



# RUIIMTE VOOR VRIJETIJD

ONTWIKKELPROGRAMMA  
BESTEMMING GRONINGEN

**IEDEREGRONINGER  
PROFITEERTVANDE  
VRIJETIJDSECONOMIE**





# Ruimte om te groeien, ruimte voor vrijetijd

---

In Groningen ervaar je ruimte in al haar vormen. Ruimte voor onze inwoners om te zijn wie je bent. Het landschap is open, stil en indrukwekkend. Hier vind je rust, natuur en erfgoed. Maar ook karakteristieke dorpen en een bruisende stad volop culturele festivals en evenementen. Groningen biedt letterlijk én figuurlijk ruimte om te groeien, te beleven en te verbinden.

Daarom stellen we het thema 'Ruimte voor Vrijetijd' centraal in dit ontwikkelprogramma voor onze vrijetijdseconomie. Deze koers laat zien hoe we investeren in een vrijetijdseconomie die past bij het DNA van Groningen. We wijken af van gebaande paden en kiezen onze eigen route, samen met ondernemers, onderwijs, organisaties, gemeenten en samen met onze Noord-Drentse partners. Dat maakt ons onderscheidend én verbindend. Juist door onze eigenzinnigheid trekken we elkaar aan en zetten we belangrijke stappen vooruit.

Een florerende en sterke vrijetijdseconomie is hierbij niet een doel op zich, maar een manier om bij te dragen aan Brede Welvaart. Dat is overal een zoektocht, maar vooral in Groningen. Hier gaat het niet alleen om recreatie (en toerisme), maar vooral om herstel, perspectief en trots. We hebben een grote verantwoordelijkheid om het goed te doen, op een manier waar inwoners van profiteren.

Alle hulp, expertise en partnerschappen kunnen we heel goed gebruiken. Iedereen is dan ook van harte uitgenodigd om mee te werken aan een toekomstbestendige vrijetijdseconomie in Groningen en daarmee te bouwen aan de Brede Welvaart van eigen bodem.

Sluit je aan, er is genoeg ruimte voor iedereen!

Susan Top,  
Gedeputeerde provincie Groningen





# Managementsamenvatting

---

Met het programma *Ruimte voor Vrijetijd* geven wij richting aan de toekomst van de vrijetijdseconomie in de provincie Groningen. Samen met partners uit de regio hebben wij dit ontwikkelprogramma opgesteld, als antwoord op de ambities uit de *Economische Agenda Nij Begun*. Ons doel is om toerisme en recreatie sterker te laten bijdragen aan Brede Welvaart, leefbaarheid en economische vitaliteit in de hele provincie.

Wij willen dat iedere inwoner profiteert van een gastvrije vrijetijdseconomie. In 2056 streven we naar drie keer zoveel verblijfsbezoekers als in 2026, met een verdubbeling van de bestedingen en verblijfsduur in de provincie Groningen. Daarbij gaat het niet alleen om méér bezoekers, maar om de juiste bezoekers op de juiste plek, op het juiste moment. Op een manier die past bij Groningen.

Om dat te bereiken werken we gebiedsgericht aan bestemmingsontwikkeling. We versterken het bestaande aanbod en voegen nieuwe voorzieningen toe. Daarbij richten we ons op alle niveaus van het vrijetijdsaanbod: van grote publiekstrekkingen zoals musea en erfgoedlocaties, tot logies, dagrecreatie en basisvoorzieningen zoals wandel- en fietsroutes, parken en informatiepunten. We richten ons op een jaarrond aanbod zodat Groningen het hele jaar door een aantrekkelijke bestemming is.

We positioneren Groningen als een bestemming die ruimte biedt in al haar vormen. Die ruimte komt tot uiting in drie hoofdthema's die samen het unieke verhaal van Groningen vertellen: Ruimte voor rust en bezinning, ruimte voor creativiteit en innovatie en ruimte voor pure producten en verhalen. De inwoners van onze provincie zijn de belangrijkste doelgroep bij het ontwikkelen van regionale bestemmingen. De

verhalen zijn voor hen herkenbaar en zij profiteren direct van het nieuwe aanbod. Aanvullend richten we ons op bezoekers die passen bij dit profiel: avontuurzoekers, verbindingzoekers en zakelijke gasten die inhoud en omgeving willen combineren.

Om het aanbod te versterken en goed te laten functioneren, werken we vanuit acht deelprogramma's: ondernemerschap, onderwijs en arbeidsmarkt, routenetwerken, marketing en promotie, monitoring en evaluatie, ferryverbinding verzilveren, zakelijke markt, erfgoed en evenementen. Deze deelprogramma's vormen het fundament onder een toekomstbestendige vrijetijdseconomie.

De uitvoering doen we samen met gemeenten, ondernemers, onderwijsinstellingen en maatschappelijke organisaties. We organiseren dit via een Stuurgroep, een Kernteam en Regionale VTE Werkgroepen die gebiedsgericht werken.

De totale investeringsambitie bedraagt 1,2 miljard euro over tien jaar. Het grootste deel is bestemd voor toeristisch aanbod, aangevuld met investeringen in organisatie, ondernemers, routenetwerken, data, marketing en onderwijs. De financiering moet onder andere komen uit de *Economische Agenda van Nij Begun*, het Nationaal Programma Groningen, Europese fondsen en private cofinanciering.

De komende periode werken we de programmastructuur verder uit, concretiseren we de financieringsinstrumenten en starten we met de eerste gebiedsgerichte bestemmingsontwikkelingen.



# Inhoud

| DEEL 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | DEEL 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | DEEL 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| VERTREKPUNT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | DE ONDERDELEN VAN BESTEMMINGSONTWIKKELING                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | HOE VOEREN WE DIT NU UIT?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>1 INLEIDING</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Inleiding</li><li>• Aanleiding</li><li>• Bestemmingsmanagement</li><li>• Methode</li></ul> <b>2 TOEKOMSTBEELD</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Onze Ambitie</li></ul> <b>3 ANALYSE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse huidige situatie</li><li>• Marktpotentie, trends &amp; ontwikkelingen</li><li>• Kansen</li></ul> <b>4 ONTWIKKELKADER</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Doelstellingen</li><li>• Doelgroepen</li><li>• Profiel</li><li>• Thema's</li></ul> | <b>5 BESTEMMINGSONTWIKKELING</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bestemmingsontwikkeling</li><li>• Aanbodpiramide</li><li>• Te verkennen bestemmingen</li></ul> <b>6 BESTEMMINGSMANAGEMENT</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ondernemerschap</li><li>• Onderwijs &amp; Arbeidsmarkt</li><li>• Routenetwerken</li><li>• Marketing &amp; Promotie</li><li>• Monitoring &amp; Evaluatie</li><li>• Deelprogramma's</li></ul> | <b>7 HOE ORGANISEREN WE DIT?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Organisatie van bestemmingsmanagement</li><li>• Randvoorwaarden</li><li>• Organogram</li></ul> <b>8 INVESTERINGSAMBITIE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Investeringsraming en financiële toelichting</li><li>• Mogelijke financiëringsbronnen</li><li>• Vervolgstappen</li><li>• Bronnen en bijeenkomsten</li></ul> |







DEEL 1

# VERTREK PUNT





# 1 INLEIDING

---

- Inleiding
- Aanleiding
- Bestemmingsmanagement
- Methode





# Inleiding

---

De vrijetijdseconomie in Groningen staat aan de vooravond van een nieuwe fase. Met het programma *Ruimte voor Vrijetijd; Ontwikkelprogramma Bestemming Groningen*, geven we richting aan een toekomst waarin toerisme en recreatie nog meer bijdragen aan Brede Welvaart, leefkwaliteit en economische vitaliteit.

## **Richtinggevend kader voor de komende tien jaar**

Dit ontwikkelprogramma sluit aan bij de *Economische Agenda van Nij Begun* en maakt inzichtelijk wat er in onze provincie nodig is om de ambities op het gebied van de vrijetijdseconomie waar te maken. Samen met de Noord-Drentse Kansenkaart vrijetijdseconomie (2025) is dit de basis voor het uitvoeringsplan voor het thema vrijetijdseconomie in de *Economische Agenda*. Bezoekers trekken zich niets aan van provinciegrenzen. Daarom zoeken we nadrukkelijk de samenwerking met Noord-Drenthe. Noord-Drenthe kan zoals zij zelf ook aangeven een katalysator zijn voor het realiseren van een gezamenlijke ambitie. Ook voor gebiedsgerichte bestemmingsontwikkeling liggen er kansen over de provinciegrenzen heen.

## **Samenhangende aanpak**

Met dit programma voorkomen we versnippering. We kiezen voor een samenhangende aanpak waarin de ontwikkeling van regionale bestemmingen centraal staat. Daarbij bevat dit programma provinciebrede deelprogramma's die de hele provincie Groningen versterken als vrijetijdsbestemming. We bouwen daarmee voort op het fundament dat is gelegd met de *Strategische Visie Vrijetijdseconomie 2021-2030* van de provincie Groningen, de Economische Visie van de provincie Groningen, visies van gemeenten en de samenwerking met partners zoals Marketing Groningen, Routebureau Groningen, Economic Board Groningen, regiomarketingorganisaties, Rijksuniversiteit Groningen, hogescholen en Noorderpoort.

Door gebiedsgericht en integraal te investeren in unieke plekken, routes, erfgoed, ondernemerschap, marketing, monitoring en onderwijs, maken we Groningen zichtbaar als een onderscheidende, duurzame en gastvrije bestemming. Het programma sluit aan bij de ambities van gemeenten, ondernemers en maatschappelijke organisaties. Samen zorgen we voor een sterke vrijetijdseconomie waar inwoners, ondernemers en bezoekers van profiteren. Niet alleen méér toerisme en recreatie, maar vooral beter: met de juiste bezoekers op de juiste plek, op het juiste moment.

We versterken de unieke kwaliteiten van Groningen en bouwen aan een provincie waar het goed wonen, werken én recreëren is. Door te investeren in voorzieningen, beleving en samenwerking creëren we nieuwe banen, behouden we erfgoed en maken we Groningen zichtbaar als aantrekkelijke vrijetijdsregio.

In dit document gebruiken we het model voor Bestemmingsmanagement van NBTC (2022) als leidraad om te sturen op kwalitatieve groei van toerisme, waarbij de economie, samenleving en leefomgeving met elkaar in samenhang worden bekeken, zodat iedereen (inwoners, ondernemers en bezoekers) meerwaarde ondervindt van de vrijetijdseconomie

De eerste hoofdstukken beschrijven de ambitie, de huidige situatie, trends en marktpotentie. Daarna volgt het ontwikkelkader met doelstellingen, doelgroepen en het profiel. Hoofdstuk drie gaat in op Bestemmingsmanagement, met aandacht voor de deelprogramma's.



# Aanleiding

## Keerpunt voor Groningen: bouwen aan nieuwe kansen

Groningen is de provincie waar de gevolgen van de gaswinning voelbaar zijn. Op vele plekken liggen de scores op indicatoren voor Brede Welvaart ruim onder het landelijk gemiddelde. Op dit moment staat de regio op een keerpunt in haar ontwikkeling. Er komen middelen beschikbaar om kansen te realiseren met hulp van de *Economische Agenda* binnen *Nij Begun*. Als plus op reguliere financiering en fondsen die er al zijn

### **Economische Agenda Nij Begun**

De *Economische Agenda* is onderdeel van het bredere *Nij Begun*-programma, dat zich richt op herstel, versterking en verduurzaming na de aardbevingsproblematiek en het stoppen van de gaswinning. De agenda is opgesteld in samenspraak met de regio, waarbij veel gesprekken zijn gevoerd met verschillende belanghebbenden om een agenda te creëren die de regio aantrekkelijk en toekomstbestendig maakt.

#### **In de *Economische Agenda* van *Nij Begun* staat het volgende toekomstbeeld:**

*In 2056 is de vrijetijdseconomie uitgegroeid tot een regionaal paradepaardje. Jaarlijks komen er ruim 1,5 miljoen bezoekers (hier is bedoeld verblijfsbezoekers) meer dan dertig jaar geleden. Die groei zorgt voor inkomsten die dorpen en platteland vitaal houden. Rondom deze gastvrijheidseconomie bloeit ondernemerschap. De stad Groningen is het kloppende hart van dit alles en verbindt het Noorden met de rest van de wereld.*





# Leidraad voor bestemmingsmanagement

---

Voor de ontwikkeling van regionale bestemmingen binnen het Ontwikkelprogramma *Ruimte voor Vrijetijd* gebruiken we de Leidraad Bestemmingsmanagement (NBTC, 2022). Dit model biedt een integrale aanpak om de balans te bewaren tussen vijf kernopgaven in de provincie Groningen:

- Het versterken van de economie.
- Het beschermen van landschap en erfgoed.
- Het vergroten van de leefkwaliteit.
- Het vergroten van het voorzieningenniveau.
- Het versterken van de recreatiemogelijkheden voor inwoners.

Het model bestaat uit zeven opeenvolgende stappen. Van het formuleren van een gezamenlijke ambitie en het analyseren van vraag en aanbod, tot het ontwikkelen van een samenhangende strategie, interventies en meetbare resultaten.

Door dit model toe te passen, zorgen we ervoor dat investeringen niet alleen leiden tot meer bezoekers, maar vooral tot de juiste bezoekers op de juiste plek en het juiste moment. Zo combineren we kwaliteit en kwantiteit en benutten we het unieke potentieel van Groningen, met oog voor draagkracht en Brede Welvaart.

De regie ligt bij de overheden. Zij bepalen de koers en nemen besluiten over beleid en inzet van middelen. Omdat er veel partijen bij betrokken zijn, is intensieve samenwerking nodig.

## Voorbeelden

De Leidraad Bestemmingsmanagement helpt om keuzes goed af te stemmen op wat een gebied aankan en nodig heeft. Als we bijvoorbeeld investeren in nieuwe wandelroutes en bijzondere erfgoedlogies (aanbod), zorgen we dat dit past bij de draagkracht van het gebied en waarde toevoegt voor inwoners. Als we ondernemers ondersteunen bij vernieuwing, toetsen we tegelijk hoe dit bijdraagt aan Brede Welvaart. En als we data verzamelen, kijken we niet alleen naar bezoekersaantallen, maar ook naar hoe inwoners hun leefomgeving en voorzieningen ervaren. Op die manier worden alle onderdelen samen één samenhangend plan dat de vrijetijdseconomie versterkt en de Brede Welvaart in Groningen vergroot.



# Methode

---

Dit ontwikkelprogramma is opgebouwd op basis van breed ingestoken gesprekken met het netwerk van de Groningse vrijetijdssector. In totaal waren meer dan 500 mensen betrokken via bijeenkomsten, ondernemerscafés, jongerenpanels en creatieve sessies. Er is gesproken met ondernemers, musea, erfgoed- en natuurorganisaties, onderwijsinstellingen, jongeren, brancheorganisaties en overheden. Deze participatiegesprekken zijn georganiseerd op verschillende momenten en locaties, waaronder ondernemerscafés in Pekela, Midwolda en Waddenland, jongerenbijeenkomsten in Stadskanaal, Appingedam, Groningen en Veendam en provinciebrede netwerkdagen zoals Groningen Groeiend Gastvrij en verschillende daaropvolgende netwerkbijeenkomsten. Middels het strategiegroep overleg en het overheden overleg is maandelijks afstemming geweest met de gemeenten en de sector. De input uit deze bijeenkomsten vormt de basis van het programma.

Naast deze praktijkinput is het programma stevig onderbouwd met onderzoek. Ginder voerde in 2025 een breed onderzoek uit onder inwoners, bezoekers en ondernemers, waarin de maatschappelijke en economische waarde van de vrijetijdseconomie in Groningen werd geanalyseerd.

Dit onderzoek is aangevuld met:

- Het Bezoekersonderzoek Provincie Groningen (Ipsos I&O, 2025), dat inzicht geeft in de wensen en leefstijlen van bezoekers en inwoners;
- De *verkenning agrotourisme* (LIJS Communicatie & A NXT Level, 2025), waarin het huidige aanbod, de groeipotentie en de koppelkansen met landbouw en erfgoed zijn onderzocht;
- Het rapport *Herbestemming Erfgoed* voor VTE (2025), dat laat zien hoe erfgoed kan worden ingezet voor recreatie en verblijf;
- Diverse beleidsdocumenten zoals de *Strategische Visie Vrijetijdseconomie*, visies en input vanuit gemeenten en regionale samenwerkingsverbanden, het masterplan regiocentrum, het *Uitvoeringsprogramma Groeiend Gastvrij*, en het Gebiedsplan *Toekomst Landelijk Gebied*.

Deze combinatie van praktijkkennis, lokale betrokkenheid en gedegen onderzoek vormt het fundament onder het ontwikkelprogramma. Het is een programma dat voortkomt uit de sector zelf, met input van honderden betrokkenen en dat richting geeft aan de toekomst van toerisme en recreatie in Groningen.



# 2 AMBITIE EN TOEKOMSTBEELD

- Onze Ambitie





# Onze Ambitie: Iedere inwoner profiteert van de gastvrije vrijetijdseconomie in Groningen

Onze ambitie is om op zo'n manier te investeren in de vrijetijdssector dat iedere Groninger ervan profiteert en de provincie zich verder ontwikkelt als duurzame bestemming met karakter en kwaliteit. We willen de vrijetijdssector in Groningen versterken door in 2056 drie keer zoveel verblijfsbezoekers te verwelkomen als in 2026, met een verdubbeling in de gemiddelde besteding per dag en een verdubbeling in verblijfsduur.

Met deze ambitie sluiten we aan bij de *Economische Agenda*. Ook zoeken we de samenwerking op met Noord-Drenthe om zo gezamenlijk deze ambitie waar te maken.

## Wat kenmerkt Groningen?

De provincie Groningen heeft een uniek karakter, gevormd door historie, cultuur, stad en ommeland. Het is een plek waar een bruisende stad en een weids platteland elkaar aanvullen.

De stad Groningen is jong en levendig, met studenten, historische gebouwen, winkels, kunst en een dynamisch uitgaansleven.

De provincie heeft unieke en afwisselende cultuurlandschappen, waaronder het UNESCO Werelderfgoed Waddenzee en UNESCO Geopark de Hondsrug. Het Ommeland heeft bruisende festivals maar biedt ook ruimte en rust. Je vindt er natuur, wierden, pittoreske dorpen, middeleeuwse kerken met unieke orgels, musea, molens en monumentale borgen en boerderijen. Je ontdekt er historische dorpen met verrassende culturele evenementen en sportactiviteiten.

Groningen biedt contrasten die elkaar versterken: rust en ruimte naast creativiteit en dynamiek, natuur en bezinning naast stad en cultuur. Hier kun je ontladen én opladen.

**Samen vormen stad en Ommeland een sterk en herkenbaar verhaal: het verhaal van Groningen. Met *Ruimte voor Vrijetijd* versterken we de kwaliteit van Groningen als eigenzinnige en duurzame bestemming met karakter. We willen Groningen nationaal en internationaal op de kaart zetten.**





## 3 ANALYSE

---

- Analyse huidige situatie
- Marktpotentie, trends & ontwikkelingen
- Kansen





# Analyse huidige situatie

## Sociaal economische situatie

Atlas Research (2024) beschrijft in haar analyse van de sociale en economische situatie van de regio dat de verschillen groot zijn en dat met name in gebieden die minder profiteren van de nabijheid van de stad Groningen, de voorzieningen onder druk staan. In sommige gebieden is het voor winkels en horeca lastig om een goede boterham te verdienen. In veel gevallen zijn extra investeringen nodig om te vernieuwen, maar bij gebrek aan gasten zijn deze lastig te realiseren. Tegelijkertijd is er veel erfgoed bewaard gebleven die de verhalen van het verleden van de provincie vertellen. Vaak nog zonder nieuwe bestemming: een enorme kans voor het aantrekken van meer bezoekers in de toekomst. Kortom, vrijetijdseconomie biedt mogelijkheden om de aantrekkelijkheid van gebieden als woon- en werkregio te bevorderen.

## Draagvlak bij inwoners

De waarde van vrijetijdseconomie wordt breed erkend, blijkt uit recent onderzoek van Ginder (2025). Meer dan 80% van de inwoners vindt dat toerisme bijdraagt aan de lokale economie. Ruim de helft van de inwoners ziet kansen voor verdere groei van toerisme. Toch ervaren veel Groningers vooral buiten de stad een tekort aan voorzieningen, zoals plekken om samen te komen, horeca, wandel- en fietspaden en activiteiten voor jongeren. Inwonersenquêtes, participatierondes binnen gemeentelijke programma's van Nationaal Programma Groningen en peilingen in de media, zoals bij OOGTV en RTV Noord bevestigen deze bevindingen.

## Imago

De provincie Groningen heeft in de afgelopen jaren stappen gezet in het versterken van haar imago en het vergroten van haar aantrekkingskracht als vrijetijdsbestemming. Dat werpt zijn vruchten af. Uit de Imago Monitor (Verian, 2024) blijkt dat niet-Groningers positiever over Groningen denken dan Groningers zelf verwachten. Hoewel negatieve associaties zoals aardbevingen en afstand een uitdaging blijven, waarderen bezoekers de provincie met een 7,6. Daarbij benoemen ze de reuring in de stad Groningen en voor het Ommeland de rust, ruimte, natuur en cultuurhistorie als sterke punten.





### **Groningen als bestemming**

Groningen als bestemming heeft enorm veel potentie. Er is echter een enorme inhaalslag te maken. Uit recent onderzoek van Verian (2024) en Ipsos (2025) blijkt dat de provincie Groningen geen duidelijk en herkenbaar toeristisch profiel heeft. Bezoekers vinden het lastig om te zeggen wat de provincie typeert of welke plekken ze kunnen bezoeken.

Dat kan en moet beter. Een helder profiel kan bijdragen aan het aantrekken van verblijfsbezoekers. De landelijke data-analyse van het Nederlands Vrijetijdsonderzoek (Ten Hove & De Krosse, 2024) laat zien dat Groningen slechts 3% van alle vrijetijdsactiviteiten in Nederland herbergt, waarvan 91% wordt ondernomen door inwoners zelf.

Op het gebied van verblijfstoerisme scoort de provincie Groningen het laagst van alle provincies, met 787.000 verblijfsbezoekers in 2023 (NBTC en CBS, 2024). Ter vergelijking: in 2023 telde Drenthe 2.066.000 verblijfsbezoekers en Fryslân 1.978.000 verblijfsbezoekers.

Ook de toeristische dichtheid, het aantal overnachtingen per dag per vierkante kilometer, blijft achter. Groningen komt uit op 2,14 terwijl het landelijke gemiddelde per provincie op 12,23 ligt. Ter vergelijking: Friesland scoort 5,59 en Drenthe 8,19. Ook op deze indicator scoort de provincie Groningen het laagst (Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen, 2024).

Wandelen en fietsen zijn de populairste activiteiten, terwijl horeca en uitgaansgelegenheden minder vaak worden bezocht dan elders in Nederland. De kwaliteit van fietspaden blijft hier iets op achter, die worden gewaardeerd met een 7,1 als eindcijfer. In vergelijking met andere provincies in Nederland krijgt Groningen het laagste rapportcijfer als fietsprovincie (7,8). In het bewegwijzerde wandelnetwerk is 40 kilometer aan boerenlandpaden opgenomen.

In vergelijking met andere regio's heeft Groningen weinig exclusieve en onverharde wandelmogelijkheden. Dit heeft in belangrijke mate te maken met het beperkte oppervlak natuur in de provincie (CBS, 2022).





VRIJETIJDSECONOMIE IN CIJFERS





# Marktpotentie, trends & ontwikkelingen

---

Ontwikkelingen in de vrijetijdssector komen pas echt van de grond als marktpartijen kansen zien en durven investeren. Daarom zijn in de aanloop naar dit ontwikkelprogramma gesprekken gevoerd met ondernemers, investeerders, beleidsmakers, culturele instellingen en andere professionals, binnen en buiten de provincie.

Ook eerdere analyses (Provincie Groningen, 2020; Ginder, 2023, 2025; Ipsos I&O, 2025) laten zien dat inwoners, bezoekers en ondernemers veel mogelijkheden zien om de sector te versterken. Zo is duidelijk geworden wat de sterke kanten van Groningen zijn en waar kansen liggen om kansrijk en aantrekkelijk aanbod te ontwikkelen.

Bovendien laten de trendrapporten van CELTH, NBTC en Rabobank belangrijke kansen zien voor de ontwikkeling van de vrijetijdssector.

## **Trends in vrijetijd**

De vrijetijdssector verandert snel en sluit goed aan bij wat Groningen te bieden heeft: rust, ruimte en authenticiteit. Volgens het NBTC-trendrapport (Trendpublicatie, 2025) en de sectoranalyse van de Rabobank (2025) reizen mensen steeds meer om balans en welzijn te vinden. Ze zoeken ontspanning in de natuur en mijden drukke toeristische hotspots. Bezoekers zoeken vaker naar authentieke vormen van toerisme die bijdragen aan het behoud van natuur en erfgoed. De vraag naar bijzondere ervaringen buiten de bekende bestemmingen neemt toe.

## **Betekenisvolle beleving**

Uit de analyses van NBTC (2025) en Rabobank (2025) blijkt dat mensen steeds vaker reizen met het oog op welzijn, natuurbeleving en betekenisvolle ervaringen. Deze ontwikkeling geldt niet alleen voor senioren, maar ook voor jongeren en gezinnen. Zij zijn op zoek naar ontspanning, avontuur en verbinding met de omgeving. Daarmee liggen er volop kansen voor Groningen als bestemming die rust, natuur en betekenisvolle beleving combineert.

## **Dagrecreatie**

Naast verblijf is er ook ruimte voor vernieuwende dagrecreatie. Storytelling, zintuiglijke ervaringen en tijdelijke openstellingen van bijzondere locaties maken cultuur, landschap en erfgoed op een eigentijdse manier beleefbaar. Belangrijk is dat dit aanbod altijd verbonden is met de kenmerkende verhaallijnen van Groningen.



# Kansen

Uit de analyse van de huidige situatie en de trends en ontwikkelingen komen de volgende kansen naar voren:

## Verblijfsaccomodaties

Om het toeristisch profiel van Groningen te versterken, is het belangrijk om aanbod te ontwikkelen dat past bij de regio: eigenzinnig, inhoudelijk, landschappelijk en met ruimte voor verdieping. Vooral de vraag naar bijzondere en kwalitatieve verblijfsaccomodaties groeit. Denk aan campings, natuurhuisjes, lodges of erfgoedverblijven in kerken, borgen of industriële gebouwen. Zulke plekken passen bij bezoekers die rust, authenticiteit en kwaliteit zoeken.

## Stad Groningen

De stad is een belangrijke trekpleister. De binnenstad biedt een gevarieerd winkelaanbod en boegbeelden als het Forum, de Martinitoren en het Groninger Museum. Evenementen als Eurosonic Noorderslag en Noorderzon trekken jaarlijks tienduizenden bezoekers. Daarnaast staat de stad bekend als kennisregio, met een sterke creatieve en technologische sector. Rijksuniversiteit Groningen en de Hanze beschikken over een sterk internationaal netwerk en bieden onderwijs aan meer dan 60.000 studenten. Daarnaast biedt de stad een krachtig MBO-cluster en meerdere campussen en onderzoeksinstituten. Dankzij die brede kennisinfrastructuur kan Groningen de zakelijke markt goed bedienen en tegelijk fungeren als poort naar het Ommeland.

## KANSEN

*De stad Groningen (inter)nationaal positioneren als kennisstad met evenementen, cultuur, sport en beleving, niet alleen als studentenstad.*

*Verbinding Stad en Ommeland versterken. De stad Groningen is een belangrijke poort voor het Ommeland. Als culturele en economische motor van de regio beschikt de stad over aantrekkingskracht. Maar mensen die eenmaal in de stad zijn, gaan niet snel bewust naar het Ommeland. Het omdraaien van deze beweging, bezoekers juist naar het Ommeland trekken met de stad als aanvullende attractie, vergroot de kansen om bezoekersaantallen te laten groeien, de verblijfsduur te verlengen en bestedingen te verhogen.*



### **Erfgoed**

Groningen zit vol historie, cultuur en verhalen. Eeuwenoude wierden, diepen en maren van het wierdenlandschap, borgen, monumentale boerderijen, industrieel erfgoed, kloosters en eeuwenoude kerken; het oudste cultuurlandschap van Noord-Nederland, geven de provincie een uniek karakter. Er is veel erfgoed behouden gebleven dat unieke verhalen over de provincie vertelt.

#### **KANSEN**

*Groningen heeft alles in huis om bezoekers authentieke en betekenisvolle ervaringen te bieden. Investeren in de zichtbaarheid en beleefbaarheid van dit erfgoed is dan ook van belang. Onderzoek van Draaijer en partners (2025) laat zien dat herbestemming van erfgoed kansen biedt voor de vrijetijdseconomie. Groningen kent veel leegstaand erfgoed en agrarisch vastgoed. Dit biedt kansen om monumentale boerderijen, kerken en industriële panden een nieuwe bestemming te geven als beleving- en verblijfslocatie.*

### **Landschap en natuur**

Groningen verrast met een landschap vol contrasten. Aan de kust ligt de Unesco Werelderfgoed Waddenzee, met kwelders, het Eems-dollard Estuarium, de dijken en eeuwenoude wierden. In het zuidoosten ontdek je het groene en besloten essenlandschap Westerwolde met de Westerwoldse Aa en het karakteristieke landschap van de Veenkoloniën met lintdorpen, kanalen, wijken, vaarten en landbouwgrond, ontstaan uit eeuwen turfwinning en landbouwontwikkeling. Bekend is ook het Nationaal Park Lauwersmeer, rijk aan vogels en beroemd om zijn sterrenhemel als Dark Sky Park. Het Reitdiep verbindt het Lauwersmeer en Nationaal landschap Middag Humsterland met de stad Groningen. Ook bijzonder zijn de moerassige natuur van de Onlanden en 't Roegwold met het langste vlonderpad van Noord-Nederland en Kardingse, een verrassend natuurgebied dichtbij de stad. Ook de groen/blauwe zone van de Laagveengordel Groningen met zijn kleine en grote natuurgebieden en meren zoals het Schildmeer, Zuidlaardermeer en Leekstermeer en omliggende landschappen bieden volop kansen voor toeristisch recreatieve ontwikkeling. Aan de zuidkant van de stad Groningen vind je het begin van Unesco Global Geopark De Hondsrug.

#### **KANSEN**

*Groningen heeft bijzondere plekken waar je het landschap en de natuur optimaal kunt beleven. Door deze plekken met elkaar te verbinden, kunnen we nog beter laten zien hoe waardevol dit gebied is. Steeds meer reizigers zoeken rust, balans en natuur in plaats van drukke hotspots (NBTC, 2025). En juist dat kan Groningen bieden.*



### **Vernieuwend ondernemerschap**

De ontwikkelingen in de vrijetijdseconomie bieden kansen voor een nieuwe generatie ondernemers, investeerders en initiatiefnemers die ruimte zoeken om hun droom te realiseren binnen deze sector. Door hen actief te ondersteunen, stimuleren we ondernemerschap en verrijken we het aanbod in de regio.

#### **KANSEN**

*Er liggen kansen bij inwoners die een eigen restaurant beginnen, jongeren die een camping of evenement starten, ondernemers die aan de slag willen met camperplaatsen, agrotourisme of een bijzonder vakantiepark. Zulke initiatieven geven dorpen een nieuwe impuls.*

### **Digitalisering en innovatie**

Groningen beschikt over een bloeiende ICT-sector en een innovatief kenniscluster. Onder andere op het gebied van data en kunstmatige intelligentie (AI) groeit de kennis snel. Europa, het kabinet en *Nij Begun* investeren samen in een Nederlandse AI-fabriek in Groningen. De AI-fabriek wordt een plek waar ondernemers, onderzoekers en overheden samen werken aan de technologie van morgen. Ze kunnen er experimenteren met AI, data veilig opslaan en gebruikmaken van een supercomputer met enorme rekenkracht.

#### **KANSEN**

*De AI-ontwikkelingen in de regio bieden mogelijkheden om jong talent te behouden door hen te betrekken bij startups in toerisme, cultuur en technologie. Ook kunnen we vrijetijdseconomie koppelen aan (wetenschappelijke) kennis en deze zichtbaar maken in de praktijk. Voorbeelden zijn wetenschapsfestivals, AI-toepassingen in toerisme en educatieve belevingen.*

### **Succesvolle bureu**

Onze provincie grenst aan Drenthe, Fryslân en Nedersaksen. Deze regio's hebben al veel ervaring en succes met hun vrijetijdseconomie. We hoeven dus niet ver te kijken om te leren hoe zij slimme keuzes maken en duurzame groei stimuleren. Voor bezoekers bestaan er geen grenzen: zij zoeken een aantrekkelijk landschap, leuke activiteiten en beleving. Die kwaliteiten delen we met de bureu. Dat maakt de nabijheid van deze regio's tot een waardevolle kans voor onze ondernemers in Groningen.

#### **KANSEN**

*Door grensoverschrijdende verbindingen en thematische routes met Drenthe, Fryslân en Nedersaksen verder te ontwikkelen, versterken we samen het aanbod en de aantrekkingskracht van de regio. Gezamenlijke marketing en promotie zijn daarbij een belangrijk onderdeel. Bovendien zijn er kansen voor het gezamenlijk aantrekken van (Europese-) projectfinanciering.*



### **Zakelijke bezoekers**

De zakelijke congresmarkt is een van de grootste groeikansen voor de vrijetijdseconomie van Groningen. Deze zorgt voor extra bezetting en bestedingen buiten de piekperiodes en leidt vaak tot vervolgbezoek. Zakelijke bezoekers genereren een forse economische spin-off, congresgangers besteden gemiddeld €350,- per dag en door zakelijke en recreatieve voorzieningen slim te combineren, ontstaat een samenhangende ervaring die uitnodigt tot langer verblijf en herhaalbezoek. Uit de marktgesprekken blijkt dat gebieden met meerdere voorzieningen daarbij kansrijker en rendabeler zijn dan losse initiatieven. Toch is de positie van Groningen de laatste jaren weggezakt; dat tij moeten én kunnen we keren. Het doel is om terug te keren naar plek 5 op de Nederlandse congresranglijst (nu plek 9). Daarvoor zijn betere acquisitie en hoogwaardige faciliteiten voor meetings en congressen nodig, zowel in de stad als in het Ommeland. Met Groningen Conventions als gezamenlijk platform van stad, provincie, kennisinstellingen en ondernemers zetten we vol in op groei: een terugkeer naar de top-5 van Nederlandse congressteden en een structurele uitbreiding van (inter)nationale congressen.

### **KANSEN**

*Grote congressen rond de stad Groningen: Professionals, onderzoekers en beleidsmakers uit sectoren als energie, gezondheid, digitalisering, circulaire economie en agrifood kiezen steeds vaker voor locaties waar inhoud en omgeving elkaar versterken. Groningen heeft hiervoor alles in huis: een sterke kennisinfrastructuur, moderne congresfaciliteiten, een gastvrije binnenstad én een uniek ommeland dat rust, ruimte en onderscheidende locaties biedt.*

*De sterke internationale reputatie van de Rijksuniversiteit Groningen biedt veel kansen om (internationale) congressen aan te trekken. Hoogleraren beschikken over de juiste netwerken, maar hebben steun nodig bij de praktische organisatie in de stad. Die ondersteuning ontbreekt nu nog. Ook het Ommeland biedt de zakelijke markt kansen, mits het aanbod kleinschalig, kwalitatief en inspirerend is. Denk aan vergaderplekken in het landschap, werkverblijven of retraites waarin natuur, cultuur en streekproducten samenkomen.*





# Ontwikkeldkader

Om regionale bestemmingen doelgericht te kunnen ontwikkelen, is een helder kader nodig. In dit hoofdstuk beschrijven we de bouwstenen die daarvoor nodig zijn: doelstellingen, doelgroepen, profiel en thema's. We baseren ons op de *Economische Agenda van Nij Begun* en sluiten aan bij provinciale en gemeentelijke visies op de vrijetijdseconomie. Dit ontwikkelkader vormt daarmee een richtinggevend fundament voor de keuzes die we de komende jaren maken.



# 4 ONTWIKKEL- KADER

---

- Doelstellingen
- Doelgroepen
- Profiel
- Thema's





# Doelstellingen

---

**De gezamenlijke ambitie van 'Ruimte voor Vrijetijd' is dat iedere Groninger profiteert van de vrijetijdseconomie.**

Groei moet maximaal bijdragen aan Brede Welvaart: economische ontwikkeling, behoud van natuur en erfgoed, een hogere leefkwaliteit en meer mogelijkheden voor inwoners om te recreëren. We streven naar een sector die draait om de juiste bezoekers op de juiste plek. Daarom staan investeringen altijd in het teken van inwoners én ondernemers. Ze versterken de lokale economie en het vestigingsklimaat, zorgen voor behoud van landschap en erfgoed en vergroten het voorzieningenniveau en de recreatiemogelijkheden.

## **Juiste bezoeker op de juiste plek en het juiste moment**

De gewenste inhaalslag vraagt om gestage groei: meer bezoekers, die langer blijven en meer besteden. Het gaat echter niet alleen om aantallen. Belangrijker is dat Groningen de juiste bezoekers aantrekt, op de juiste plek en het juiste moment. Op die manier komt kwaliteit boven kwantiteit te staan en ontwikkelt de provincie zich tot een onderscheidende vrijetijdsbestemming met karakter. Daarmee wordt de sector toekomstbestendiger, is de bijdrage aan de Brede Welvaart groter en ontstaat ruimte om opnieuw te investeren in de sector, inclusief de randvoorwaarden zoals infrastructuur en marketing. Om dit te bewerkstelligen is een ontwikkelkader nodig als uitgangspunt voor bestemmingsontwikkeling, vraagsturing, organisatie, monitoring en evaluatie.





# Doelstellingen

**Het hoofddoel van dit ontwikkelprogramma sluit aan bij die van de *Economische Agenda* en is zeer ambitieus. We versterken de vrijetijdssector in Groningen door in 2056 drie keer zoveel verblijfsbezoekers te verwelkomen als in 2026, met een verdubbeling in de gemiddelde besteding per dag en een verdubbeling in verblijfsduur.**

Daarbij volgen we het model voor bestemmingsmanagement: groei in balans met de belangen van bewoners, erfgoed, landschap en natuur. We spreiden bezoekersstromen en richten ons op waardevolle bezoekers die bijdragen aan de lokale economie en leefbaarheid.



Daarbij onderscheiden we de volgende subdoelen:

## **1: Aantrekkelijke en beleefbare omgeving**

We werken aan een omgeving en vrijetijdsaanbod dat uitnodigt om te ontspannen, te ontmoeten en te recreëren. Dit gaat over de fysieke basis: de plekken waar mensen naartoe gaan en de voorzieningen die zij gebruiken. Een aantrekkelijke leefomgeving draagt bij aan gezondheid en welzijn bij inwoners en maakt Groningen aantrekkelijk voor bezoekers.

## **2: Imago en identiteit**

Een sterke vrijetijdseconomie draagt bij aan een positief imago van Groningen. Tegelijkertijd vraagt het ook om het goed uitdragen van dit imago. Dit gaat namelijk over hoe bewoners en bezoekers de provincie zien en beleven. Een sterk imago vergroot de trots van inwoners, trekt meer bezoekers en geeft ondernemers een steuntje in de rug.

## **3: Randvoorwaarden en samenwerking**

Een sterke vrijetijdseconomie vraagt om nauwe samenwerking tussen ondernemers, overheden (gemeenten, waterschappen, provincies en Rijk), onderwijs en maatschappelijke organisaties. Door netwerken te bundelen, samenwerkingen te versterken en kennis te delen, vergroten we de slagkracht en zichtbaarheid van Groningen. Overheden zorgen voor duidelijke kaders, ondersteuning en ruimte voor vernieuwing. Ook een goede infrastructuur en passende voorzieningen vormen randvoorwaarden voor een toekomstbestendige sector.



## DOELEN VRIJETIJDSECONOMIE GRONINGEN 2056

### GROEIEN EN VERSTERKEN

De vrijetijdseconomie wordt toekomstbestendig en een volwaardig onderdeel van de regionale economie. Iedere inwoner en ondernemer profiteert van de sector

### MEER BEZOEKERS

Het aantal verblijfsbezoekers verdrievoudigt (+ 1,5 miljoen extra).  
Ze blijven langer en besteden twee keer zoveel.

### AANTREKKELIJKE OMGEVING

Groningen biedt een bereikbare, aantrekkelijke en beleefbare omgeving met een vrijetijdsaanbod dat past bij de regio en uitnodigt tot recreëren, bezoeken ondernemen.

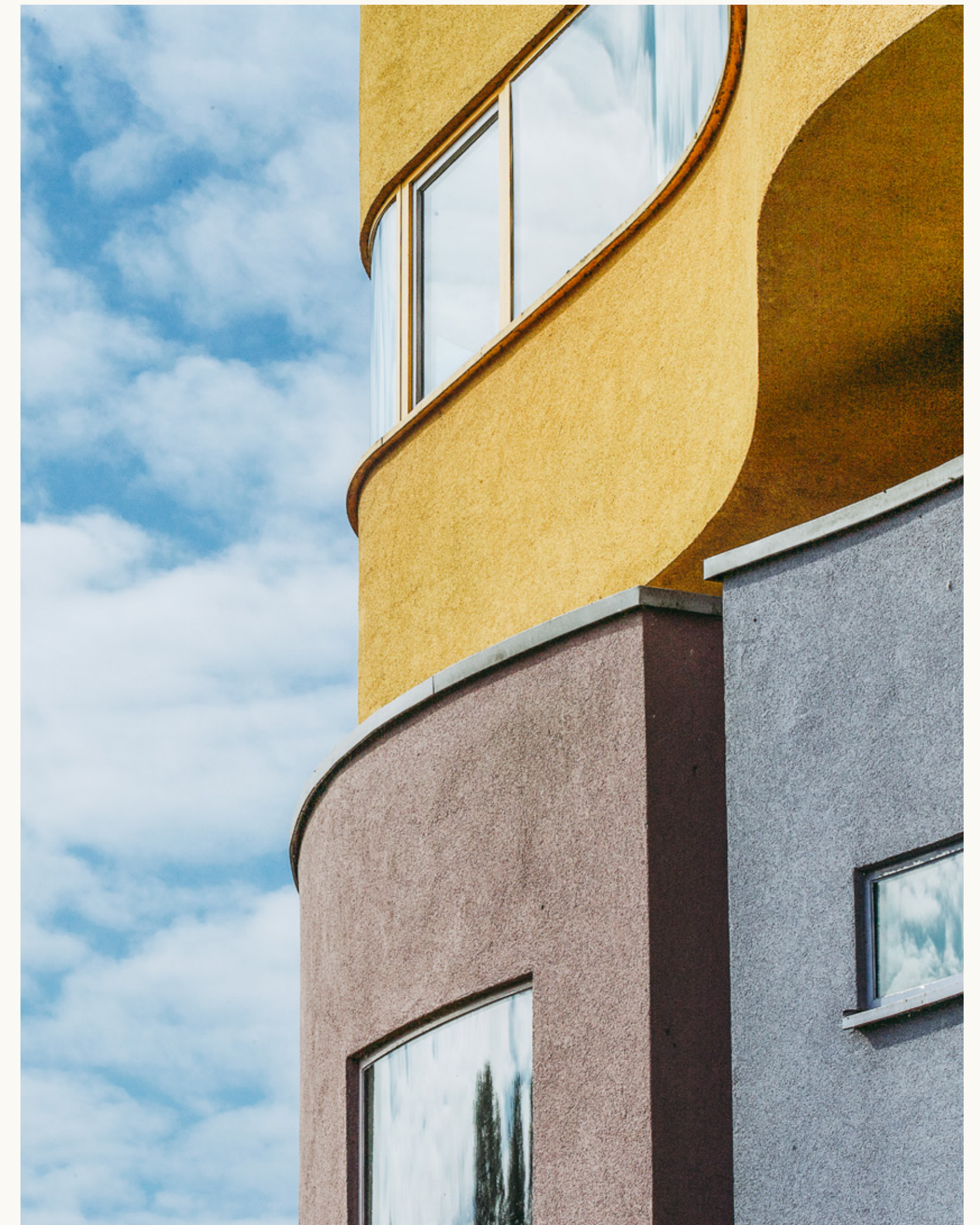


### STERK IMAGO

Groningen ontwikkelt een krachtig, regionaal en (inter-) nationaal imago met een herkenbaar en onderscheidend profiel.

### TOEKOMSTBESTENDIGE SECTOR

De sector wordt goed georganiseerd met sterke samenwerking tussen overheid, ondernemers en onderwijs (triple helix).





# Doelgroepen die passen bij de provincie Groningen

Groningen richt zich vooral op bezoekers en inwoners die nieuwsgierig zijn naar nieuwe plekken, openstaan voor betekenisvolle of actieve ervaringen en bereid zijn om wat verder te reizen. Dankzij het grootschalige Bezoekersonderzoek Provincie Groningen (Ipsos I&O, 2025) hebben we goed zicht op potentiële doelgroepen uit Nederland en Duitsland. Dit onderzoek is aangevuld met imago-onderzoek (Verian, 2024; Ginder, 2025) en gesprekken met partijen uit zowel Groningen als daarbuiten. Op basis daarvan, en rekening houdend met trends in de sector, zijn de belangrijkste doelgroepen voor dit ontwikkelprogramma gedefinieerd.

Bij de selectie is gekeken naar reismotief (recreatie of zakelijk), herkomst (reistijd en regio's), reisgezelschap en type bezoeker. Voor dit laatste gebruiken we het model van de Leefstijlvinder (zie [www.leefstijlvinder.nl](http://www.leefstijlvinder.nl)). Hierin zijn Nederlanders ingedeeld in zeven leefstijlen op basis van waarden, motivatie en vrijetijdsgedrag, niet op leeftijd of gezinssamenstelling. Uit het Bezoekersonderzoek Provincie Groningen (Ipsos I&O, 2025) blijkt dat vooral de **Avontuurzoekers** en de **Verbindingszoekers** kansrijke doelgroepen zijn voor Groningen. Avontuurzoekers houden van nieuwe ervaringen, natuurbeleving en verrassende plekken buiten de gebaande paden. Verbindingzoekers zijn sociaal ingesteld, waarderen verhalen en erfgoed, en voelen zich aangetrokken tot plekken met een ziel. Deze groepen zijn bovengemiddeld geïnteresseerd in wat de provincie al te bieden heeft. Bezoekers uit deze doelgroepen leveren daarmee de grootste bijdrage aan de Brede Welvaart in onze provincie (zie toelichting van de doelgroepen in de bijlage).

Het ontwikkelprogramma richt zich op bezoekers die binnen een straal van 500 kilometer wonen. Binnen die straal wonen 15 miljoen mensen. Zij kunnen Groningen in een halve dag bereiken met het openbaar vervoer, de fiets of auto, zonder het vliegtuig te hoeven nemen.





Dit zijn de doelgroepen waarop we met de activiteiten van de ontwikkelagenda inzetten:

## INWONERS

Deze doelgroep is belangrijk voor het vrijetijdsaanbod omdat zij de belangrijkste gebruikersgroep zijn (Ginder, 2025). Jongeren (t/m 35 jaar) vormen een specifieke groep, omdat zij de doelgroep van de toekomst zijn en nieuwe energie, ideeën en manieren van verbinden inbrengen. Inwoners dragen actief bij aan een levendige gemeenschap en zijn vaak sterk gemotiveerd om te participeren in activiteiten en initiatieven die bijdragen aan een aantrekkelijk vrijetijdsaanbod.



## TOERISTISCHE BEZOEKERS

Deze doelgroep bestaat onder andere uit kortvakantiegangers, met focus op avontuur- en verbindingzoekers uit Nederland en Duitsland. Zij hebben de meeste affiniteit met het aanbod en bieden potentieel voor herhaalbezoek en positieve aanbevelingen.

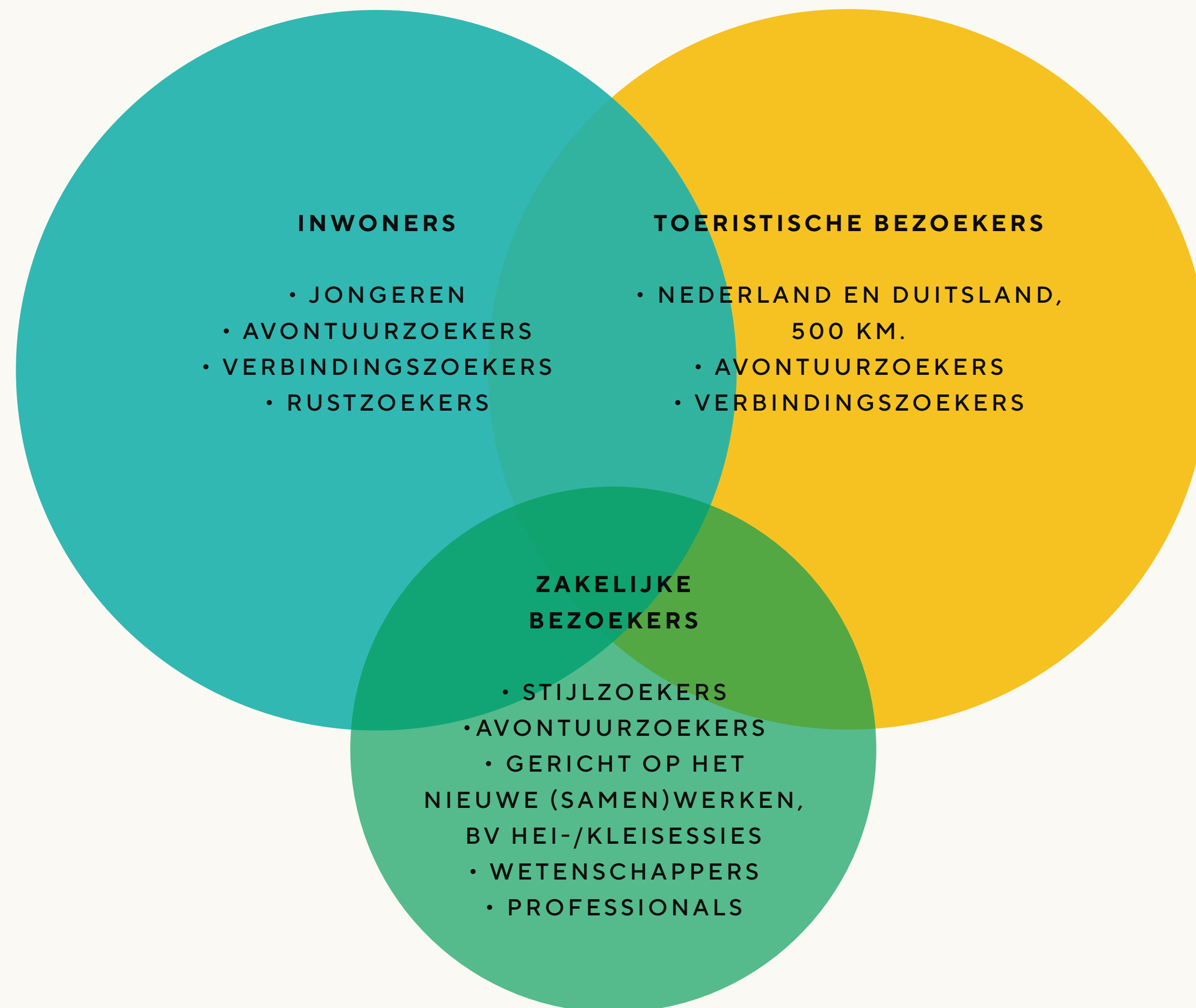


## ZAKELIJKE BEZOEKERS

Deze doelgroep bestaat uit mensen die deelnemen aan congressen, teambuildingactiviteiten, heisessies en retraites. De nadruk ligt op bijeenkomsten die aansluiten bij de Groningse topsectoren en op deelnemers die passen bij de profieltypen avontuurzoekers en stijlzoekers.







### **Samenhang**

De drie doelgroepen vullen elkaar goed aan. Ze zorgen voor verschillende bezoekersstromen en inkomsten, verspreid over het jaar. De toeristische bezoekers komen vooral in de weekenden en vakanties, de zakelijke bezoeker komt juist vaker doordeweeks en in het laagseizoen. We kiezen bewust voor specifieke groepen die in meerdere categorieën voorkomen (zoals de avontuurzoeker) of die qua kenmerken dicht bij elkaar liggen.



# Ruimte voor een duidelijk profiel en onderscheidende thema's

---

Een duidelijk profiel is belangrijk om Groningen als vrijetijdsbestemming te versterken. Dat profiel bestaat uit verhalen en thema's die uniek zijn voor de provincie. Ze zijn gebaseerd op onderzoek en getoetst bij betrokken sectoren en netwerken, waardoor ze breed worden gedragen.

In Groningen ervaar je ruimte in al haar vormen. Ruimte om te beleven, te ontdekken, stil te staan of vooruit te gaan. De horizon is weids, de energie voelbaar en de creativiteit eindeloos.

Die ruimte zie je terug in het weidse ommeland, waar stilte en natuur en de eindeloze horizon je omringen. Hier laad je op, proef je de rijkdom van streekproducten en vind je rust in eeuwenoud erfgoed. Tegelijkertijd is Groningen een bruisende plek vol energie, creativiteit en innovatie, waar cultuur, evenementen en nieuwe ideeën volop de ruimte krijgen. Samen vormen Stad en Ommeland een unieke combinatie: een bestemming waar contrasten elkaar versterken.

Ruimte is meer dan alleen de beleving. Het is ook de vrijheid om jezelf te zijn, de pioniersgeest die diep in Groningen verankerd zit en het karakter om dingen op je eigen manier te doen. Met ruimte als kapstok positioneert Groningen zich als een provincie waar bezoekers, bewoners en bedrijven kunnen ontdekken, groeien en creëren.

**RUIMTE**



## 3 onderscheidende thema's

We onderscheiden drie hoofdthema's die samen het unieke verhaal van Groningen vertellen. Ze vormen een profiel dat niet alleen aantrekkelijk is voor inwoners, maar ook voor jonge generaties en bezoekers.

### *RUIMTE VOOR* **RUST & BEZINNING**



### *RUIMTE VOOR* **CREATIVITEIT & INNOVATIE**



### *RUIMTE VOOR* **PURE PRODUCTEN & VERHALEN**





## *RUIMTE VOOR* **RUST & BEZINNING**

ERFGOED & NATUUR

In Groningen vind je rust en ruimte die bijna nergens meer bestaat. De horizon is eindeloos, de lucht donker en de natuur ongerept. Dit is de plek om op te laden, te vertragen en weer dichterbij jezelf te komen. Eeuwenoude kerken, bijzondere natuurgebieden, het erfgoed en het Wad geven je het gevoel even helemaal weg te zijn. Hier is ruimte voor bezinning, avontuur en reflectie, ver weg van afleiding, dichterbij wat ertoe doet.





*RUIMTE VOOR*  
**CREATIVITEIT & INNOVATIE**

CULTUUR & KENNISINSTELINGEN

Groningen is jong, avontuurlijk en vol creativiteit. Hier krijgen nieuwe ideeën, kunst, innovatie én sportieve, avontuurlijke activiteiten alle ruimte. Stad en provincie bruisen van muziek, festivals, exposities en vernieuwende projecten en creatief ontwerp. Verrassend, eigenzinnig en altijd een beetje anders. Het is een broedplaats voor talent en een plek waar traditie en vernieuwing hand in hand gaan. Je beleeft vandaag iets bijzonders en voelt de energie van de toekomst.





*RUIMTE VOOR*  
**PURE PRODUCTEN & VERHALEN**

STREEKPRODUCTEN & HISTORIE

Groningen is gevormd door wat de bodem voortbrengt. Dit gaat van mensen die impact maken, zoals Aletta Jacobs, Sicco Mansholt, of recenter, Ben Feringa, tot bedrijven en instellingen die nog steeds vernieuwende energie de wereld in sturen. Maar ook letterlijk: het gas uit de bodem en de aardbevingen met alle gevolgen van dien. Hier proef je ook de trots in lokale gerechten gemaakt met pure streekproducten, voel je de kracht van tradities en ervaar je de verbinding met natuur, en de rijke culturele en economische historie. Groningen staat voor kwaliteit, lef en het pure leven.









DEEL 2

# DE ONDERDELEN VAN BESTEMMINGSONTWIKKELING





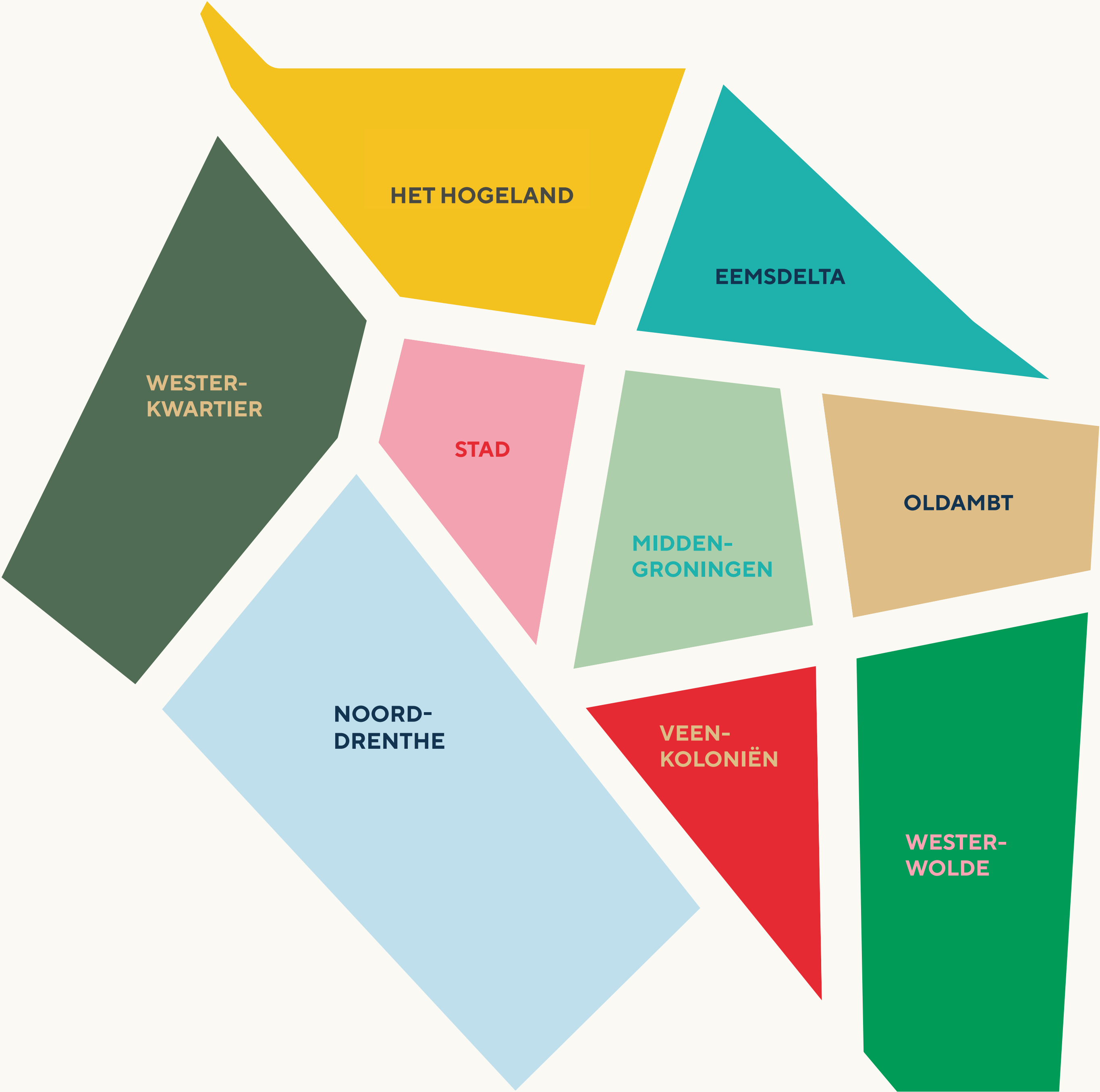
# 5 BESTEMMINGS- ONTWIKKELING

---

- Bestemmingsontwikkeling
- Aanbodpiramide
- Te verkennen bestemmingen









# Bestemmingsontwikkeling

Na een uitgebreide analyse van kansrijke doelgroepen, onderscheidende verhalen en marktpotentie, zetten we nu de stap naar de ontwikkeling van Groningen als bestemming. Daarbij is de centrale vraag: *Hoe kunnen we het vrijetijdsaanbod zo versterken dat Groningen aantrekkelijker, herkenbaarder en toekomstbestendiger wordt en zo maximaal bijdraagt aan de Brede Welvaart in onze provincie?*

## Regionale Bestemmingsontwikkeling

We organiseren de bestemmingsontwikkeling regionaal. Bij bestemmingsontwikkeling gaat het om het doorontwikkelen van bestaand aanbod en het ontwikkelen van nieuw, aanvullend aanbod via een gebiedsgerichte aanpak, gericht op het aantrekken van de gewenste doelgroep (NBTC, 2022).

## Waarom regionale bestemmingsontwikkeling?

We werken gebiedsgericht aan de ontwikkeling van Bestemmingen. Dit geeft de mogelijkheid de koppelkansen met regionale en gemeentelijke gebiedsontwikkelingen maximaal te benutten. Het meenemen van vrijetijdseconomie als koppelkans is lang niet altijd vanzelfsprekend. Toch ziet Recreatieschap Drenthe (2025) dit in haar kansenkaart voor Noord-Drenthe als grote kans om bij te dragen aan Brede Welvaart. De meerwaarde is het grootst als projecten provinciegrenzen overstijgen en multifunctioneel worden aangepakt. Bij bestaande en nieuwe gebiedsontwikkelingen rond waterberging, kustverdediging, natuurontwikkeling, landbouwinnovatie en wonen, energie-infrastructuur, bedrijventerreinen, de Nedersaksenlijn en andere infrastructuur gaan we koppelkansen zoveel mogelijk benutten.





Voor de provincie Groningen gebruiken we als basis de indeling voor regionale bestemmingen die Marketing Groningen en de regiomarketingorganisaties gebruiken. Deze gebieden komen grotendeels overeen met de zeven landschappelijke gebieden uit de kwaliteitsgids van de provincie Groningen (Provincie Groningen, 2025). Deze zeven gebieden worden ook gebruikt voor het programma *Toekomst Landelijk Gebied*. Vaak neemt de vrijetijdssector al deel aan gebiedsprocessen, samen met andere partijen zoals de terrein beherende organisaties (TBO's) en agrarische organisaties. Het investeren en stimuleren van een kwalitatief hoogwaardige 'vrijetijdsomgeving' (voorzieningen, natuur, landschap, erfgoed en nieuwe architectuur) is een kans om in deze gebiedsprocessen mee te nemen. Niet met de bedoeling complete gebiedsontwikkelingen te financieren, maar wel om de aantrekkelijkheid van gebieden te vergroten.

De ontwikkeling van de Regiocentra, die ook deel uitmaken van de *Economische Agenda Nij Begun* gebeurt ook gebiedsgericht. Waar mogelijk trekken we hierbij samen op. Ook de activiteiten in het kader van de herstructurering van bedrijventerreinen zijn gebiedsgericht. Ook daar zijn kansen voor samenwerking.

Op andere plekken in de provincie Groningen vinden regionaal en gemeentelijk gebiedsontwikkelingen plaats. Vrijetijdseconomie nemen we mee als koppelkans in deze processen.

Er liggen volop mogelijkheden om het vrijetijdsaanbod in Groningen te professionaliseren, duurzaam te versterken en meer met elkaar te verbinden zodat er meer samenhang in regionale bestemmingen ontstaat en hun aantrekkingskracht groter wordt. Zo krijgt elke regio een sterker profiel, wordt het aanbod aantrekkelijker en wordt de sector als geheel sterker en toekomstbestendiger.

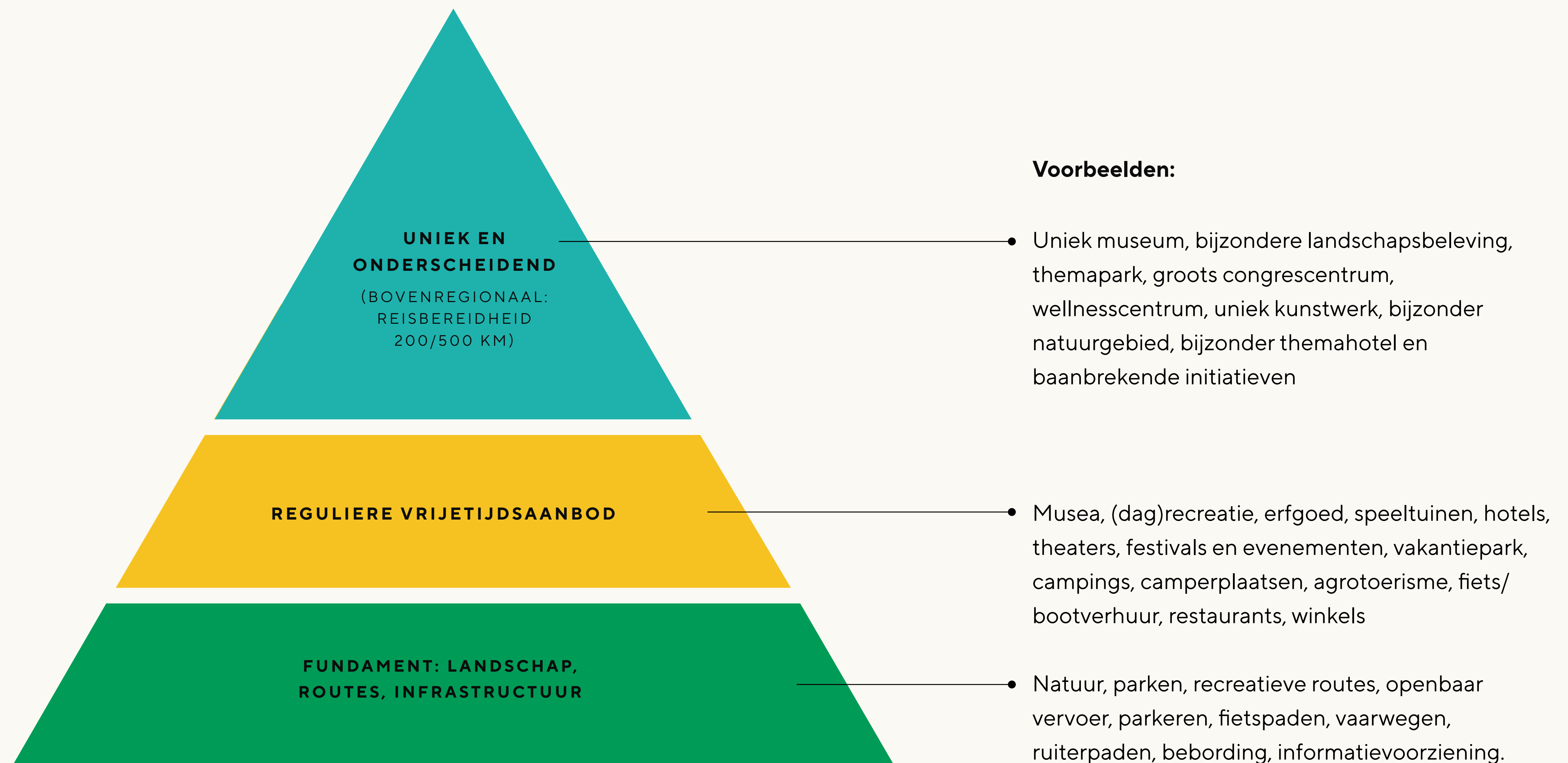
Hierbij is het belangrijk dat alle onderdelen van de aanbodpiramide aandacht krijgen.

#### **Wat verstaan we onder vrijetijdsaanbod?**

Vrijetijdsaanbod omvat het geheel aan plekken, voorzieningen en belevingen in Groningen die uitnodigen tot recreatie, ontmoeting en verblijf. Het gaat om musea, erfgoedlocaties, festivals en evenementen, natuurgebieden, wandel- en fietsroutes, horeca en verblijfsaccommodaties. Ook logiesvormen zoals campings, vakantieparken, hotels, B&B's en camperplaatsen vallen hieronder. Daarnaast behoren sportieve en culturele evenementen, belevingslocaties, kunst en cultuur, retail, dagrecreatie, routestructuren (wandelen, fietsen, varen, paardrijden), informatievoorziening en vervoersverbindingen tot het vrijetijdsaanbod. Dit alles opgeteld bepaalt de aantrekkelijkheid van een bestemming voor inwoner en bezoeker.



# Aanbodpiramide Vrijetijdseconomie





# Bestemmingsontwikkeling in de gehele aanbodpiramide

In lijn met de ambities van de *Economische Agenda* zetten we in op de ontwikkeling van meer aanbod in de top van de piramide, als onderdeel van bestemmingsmanagement. Binnen elke regionale bestemming streven we naar een integraal samenhangend geheel van topaanbod, middenaanbod, generieke voorzieningen en een sterk fundament. Zo ontstaat een stevige, toekomstbestendige bestemming die aantrekkelijk is voor bezoekers én bijdraagt aan de Brede Welvaart van inwoners.

## **Investeren in de top van de aanbodpiramide**

Om bestemmingen aantrekkelijk te maken, zijn investeringen in de top van de aanbodpiramide van belang. Dit zijn voorzieningen die een bestemming echt op de kaart zetten, nieuwe doelgroepen aantrekken en reismotieven bieden (reisbereidheid van 500 km). Het kan gaan om grootschalige projecten met internationale aantrekkingskracht of om initiatieven met een bijzondere culturele waarde.

Voorbeelden zijn vernieuwende musea met (inter)nationale uitstraling, exclusieve natuurbeleving, erfgoedlocaties met een nieuwe invulling of onderscheidende evenementen. Ook het versterken van het bestaande aanbod in de top valt hieronder. Om bezoekers ook van grotere afstand te trekken zijn unieke overnachtingsplekken en bijzondere dagrecreatieve voorzieningen nodig. Zo blijft een regio ook voor een langer verblijf aantrekkelijk. De ambitie is om minimaal vijf grote en tien middelgrote publiekstrekkers te realiseren, zoals ook in de *Economische Agenda* van *Nij Begun* is genoemd.

## **Speciale aandacht voor verblijfsaanbod**

Bij de ontwikkeling van regionale bestemmingen is bijzondere aandacht voor verblijfsaanbod noodzakelijk. Verblijfsrecreatie speelt een centrale rol in het versterken van de vrijetijdseconomie: het verlengt de verblijfsduur, verhoogt de bestedingen en vergroot de aantrekkingskracht van een regio. Er zijn grote kansen voor het realiseren van onderscheidende en kwalitatieve logiesconcepten die passen bij het karakter van de regio. Denk aan erfgoedhotels, thematische vakantieparken, kleinschalige campings en camperplaatsen met hoge ontwerpqualiteit. Juist deze bijzondere verblijfsaccommodaties, trekken bezoekers van grotere afstand en dragen bij aan het profiel van Groningen als eigenzinnige bestemming. De situatie voor de provincie Groningen is hiermee anders dan in Noord-Drenthe, dat in haar kansencarta vooral ook kansen ziet voor de ontwikkeling voor dagrecreatief aanbod.



### **Generiek aanbod profiteert mee**

Het reguliere vrijetijdsaanbod meer onderin de piramide is op sommige plekken aanwezig, zoals musea en erfgoed (borgen en kerken). Maar op veel plekken is het aanbod verouderd of te verspreid. Hierdoor blijven bezoekersaantallen beperkt en investeren en vernieuwen is lastig. Samenwerking en clustering zijn belangrijk om dit aanbod toekomstbestendig te maken.

Veel Groningse musea zijn kleine erfgoedmusea die verhalen vertellen over landschap, gebouwen en dorpen. Op zichzelf zijn ze vaak te klein om veel bezoekers te trekken. Door musea als onderdeel van bestemmingsontwikkeling te koppelen aan routes of ze te verbinden als ecomusea, kunnen ze elkaar versterken en meer bezoekers bereiken. Ook voor logies is er zo'n groeikans. De provinciale ambitie is om het aantal bedden te verhogen, met nadruk op bijzondere accommodaties die passen bij de Groningse identiteit. Via bestemmingsmanagement zorgen we ervoor dat het generieke aanbod integraal onderdeel is van nieuwe ontwikkelingen.

### **Een impuls in het fundament**

Onderin de piramide bevinden zich de basisvoorzieningen die nodig zijn om bezoekers gastvrij te ontvangen. Denk aan wandel- en fietsroutes, bebording, routegerelateerde voorzieningen, parken, recreatieterreinen, vervoer, parkeerplekken en vaarroutes. Ook hier geldt dat versterking en samenhang belangrijk zijn. Als onderdeel van de ontwikkeling van bestemmingen nemen we de investeringen in deze basisvoorzieningen direct mee. Alleen dan wordt de ontwikkeling van de bestemming een succes. Dit wordt nader toegelicht bij de pijler routestructuren.



Kaart met het vrijetijdsaanbod, erfgoed en landschappen in de provincie Groningen en Noord-Drenthe.

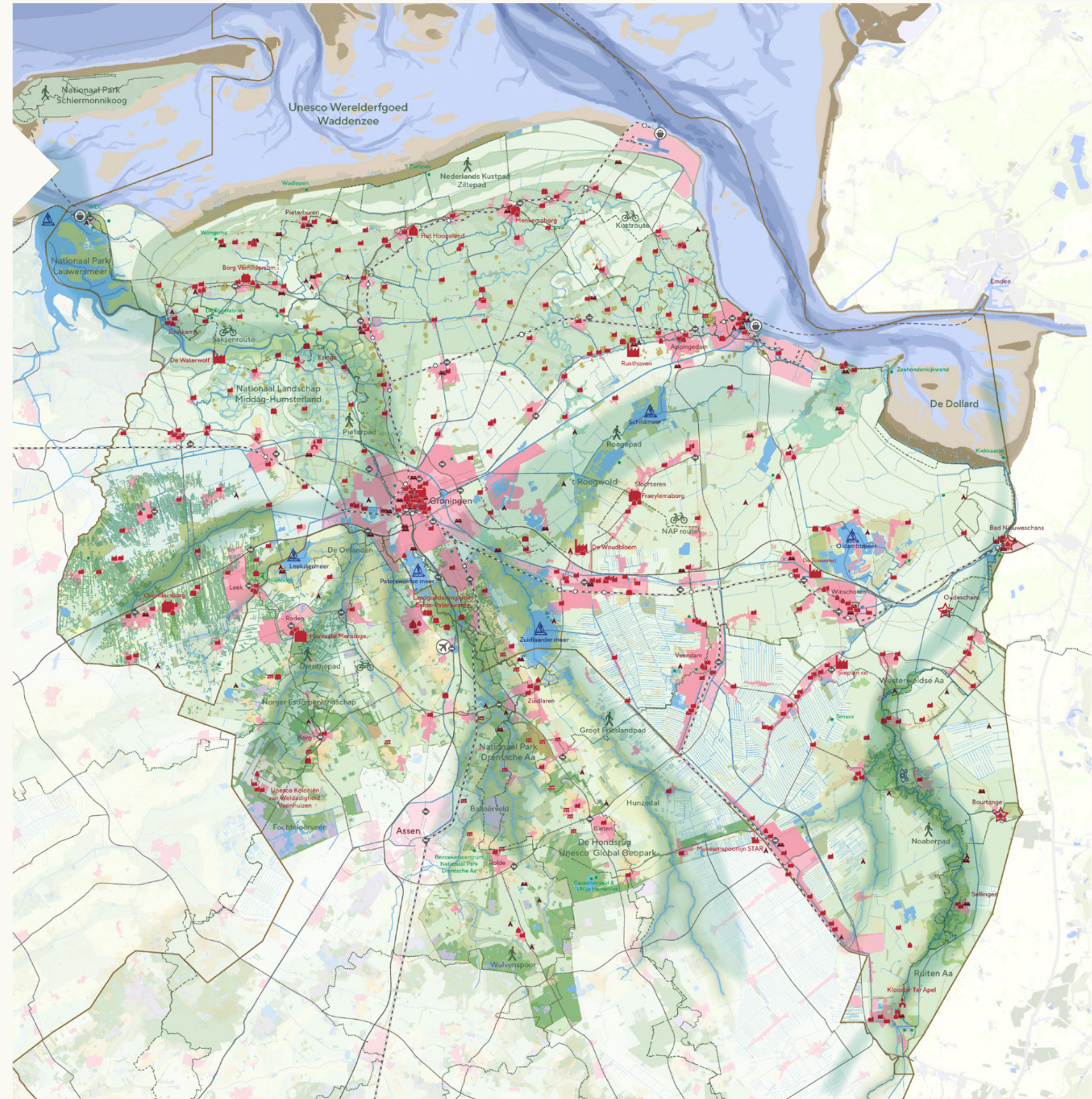
# Te verkennen bestemmingen

In deze gebieden gaan we de aanwezige kracht die er zit ondersteunen.

## Gebieden

- Stad Groningen en omgeving.
- Zuidelijk Westerkwartier met onder andere Nienoord.
- Wierdenland en Waddenkust met en met rijkdom aan wierden en erfgoed en met onder andere Delfzijl, Appingedam, Winsum, en Lauwersoog als belangrijke hotspots.
- Veenkoloniën.
- Oldambt.
- Westerwolde met de groen/ blauwe zone van Ruiten Aa en omgeving (incl. Bourtange) naar Waddenzee (gestippeld).
- Groen/blauwe zone van Unesco Hondsrug, Drentse Aa en Hunzedal tot Middag-Humsterland, Reitdiep naar Waddenzee (gestippeld).
- Centrale Woldgebied en Duurswold, met Damsterdiep en de Fivel als landschappelijke dragers.
- Groen/blauwe zone laagveengordel Groeningen incl. Zuidlaardermeer en Onlanden.

Deze gebiedsindeling sluit aan bij de landschapstypen zoals opgenomen in de kwaliteitsgids van de provincie Groningen en maakt de ruimtelijke en culturele samenhang inzichtelijk. Op de kaart zijn de landschappelijke verbindingen met Fryslân, Noord-Duitsland en Noord-Drenthe expliciet meegenomen. Ook zijn UNESCO Geopark de Hondsrug en UNESCO Werelderfgoed Waddenzee op de kaart vermeld. Daarnaast zijn bij de zuidelijke gebieden de overgangen naar Noord-Drenthe expliciet meegenomen, waarmee ook samenhang over de provinciegrens wordt versterkt.





|                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Doelstelling                                                                                                                                                                 | IN 2056 DRIE KEER ZOVEEL BEZOEKERS VERWELKOMEN,<br>DIE DUBBEL ZOVEEL UITGEVEN EN LANGER BLIJVEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Thema                                                                                                                                                                        | RUIMTE VOOR<br><b>RUST &amp; BEZINNING</b><br><br>Groningen biedt ruimte om tot rust te komen, tot bezinning te komen en jezelf en het erfgoed te herontdekken – in de stilte, de weidsheid en de duisternis van het landschap.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | RUIMTE VOOR<br><b>CREATIVITEIT &amp; INNOVATIE</b><br><br>Groningen geeft ruimte aan verbeelding, creativiteit en vooruitgang, een plek waar kunst, cultuur en innovatie samen nieuwe ideeën tot leven brengen.                                                                                                                                                                                                                                                                                             | RUIMTE VOOR<br><b>PURE PRODUCTEN &amp; VERHALEN</b><br><br>Groningen is gevormd door wat de bodem voortbrengt: mensen, bedrijven en ideeën die de wereld hebben veranderd. (zoals veen, graan, gas voedselproductie).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Voorbeelden</b><br>Top en Midden van de aanbodpiramide met grote aantrekkingskracht.<br><br><i>Ambitie reisbereidheid:</i><br><i>Top: 500 km</i><br><i>Midden: 200 km</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Langeafstandsroutes (thema: natuur/camino)</li> <li>Op unieke wijze toegankelijk en beleefbaarheid van: dark sky, rust, stilte en ruimte</li> <li>Bezoekerscentra met volwaardige horeca en informatievoorziening</li> <li>Thematisch herbestemmen van religieus erfgoed en borgen</li> <li>Museale- Borgen en landschappen opwaarderen</li> <li>Uitstekende randvoorwaarden (routes, voorzieningen, vervoer, informatievoorziening en horeca).</li> <li>Sportieve concepten gericht op het individu in het landschap</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Internationale culturele manifestatie,</li> <li>Spraakmakende AI- en kunstbelevingen</li> <li>Toonaangevende expressie in beeld, podium en muziek</li> <li>Ruimte voor nieuwe, spraakmakende muziek- kunst- en cultuurbelevingen</li> <li>Kunst in beeld (beeldentuin, routes, galleries, landschapskunst),</li> <li>Culturele Evenementen en festivals (op bijzondere locaties),</li> <li>Sportief aanbod</li> <li>Aanbod dat stad en ommeland verbindt.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aardbevingsverhaal, Industriegeschiedenis,</li> <li>Op unieke wijze toegankelijk en beleefbaarheid van: graan, gas, veen, industrie</li> <li>Smaakbelevingen van Groningse bodem</li> <li>Plekken en verblijven die het Groningse verhaal laten voelen</li> <li>Bijzondere plekken waar verleden en vernieuwing samenkomen</li> <li>Thematisch herbestemmen van Industrieel erfgoed en Huilende bruiden</li> <li>Agrarische beleving en ‘agriturismo’</li> <li>Verhaal van arbeid en landschap in de Veenkoloniën</li> <li>Gas- en energieverhalen vertaald naar bezoekersbeleving</li> </ul> |
| <b>Verblijf</b><br><i>Ambitie: 2000 extra bedden</i>                                                                                                                         | Bijzondere (concept/ontwerp/locatie) verblijfsaccommodaties (campings, camperplaatsen, vakantieparken, hotels en kleinschalige ontwikkelingen) met link aan thema.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Generiek aanbod (oa.)</b>                                                                                                                                                 | <b>Dagrecreatie:</b> erfgoed, horeca, musea, retail, evenementen.<br><b>Verblijfsrecreatie:</b> campings, vakantieparken, hotels, B&B's.<br><b>Routenetwerken:</b> wandel, fiets, vaar, hippisch.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Deelprogramma's</b>                                                                                                                                                       | Erfgoed, nieuwe ferryverbindingen toeristisch verzilveren, (inter) nationale manifestaties en evenementen, zakelijke markt, Ondernemerschap, Onderwijs & Arbeidsmarkt, Routenetwerken, Marketing & Promotie, Monitoring & Evaluatie, Organiserend Vermogen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |



# 6 BESTEMMINGS- MANAGEMENT

---

- Ondernemerschap
- Onderwijs & Arbeidsmarkt
- Routenetwerken
- Marketing & Promotie
- Monitoring & Evaluatie
- Deelprogramma's





# Deelprogramma's

Hoewel het model voor bestemmingsmanagement zich richt op regie, positionering en het afstemmen van vraag en aanbod, vraagt de situatie in Groningen om een bredere invulling van bestemmingsontwikkeling. In deze regio is de inhaalslag op het gebied van voorzieningen, bereikbaarheid en ondernemerschap zó groot, dat onderdelen als ondernemerschap, onderwijs en arbeidsmarkt, marketing en promotie, routenetwerken, monitoring en evaluatie, erfgoed, ferryverbinding, evenementen en zakelijke markt als volwaardige deelprogramma's zijn opgenomen. Ze zijn essentieel om het aanbod daadwerkelijk te kunnen ontwikkelen, te ontsluiten en te laten functioneren. Zonder deze bouwstenen is het niet mogelijk om de gewenste kwaliteit, spreiding en impact van het vrijetijdsaanbod te realiseren.



# Deelprogramma: Ondernemerschap

---

Het succes van dit ontwikkelprogramma begint bij de mensen die het doen: de ondernemers. Door ondernemerschap actief te stimuleren binnen bestemmingsontwikkeling, ontstaan er kansen voor lokale initiatieven, werkgelegenheid en innovatieve invullingen van bestemmingen.

Veel bedrijven zijn klein en traditioneel. Budgetten en capaciteit sluiten niet altijd aan bij de ambities voor de toekomst. Er is geld beschikbaar voor nieuwe projecten, maar te weinig steun voor de opstartfase. En regels en beleid zijn niet altijd duidelijk.

De grootste kansen liggen in vernieuwing. Jonge en vernieuwende ondernemers kunnen inspelen op nieuwe trends. Samenwerking met andere sectoren biedt kansen voor nieuwe vormen van toerisme, zoals agrotourisme. Duurzaam ondernemen met korte ketens versterkt de lokale economie. Verder zetten we ook in op ondernemen op een manier die de ruimtelijke kwaliteit van een gebied verbetert.





## Ambitie en plannen Ondernemerschap

Een toekomstbestendige vrijetijdssector met duurzame bedrijfsmodellen en goede samenwerking.



### STERK VRIJETIJD- ONDERNEMERSCHAP

We verbeteren de kwaliteit van het ondernemerschap met gerichte programma's en betere ondersteuning.

- Economisch programma MKB-vrijetijdssector
- Activatieprogramma en loket voor vragen
- Recreatie-expertteam: maatwerktraject met externe expertise
- Innovatielabs en programma voor nieuwe vormen van toerisme



### JONG EN VERNIEUWEND ONDERNEMERSCHAP

We geven jonge en vernieuwende ondernemers met nieuwe of experimentele plannen de kans om ideeën te ontwikkelen met begeleiding, ondersteuning en onderwijs.

- Experimenteerruimte/innovatie lab/ontwikkelplekken
- Ondernemerscoach: individuele begeleiding van jonge ondernemers
- Dragon's Den: podium voor innovatieve ideeën
- Extra aandacht voor start-ups en scale-ups
- Ondernemerschap in het onderwijs (zie deelprogramma Onderwijs & Arbeidsmarkt)



### ONDERNEMERSCHAP IN REGIONALE BESTEMMINGEN

We dragen bij aan de ontwikkeling van regionale bestemmingen door versterking van het vrijetijdsaanbod, door samenwerking te stimuleren en ondernemers te ondersteunen.

- Vrijetijdsmaakelaar per regio in nauwe samenwerking met gemeenten
- Procesbegeleiding bij vergunningen en regels
- Gebiedsgerichte programmering en thematische ontwikkelpaden



### DUURZAAM EN LOKAAL MET ECONOMISCHE SPIN-OFF

We zetten in op duurzaam ondernemen dat de lokale economie en de ruimtelijke kwaliteit van een gebied versterkt, bijvoorbeeld met korte ketens, natuurverbinding en maatschappelijk bewust toerisme.

- Korte ketens: van boer naar bord en streekproducten
- Stimuleringsproject duurzaamheid in energie, mobiliteit, circulariteit



# Deelprogramma: Onderwijs & Arbeidsmarkt

Onderwijs en arbeidsmarkt vormt een essentieel deelprogramma binnen de vrijetijdseconomie en bestemmingsontwikkeling, omdat goed onderwijs bijdraagt aan een duurzame sociaal- economische groei van gebieden en nauw aansluit bij de bredere economische agenda van de regio

De vrijetijdssector staat voor grote uitdagingen, zoals personeelstekorten en minder instroom van studenten. Daarom is het belangrijk om voldoende goed opgeleid personeel aan te trekken en te behouden.

Tegelijkertijd biedt de vrijetijdssector bij uitstek kansen voor nieuwe werkgelegenheid voor zij-instromers en onbenut arbeidspotentieel. Onderwijsinstellingen hebben veel ervaring met om- en bijscholing van deze doelgroepen en een goede samenwerking met het bedrijfsleven.

De plannen in de pijler Onderwijs & Arbeidsmarkt richten zich op een betere aansluiting tussen onderwijs (mbo, hbo en wo) en de vrijetijdssector. De gezamenlijke ambities van onderwijsinstellingen borduren voort op bestaande initiatieven zoals Generation Hospitality. Door verbeterde samenwerking tussen onderwijs, arbeidsmarkt en overheid ontstaat een krachtige driehoek. Daarmee spelen we in op thema's als digitalisering, verduurzaming en onderwijsvernieuwing. Zo binden we talent aan de regio, stimuleren we ondernemerschap en versterken we de vrijetijdssector.

## Arbeidsmarkt expliciet onderdeel van bestemmingsontwikkeling

Onderwijs en arbeidsmarkt verdienen een stevigere plek bij de ontwikkeling van bestemmingen, juist omdat hier nog veel te winnen is. Initiatieven zoals Generation Hospitality laten zien hoeveel energie er ontstaat als onderwijs, overheid en ondernemers samenwerken, maar zulke projecten zijn nu tijdelijk en krijgen niet vanzelfsprekend borging. Daarmee dreigen waardevolle kennis en samenwerkingen verloren te gaan zodra een subsidie afloopt. Voor andere sectoren, zoals voor techniek, gezondheid en landbouw, is die stap wél gezet: daar zorgen lectoraten, onderzoeksprogramma's en opleidingen voor continuïteit en innovatie.

Om de ambities van de *Economische- en Sociale Agenda van Nij Begun* en dit ontwikkelprogramma waar te maken, moet de vrijetijdseconomie dit voorbeeld volgen. Alleen met structurele samenwerking in het onderwijs, praktijkgericht onderzoek en duidelijke leerlijnen kan de sector uitgroeien tot een volwaardige economische pijler. Dit is nodig om personeelstekorten te verkleinen, kwaliteit en vakmanschap te vergroten en om jongeren en zij-instromers perspectief te bieden op een duurzame loopbaan in de vrijetijdseconomie.



## Ambitie en plannen Onderwijs & Arbeidsmarkt

Een bijdrage leveren aan een toekomstbestendige vrijetijdseconomie door nauwe samenwerking tussen onderwijs, arbeidsmarkt en overheid.



### SAMENWERKING & INNOVATIE

Een gezamenlijk expertisecentrum verbindt onderwijs, arbeidsmarkt en overheid. Het centrum richt zich op vraagstukken uit de sector, onderzoek en monitoring, waarvan de resultaten direct gebruikt worden in het werkveld en voor beleidsontwikkeling. De vakgroep met een practor (mbo), lector (hbo) en hoogleraar (wo) richt zich op naar onderwijsinnovatie, digitalisering en de effecten van de vrijetijdssector op de Brede Welvaart.



### VOLDOENDE EN KWALITATIEF GOED PERSONEEL

Met modulaire en deeltijdopleidingen en bijscholing wordt onderwijs flexibeler en toegankelijker voor zij-instromers en professionals. Er komen laagdrempelige opleidingen en samen met de arbeidsmarkt wordt gewerkt aan een beter imago van de vrijetijdssector en meer instroom van studenten.



### VERNIEUWEND EN EXPERIMENTEEL ONDERNEMERSCHAP

Het programma *Jong Ondernemerschap* stimuleert studenten om ondernemende vaardigheden te ontwikkelen en eigen initiatieven te starten. Studenten maken vroegtijdig kennis met ondernemen en worden in contact gebracht met ondernemers uit de regio. Zo worden studenten geïnspireerd en gefaciliteerd bij hun ondernemersplannen. Met onderwijs, praktijkervaring, coaching en samenwerking met ondernemers wordt ondernemerschap structureel in het onderwijs opgenomen.



# Deelprogramma: Routenetwerken

Routenetwerken leggen de verbinding tussen meerdere recreatieve voorzieningen en bezienswaardigheden. Ze maken het vrijetijdsaanbod bereikbaar en met elkaar verbonden. Dit omvat fietsen, wandelen, varen, paardrijden en toertochten per auto of motor. Ook campertoerisme biedt kansen. Goede routenetwerken en de onderliggende infrastructuur zijn de ruggengraat van het recreatief aanbod in de provincie Groningen.

Groningen heeft unieke kwaliteiten. Toch scoort de provincie laag als fiets- en wandelbestemming. Er zijn te weinig exclusieve fietspaden en onverharde wandelpaden en de knooppuntennetwerken en de informatievoorziening zijn grotendeels verouderd. Ook het vaarnetwerk biedt veel potentie, maar vraagt om betere basisvoorzieningen. Belangrijke eerste stappen zijn het vernieuwen van bewegwijzering en het investeren in infrastructuur en aantrekkelijke (inter)nationale en regionale routes. Het beheer en onderhoud van zowel de bewegwijzering als de infrastructuur moet in samenwerking met gemeenten worden ingericht. Door cultuur, natuur of lokale verhalen toe te voegen, groeit de aantrekkingskracht. Herkenbare startpunten (TOP's), rustpunten, horeca, parkeervoorzieningen en uitnodigende openbare ruimte maken het aanbod nog beter.

De totale capaciteit voor het beheer en onderhoud van onze routenetwerken en recreatieve infrastructuur voor wandelen, fietsen en varen gaan we structureel vergroten en toekomstbestendiger maken. De opties hiervoor werken we komende tijd uit. Door middelen en expertise te bundelen, wordt de kwaliteit en toegankelijkheid van voorzieningen gewaarborgd.





## Ambitie en plannen Routenetwerken

Bewoners en bezoekers optimaal van Groningen laten genieten met goede routenetwerken en infrastructuur voor wandelen, fietsen en varen die ook nog eens op elkaar aansluiten. Met unieke projecten zetten we Groningen op de kaart met beleefbare natuur en unieke ervaringen. We verkennen hoe we de samenwerking rond beheer, onderhoud en ontwikkeling van de routenetwerken nog beter kunnen organiseren en welke lessen we kunnen trekken uit de aanpak hiervoor in provincies als Fryslân en Drenthe. Ook kijken we naar hoe we in de volle breedte nieuwe, unieke belevingen kunnen toevoegen aan routenetwerken die het aanbod onderscheidend maken.



### WANDELEN

Om het gebruik van de wandelvoorzieningen te stimuleren en nieuwe recreatieve wandelaars aan te trekken, moet het aanbod geoptimaliseerd worden.

- Wandelknooppuntennetwerk optimaliseren en verfijnen in specifieke gebieden.
- Nieuwe wandelpaden toevoegen (door natuur, boerenland, historische paden)
- Voorzieningen langs de routes plaatsen
- Streekpad ontwikkelen
- Aanbod presenteren op hernieuwde website [routesingroningen.nl](https://routesingroningen.nl)



### RECREATIEF FIETSEN

Vernieuwen van fietsknooppunten, aanleg van recreatieve fietspaden en betere voorzieningen langs het netwerk.

- Fietsknooppuntennetwerk in Groningen optimaliseren
- Infrastructuur verbeteren in en tussen toeristische ecosystemen
- Voorzieningen realiseren om te pauzeren, schuilen, opladen, fietsonderhoud, parkeren langs de routes
- Routeaanbod sportieve fietsers (wielrenners, MTB en gravel) verbeteren
- Aanbod presenteren op nieuwe website [routesingroningen.nl](https://routesingroningen.nl)



### STARTPUNTEN EN INFORMATIEVOORZIENING

Herkenbare Toeristische Overstappunten (TOP's) en een uniforme, kwalitatieve informatievoorziening voor een betere bezoekerservaring, zowel online als fysiek.

- Aanpak uniforme en actuele (digitale) gastvrije informatievoorziening Groningen
- Provinciale verbeterlag en uitrol Toeristische Overstap Punten (TOP's)



### WATERRECREATIE

De basis moet op orde worden gemaakt: aanpak van bruggen, sluizen, vaardieptes en -breedtes, aanlegsteigers en informatievoorziening voor een toegankelijk vaarnetwerk. Daarbij benutten we meren en waterwegen als dragers voor landschapsbeleving en recreatieve ontwikkelingen.

- Nieuwe vaarmogelijkheden voor kano's en sloepen en het maken van vaarcircuits
- Verbinden van waterrijke gebieden in combinatie met wandelen en fietsen langs het water
- Bruggen en sluizen gebruiksvriendelijk maken
- Laadpunten en voorzieningen voor sloepen
- Monitoring met camera's



# Deelprogramma: Marketing & Promotie

Een sterke vrijetijdseconomie vraagt om effectieve vraagsturing en zichtbaarheid. Met Marketing en Promotie vergroten we de zichtbaarheid en aantrekkingskracht van Groningen voor recreatie, toerisme en zakelijke bezoekers. Door het veelzijdige aanbod beter te presenteren, ontdekken inwoners en bezoekers meer van de provincie en versterken we het imago.

Hoewel er al flinke stappen zijn gezet, blijft de naamsbekendheid van Groningen achter. Eén op de vier Nederlanders weet niet wat de provincie te bieden heeft en 31% vindt Groningen aantrekkelijker als het aanbod bekender wordt. De uitdaging is daarom een krachtig en herkenbaar profiel te ontwikkelen, zowel nationaal als internationaal. De basis is er: een sterk visueel merk en een groeiende samenwerking tussen stad en provincie. Door hierin verder te investeren kan Groningen zich profileren als verrassende, eigenzinnige en innovatieve bestemming. Digitalisering helpt om doelgroepen effectiever te bereiken en Groningen neer te zetten als vooruitstrevende regio.

Ook de zakelijke markt biedt kansen. Met een gerichte aanpak op evenementen en congressen kan Groningen zich ontwikkelen tot een aantrekkelijke bestemming voor zowel toeristisch als zakelijk bezoek.





## Ambitie en plannen Marketing & Promotie

Groningen ontwikkelt zich de komende tien jaar tot een toonaangevende vrijetijdsbestemming. Met marketing, promotie, digitale middelen en samenwerkingen vergroten we (inter)nationale zichtbaarheid en aantrekkingskracht. Dit versterkt het imago van Groningen als verrassende en aantrekkelijke bestemming. De succesvolle samenwerking tussen de regiomarketingorganisaties en Marketing Groningen is de basis voor dit deelprogramma.



### STERK PROFIEL & POSITIONERING

We profileren Groningen nationaal en internationaal als onderscheidende vrijetijds- en zakelijke bestemming met een veelzijdige marketingstrategie.

- Meerjarige campagne met jaarlijkse evaluatie
- Jaarlijkse publicaties
- Spraakmakende marketingacties
- Co-branded campagnes en transmedia storytelling
- Positioneren als top 5 congresbestemming van Nederland



### DIGITALISERING & INNOVATIE

Groningen wordt digitale voorloper in de Nederlandse DMO (Destinatie Management Organisatie)-sector, met technologie die bezoekers een interactieve en persoonlijke gepersonaliseerde ervaring biedt.

- Digitale innovator aanstellen
- Strategie voor AI-vindbaarheid en AI-functies op Visit Groningen
- Digitale belevingen op toeristische locaties
- Ondersteuningstraject voor ondernemers



### BEKENDHEID TOERISTISCH AANBOD

Het actuele aanbod wordt nationaal en internationaal breed bekend, dankzij krachtige en zichtbare marketing. We vergroten de zichtbaarheid door pers, influencers en reisbranche actief te betrekken.

- Thematische persreizen
- Influencer campagnes
- Sales- & famtrips
- Deelname aan Europese beurzen
- Uitbreiding reispakketten via touroperators
- Focus op zakelijke bezoekers



### KLANTREIS & INFORMATIEVOORZIENING

We realiseren een naadloze klantreis met eenduidige merkbeleving. Dit wordt ondersteund door fysieke en digitale informatiepunten en getrainde ondernemers. We zorgen voor een consistente merkbeleving met heldere en meertalige informatie middels samenwerking met betrokken partijen. Dit moet leiden tot een hogere gastwaardering (gemiddeld  $\geq 8,0$  in metingen).

- Uniforme bebording op toeristische punten
- Trainingen over gastvrijheid en merkuitstraling
- Digitale en fysieke tools voor ondernemers
- Ondersteuning bij meertalige informatie
- Jaarlijkse optimalisatie op basis van data



# Deelprogramma: Monitoring & Evaluatie

Om de ontwikkeling van Groningen als bestemming te volgen, verzamelen en analyseren we data over de vrijetijdseconomie en kunnen we gericht sturen, witte vlekken signaleren en middelen effectiever inzetten. We richten ons hierbij op de kernindicatoren voor verblijfsbezoek, bestedingen, overnachtingen en imago en de relevante indicatoren voor Brede Welvaart. Door monitoring te verankeren in de uitvoering én beleidsontwikkeling, zorgen we voor een lerende aanpak die bijdraagt aan betere besluitvorming, transparantie en samenhang in de vrijetijdseconomie van Groningen. Samenwerking met de kennisinstellingen vindt plaats in een gezamenlijk expertisecentrum.

Als basis voor de monitoring en evaluatie gebruiken we bronnen van CBS- en Eurostat data, en onderzoeken en datasets van NBTC, Wandelnet, Fietsplatform, Touripedia, lokale onderzoeken en panelonderzoek. Op die manier volgen we niet alleen bezoekersaantallen en stromen, maar monitoren we ook ontwikkelingen in het vrijetijdsaanbod, vestigingen en werkgelegenheid. Ook monitoren we de behoeften van inwoners en potentiële bezoekers in de belangrijkste doelgroepen en houden we zicht op de impact op leefkwaliteit en andere relevante onderdelen van Brede Welvaart.

Monitoring en evaluatie vindt plaats op drie niveaus:

- Landelijke data tonen trends
- Provinciale data maken vergelijkingen binnen Groningen en buurprovincies mogelijk
- Gemeentelijke data ondersteunen lokaal beleid

Inzicht op gemeentelijk niveau zijn cruciaal voor gebiedsgerichte sturing en evaluatie.

Op landelijk en provinciaal niveau is veel bruikbare data beschikbaar via open bronnen en de Landelijke Data Alliantie. Op gemeentelijk niveau zijn deze data echter schaars en complex en kostbaar om te verzamelen. Onlangs deed Ginder (2025) een omvangrijk onderzoek binnen alle Groninger gemeenten. Dit is niet structureel. Lokale cijfers laten zien wat bezoekers motiveert, hoe zij hun verblijf waarderen en welke ontwikkelingen spelen. Er is een centrale, gerichte aanpak nodig, in samenwerking met kennisinstellingen, lokale organisaties en overheden.

## **Touripedia als innovatieve oplossing om vrijetijdsaanbod te monitoren en beter te ontsluiten**

Touripedia is een Groningse bottom-up initiatief dat toeristische aanbodddata verzamelt, structureert en toegankelijk maakt voor marketing, monitoring, beleidsontwikkeling en programmasturing. Touripedia is een tool die bestaande en nieuwe apps en websites kunnen gebruiken.

Ondernemers krijgen daarnaast inzicht in hun digitale zichtbaarheid, vindbaarheid in zoekmachines, websitekwaliteit en sociale media-activiteit. Touripedia bevindt zich nog in de ontwikkelfase en wordt bij succes mogelijk onderdeel van de nationale toeristische datastructuur die valt onder NBTC, met Groningen als pilot regio. De eerste resultaten zijn veelbelovend.



## Ambitie en plannen Monitoring & Evaluatie

Inzicht krijgen in data en een robuust en toekomstbestendig monitoringsprogramma ontwikkelen voor de vrijetijdseconomie in Groningen. De focus ligt op datagedreven werken middels effectmeting, beleidsbijsturing en het verbeteren van marketing.



### CENTRAAL GEORGANISEERDE EN DOELGERICHTE MONITORING

Door algemene monitoring centraal te organiseren en specifieke onderzoeken gericht in te zetten, worden kosten beheerst en data effectiever gebruikt. Dit voorkomt versnippering van data. Om centraal georganiseerde en doelgerichte monitoring structureel te realiseren schakelen we de hulp in van een onderzoekspartner.

- Opdracht aan onderzoekspartner voor beoordeling en verbetering monitoring
- Specifieke monitoring krijgt een plek binnen het bredere programma, inclusief nulmeting en het bepalen van de tussentijdse doelen.
- Projectmonitoring, zoals *Ruimte voor Vrijetijd*, wordt omgezet in uniforme dataverzameling
- Opzetten structurele aanpak voor monitoring op gemeentelijk niveau · Onderzoek naar gedeeld systeem voor administratief afhandelen toeristenbelasting
- Innovatieve oplossingen vanuit Touripedia maximaal benutten, in samenwerking met Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC).
- Data beschikbaar voor provincie en gemeenten.



### ONDERSTEUNING VIA EXPERTISECENTRUM KENNISINSTELLINGEN

Het nieuwe expertisecentrum (zie Onderwijs & Arbeidsmarkt) gaat actiegericht onderzoek doen naar thema's die relevant zijn voor de vrijetijdseconomie. Daarmee versterken we de kwaliteit van data en monitoring. We werken aan een openbaar dashboard om data toegankelijk te maken.



### SAMENWERKING MARKETINGORGANISATIES

Door samen met marketingorganisaties de databehoeften in kaart te brengen, kunnen we de vrijetijdseconomie beter ondersteunen en marketinginspanningen ontwikkelen, ondersteunen en volgen.

- Leefstijlsegmentatie implementeren in monitoring
- Frequentie verhogen van het toeristisch imago-onderzoek
- Data inzichtelijk maken voor marketingorganisaties



### AANSLUITING BIJ REGIONAAL ONDERZOEK

Door aan te sluiten bij regionaal onderzoek en de monitoringsinspanning in Friesland en Drenthe zetten we belangrijke stappen naar gezamenlijke dataverzameling voor Noord-Nederland.

- Aansluiting bij de monitoring van het Programma Gastheerschap Wadden met continu bezoekersonderzoek.
- Verkennen van andere mogelijkheden om aan te sluiten bij regionale initiatieven.



Hieronder volgen enkele kansrijke deelprogramma's die nog verder uitgewerkt worden.

## Deelprogramma: Erfgoed

Groningen beschikt over een rijk erfgoed: van monumentale boerderijen en borgen tot kerken, kloosters en industrieel vastgoed. Veel van deze locaties staan leeg of zijn onderbenut. Het deelprogramma Erfgoedherbestemming richt zich op het ontwikkelen van nieuwe functies voor deze gebouwen binnen de vrijetijdseconomie, zoals logies, belevingslocaties of culturele ontmoetingsplekken. Om dit programma goed op gang te krijgen is samenwerking nodig met erfgoedorganisaties, gemeenten, ontwikkelmaatschappijen en investeerders. Financiering kan komen uit verschillende nationale- Europese- en regionale bronnen, en via cofinanciering met private partijen.

## Deelprogramma: Nieuwe ferryverbindingen toeristisch verzilveren

Mogelijke nieuwe internationale ferryverbindingen bieden Groningen de kans om zich sterker te positioneren als kustbestemming en toegangspoort tot Noord-Nederland. Dit deelprogramma richt zich niet op de directe faciliteiten voor de ferry zelf, maar de ontwikkelkansen er omheen. Om zo te zorgen voor het optimaal benutten van deze verbindingen voor toerisme, recreatie en zakelijke bezoekers. Dit kan erin resulteren dat gebruikers van de veerverbindingen niet alleen door de provincie rijden, maar ook in de provincie verblijven. Om het programma te realiseren is afstemming nodig tussen havens, vervoerders, DMO's en internationale partners. Financiering kan komen uit private investeringen, Interreg, Europese mobiliteitsfondsen en provinciale investeringsmiddelen.



## Deelprogramma: (Inter) Nationale manifestaties en evenementen

Groningen heeft de ambitie om zich internationaal te profileren als regio met karakter. Een grootschalige culturele manifestatie of sportieve evenementen met internationale uitstraling dragen bij aan het vergroten van de bekendheid en het versterken van het profiel. Dit deelprogramma gaat hierover. Het behelst onder andere de organisatie van een grootschalige culturele manifestatie met (inter)nationale uitstraling, die kunst, erfgoed, landschap en innovatie verbindt. Het programma vraagt om een sterke inhoudelijke visie, een breed netwerk van culturele instellingen en internationale partners, en een meerjarige programmering. Financiering kan komen uit private fondsen, Europese cultuurprogramma's, sponsoring en regionale middelen.

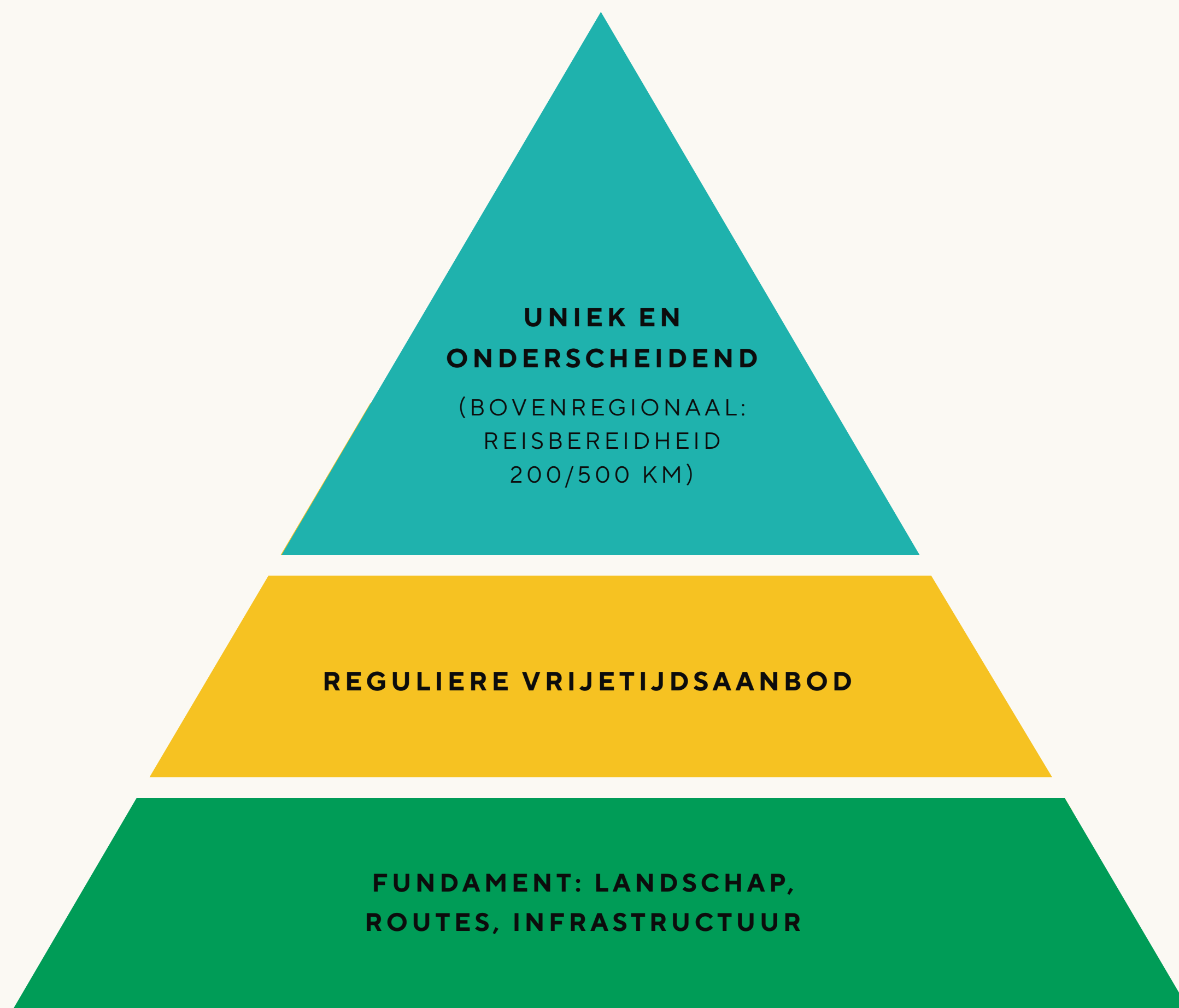
## Deelprogramma: Zakelijke markt

De zakelijke markt, met congressen, heisessies, werkverblijven en retraites, is een van de grootste groeikansen voor de vrijetijdseconomie van Groningen. Dit deelprogramma richt zich op het versterken van de faciliteiten, acquisitie en positionering van Groningen als congresregio. Belangrijke stappen zijn het opzetten van een professioneel congresbureau, het ontwikkelen van hoogwaardige locaties in stad en ommeland, en het verbinden van kennisinstellingen aan de vrijetijdseconomie. Financiering komt uit de *Economische Agenda*, gemeentelijke programma's en private investeringen. Organiserend vermogen ligt bij een samenwerkingsverband van Marketing Groningen, kennisinstellingen, gemeenten, ondernemers en de provincie.



# Bestemmingsontwikkeling

## REGIONALE BESTEMMINGEN



## DEELPROGRAMMA'S

|                                                  |
|--------------------------------------------------|
| Erfgoed                                          |
| Nieuwe ferryverbindingen toeristisch verzilveren |
| (Inter) nationale manifestaties en evenementen   |
| Zakelijke markt                                  |
| Marketing & Promotie                             |
| (Internationale) Evenementen                     |
| Ondernemerschap (MKB)                            |
| Routenetwerken                                   |
| Onderwijs & Arbeidsmarkt                         |
| Monitoring & Evaluatie                           |







DEEL 3

# HOEVOERENWE DITNUUIT?





# 7 HOE ORGANISEREN WE DIT?

---

- Organisatie van bestemmingsmanagement
- Randvoorwaarden
- Organogram





# Organisatie van bestemmingsmanagement

---

Om alle onderdelen van *Ruimte voor Vrijetijd* goed te kunnen uitvoeren, is een structuur nodig die samenwerking mogelijk maakt en gebiedsgericht kan werken aan bestemmingen. We denken aan een model dat aansluit bij de *Economische Agenda Nij Begun*, waarin overheid, ondernemers en kennisinstellingen samen optrekken.

In dit hoofdstuk beschrijven we de onderdelen die nodig zijn voor een krachtig organiserend vermogen: van regiegroepen en kernteams tot regionale uitvoeringsstructuren. De precieze vormgeving volgt later, in overleg met partners.

De organisatie van het bestemmingsmanagement binnen *Ruimte voor Vrijetijd* is complex en nog niet volledig uitgewerkt. Dat is logisch, gezien het grote aantal betrokken partijen, schaalniveaus en domeinen. Zoals het bestemmingsmanagementmodel beschrijft, gaat het om een proces met ‘multi-levels’, ‘multi-actoren’, ‘multi-doelen’ en ‘multi-contexten’. Voor effectieve sturing is daarom afstemming nodig tussen overheden, ondernemers, maatschappelijke organisaties en kennisinstellingen, zowel horizontaal (tussen regio’s en sectoren) als verticaal (tussen gemeenten, provincie en Rijk). Op basis van de gesprekken met stakeholders en de lessen uit de kansenkaart van Noord-Drenthe is goed in beeld wat er nodig is om dit organiserend vermogen vorm te geven.

## **Triple helix samenwerking**

Een belangrijk uitgangspunt is dat er geen nieuwe bestuurlijke laag wordt gecreëerd bovenop bestaande structuren en dat er in lijn met de uitgangspunten van de *Economische Agenda* samenwerking moet zijn tussen overheden (gemeenten, waterschappen, provincies en Rijk), onderwijs en bedrijfsleven. Gemeenten en provincie hebben vanuit hun reguliere verantwoordelijkheden een duidelijke rol en kunnen actief sturen op keuzes, prioriteiten en investeringen. Triple helix samenwerking is nodig op twee niveaus: rond specifieke bestemmingen en overkoepelend op provinciaal niveau.



### **Aansluiten bij bestaande governance-structuren**

Daarnaast is het van belang om helderheid te scheppen over de verhouding tussen het bestemmingsmanagement en de governance van de *Economische Agenda*. Aanvullend daarop kan een uitvoeringsmodel voor VTE-taken, vergelijkbaar met een recreatieschap zoals in Drenthe of een toeristische alliantie zoals in Fryslân kansen bieden voor gezamenlijke uitvoering van beleid.

De komende periode wordt gebruikt om deze organisatie verder vorm te geven, in afstemming met alle betrokken partijen. Hieronder een aantal functies die in ieder geval een plek moeten krijgen in het uiteindelijke besturingsmodel

### **Stuurgroep VTE: Uitgangspunten en aandachtspunten**

Op provinciaal niveau wordt binnen het programma *Ruimte voor Vrijetijd* een

**Stuurgroep VTE** ingericht: een breed gedragen gremium met vertegenwoordiging van overheid, onderwijs, ondernemers, TBO's en brancheorganisaties.

Dit borduurt voort op de strategiegroep en het overhedenoverleg uit de eerdere Baanbreker VTE fase. Deze Stuurgroep VTE is kaderstellend en speelt een centrale rol in het bewaken van de strategische doelen, het faciliteren van de ontwikkelingen in regionale bestemmingen, het bewaken van samenhang tussen de deelprogramma's, aansluiting op het reguliere VTE beleid van de provincie en gemeenten, samenwerking met waterschappen en het Rijk en het adviseren over de inzet van middelen op hoofdlijnen. De Stuurgroep geeft richting aan de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie, zonder bestaande uitvoeringsorganisaties te vervangen. Dit zorgt voor efficiënte uitvoering, versterkt draagvlak en voorkomt versnippering.

Belangrijke rol van de stuurgroep is het toetsen aan de acht **uitgangspunten** van het ontwikkelprogramma: (1) een integraal gevulde aanbodpiramide voor een regionale bestemming; (2) een gebied met samenhangend vrijetijdsaanbod en verhaal dat aansluit bij de gekozen thema's en doelgroepen; (3) aantoonbare bijdrage aan Brede Welvaart; (4) bijdrage aan aantrekkelijke omgeving; (5) samenwerking tussen verschillende organisaties; (6) bovenregionale aantrekkingskracht; (7) gezonde en duurzame exploitatie; (8) betrokkenheid van de beste regionale en/of (inter)Nationale experts. Aanvullend zijn er vijf **aandachtspunten** waarvan de stuurgroep toetst of deze voldoende zijn meegenomen bij de uitwerking van plannen: (1) de link met Noord-Drenthe, Fryslân, of Noord-Duitsland; (2) routestructuren / netwerken / waterrecreatie; (3) openbare voorzieningen (informatievoorziening, toiletten, parkeren, bereikbaarheid) etc.; (4) ruimtelijke kaders, duurzaamheid, natuurregels; (5) ruimte voor een nieuwe generatie ondernemers en initiatiefnemers.

Hoewel de Stuurgroep geen formele zeggenschap heeft over middelen, speelt zij een belangrijke rol in het verbinden van inhoudelijke ambities aan beschikbare fondsen. Besluitvorming over financiering verschilt per financieringsbron. De Stuurgroep adviseert over deze inzet en maakt het mede mogelijk dat het Kernteam VTE voldoende bezetting en middelen heeft om voorstellen te maken en de uitvoering te ondersteunen. De uitwerking en uitvoering van projecten ligt bij de Regionale VTE Werkgroepen, die indien nodig ondersteuning krijgen vanuit het Kernteam.

Deze opzet zorgt voor een robuuste, flexibele en gebiedsgerichte structuur waarin strategie, uitvoering en regionale ontwikkeling samenkomen. De Stuurgroep VTE draagt bij aan een gezamenlijke visie en strategie, stimuleert vernieuwing, biedt continuïteit op de lange termijn en versterkt de samenwerking tussen publieke en private partijen in de vrijetijdseconomie van Groningen.



### **Kernteam VTE**

Direct onder de Stuurgroep VTE wordt het **Kernteam VTE** ingericht. Dit team is verantwoordelijk voor de uitvoering van het ontwikkelprogramma *Ruimte voor Vrijetijd*. De focus ligt op het behalen van de programmadoelstellingen, het bewaken van de uitgangspunten en aandachtspunten, het coördineren van financiering en het verzorgen van monitoring van de voortgang. Het Kernteam vormt de verbindende schakel tussen strategie en uitvoering, adviseert de stuurgroep en faciliteert Regionale VTE Werkgroepen bij het realiseren van projecten. Dit gebeurt onder andere door het bieden van inhoudelijk advies, het afstemmen met de verschillende deelprogramma's, het verbinden van initiatiefnemers aan relevante partners en het begeleiden bij het vinden van (co)financiering. Hierbij onderhoudt het Kernteam op programmaniveau contact met partners in Drenthe, Fryslân en Noord-Duitsland, en met landelijke organisaties (zoals NBTC) en ministeries, en bereidt het waar nodig samenwerkingsvoorstellen voor ten behoeve van besluitvorming in de Stuurgroep.

Een belangrijke taak van het Kernteam is het waarborgen van de kwaliteit en samenhang van de uitvoering, zowel provinciebreed als gebiedsgericht. Daarbij wordt geïnvesteerd op een manier die bijdraagt aan Brede Welvaart en maximaal bijdraagt aan de doelstellingen.

Het Kernteam bestaat uit een compacte, slagvaardige groep professionals waarin expertise vanuit verschillende partners (inclusief overheid) aan tafel zit. Deze opzet zorgt voor een flexibele structuur waarin strategie, uitvoering en regionale ontwikkeling samenkomen.





### **Regionale VTE Werkgroepen**

Op gebiedsniveau vormen de Regionale VTE Werkgroepen de uitvoerende kern van het programma *Ruimte voor Vrijetijd*. Deze teams bereiden de ontwikkeling van regionale bestemmingen voor in quadruple-helix samenwerking. Gemeenten vervullen hierin een actieve rol: zij zijn verantwoordelijk voor het lokaal verankeren van ambities, het verbinden van beleid aan uitvoering en het bewaken van de samenhang met andere ruimtelijke en economische opgaven. De werkgroepen zorgen voor bestuurlijk draagvlak door afstemming met de colleges van gemeenten en andere voor relevante bestuurlijke gremia bij de uitwerking van plannen voor regionale bestemmingen.

Wat regionale teams zelf niet kunnen regelen, kunnen we centraal organiseren, bijvoorbeeld in een gezamenlijke pool van experts. De vrijetijdsmaakelaars hebben een aanjagende en verbindende functie voor initiatieven. De precieze invulling van de teams is maatwerk en sluit aan bij bestaande gebiedsprocessen, zoals het programma *Toekomst Landelijk Gebied*.

De Regionale VTE Werkgroepen ontwikkelen lokale strategieën, voeren (deel)projecten uit en bewaken de voortgang en afstemming tussen partners. Initiatiefnemers uit de regio, zoals ondernemers, ontwerpers en exploitanten, worden hier actief bij betrokken. Zij kennen de lokale context en zorgen voor draagvlak en verankering. Tegelijkertijd worden externe partijen niet uitgesloten: een frisse blik en investeringskracht van buiten kunnen juist bijdragen aan iconische ontwikkelingen, mits deze passen binnen het ontwikkelprogramma en bijdragen aan Brede Welvaart.

De rollen van de Regionale VTE Werkgroepen omvatten onder andere:

- Het aanjagen van visionaire gebiedsontwikkeling;
- Het detecteren van kansrijke ontwikkellocaties;
- Het opstellen van randvoorwaarden en het organiseren van marktconsultaties;
- Het actief werven van investeerders; .

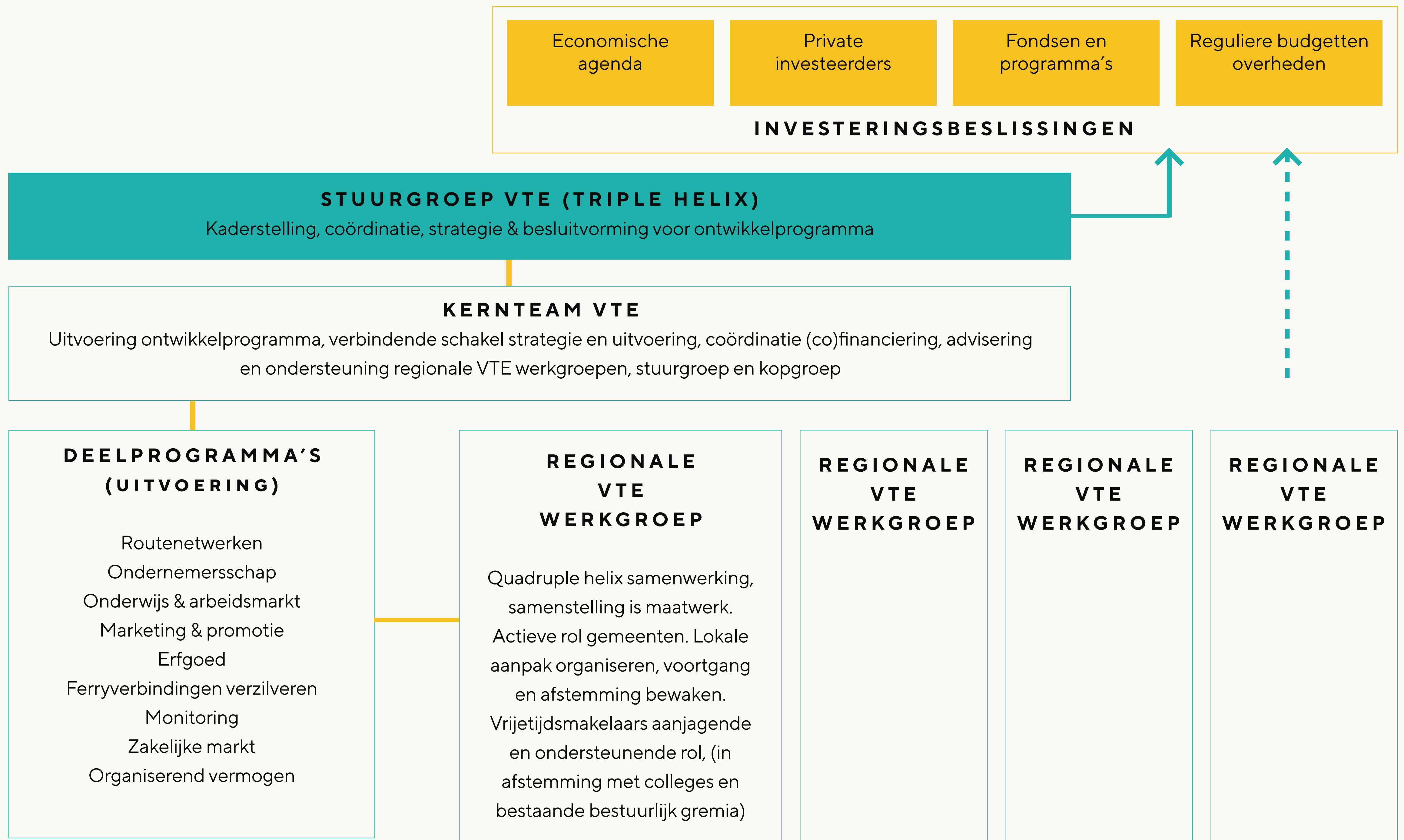
Tot slot wordt erkend dat gebiedsontwikkeling tijd kost. Niet elk initiatief slaagt in één keer. Daarom hanteren de Regionale VTE Werkgroepen een lerende aanpak, waarin ruimte is voor experiment, bijstelling en doorontwikkeling.



### **Participatie van inwoners bij bestemmingsontwikkeling**

Een toekomstbestendige vrijetijdseconomie vraagt om actieve betrokkenheid van inwoners bij de ontwikkeling van regionale bestemmingen. Inwoners kennen hun omgeving als geen ander en kunnen waardevolle ideeën, verhalen en initiatieven aandragen die bijdragen aan de identiteit, aantrekkelijkheid en draagkracht van een gebied. Binnen het ontwikkelprogramma Ruimte voor Vrijetijd wordt participatie daarom niet gezien als randvoorwaarde, maar als een essentieel onderdeel van gebiedsontwikkeling waar inwoners al bij aanvang betrokken worden (quadrupte helix samenwerking). In diverse gemeenten vindt dit al plaats, bijvoorbeeld via de gebiedsprocessen van het *Toekomst Landelijk Gebied*, de verschillende onderdelen van *Nationaal Programma Groningen (NPG)* zoals bijvoorbeeld met initiatieven binnen de Landschapswerkplaats, waarin bewoners meedenken over recreatieve functies en natuurbeleving. Ook bij de ontwikkeling van regiocentra wordt participatie ingezet. Gemeenten spelen hierin een sleutelrol door bewonersinitiatieven te faciliteren en te verbinden met het bredere programma. Zo zorgen we ervoor dat bestemmingen niet alleen aantrekkelijk zijn voor bezoekers, maar ook gedragen worden door de lokale bevolking.







# Randvoorwaarden

---

Een succesvolle uitvoering van het programma *Ruimte voor Vrijetijd* vraagt om een stevige basis van randvoorwaarden. Op basis van de inzichten uit de kansenkaart van Noord-Drenthe, de praktijkervaringen in Groningen en de input van gemeenten en partners, is een aantal uitgangspunten geformuleerd. Deze vormen samen het fundament onder een robuuste, flexibele en gebiedsgerichte uitvoeringsstructuur.

## **Inhoud leidend, flexibiliteit cruciaal**

De uitvoering moet strategisch én praktisch zijn: gericht op het realiseren van concrete projecten die bijdragen aan Brede Welvaart. Inhoud is leidend, maar snelheid en flexibiliteit zijn cruciaal om kansen te verzilveren. Dit vraagt om een lerende aanpak waarin ruimte is voor experiment, bijstelling en doorontwikkeling. Niet elk initiatief slaagt in één keer, maar door te blijven investeren in visie, kwaliteit en samenwerking ontstaat duurzame impact.

## **Gebiedsgericht investeren en actief grondbeleid**

Publieke investeringen moeten gericht zijn op gebiedsontwikkeling over bestuurlijke grenzen heen. Bovendien moet er volgens de Noord-Drentse kansenkaart ruimte zijn voor het verwerven en doorontwikkelen van strategische locaties en erfgoedobjecten die geschikt zijn voor een vrijetijdsfunctie. Actief grondbeleid is hierbij noodzakelijk, zodat kansrijke plekken beschikbaar komen voor recreatieve en toeristische ontwikkeling.

## **Planologische duidelijkheid en procesmanagement**

Private investeerders zijn onmisbaar voor het realiseren van ondernemersprojecten. Zij vragen om planologische duidelijkheid aan de voorkant. Te veel onzekerheid schrikt af. Daarom is het van belang om vroegtijdig helderheid te bieden over ruimtelijke kaders en procedures, zodat risico's beheersbaar blijven en investeringsbereidheid toeneemt. Een ontwikkelorganisatie kan hierin een centrale rol spelen: het begeleiden van initiatieven van visie tot uitvoering, het organiseren van marktconsultaties, het opstellen van randvoorwaarden en het beoordelen van projecten.

## **Afstemming met gemeenten en schaalgrootte**

Marktpartijen ervaren belemmeringen door langdurige procedures, onduidelijke bestemmingsplannen en trage besluitvorming. Daarom is betere afstemming met gemeenten essentieel. Gemeenten moeten actief kunnen sturen op ambities, gewenste ontwikkelingen en gebiedsgerichte aanpakken. Dit vraagt om duidelijke kaders in omgevingsvisies, flexibiliteit in beleid en snelle duidelijkheid over wat wel en niet kan. Ook schaalgrootte speelt een rol: investeerders zoeken projecten met voldoende volume in bedden, locaties of bezoekersaantallen om rendabel te zijn.



### **Nieuwe vormen van financiering en ondersteuning**

Nu structurele subsidies schaarser worden, groeit de interesse in nieuwe financieringsvormen, zoals revolverende fondsen, publiek-private regelingen en bijdragen van lokale bedrijven of families die iets willen nalaten aan hun streek. Ook landelijke en Europese fondsen kunnen veel kansen bieden. Door deze financiering te koppelen aan betekenisvolle thema's, ontstaan breed gedragen initiatieven met blijvende waarde. Tegelijk is ondersteuning op verschillende niveaus nodig bij het vinden van financiering en het navigeren binnen overheden. Ondernemers en maatschappelijke organisaties hebben behoefte aan hulp bij het doorgronden van subsidieregelingen, het opstellen van plannen en het vinden van de juiste contactpersonen. Een goed georganiseerd ondersteuningsnetwerk, via het Kernteam VTE en Regionale VTE Werkgroepen, helpt om dit echt van de grond te krijgen.

### **Bereikbaarheid als basisvoorwaarde**

Tot slot is bereikbaarheid een randvoorwaarde die steeds terugkomt. Zonder goede ontsluiting: te voet, per fiets, met het OV, deelmobiliteit, privéauto én online, is het moeilijk om bezoekers en investeerders te verleiden. Bereikbaarheid moet daarom integraal worden meegenomen in de uitvoering, zowel fysiek als digitaal, zodat de vrijetijdseconomie toegankelijk en vindbaar is voor iedereen.

### **Faciliteiten en organisatie**

Om deze randvoorwaarden te realiseren, werken we aan de inrichting van de organisatie en ondersteunende structuren en zetten we in op het versterken van het organiserend vermogen van de sector. Concreet gaat het om:

- Het opzetten van een programmaorganisatie en Regionale VTE werkgroepen;
- Het ontwikkelen van een investeringsstructuur met leningen, deelnemingen en strategisch vastgoed, met aandacht voor erfgoed en onrendabele top;
- Het bieden van ondersteuning bij projectaanvragen en vooronderzoeken in de gebieden;
- Het activeren en begeleiden van nieuwe ondernemers die bijdragen aan het profiel, de kwaliteit en het draagvlak van het programma;
- Het starten met uitvoering op kansrijke locaties, eventueel met tijdelijke invulling.

Zo zorgen we ervoor dat ideeën niet blijven hangen in plannen, maar zichtbaar worden in concrete plekken, projecten en investeringen. Alleen met deze randvoorwaarden op orde kan *Ruimte voor Vrijetijd* uitgroeien tot een toekomstbestendig programma dat bijdraagt aan in Groningen.



# 8 INVESTERINGS- AMBITIE

---

- Investeringsraming en Financiële toelichting
- Mogelijke financiëringsbronnen
- Vervolgstappen
- Bronnen en bijeenkomsten



# Investeringsambitie en Financiële toelichting

---

Het ontwikkelprogramma *Ruimte voor Vrijetijd 2026–2056* schetst een ambitieus traject om Groningen te ontwikkelen tot een toonaangevende vrijetijdsbestemming. De bijbehorende investeringsambitie biedt inzicht in de financiële omvang en verdeling van de benodigde middelen om deze transitie mogelijk te maken. Het betreft ramingen, bedoeld als richtinggevend kader. De raming is nadrukkelijk geen vaststaand investeringsprogramma, aangezien de volledige dekking nog niet is gerealiseerd en diverse onderdelen afhankelijk zijn van externe financiering, nadere uitwerking en bestuurlijke besluitvorming. De samenwerkingspartners zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor cofinanciering, maar het resultaat of inspanningen hiervoor zijn niet afdwingbaar.

De totale geraamde investering bedraagt ruim 1 miljard euro over een periode van tien jaar. Dit omvat onder meer de realisatie van vijf grote publiekstrekkers, tien middelgrote publiekstrekkers en beperkte investeringen in routestructuren zoals wandelen, fietsen en varen.





Het vermelden waard is dat voor infrastructuur, vaarwegen en werken in het landelijk gebied slechts beperkt budget is opgenomen in de investeringsambitie. Dit is geen onderschatting van het belang van deze onderdelen, maar een gevolg van het feit dat dergelijke investeringen vaak gepaard gaan met zeer hoge kosten en complexe uitvoeringsprocessen. Voorbeelden uit het verleden, zoals de twee polders in het zuidelijk Westerkwartier, laten zien dat dergelijke projecten al snel tientallen miljoenen euro's vergen, terwijl de recreatieve invulling relatief beperkt blijft. Binnen het programma *Toekomst Landelijk Gebied* (TLG) zijn voor Groningen eerder investeringen geraamd die oplopen tot honderden miljoenen euro's, afhankelijk van de omvang en aard van de ingrepen. Deze schaal en complexiteit vallen buiten de scope van dit ontwikkelprogramma, die zich primair richt op toeristisch aanbod en sectorversterking. De verwachting is dat infrastructuur en gebiedsontwikkeling in het landelijk gebied via andere programma's en fondsen worden gefinancierd, waarbij afstemming met de VTE-agenda uiteraard essentieel blijft.

De financiering van de investeringen in deze agenda is gebaseerd op een mix van bronnen. Een deel van de dekking is al gereserveerd, zoals 200 miljoen euro uit de *Economische Agenda* en 25 miljoen euro uit het NPG Provinciaal budget. Voor andere onderdelen wordt dekking gezocht via reguliere overheidsbudgetten, lopende programma's met raakvlakken zoals Toukomst en het Waddenfondsen cofinanciering uit Europese, nationale en particuliere fondsen. Deze laatste categorie is nog onzeker en afhankelijk van projectuitwerking en de voorwaarden van de betreffende fondsen. Ook samenwerking met onderdelen van de sociale agenda is een mogelijkheid.

Voor onderdelen zoals waterrecreatie zijn de investeringen nog niet volledig uitgewerkt.

Veel initiatieven bevinden zich nog in de verkenningsfase. Ook de relatie tussen dit ontwikkelprogramma en andere beleidsagenda's, zoals de *Economische Agenda* en de *Sociale Agenda*, wordt nader uitgewerkt, met name bij het deelprogramma onderwijs en arbeidsmarkt.

De investeringsambitie vormt een strategisch kader voor de uitvoering van dit ontwikkelprogramma. De komende periode wordt benut om de ramingen verder te onderbouwen, de dekking te concretiseren en de koppeling tussen investeringen en programmadoelen te versterken. Een geactualiseerde versie van de raming zal deze elementen verwerken en voorzien van een heldere toelichting per pijler en project.



# Investeringsambitie

De opgenomen bedragen zijn ramingen en geven richting aan de benodigde investeringen voor de periode 2026–2056. De investeringsambitie staat nog niet vast. Dekking is deels beschikbaar, deels afhankelijk van externe financiering, prioritering, nadere uitwerking en (bestuurlijke) besluitvorming.

| ONDERDELEN AAN BESTEMMINGSONTWIKKELING                                                                      | RAMING |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Investeringen bestemmingsontwikkeling in midden en top aanbodpiramide met bovenregionale aantrekkingskracht | 500    |
| Erfgoed: investeringen in herbestemming erfgoed tbv MKB in regionale bestemmingen                           | 400    |
| Nieuwe ferryverbindingen toeristisch verzilveren                                                            | 5      |
| (Inter)Nationale evenementen en manifestaties                                                               | 60     |
| Zakelijke markt                                                                                             | 10     |
| Ondernemerschap (MKB)                                                                                       | 70     |
| Onderwijs & arbeidsmarkt                                                                                    | 55     |
| Routenetwerken                                                                                              | 45     |
| Marketing & Promotie                                                                                        | 35     |
| Monitoring en evaluatie                                                                                     | 5      |
| Organiserend Vermogen                                                                                       | 5      |
|                                                                                                             |        |
| <b>TOTALE INVESTERING</b><br><i>(Bedragen in miljoenen euro's)</i>                                          | 1190   |



# Overzicht mogelijke financieringsbronnen voor het Ontwikkelprogramma

---

## 1. Economische Agenda Nij Begun

De belangrijkste bron voor cofinanciering is de *Economische Agenda* van *Nij Begun*. Deze agenda is opgezet als een dertigjarig investeringsprogramma (2026–2056) voor de provincie Groningen en Noord-Drenthe met een jaarlijkse bijdrage van €100 miljoen en een eenmalige impuls van €250 miljoen. Binnen deze agenda is de vrijetijdseconomie benoemd als een van de vijf prioritaire sectoren, waarvoor €200 miljoen is gereserveerd als cofinanciering voor de regio als geheel.

## 2. Sociale Agenda Nij Begun

De *Sociale Agenda* richt zich op leefbaarheid, gemeenschapszin en kansen voor inwoners. Vrijetijdseconomie sluit hierop aan via investeringen in ontmoetingsplekken, culturele initiatieven, onderwijs en jongerenparticipatie. Projecten die bijdragen aan sociale cohesie kunnen mogelijk hieruit worden gefinancierd. Ook zijn er mogelijkheden voor initiatieven rondom onderwijs en arbeidsmarkt.

## 3. Nationaal Programma Groningen (NPG)

Het NPG is een bestaand programma dat investeert in Brede Welvaart in Groningen. Binnen het NPG zijn diverse regelingen beschikbaar:

- NPG Provinciaal: voorgenomen reservering van €25 miljoen voor VTE.
- NPG Gemeentelijk: aanvullende middelen via lokale projecten.

## 4. Waddenfonds

Het Waddenfonds ondersteunt projecten die bijdragen aan duurzame ontwikkeling van het Waddengebied. Cofinanciering is mogelijk voor projecten in het noordelijke deel van Groningen, met nadruk op natuurbeleving, cultuurhistorie, recreatieve infrastructuur en grensoverschrijdende samenwerking.

## 5. Europese programma's

Voor internationale samenwerking en regionale ontwikkeling zijn meerdere Europese fondsen beschikbaar:

- **LEADER:** gericht op plattelandsontwikkeling en lokale initiatieven.
- **Interreg:** stimuleert samenwerking met Duitse partners, bijvoorbeeld rond het UNESCO Werelderfgoed Waddenzee, grensoverschrijdende routes en marketing.
- **EFRO:** Gericht op het versterken van innovatie, duurzaamheid en economische ontwikkeling in Noord-Nederland.
- **Creative Europe / CulturEU:** voor culturele en toeristische samenwerkingsprojecten.



#### **6. Fondsen voor cultuur, erfgoed en evenementen**

Voor projecten met een culturele of erfgoedcomponent zijn verschillende landelijke en regionale aanvullende fondsen beschikbaar op het gebied van cultuur, erfgoed, cultuurparticipatie en evenementen. Deze optie wordt meegenomen bij de uitwerking van plannen.

#### **7. Toekomst Landelijk Gebied (TLG)**

Voor grootschalige gebiedsontwikkelingen, infrastructuur en vaarwegen is binnen het Ontwikkelprogramma *Ruimte voor Vrijetijd* slechts beperkt budget opgenomen. Dit type investeringen vergt vaak tientallen miljoenen euro's per project. Binnen het programma *Toekomst Landelijk Gebied* zijn voor Groningen investeringen geraamd die oplopen tot honderden miljoenen euro's, afhankelijk van de aard van de ingrepen. Financiering van deze investeringen is nog niet bekend.

#### **8. Private investeringen**

Belangrijkste bron financieringsbron van nieuwe ontwikkeling zijn private investeringen. Deze investeringen waarborgen dat plannen toekomstbestendig en economisch haalbaar zijn op lange termijn.





# Vervolgstappen

---

Het ontwikkelprogramma *Ruimte voor Vrijetijd* vormt de basis voor een gezamenlijke koers om Groningen de komende jaren te positioneren als toonaangevende vrijetijdsregio. Het programma markeert het begin van een ontwikkelgerichte aanpak, waarin concrete regio's en thema's zijn benoemd die potentie bieden voor versterking van de vrijetijdseconomie. De komende periode staat in het teken van het verdiepen, verbinden en versnellen van deze ontwikkellijn, met als doel om van idee naar plan en van plan naar uitvoering te komen.

## Eerste stappen voor bestemmingsontwikkeling

De eerste vervolgstap is het maken van een begin met bestemmingsontwikkeling. Afgelopen maanden zijn er veel kansen geïdentificeerd en is het netwerk opgebouwd. In aanloop naar de landelijke Toerismetop in Groningen in 2026 is het belangrijk de plannen concreet te maken. Via een gestructureerde aanpak, van verkenning en beoordeling tot co-creatie en visualisatie, worden kansrijke ideeën uitgewerkt tot concrete voorstellen die richting geven aan investeringen en samenwerking. Zo brengen we in enkele gebieden met veel potentie bestaande en nieuwe initiatieven samen. Deze gebieden kunnen op korte termijn bijdragen aan het realiseren van de doelstellingen. Als de verkenningen succesvol zijn, vormen ze de basis voor de eerste gebiedsgerichte bestemmingsontwikkelingen.

## Financieringsinstrumenten voorbereiden

Daarnaast wordt gewerkt aan het concretiseren van de financieringsinstrumenten die in het programma zijn opgenomen. Revolverende fondsen, aanjaaggeld en cofinancieringsmechanismen bieden kansen voor het mobiliseren van publieke en private middelen, maar vereisen nadere uitwerking in termen van werking, toegankelijkheid en beheer. Heldere kaders zijn nodig om initiatiefnemers en partners daadwerkelijk in staat te stellen om projecten te realiseren.

Parallel aan de ontwikkeling van bestemmingen en de financiële uitwerking wordt gestart met het verder uitwerken van de programmastructuur.

## Programmastructuur uitwerken

Bij het uitwerken van de programmastructuur wordt nadrukkelijk gezocht naar samenhang met de *Economische Agenda* en de *Sociale Agenda* van *Nij Begun*, zodat vrijetijdseconomie niet als losstaand domein wordt benaderd, maar als integraal onderdeel van bredere regionale ontwikkeling. Belangrijk is dat het ontwikkelprogramma goed aansluit bij ander beleid en andere regionale programma's. Hiervoor zoeken we intensief de samenwerking op met Noord-Drenthe.



# Bronnenlijst en bijeenkomsten

## Bronnenlijst

- Atlas research, (2024). Aanknopingspunten voor een Nij Begun.
- CBS, (2022). Statline. Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Draaijer en Partners (2025). Herbestemming erfgoed voor VTE.
- Ginder, (2023). Zin in Groningen: Marktfocus en -positionering voor een baanbrekend programma vrijetijdseconomie in de provincie Groningen.
- Ginder. (2025). Vrijtijdsaanbod in transitie: trends in recreatie en toerisme in Groningen.
- Ginder (2025). Ambitiedocument Vrijetijdseconomie. Gemeente Groningen.
- Ipsos I&O, (2025). Bezoekersonderzoek Provincie Groningen.
- I&O Research, (2024). Nederlands Vrijetijdsonderzoek 2022/2023, (Herziene editie, Rapportnr. 2024/030). I&O Research.
- KAW, Bugel Hajema & Estheticon (2025). Masterplan Regiocentra Groningen – Een ode aan de regio.
- Landschapswerkplaats (2024) Werkplaatsagenda Landschapswerkplaats Groningen.
- LIJS Communicatie & A NXT Level (2025). Rapportage Verkenning Agrotourisme Groningen.NBTC, (2022). Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad.
- NBTC, (2022). Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad.
- NBTC, (2024). Kerncijfers Gastvrijheidseconomie. Versie najaar 2024.
- NBTC, (2025). Kerncijfers Gastvrijheidseconomie. Versie najaar 2025.
- NBTC (2023) – Potentie Plattelandsvakanties Nederland.
- NBTC (2023) – Verkenning Agrotourisme Nederland.
- NBTC, (2025). Trendpublicatie.
- Provincie Groningen, (2020). Strategische Visie Vrijetijdseconomie provincie Groningen 2021-2030.
- Provincie Groningen (2025) – Gebiedsplan Toekomst Landelijk Gebied.
- Provincie Groningen (2025) – Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie 2024-2027 – Groeiend Gastvrij.
- Provincie Groningen (2020) – Strategische Visie Vrijetijdseconomie 2021-2030.
- Provincie Groningen (2025) – Strategisch Beleidskader Cultuur 2021-2028 en Uitvoeringsprogramma Cultuur 2025-2028.
- Provincie Groningen (2025) – Omgevingsvisie “Dit wordt Groningen” (concept)
- Provincie Groningen (2025). Kwaliteitsgids Groningen. [www.kwaliteitsgidsgroningen.nl](http://www.kwaliteitsgidsgroningen.nl)
- Verian, (2024). Imagomonitor Groningen: Vierde meting, (Projectnr. 244409413). Nationaal Programma Groningen.
- VNG & Platform Multifunctionele Landbouw (2025) – Handreiking multifunctionele landbouw en de Omgevingswet.
- Wandelnet, (2021). Wandelmonitor. · Rabobank, (2025), Sectorvisie Horeca & Recreatie [pub.rabobank.nl/Sectorvisie-horeca---recreatie/04.html](http://pub.rabobank.nl/Sectorvisie-horeca---recreatie/04.html).
- Recreatieschap Drenthe (2025) Kansenkaart vrijetijdseconomie Noord-Drenthe; Inspiratiedocument voor Nij Begun.
- Wageningen University & Research (2023) – Kijk op de multifunctionele landbouw.

## Bijeenkomsten

- Groningen Groeiend Gastvrij (Locatie: Ter Apel, 6 September 2024, 120 deelnemers).
- Ondernemerscafés i.s.m. Marketing Zuid-Oost in Pekela en Midwolda (oktober 2024, 60 ondernemers).
- Bijeenkomst netwerk Vrijetijdseconomie 7 november 2024 in de Rietschans in Haren (85 deelnemers).
- Bijeenkomst netwerk Vrijetijdseconomie 3 februari 2025 De Boerderij, Fraeylemaborg (85 deelnemers).
- Andere gesprekken en creatieve sessies (40 deelnemers)
- Jongerenbijeenkomsten in Stadskanaal, Appingedam, Groningen en Veendam (100 deelnemers).
- Ondernemerscafé Waddenland 18 november 2024 (60 deelnemers).

## Overlegstructuren

- Strategiegroep, maandelijks overleg met brede vertegenwoordiging uit de VTE-sector in Stad en Ommeland (20 personen).
- Overhedenoverleg, maandelijks overleg met 20 ambtenaren van Groninger gemeenten met beleidsveld vrijetijdseconomie.
- Bestuurlijk overleg Vrijetijdseconomie, (drie keer per jaar) met bestuurders van Groninger gemeenten en waterschappen.
- VTE overleg Groningen en Noord-Drenthe: 3 bijeenkomsten met ambtenaren uit Groningen en Noord-Drenthe.



# DEVRIJETIJDSECONOMIE VANGRONINGEN MAKENWESAMEN





## Samenwerkingspartners

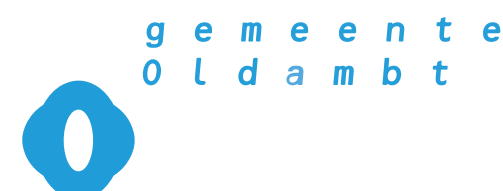
- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Provincie Groningen</li> <li>• Groningse gemeenten:<br/>Het Hogeland,<br/>Oldambt,<br/>Eemsdelta,<br/>Westerkwartier,<br/>Groningen,<br/>Veendam,<br/>Pekela,<br/>Stadskanaal,<br/>Westerwolde,<br/>Midden-Groningen</li> <li>• Noord-Drentse gemeenten:<br/>Aa en Hunza,<br/>Noordenveld,<br/>Tynaarlo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Waterschappen:<br/>Hunze en Aa's,<br/>Noorderzijlvest</li> <li>• Noorderpoort</li> <li>• Generation Hospitality</li> <li>• Rijksuniversiteit Groningen</li> <li>• Hanze</li> <li>• NHL Stenden</li> <li>• Marketing Groningen</li> <li>• Regiomarketingorganisaties:<br/>Stichting ZO Groningen, Marketing<br/>Eemsdelta,<br/>Stichting Promotie Waddenland</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Koninklijke Horeca<br/>Nederland (KHN)</li> <li>• HISWA-RECRON</li> <li>• ANWB</li> <li>• Groninger Dorpen</li> <li>• Routebureau Groningen</li> <li>• Nederlands Bureau voor Toerisme<br/>&amp; Congressen (NBTC)</li> <li>• Staatsbosbeheer</li> <li>• Het Groninger Landschap</li> <li>• Groninger City Club</li> <li>• Economic Board Groningen</li> <li>• Martiniplaza</li> <li>• Hoteloverleg Groningen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ondernemersfonds Groningen</li> <li>• Erfgoed in Groningen</li> <li>• Stichting Groninger Kerken</li> <li>• Stichting Roemte</li> <li>• Coöperatie Sterke<br/>Musea Groningen</li> <li>• NBTC</li> <li>• Noord-Duitse partners</li> <li>• Libau</li> </ul> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Wij zien de belangrijke bijdrage die de vrijetijdseconomie levert aan de Brede Welvaart voor Groningen helpen graag om *Ruimte voor Vrijetijd* een succes te maken zodat iedere Groninger profiteert van een gastvrije vrijetijdseconomie.

**Doe jij ook mee? Meld je ook aan als partner: [ruimtevoorvrijetijd@provinciegroningen.nl](mailto:ruimtevoorvrijetijd@provinciegroningen.nl)**



## Samenwerkingspartners





**DEFINITIE: WAT IS VRIJETIJDSECONOMIE?**

De vrijetijdssector is gericht op ontspanning, plezier, werk en ontwikkeling, en draagt daarmee bij aan een aantrekkelijk vestigingsklimaat en een prettige leefomgeving. Maar wat verstaan we precies onder de vrijetijdseconomie? Van inspirerende museumbezoeken en ontspannen wandelingen, tot etentjes in streekrestaurants en onvergetelijke roadtrips; het valt allemaal binnen de sector. Binnen dit investeringprogramma wordt de definitie van vrijetijdseconomie NBTC/CELT gehanteerd.

Het gastvrijheidsdomein is een breed domein, waarin de zakelijke en vrijetijdsbezoeker met diens activiteiten en de bewoner met diens vrijetijdsactiviteiten centraal staan. Zij worden bediend door een breed palet van zowel private als publieke partijen. Een bezoeker komt meestal niet vanwege één product, maar vanwege het samenspel tussen verblijf, horeca, vermaak, landschap, winkels en vervoer, in combinatie met de natuurlijke en/of culturele omgeving. Het gaat in het gastvrijheidsdomein dan ook niet om het aanbod van één product, maar er is sprake van een samengesteld geheel, waarbij verschillende aanbieders zijn betrokken. De natuurlijke en culturele omgeving, de fysieke inrichting en de sociale structuur van plekken zijn bepalend voor het goed functioneren van het gastvrijheidsdomein – ook al zijn deze plekken niet louter voor het gastvrijheidsdomein bedoeld. Dit laat zien hoe sterk het gastvrijheidsdomein verweven is met allerlei onderdelen van de maatschappij, economie en leefomgeving.

Het gastvrijheidsdomein draait dus om zakelijke en vrijetijdsbezoekers, de vrijetijdsactiviteiten van bewoners, en de bedrijven en publieke organisaties die deze bezoekers en bewoners voorzien van producten, diensten en plekken, en de omgeving waarin dit plaatsvindt.



WAT ZOEKEN DEZE DOELGROEPEN?

Om de geïdentificeerde doelgroepen te bedienen, is het cruciaal te weten wat de wensen en interesses zijn van deze doelgroepen.

| INWONERS VAN GRONINGEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | AVONTUURZOEKERS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | VERBINDINGZOEKERS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ZAKELIJKE MARKT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Uit de uitgevoerde onderzoeken blijkt dat inwoners van Groningen trots zijn op hun regio, maar tegelijkertijd ervaren dat er te weinig aanbod is, met name in het ommeland. Ze hebben behoefte aan activiteiten op het gebied van cultuur, uitgaan en recreatie. Juist in dorpen en kleinere kernen is de roep om levendigheid, eigentijds aanbod en ruimte voor nieuwe initiatieven groot. Jongeren zoeken plekken waar ze zich kunnen ontwikkelen, inspireren en verbinden met anderen, maar missen nu vaak de fysieke en sociale ruimte om dat te doen.</p> | <p>De Avontuurzoeker is nieuwsgierig, energiek en avontuurlijk. Deze groep houdt van nieuwe ervaringen, natuurbeleving en verrassende plekken buiten de gebaande paden. Ze kiezen vaker voor actieve vakanties, trekken er graag op uit in eigen land en staan open voor authentieke ontmoetingen. Uit het onderzoek van Ipsos I&amp;O (2025) blijkt dat zij Groningen waarderen om de rust, ruimte en onontdekte plekken, maar tegelijk het gevoel hebben dat het aanbod nog te versnipperd, onzichtbaar of moeilijk bereikbaar is. Avontuurzoekers geven aan meer behoefte te hebben aan bijzondere overnachtingsplekken, verrassende horeca op unieke locaties, kunst in de openbare ruimte, en actieve belevingen met een verhaal, zoals gidswandelingen, waddenavonturen of historische expedities. Voor Groningen liggen hier dus kansen in het verbinden, activeren en presenteren van wat er al is – én het ontwikkelen van nieuwe, onderscheidende ervaringen die passen bij het landschap en de verhalen.</p> | <p>De Verbindingszoeker zoekt verdieping, betekenis en ontmoeting. Ze zijn sociaal ingesteld, waarderen verhalen en erfgoed, en voelen zich aangetrokken tot plekken met een ziel. Deze doelgroep past goed bij het culturele en historische aanbod in Groningen, van kerkendorpen tot kunstenaarskolonies. Uit het onderzoek blijkt dat zij vooral behoefte hebben aan meer plekken waar verhaal, ontmoeting en landschap samenkomen – zoals routes met cultuurhistorie, kleinschalige events in bijzondere dorpen of activiteiten waarbij je mensen uit de streek ontmoet. Ze missen in Groningen meer locaties waar het verhaal écht beleefbaar is: bezoekerscentra, thematische wandelroutes, culturele gidsprogramma’s of tijdelijke exposities op historische plekken. Daarnaast hechten zij veel waarde aan duurzaamheid en maatschappelijke relevantie. Als Groningen zijn verhalen sterker weet te vertellen en koppelt aan hedendaagse thema’s zoals emancipatie of klimaat, sluit dat goed aan bij deze doelgroep. De verbindingszoeker waardeert bovendien streekproducten, lokale markten en ambachten – mits deze oprecht en persoonlijk en niet te commercieel of toeristisch gepresenteerd zijn.</p> | <p>Ook binnen de zakelijke markt doen zich veranderingen voor die nieuwe kansen bieden voor Groningen. De opkomst van een nieuwe generatie medewerkers, met andere wensen op het gebied van werk, reizen en zingeving, verandert de manier waarop bedrijven omgaan met bijeenkomsten, werkplekken en teambuilding. Tegelijk verandert de organisatievorm van veel bedrijven: minder centraal, flexibeler en meer hybride. Deze ontwikkeling opent de deur voor het vormen van het ‘nieuwe werken’, waarin rust, ruimte, natuur en inspiratie centraal staan. Groningen kan hierop inspelen met bijzondere locaties voor vergaderen, bezinning, heidagen of werkverblijven, juist buiten de gebaande paden.</p> |



## **Colofon**

Dit ontwikkelprogramma is een uitgave die tot stand is gekomen door intensieve samenwerking met betrokken overheden, onderwijsinstellingen, ondernemers en inwoners. Onze dank gaat uit naar een ieder die hieraan heeft bijgedragen.

## **Contact**

Programmateam Baanbreker Vrijetijdseconomie  
baanbrekervte@provinciegroningen.nl

## **Tekst en redactie**

Programmateam Baanbreker Vrijetijdseconomie  
Annemiek Maathuis

## **Fotografie**

Stella Dekker, Marleen Annema, Sebastiaan Rodenhuis, Jurjen Veerman, Marketing  
Groningen, Groninger Archieven, Shutterstock en provincie Groningen

## **Ontwerp en opmaak**

MAKI | makimaki.nl  
Provincie Groningen, team Communicatie

## **Datum**

27 januari 2026



