatie Nederland (2020-2025). Het gaat hier om het beheren en ontwikkelen van het recreatietoerwaartnet Nederland (*BRTN*). Bij de vaarinfrastuctuur voeren we de landelijke *Basisvisie Recreatietoerwaart Nederland 2020-2025 (BRTN)* uit. Hoofdoel is behoud en verdere ontwikkeling van een aantrekkelijk, gedifferentieerd en samenhangend netwerk voor de recreatievaart. We trekken hierbij samen op met de kwartiermaker/regisseur waterrecreatie vanuit het provinciale programma Mobiliteit. Vanaf 2026 vallen de werkzaamheden rond de stichting Waterrecreatie ook financieel onder het ontwikkelprogramma van de regisseur Waterrecreatie/provinciale programma mobiliteit.

VAREN DOE JE SAMEN

We ondersteunen tot en met 2025 het project 'Varen doe je Samen' dat Stichting Waterrecreatie uitvoert. Dit project moet de verkeersveiligheid op het Nederlandse vaarwater vergroten.

INTERNATIONALE DOLLARD-ROUTE

We blijven de Internationale Dollardroute (IDR) ondersteunen samen met gemeenten en partijen aan Duitse zijde. Dit is een grensoverschrijdende fietsroute van ongeveer 300 kilometer door de Nederlands-Duitse Eems-Dollardregio.

KERKJE HARKEMA DEN HAM |



HERZIENING CONVENANT BORGEN RECREATIEVE ROUTESTRUCTUREN

In 2015 hebben Groninger gemeenten, Routebureau Groningen, Groninger Landschap en de provincie het convenant 'Borgen recreatieve routestructuren provincie Groningen' ondertekend. De afspraken die hierin staan, zijn niet meer bij alle ondertekenaars bekend en worden daardoor niet altijd gebruikt. We willen samen met alle betrokkenen het convenant herzien en eventueel aanvullen met nieuwe afspraken. We trekken hierin samen op met het programma Mobiliteit en onderzoeken of we ook nieuwe partijen kunnen betrekken.

DOORONTWIKKELING ONLINE ROUTEAANBOD

Als provincie focussen wij ons op het goed toegankelijk en vindbaar maken van routes over het fiets- en wandelknooppuntennetwerk op routesingroningen.nl en visitgroningen.nl. Om de digitale ervaring van de gebruiker te verbeteren willen wij bijdragen aan het verder ontwikkelen van deze websites. Denk hierbij aan het beter vindbaar maken van routeaanbod en voorzieningen, of meer inspelen op nichemarkten. We zijn hiervoor in gesprek met Routebureau Groningen en Marketing Groningen. We sturen aan op een betere koppeling van databases, op uitlichting van routes per regio en op een mooi en duidelijk weergegeven (wisselende) route top 10.



PROMOTIE KNOOPPUNTENNETWERKEN EN ROUTES

We geven meer bekendheid aan (de routes op) ons wandel- en fietsknooppuntennetwerk en routesingroningen.nl. We doen dit door inzet van campagnes in samenwerking met Cultuur en Mobiliteit.

LEIDRAAD UNIFORMERING INFORMATIEVOORZIENING IN HET VELD

Het Routebureau krijgt opdracht om een leidraad uniformering informatievoorziening in het veld (o.a. Toeristische overstappunten, informatiepanelen, enzovoort) te maken in samenwerking met Marketing Groningen.

ACTIVATIE ROUTEGEBRUIK DOOR ONDERNEMERS

Routes zijn een verbindende factor in toeristische ecosystemen en we willen ondernemers in de gastvrijheidssector hier meer onderdeel van laten zijn. We gaan hiervoor in samenwerking met Routebureau Groningen, Marketing Groningen en het programma Vrijtijdseconomie EBG een project opzetten. We denken hierbij bijvoorbeeld aan het ontwikkelen van hulpmiddelen voor ondernemers of in te spelen op actuele evenementen. Het doel is om ondernemers te laten zien hoe ze zich actiever met routes kunnen profileren en daarvan profiteren.

GROOT ONDERHOUD LANGEAFSTANDSWANDELPADEN (LAW)

We bekostigen het groot onderhoud van de Lange-Afstand-Wandelpaden 'Kustpad' en 'Groot Frieslandpad' dat Wandelnet zal coördineren in 2024/2025.



OPGAVE 3: EVENEMENTEN ALS POORT NAAR DE LOKALE OMGEVING

DOELEN 2021-2030

- Een kwalitatief aantrekkelijk evenementenaanbod voor de provincie behouden en ontwikkelen;
- Evenementen inzetten als poort naar de omgeving. Bijvoorbeeld door de ontwikkeling van arrangementen, de inzet van lokale ondernemers, het wijzen van bezoekers op Groningse bezienswaardigheden, routes en/of andere evenementen. Evenementen dragen bij aan het bereiken van bezoekers die langer blijven, meer besteden en vaker terugkomen;
- Evenementen leveren (waar mogelijk) een bijdrage aan de promotionele waarde en het imago van de provincie Groningen; organisatoren zoeken waar mogelijk de koppeling met het DNA van Groningen;
- Gesubsidieerde evenementen worden evenwichtig verspreid tussen stad en provincie.

GRASNAPOLSKY DE TOEKOMST SCHEEMDA



EUROSONIC AIR GRONINGEN |



UITVOERING 2024-2027

We gaan in dit uitvoeringsprogramma werken met één brede subsidieregeling Evenementen voor alle evenementen.

SUBSIDIEREGELING EVENEMENTEN

We willen een stevig fundament behouden van beeldbepalende en kleinere karakteristieke evenementen. Daarom continueren we de subsidiemogelijkheden hiervoor. Festivals en evenementen laten inwoners en bezoekers kennis maken met de Groningse gastvrijheid en het Groningse DNA. We willen een breed aanbod aan bekende jaarlijkse evenementen blijven steunen. Daarom verbreden we de bestaande regeling 'jaarlijks terugkerende evenementen' in doelstelling en bereik naar één brede subsidieregeling 'Evenementen' voor alle evenementen (zowel jaarlijkse, nieuwe als eenmalige evenementen). Dit met ingang van 2025, omdat de subsidiëring van evenementen die in 2024 plaatsvinden wordt voortgezet binnen de regelingen van het eerste uitvoeringsprogramma (met sluitingsdata op 1 november 2023 en 1 februari 2024).

Aanvragen voor de evenementenregeling kunnen jaarlijks worden ingediend. Gedeputeerde Staten besluiten op advies van ambtelijk advies welke evenementen in aanmerking komen voor een financiële bijdrage. Gezien de grote kostenstijgingen waar evenementenorganisatoren mee te maken hebben gaat de maximale bijdrage voor de evenementen omhoog naar € 35.000. We gaan onderscheid maken in de maximale bijdrage voor grotere en kleinere evenementen op basis van nog uit te werken criteria. Op deze manier kunnen we zoveel mogelijk evenementen een kans bieden.

Voor een eerlijke beoordeling en afweging van de aanvragen werken we met een tenderstelsel. Aanvragen worden met elkaar vergeleken op basis van wegingscriteria. Naast algemene criteria als kwaliteit, uitstraling, identiteit en onderscheidend karakter van het evenement, weegt mee in hoeverre het evenement bijdraagt aan het ontdekken van de omgeving door de bezoekers van het evenement. Daarnaast willen we de impact en

nalatenschap van evenementen beter benutten. Evenementen krijgen extra punten in de beoordeling als ze inzetten op de ontwikkeling van toeristische arrangementen en lokale ondernemers betrekken. Datzelfde geldt voor de koppeling met het Groningse DNA en inzet op duurzaamheid.

UITZONDERINGEN

Grootschalige evenementen kunnen een aanvraag indienen bij de subsidieregeling Evenementen, maar er is slechts beperkt ruimte (maximale bijdrage tot € 35.000). Wanneer er voor een groot evenement in de periode 2024-2027 een grotere budgetvraag ligt en er een bestuurlijke wens is, dan volgt een beoordeling vanuit provinciebreed beleidsperspectief. In uitzonderlijke gevallen kunnen we via aparte besluitvorming een voorstel aan Provinciale Staten voorleggen.

Evenementen die structurele subsidie ontvangen binnen het uitvoeringsprogramma Cultuur, zijn uitgesloten binnen de regeling Evenementen. Deze subsidies worden binnen het cultuurbeleid opnieuw bepaald voor de periode 2025-2028. Wel willen we mogelijkheden openhouden om nieuwe evenementen of onderdelen van deze structureel gefinancierde instellingen te ondersteunen. Of als er een specifieke bestuurlijke wens is. Dit kan ook gaan om een opstartsubsidie of haalbaarheidsonderzoek van een grootschalig evenement. Via ons uitvoeringsbudget kunnen we hier een geringe bijdrage aan geven.

ROEG KLASSIEK
MIDDEN-GRONINGEN



OPGAVE 4: DE MATCH TUSSEN DE ARBEIDSMARKT EN HET ONDERWIJS BINNEN DE VRIJETJDSECONOMIE

DOELEN 2021-2030

- Er is voldoende goed gekwalificeerd personeel beschikbaar voor de vrijetijdssector;
- Bewoners participeren in toeristische ecosystemen door in te spelen op behoeften bezoekers;
- Meer bedrijven die studenten een aantrekkelijke stage of leerwerkplek kunnen bieden.

CONTEXT

Bovenstaande doelen zijn opgenomen in de Strategische Visie Vrijetijdeconomie 2021-2030 en opgeschreven in 2021. De situatie in de sector is ten opzichte van 2021 veranderd. Inmiddels is er steeds meer sprake van ongekende krapte op de arbeidsmarkt, ook in de vrijetijdssector. De tekorten nemen door vergrijzing in de toekomst alleen maar toe. Er is sprake van een concurrentiestrijd om personeel tussen de verschillende sectoren (zorg, techniek, onderwijs, vrijetijdssector, landbouw etc.). Het doel 'er is voldoende goed gekwalificeerd personeel beschikbaar voor de vrijetijdssector' is niet realistisch om vanuit overheidsbeleid te bereiken. We blijven wel inzetten op meedenken aan oplossingen in de vrijetijdssector.

HOOGEZAND |



UITVOERING 2024-2027

We zoeken op het thema arbeidsmarkt en onderwijs afstemming met grotere provinciale programma's zoals de Economische Visie 2035, het nieuwe provinciaal programmaplan (voorheen thematisch programmaplan) van het Nationaal Programma Groningen en de [baanbreker Vrijtijdseconomie van het Nationaal Programma Groningen](#). Tevens zetten we met het programma Vrijtijdseconomie EBG in op deze opgave. Onze rol en daadwerkelijke invloed in het gehele speelveld is beperkt.

GENERATION HOSPITALITY.

Het programma [Generation Hospitality](#) is een initiatief van onderwijsinstellingen, overheid en bedrijven in de vrijetijdseconomie van Groningen en Noord-Drenthe. Het samenwerkingsverband onder penvoerder Noorderpoort, zet zich in op het versterken van de verbinding tussen onderwijs en praktijk en op het vernieuwen van mbo-opleidingen. Het huidige programma van Generation Hospitality loopt tot 1 oktober 2024. Dit programma wordt gefinancierd door het Regionaal Investeringsfonds (RIF) MBO, partners en fondsen. De provincie Groningen is één van de partners. We denken mee over de verduurzaming van het programma. De activiteiten van Generation Hospitality sluiten ook na de programmaperiode goed aan bij de doelstellingen van onze Strategische Visie Vrijtijdseconomie 2021-2030, ook op het gebied van onbenut arbeidspotentieel in de provincie. Het is een voorbeeldprogramma om innovatie in het onderwijs te bewerkstelligen, ook voor andere sectoren. Vanuit de aangesloten ondernemers uit de vrijetijdseconomie en het onderwijs is veel ambitie om dit succesvolle programma voort te zetten. De vorm en financiering voor Generation Hospitality na 1 oktober 2024 wordt momenteel uitgewerkt.

TERRAS GRONINGEN



GRONINGER GASTVRIJHEID |



Voor het vervolg hebben wij €20.000,- per jaar in dit uitvoeringsprogramma gereserveerd. Dit kan worden ingezet als geringe cofinanciering of projectbudget. Voor het gehele programma is meer budget nodig. Aan deze vraag kunnen wij vanuit ons uitvoeringsprogramma niet voldoen. Er liggen kansen binnen de NPG-baanbreker en RIF-2 opschalingssubsidie. De aansluiting tussen de arbeidsmarkt en het onderwijs binnen de vrijetijdseconomie is één van de beoogde programmalijnen van de *baanbreker Vrijetijdseconomie van het Nationaal Programma Groningen*. Onze bijdrage vanuit dit uitvoeringsprogramma richt zich met name op de inhoudelijke kant, als partner en verbinder tussen de provincie en dit programma.

AANSLUITING ECONOMISCHE VISIE 2035

In de provinciale programma's van het Nationaal Programma Groningen is er ook aandacht voor het arbeidsmarktfragment. Er komt de komende jaren focus op de koppeling tussen opleidingen en kennisinstellingen en duurzame werkgelegenheid. Hiermee wordt ingespeeld op een langdurige krappe arbeidsmarkt. Eén van de doelen binnen de nog op te stellen Economische Visie en het hooflijnenakkoord 'Veur Mekoar 2023-2027' is om de arbeidsmarkt en opleidingen beter op elkaar te laten aansluiten.

GROBUSINESS EN PROGRAMMA VRIJETIJDSECONOMIE EBG

Er zijn veel regelingen op het gebied van ondernemerschap, werkgeverschap en scholing. Vooral nog maken recreatieve ondernemers weinig gebruik van de bestaande regelingen. We willen het gebruik van deze regelingen door ondernemers in de vrijetijdssector stimuleren door de bekendheid van de regelingen te vergroten via:

- Het ondernemersportaal GroBusiness. Dit loket biedt onafhankelijk, kosteloos en vrijblijvend advies, ook aan toeristisch-recreatieve ondernemers. Zij wijzen hierbij op regelingen en financieringsmogelijkheden;
- De inzet van het programma Vrijetijdseconomie EBG.

De vrijetijdssector is een relatief grote sector in de provincie Groningen, met een aandeel van meer dan 6% van de totale werkgelegenheid. De sector is de afgelopen jaren gemiddeld genomen de zesde sector in de provincie qua werkgelegenheid. Daarmee is de vrijetijdssector groter dan sectoren als de bouw en landbouw en visserij, vergelijkbaar met de overheidssector, en kleiner dan sectoren als het onderwijs en de zorg.

Bron: [Staatvangroningen.nl](https://staatvangroningen.nl)



DE GRAANREPUBLIC
BAD NIEUWESCHANS

In 2024 zullen we samen met de provincies Fryslân en Drenthe, Generation Hospitality, de TAF (Toerisme Alliantie Friesland) en EBG een congres gericht op goed werkgeverschap organiseren voor alle ondernemers in de vrijetijdssector Noord-Nederland. We hebben de mogelijkheid om het uitvoeringsbudget in te zetten voor dit soort kleinschalige acties binnen deze opgave.



OPGAVE 5: MONITORING VRJETJDSECONOMIE

DOELEN 2021-2030

- Als organisatie beschikken we over betrouwbare data om ons eigen beleid te kunnen toetsen en bijsturen op basis van prestatie-indicatoren;
- Een provinciale monitor met daarin kwantitatieve en kwalitatieve gegevens, waarmee ook betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan over deelregio's in de provincie;
- Aansluiting houden met landelijk verzamelde cijfers, zodat we de ontwikkelingen in Groningen met die in Nederland kunnen blijven vergelijken;
- Zicht op de ontwikkeling van het imago van Groningen als toeristische bestemming.

UITVOERING 2024-2027

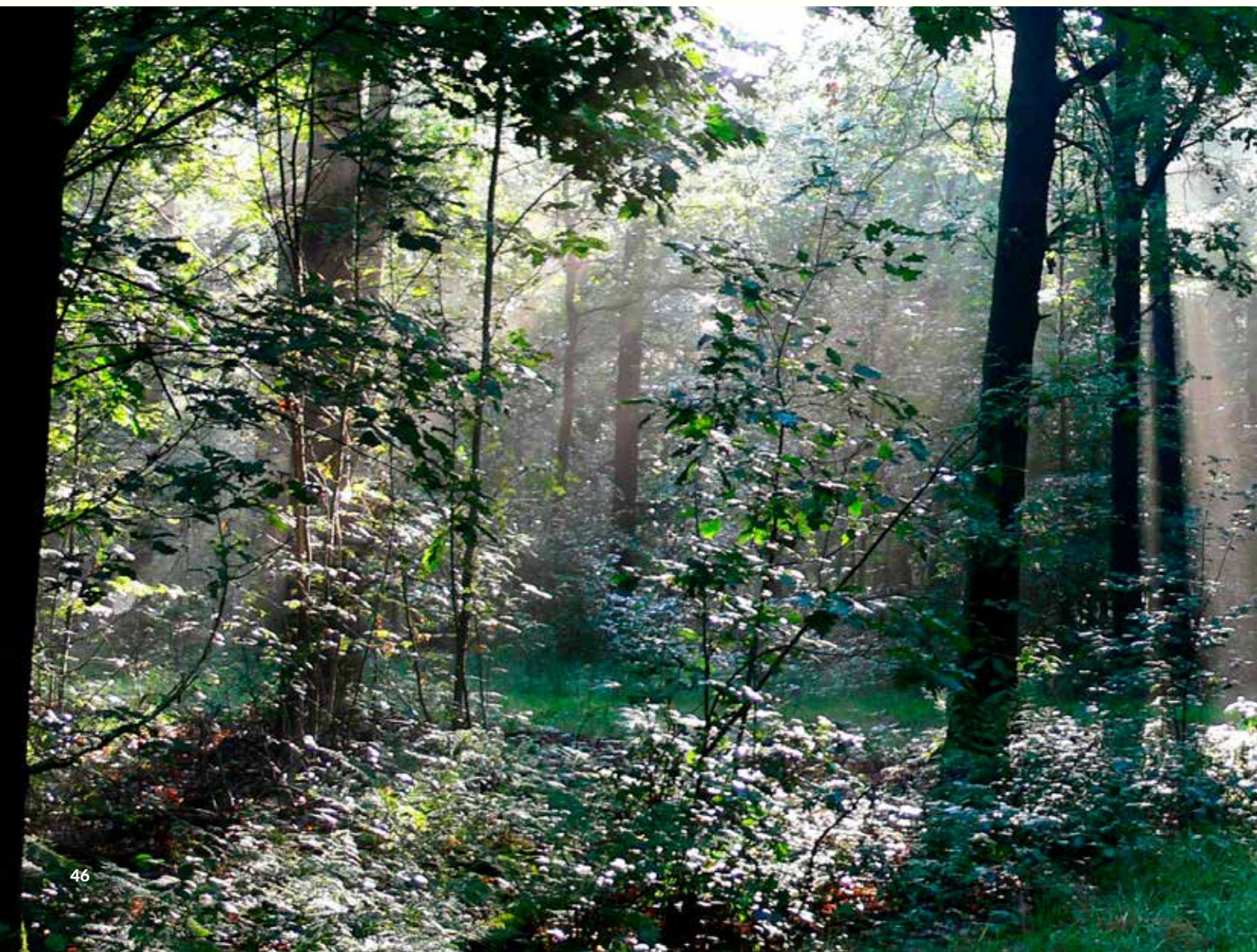
PROVINCIALE VRJETJDSMONITOR

In 2021 hebben we een laatste keer het Kerncijferrapport Vrijetijdseconomie gepubliceerd. Sindsdien ontwikkelen we een provinciale vrijetijdsmoitor. De moitor stelt ons in staat elk moment zicht te hebben op de meest actuele en relevante gegevens over de Groningse vrijetijdseconomie. De belangrijkste data die wij presenteren zijn de vier prestatie-indicatoren. Overige thema's zijn: dagrecreatie, bezoekersaantallen, onderwijs, en routes. De vrijetijdsmoitor is een dynamisch instrument dat we verder gaan ontwikkelen en waar mogelijk zullen aanvullen met relevante thema's en data. Daarnaast streven we naar aansluiting bij de Monitor Brede Welvaart van Sociaal Planbureau Groningen, waarmee we de invloed van vrijetijdseconomie op de Groningse brede welvaart ook in cijfers kunnen uitdrukken.

LANDELIJKE DATA ALLIANTIE

Wij financieren samen met de andere Nederlandse provincies en het ministerie van Economische Zaken en Klimaat de Landelijke Data Alliantie (LDA). De LDA is een open netwerk waarin data en inzichten over de toeristische sector in Nederland centraal staan. Doelstellingen van de LDA zijn: beter beschikbare uniforme data, het bevorderen van datagedreven beleidsbeslissingen en grotere concurrentiekracht voor toeristische ondernemers. Via de LDA houden we aansluiting bij landelijke verzamelde cijfers.

In het najaar van 2023 heeft de LDA de *Nationale Datastrategie 2024-2027* gepubliceerd. Dit, samen met een evaluatie rond de steekproefuitbreiding bij het CBS-vakantieonderzoek, zorgt voor een koersverandering richting de provincies. Waar voorgaande jaren bij nieuwe onderzoeken per provincie cofinanciering werd verzocht, worden provincies nu gevraagd om meerjarig deel te nemen aan toekomstige onderzoeken. De LDA heeft een driejaarlijkse cyclus samengesteld, waarin elke jaar een ander essentieel onderzoek wordt georganiseerd. Hiervoor reserveren wij budget. De LDA stelt daarnaast voor ieder jaar een activiteitenprogramma samen. Hier kunnen aanvullende onderzoeken uit voortkomen, waaraan alle leden tegen betaling kunnen deelnemen. Hiervoor reserveren we vooraf geen budget.



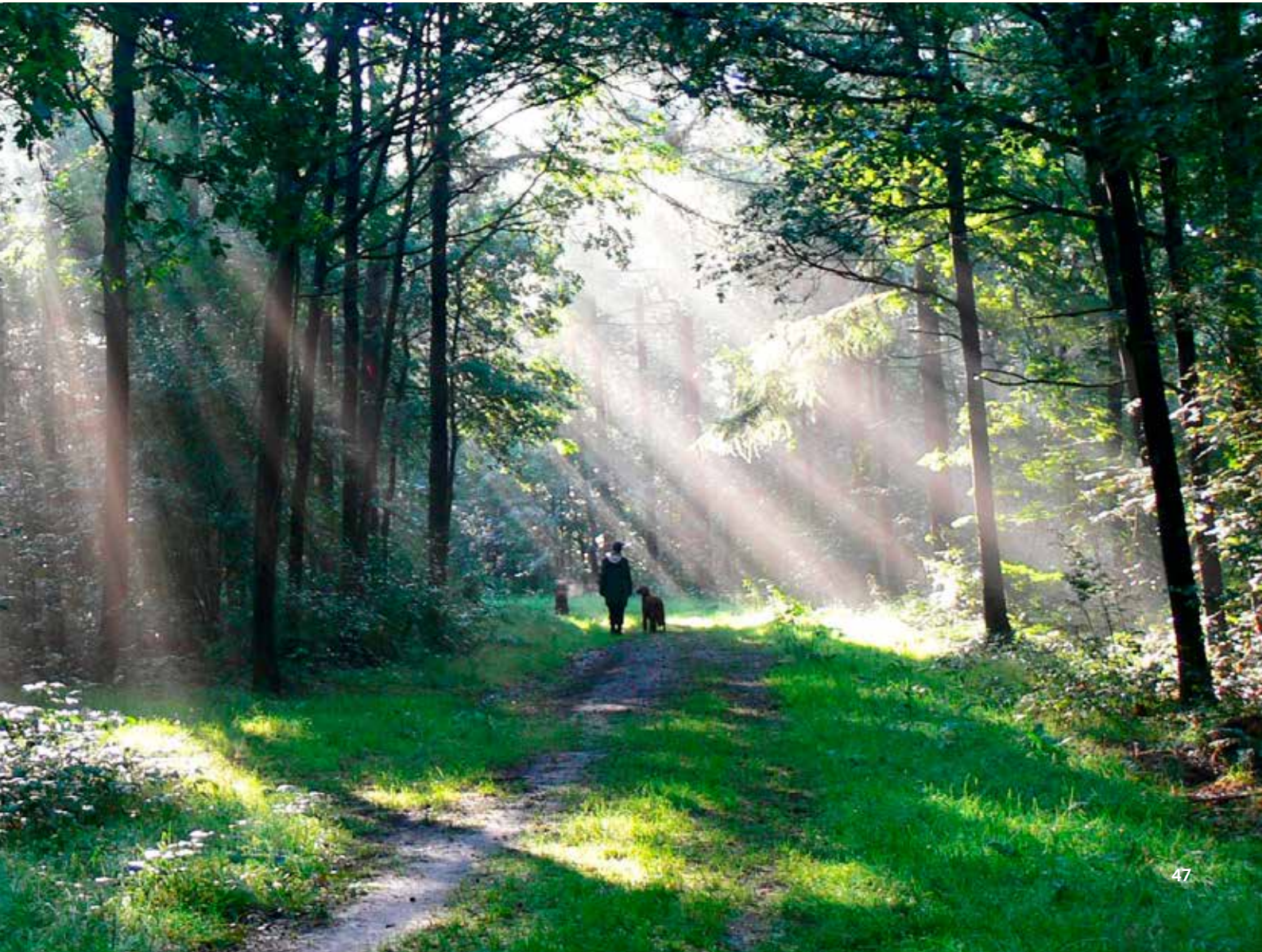
MONITORING DEELREGIO'S

We werken samen met de Groninger gemeenten op het gebied van dataverzameling. Uit een gezamenlijke behoefte naar data over de vrijetijdseconomie hebben we samen met de gemeenten, een onderzoeksopdracht voorbereid. De samenwerking op dit gebied heeft als voordeel dat het kostenverlagend werkt en een uniforme dataset oplevert. Het onderzoek zal in 2024 plaatsvinden en geeft een overzicht van regionale cijfers over de vrijetijdseconomie. De data gaan we presenteren via de Vrijtijdsmonitor op de Staat van Groningen.

TOERISTISCHE IMAGOMONITOR

In 2024 wordt het toeristisch imago-onderzoek als apart hoofdstuk onderdeel van de NPG Imagomonitor. We kiezen daarmee voor een andere vorm van imago monitoring. Dit betekent een verbetering in methodiek maar ook een trendbreuk met voorgaande imago-onderzoeken.

NATUUR WESTERWOLDE





NIENOORD LEEK

GRONINGEN IN KAART

Gedurende het komende uitvoeringsprogramma willen wij de mogelijkheden verkennen om een overzichtskaart voor de Groningse vrijetijdseconomie te maken. De kaart geeft relevante meta-data over de vrijetijdseconomie. Voorbeelden zijn geografische weergaven van dagrecreatieve bedrijven, overnachtingsmogelijkheden, natuur, recreatiemogelijkheden, etcetera. De kaart geeft inzicht in de huidige staat van de Groningse vrijetijdseconomie, wat aan de basis kan staan van datagedreven beleidskeuzes van de provincie (en andere overheden). Daarnaast kan de kaart ook een goed vertrekpunt voor ondernemers zijn om te zien waar mogelijkheden liggen in het Groningse vrijetijdsaanbod en welk type aanbod kansrijk is. Hier zetten wij uren voor in, maar we reserveren geen budget. Mocht er toch financiering nodig zijn, kijken we naar mogelijkheden in ons uitvoeringsbudget.

OPGAVE 6: PROVINCIEDEKKENDE EN HERKENBARE BESTEMMINGSMARKETING MET HET UNIEKE GRONINGS DNA ALS UITGANGSPUNT

DOELEN 2021-2030

- Merkregie op de vrijetijdseconomie;
- Toename van de merkkracht van Groningen als bestemming voor vakantie en vrijetijd;
- Betere spreiding van bezoekers aan Stad en Ommeland;
- Meer gebruik van het vrijetijdsaanbod door bezoekers en bewoners;
- Goede digitale ontsluiting en vindbaarheid van het vrijetijdsaanbod;
- Meer overnachtingen, bestedingen en herhaalbezoek door kwaliteitstoeristen;
- Positieve PR en perscontacten over Groningen als bestemming;
- Uniforme uiting van het merkebeeld van de provincie Groningen die recht doet aan de regionale verschillen en het Gronings DNA. De acht regio's (Eemsdelta, Gemeente Groningen, Midden-Groningen, Oldambt, Veenkoloniën, Het Hogeland, Westerkwartier en Westerwolde) treden als één Groningen naar buiten (*Merkgids, Marketing Groningen*);
- Eén strategische centrale marketingorganisatie, Marketing Groningen, die de boodschappen van de regiomarketingorganisaties vertaalt naar het herkenbare beeldmerk en de huisstijl van Groningen en deze digitaal ontsluit met als afzender: 'Wij Groningen';
- Promotie van routes voor diverse doelgroepen in de provincie.

MERKBEELD REGIO'S



CONTEXT

Vanaf 2021 is er een structurele subsidierelatie tussen de provincie en Marketing Groningen. Marketing Groningen zet zich samen met haar samenwerkingspartners, de regiomarketingorganisaties, het programma Vrijtijdseconomie EBG en het Routebureau Groningen in om bij te dragen aan de provinciale ambities op het gebied van de vrijetijdseconomie.

UITVOERING 2024-2027

Marketing Groningen voert uit aan de hand van activiteiten passend bij de volgende vijf speerpunten:

1. Merkregie op de vrijetijdseconomie om de kracht van Groningen uit te (helpen) dragen en beleefbaar te maken;
2. Digitaal platform als bron voor ontsluiten vrijetijdsaanbod;
3. Ontwikkeling content om de merkkracht van Groningen als bestemming voor vakantie en vrijetijd te versterken;
4. Ontwikkeling arrangementen en vermarkting middels travel trade;
5. Positieve PR en perscontacten over Groningen als bestemming.

MARKETING GRONINGEN

Samen met alle regiomarketingorganisaties, de Groningse gemeenten en de provincie draagt Marketing Groningen het DNA van Groningen uit. Ze vermarkten het op basis van één gedeeld verhaal van bestemming Groningen. Activiteiten:

- In samenwerking met de regiomarketingorganisaties en het programma Vrijtijdseconomie EBG komen tot een toeristische randprogrammering van Delfsail waar elke regio van kan profiteren;
- Begeleiden regiomarketingorganisaties en ondernemers in merkversterkende ('on-brand') communicatie;
- Samenwerken met het programma Vrijtijdseconomie EBG om het aanbod te verbinden met het DNA van Groningen;
- Samenwerking met Routebureau Groningen op het gebied van contentcreatie rondom routes met halfjaarlijks overleg;
- Het linken van Visit Groningen en de regiowebsites naar routesingroningen.nl;
- Marketing Groningen en het Routebureau Groningen trekken daar waar mogelijk samen op binnen de campagnes van Marketing Groningen;
- Het aanpassen en herdrukken van het Groningen magazine;
- Het ontwikkelen en beschikbaar stellen van merkversterkende point of sale materialen voor bijvoorbeeld Delfsail.

ZOMERCAMPAGNE

Vanaf dit tweede uitvoeringsprogramma gaan we door middel van een zomercampagne extra aandacht besteden aan de marketing van onze provincie voor bezoekers en inwoners. We willen bezoekers en eigen inwoners met deze zomercampagne verleiden om de provincie wandelend, fietsend en varend te verkennen. Met deze campagne zetten we ons erfgoed en onze cultuur extra in de etalage. In samenwerking met beleid cultuur en mobiliteit ontwikkelt Marketing Groningen deze zomercampagne.

FINANCIËLE PARAGRAAF

Voor de uitvoering van dit programma is voor 2024 € 1.623.955 beschikbaar. Voor de vervolg jaren van het uitvoeringsprogramma is het benodigde bedrag nog niet formeel bekrachtigd. In de perspectiefnota zal dit jaar het voorstel worden gedaan om de extra middelen van 2024 uit het hoofdlijnenakkoord ook beschikbaar te stellen vanaf 2025.

Een groot gedeelte van het benodigde bedrag voor het uitvoeringsprogramma ligt inmiddels vast. Zo is er voor opgave 1 'bestemmingsontwikkeling' € 400.000 gereserveerd voor de uitvoeringsorganisatie Economic Board Groningen die daarmee het programma vrijetijdseconomie (o.a. vrijetijdsmakelaar) financiert. In 2024 is dit bedrag lager (€ 225.000), omdat het programma tot en met juni nog mede draait op de NPG subsidie uit het vorige programma.

Voor *opgave 2* 'routenetwerken' is een bedrag van gemiddeld € 300.000 gereserveerd voor routegebonden producten.

Voor *opgave 3* 'evenementen' is per jaar € 300.000,- gemarkeerd voor de subsidiëring van evenementen als poort naar de omgeving die een economische impuls geven aan een bepaalde regio.

Opgave 4 'Generation Hospitality' wordt gefinancierd door het Regionaal Investeringsfonds (RIF-MBO), partners, fondsen en de provincie (geen bijdrage uit krediet vrijetijdseconomie). We hebben een bedrag van € 20.000,- opgevoerd om extra activiteiten te kunnen cofinancieren.

Voor *opgave 5* 'monitoring vrijetijdseconomie' is een bedrag van gemiddeld € 25.000,- per jaar nodig om zowel landelijk als regionaal mee te kunnen doen aan de onderzoeken naar de stand van zaken en de impact van de vrijetijdseconomie in onze provincie.

Voor *opgave 6* 'marketing' is vanaf 2024 € 730.000,- per jaar nodig voor de marketing van Stad en Ommeland. De gemeente Groningen en de provincie hebben afgesproken om vanaf 2024 Marketing Groningen voor ditzelfde bedrag te subsidiëren. Deze afspraak komt voort uit de het overleg tussen NPG, Het Akkoord van Groningen, gemeente Groningen en de provincie om verdere invulling te geven aan het merkmanagement van de provincie Groningen, waarbij Marketing Groningen verantwoordelijk is voor Vrijetijdseconomie & Gastvrijheid. Bij de komende perspectiefnota (zomer 2024) wordt het voorstel gedaan om structureel € 241.285,- euro per jaar extra beschikbaar te stellen voor Marketing Groningen voor het uitvoeren van Vrijetijdseconomie & Gastvrijheid.

TOT SLOT

Dit uitvoeringsprogramma geeft een plus op het vorige programma "Werken aan de basis", maar is nog geen een-op-een doorvertaling van de ambities die er bij het huidige college leven op het gebied van de vrijetijdseconomie. In de begroting zijn daarom vanaf 2025 een drietal p.m. posten opgenomen voor de stimulering van bestemmingsontwikkeling met daarbij ook aandacht voor erfgoed, impulsen waterrecreatie en extra subsidie voor evenementen. Rond de zomer van 2024 komt er duidelijkheid over de financiële invulling van deze p.m. posten. Daarnaast is vrijetijdseconomie ook een onderdeel van de provinciale Economische Visie die naar verwachting in de zomer van 2024 wordt voorgelegd aan Provinciale Staten. Ambitie op het stimuleren van ondernemerschap in de vrijetijdseconomie en impulsen voor de arbeidsmarkt maken onderdeel uit van deze visie.

BEGROTING 2024-2027

BESCHIKBAAR BUDGET	2024	2025*	2026*	2027*
Vrijtijdseconomie	335.140	335.140	335.140	335.140
Marketing Groningen	488.815	488.815	488.815	488.815
Vrijtijdseconomie Hoofdlijnenakkoord				
- Voortzetten beleid	600.000	600.000	600.000	600.000
- Vrijtijdseconomie	200.000	200.000	200.000	200.000
TOTAAL	1.623.955	1.623.955	1.623.955	1.623.955

ACTIES MET BIJBEHORENDE KOSTEN

OPGAVE 1: BESTEMMINGSONTWIKKELING	2024	2025	2026	2027
Programma Vrijtijdsmakelaar EBG	225.000	400.000	400.000	400.000
Verkenning agro- en campertoerisme	50.000	—	—	—
Leefstijlvinder	6.500	6.500	6.500	6.500
Vitale vakantieparken	0	0	0	0
Visit Wadden	37.000	—	—	—
Ondernemersportaal Grobusiness	0	0	0	0
Cofinanciering bestemmingsontwikkeling	0	p.m.	p.m.	p.m.
TOTAAL	318.500	406.500	406.500	406.500

OPGAVE 2: ROUTENETWERKEN	2024	2025	2026	2027
Routebureau Groningen	136.000	141.500	147.000	143.000
Boerenlandpaden en Verzekerd Wandelen	17.500	20.000	23.500	25.000
Werkplan Wandelnet	31.000	32.000	33.000	35.000
Werkplan Landelijk Fietsplatform	22.600	23.500	24.200	25.000
Werkplan Waterrecreatie	13.750	13.750	0	0
Varen doe je Samen (€ 7.500,- 50/50 met mobiliteit)	3.700	3.700	0	0
Internationale Dollardroute	5.000	5.000	5.000	5.000
Herziening convenant borgen recreatieve routestructuren	0	0	0	0
Doorontwikkelen online routeaanbod	15.000	15.000	15.000	15.000
Promotie knooppuntennetwerken en routes	25.000	25.000	25.000	25.000
Leidraad uniformering informatievoorziening	15.000	—	—	—
Activatie routegebruik door ondernemers	15.000	15.000	15.000	15.000
Groot onderhoud Langeafstands wandelpaden (LAW)	25.000	25.000	—	—
Cofinanciering impulsen waterrecreatie	0	p.m.	p.m.	p.m.
TOTAAL	324.550	319.450	287.700	288.000

OPGAVE 3: EVENEMENTEN	2024	2025	2026	2027
Subsidieregeling Evenementen	300.000	300.000	300.000	300.000
Extra subsidie voor evenementen	0	p.m.	p.m.	p.m.
TOTAAL	300.000	300.000	300.000	300.000

OPGAVE 4: ONDERWIJS & ARBEIDSMARKT	2024	2025	2026	2027
Generation Hospitality	20.000	20.000	20.000	20.000
TOTAAL	20.000	20.000	20.000	20.000

OPGAVE 5: MONITORING	2024	2025	2026	2027
Provinciale vrijetijdsmonitor	0	0	0	0
Landelijke Data Alliantie (basisbijdrage)	5.000	5.000	5.000	5.000
Landelijke Data Alliantie (onderzoeken)	5.000	12.500	12.500	10.000
Monitoring deelregio's	10.000	—	10.000	—
Toeristische imago-monitor	0	0	0	0
Groningen op de kaart	0	0	0	0
TOTAAL	20.000	17.500	27.500	15.000

OPGAVE 6: BESTEMMINGSMARKETING	2024	2025	2026	2027
Marketing Groningen	488.715	488.715	488.715	488.715
Provinciale Zomercampagne	50.000	50.000	50.000	50.000
TOTAAL	538.715	538.715	538.715	538.715

Uitvoeringsmiddelen**	55.815	55.815	55.815	55.815
TOTALE KOSTEN	1.577.580	1.657.980	1.636.230	1.624.030
Voorstel fasering Uitvoeringsmiddelen vanuit 2024 naar 2025, 2026, 2027	-46.375	34.025	12.275	75

* Begroting 2025-2027 is nog niet vastgesteld en opgenomen exclusief indexering na 2024

** Cofinanciering, projecten, incidentele subsidies, evenementen, routes, onvoorzien

*** Kostenposten die op '0' staan betekenen dat de activiteiten kostenneutraal kunnen worden gedaan voor team Vrijtijdseconomie. Er is ureninzet vanuit team Vrijtijdseconomie.

**** Waar een streepje staat, vindt geen inzet plaats vanuit team vrijetijdseconomie.

COLOFON

Uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie
provincie Groningen 2024-2027
Gedeputeerde Staten, 13 februari 2024

TEKST

Team Vrijtijdseconomie, provincie Groningen

FOTOGRAFIE

Beeldbank Marketing Groningen
Stella Dekker fotografie
Niels Knelis Meyer
Marcel Kerkhof
Marleen Annema
Ingrid de Vries
Linda Eekma-Huisman
Sebastiaan Rodenhuis fotografie
Beeldbank provincie Groningen

ONTWERP, DRUK EN AFWERKING

Communicatie en Studio, provincie Groningen



WWW.PROVINCIEGRONINGEN.NL

