



Beleidsplan Gebiedsmarketing VVV Midden-Groningen

1. Voorwoord

Voor u ligt het beleidsplan 2017-2022 van de nieuwe vereniging VVV Midden-Groningen, hierna genoemd 'Marketing Midden-Groningen'. Het document is tot stand gekomen op het kruispunt van 2 wegen, die beide 'verlegd' moeten worden op grond van de fusie van de gemeenten Hoogezand-Sappemeer, Menterwolde en Slochteren. De fusie gaat formeel in per 1-1-2018 maar vele partijen zijn, op weg er naartoe, de bakens al aan het verzetten. Vaak gebeurt dit in goed overleg tussen betrokken partijen: de drie gemeenten, ondernemers (al of niet per sector), het maatschappelijk middenveld, de inwoners enz.

Wie 'Recreatie & Toerisme' (R&T) zegt denkt al gauw aan de naam VVV, als nietcommercieel knooppunt van informatie op dat terrein. Van de 3 fusiegemeenten bestond alleen in Slochteren nog een zelfstandige VVV-organisatie, met als 'hoofdkwartier' het havengebouw bij de haven van Slochteren. VVV-Slochteren stond al langer voor een aantal fundamentele toekomstvragen: Hoe verder? Wat wordt de relatie met Marketing Groningen en in het verlengde daarvan met VVV Nederland? Moeten we volledig inzetten op digitalisering?

Deze vragen zijn 'werkende weg' in het licht komen te staan van de op handen zijnde fusie richting de nieuwe gemeente Midden-Groningen. Een gemeente van veel grotere omvang, met bijbehorende kansen en uitdagingen. Dat de sector R&T (Recreatie en Toerisme) van substantieel belang is behoeft geen betoog. Voor bewoners zelf, in termen van leefbaarheid en ontspanningsmogelijkheden in eigen omgeving, maar zeker ook als laagdrempelige en kleinschalige motor van sociale en economische activiteiten.

In Midden-Groningen bedraagt het aandeel van R&T ca. 4-5% van de totale werkgelegenheid en is voor zover de enige waarvoor de komende jaren belangrijke groei wordt verwacht. Ook de gezamenlijke gemeentebesturen onderkennen het belang van een sterke R&T-sector. In "Samen kom je verder", het Kompas voor de nieuwe gemeente Midden-Groningen (april 2016), is dat op een aantal plekken gemarkeerd:

• Blz. 57 e.v.: Kansen voor vrijetijdseconomie

"De nieuwe gemeente heeft op het vlak van recreatie en toerisme veel te bieden. De laatste jaren is van alles ondernomen om ons gebied aantrekkelijker te maken voor recreanten. De doelgroep bestaat niet alleen uit toeristen en dagjesmensen van ver, maar ook de eigen (oudere) inwoners en directe burens. We hebben in ons gebied prachtige, aaneengesloten natuur. Er zijn meren, kanalen, goed ontsloten waterwegen voor waterrecreatie en een goed fiets- en wandelnetwerk. Daarnaast is er veel en goed beleefbaar cultuurhistorisch erfgoed, zoals borgen, molens, kerken, boerderijen en architectonisch bijzondere gebouwen.

De uitdaging is om een volwaardige vrijetijdssector te ontwikkelen. Daarvoor is het nodig dat alle betrokken partijen elkaar vinden, gezamenlijk plannen maken, individuele plannen aan elkaar verbinden en die ook uitvoeren. Het gaat bijvoorbeeld om ondernemers in horeca, recreatie en toerisme, culturele ondernemers, vrijwilligers, omwonenden en organisaties zoals Groninger Landschap, Staatsbosbeheer en Marketing Groningen. Aansprekende (kleine) culturele initiatieven kunnen samen een krachtig geheel vormen, zoals

het kunstzinnig familiefestival 'Art Carnivale' in Steendam en 'Watervloot' in Hoogezand. De vrijetijdsbesteding in ons gebied verbinden we met de mogelijkheden voor verblijf, ontspanning en vermaak in de stad Groningen, aan de Waddenzee, in Bad Nieuweschans, Klooster Ter Apel, Heiligerlee en de Veenkoloniën."

• Blz. 64: Uitwerken regionale agenda

De regionale samenwerking is primair bedoeld om een klimaat te scheppen waarin bedrijven, onderwijs- en kennisinstellingen kunnen zorgen voor een veerkrachtige en toekomstbestendige arbeidsmarkt en economie. De regionale agenda bevat in elk geval de volgende thema's:

- 1. succes maken van het programma van de Nationaal Coördinator Groningen*
- 2. (maak-)industrie en landbouw versterken en inzetten op innovatie*
- 3. recreatie en toerisme naar een hoger niveau brengen*
- 4. economische samenwerking met Duitse overheden, bedrijven en onderwijs en kennisinstellingen versterken: ondernemers samenbrengen (Eems Dollard Business Forum), uitvoerend werk hiernaartoe halen, A7-N33 benutten*
- 5. bereikbaarheid verbeteren: spoedige uitvoering van de afspraak om de N33 richting Delfzijl te verdubbelen en een spoorverbinding tussen de railservice in Veendam en de haven in Delfzijl.*

De nieuwe gemeente ziet het dus als een belangrijke taak om maatschappelijke en economische dynamiek in haar gebied te stimuleren en te faciliteren. Om samen met bewoners, ondernemers en andere stakeholders zorgen voor 'groei en bloei'! Daarnaast is het van belang dat wij ons realiseren dat beleidskaders van hogere overheden, meer met name de Provincie, eenzelfde windrichting kennen. Daarom – als extra ondersteuning – een aantal citaten uit de "Toerisme Visie 2016 – 2020 van de Provincie Groningen" (februari 2016).

• Blz. 1

"Er gaat niets boven Groningen. Dat weten we al jaren door de slogan van Marketing Groningen. Groningen is die stad ver weg met het Groninger Museum en de kroegen die nooit lijken te sluiten. Maar de rest van de provincie is bij veel Nederlanders onbekend. Wij kennen als Groningers de mooie plekjes in onze provincie wel, maar in de rest van Nederland zijn die plekken vaak nog onbekend. De eeuwenoude wierden met daarop de karakteristieke kerkjes, de borgen, de monumentale boerderijen in de Veenkoloniën, de diverse landschappen. Onze provincie heeft veel te bieden, maar we dragen dat nog te weinig uit. Daar willen we de komende jaren flink in investeren. Samen met Marketing Groningen gaan we onze provincie nog meer onder de aandacht brengen. De nieuwe vaar-routes die hier zijn gekomen willen we meer op de kaart zetten. Daarnaast ontwikkelen we nieuwe routes langs hoogtepunten van landschap en cultureel erfgoed. En we willen ondernemers met goede ideeën ondersteunen met een fonds."

• Blz. 7

"Niet alleen de stad Groningen biedt veel cultuur, maar ook in de Groninger Ommelanden zijn talloze pareltjes te vinden. Voor mensen die niet alleen geïnteresseerd zijn in cultuur en natuur, maar ook wel eens willen afwijken van de gebaande paden, is de stad slechts

het startpunt van een bijzondere ontdekkingsstocht. Deze parels zijn namelijk wat meer verstopt en hebben een kleinschalig en authentiek karakter. Over de provincie verspreid vindt u borgen, wierden en kerken, maar ook molens en gemalen en archeologische monumenten. In het ommeland worden ook diverse culturele activiteiten georganiseerd. Deze parels zijn het bezoeken waard en geven inzicht in de Groninger identiteit.”

• **Blz. 7**

“Van het Zuidlaardermeer vliegt u verder in oostelijke richting. Links van u schittert het Schildmeer aan de horizon. U vliegt over het bijzondere, karakteristieke, Veenkoloniale landschap met zijn uitgestrekte akkers en agro-industriële complexen die tot ons industrieel erfgoed behoren. Dit landschap is duidelijk vorm gegeven door stoere pioniers. In deze regio vindt u kolossale boerderijen naast kleine arbeiderswoningen.”

Eind 2016 organiseerde de toekomstige gemeente Midden-Groningen een aantal expertmeetings met als centrale vraagstelling “Hoe zetten we Midden-Groningen op de kaart”? In diezelfde periode boog het bestuur van VVV-Slochteren zich, samen met andere stakeholders, over de toekomst, of beter over een omvorming naar een Vereniging die zich zou gaan richten op gebiedsmarketing (VVV) in Midden-Groningen.

Deze twee initiatieven zijn samengekomen, en dat heeft geleid tot een werkgroep die intensief aan de slag is gegaan met de opstelling van voorliggend beleidsplan. De werkgroep was / is een open groep, waarbij door velen een bijdrage is geleverd aan de totstandkoming van het beleidsplan. Een plan dat wij van harte bij u aanbevelen, omdat wij ervan overtuigd zijn dat de sector R&T op vele positieve manieren kan bijdragen aan ‘het op de kaart zetten van Midden-Groningen’.

R&T-parel(tje)s zijn er al, in vele vormen en varianten, maar ze moeten wel ‘opgepoetst’ in de etalage worden gelegd, en - waar mogelijk in arrangementen - met elkaar worden verbonden. Denk daarbij aan het rijgen van een parelketting, waarbij onderweg clusters van activiteiten de kettingstructuur extra opsieren. Een professioneel bundel- en coördinatiepunt met handen en voeten is daarbij van doorslaggevend belang. VVV Midden-Groningen denkt die rol te kunnen gaan spelen, op basis van ervaring uit Slochteren, ervaring van R&T-ondernemers, ervaring van kunstenaars en cultuurdragers en de inzet van vrijwilligers. Gedachte is dat de professionele bezetting van de organisatie een beperkte kan zijn en daarop is ook de meerjarenbegroting gebaseerd die als bijlage aan dit beleidsplan is toegevoegd.

De nieuwe organisatie denkt met een jaarlijkse gemeentelijke bijdrage van € 75.000 een volwaardige bijdrage te kunnen leveren om ons prachtige Midden-Groningen op een tot de verbeelding sprekende manier op de kaart te zetten!

In dit plan wordt kort aangegeven hoe de nieuwe organisatie gaat ontstaan uit de VVV Slochteren, worden de geschiedenis en de belangrijkste waarden van het gebied beschreven en de analyse van het gebied buiten Midden-Groningen en wordt aangegeven op welke wijze de organisatie haar doelen wil bereiken.



De activiteiten van 'Marketing Midden-Groningen' zullen gefinancierd kunnen worden uit het lidmaatschapsgeld, een jaarlijkse subsidiebijdrage van de gemeente Midden-Groningen, de Provincie en Marketing Groningen, Economic Board en andere fondsen. Ook wordt gewerkt aan projecten op basis van participatie en co-financiering.

Wij, de energieken en allen die hebben bijgedragen middels teksten, redactie of het beschikbaar stellen van foto's en beelden, hopen dat de nieuwe gemeente een nieuwe, krachtige impuls betekent voor het toerisme, de recreatie en in het verlengde daarvan de natuur, kunst en cultuur. Toerisme is niet alleen een economische manier voor de vermarkting van ons leefgebied, het is een van de voornaamste pijlers in het zichtbaar maken van de mogelijkheden voor het plezier van de inwoners. Bestaande, maar zeker ook nieuwe inwoners! Dit plan moet bijdragen aan het benutten van de vele kansen voor Midden-Groningen op basis van samenwerken en samen de vruchten plukken.

In dit document worden een groot aantal zaken beschreven en voorzien van kanttekeningen en verduidelijkingen. Kort samengevat:

Het ontwikkelen en aanbieden van een beeldmerk, van diverse producten als routes, follies, kaarten en effectief inzetten van print, digitale en sociale media.



Concretisering van de plannen:

Spoor 1

Het concreet maken van een aantal producten en diensten, waaronder een overkoepelend en aansprekende beeldmerk;

Spoor 2

Ontsluiting, zowel vanuit de individuele aanbieder of organisator als vanuit de gemeenschappelijkheid binnen Marketing Midden-Groningen. Hieronder valt ook kleinschalige flyer-logistiek als basis voor kennisuitwisseling.

Spoor 3

Opzetten en opbouwen van de nieuwe organisatie met als taak het bevorderen van het toerisme en recreatie in Midden-Groningen.

Een aantal sporen zal parallel lopen in de tijd: Zo kan het optuigen van een nieuwe organisatie plaatsvinden terwijl concrete uitingen al kunnen worden ontwikkeld. Net zoals de samenwerkende gemeenten onder de werktitel HSSM activiteiten hebben uitgevoerd zal Marketing Midden-Groningen in de transitiefase actief zijn, uiteraard passend binnen de verwachtingen van de stakeholders en de te verwachten kaders van de nieuwe organisatie.



Inhoud

Voorwoord	3
1. VVV Slochteren transformeert naar Marketing Midden-Groningen	11
Spoor 1: Handen uit de mouwen.	11
<i>Een Beeldmerk als gemeenschappelijk element</i>	11
<i>Verdere plannen</i>	12
Spoor 2: Digitale ontsluiting	13
Spoor 3: Werken aan een Vereniging Gebiedsmarketing Midden-Groningen.....	15
<i>De geschiedenis van het VVV in Slochteren en Hoogezand</i>	15
<i>Missie van de vereniging Gebiedsmarketing Midden-Groningen</i>	16
<i>Doelgroepen en doelgroep-benadering</i>	17
Organisatie Marketing Midden-Groningen	18
<i>2016 en 2017: Werkgroep de ‘Energieken Midden-Groningen’</i>	18
<i>Het bestuur van Marketing Midden-Groningen</i>	18
<i>Coördinator</i>	18
Financiering en begroting	19
<i>Leidmaatschap</i>	19
<i>Jaarverslag</i>	19
Planning	59
Begroting	59
Bijlagen	60

Mede opgesteld door:

Naam	Bedrijf Organisatie	Functie
Henk Bleeker	Beleveniscollectief	Bestuurslid VVV
Jos Bosma	Bosma advies	Routebureau Groningen
Bjorn Dijk	Gemeente Slochteren	Ambtenaar Cultuur
Gerbrich Dijkstra	Gemeente Slochteren	Regisseur Kompas Midden-Groningen
Fred Mahler	VVV Slochteren	Penningmeester
Marjon Edzes-Posthumus	Fraeylemaborg Doemuseum	Bestuurslid VVV
JohnPeter Elverding	E57	Kwartiermaker VVV
Annet de Jong	Staatsbosbeheer	Boswachter / Communicatie
Duco Schenk	Economic Board Slochteren	Projectdirector
John Stalman	Allround Marineservices	Ondernemer, beoogd Bestuurslid VVV
Petry de Vries	Paviljoen Meerwijck	Ondernemer
David Woortman	Promotie Schildmeer	Voorzitter Stichting

1. VVV Slochteren transformeert tot Marketing Midden-Groningen

Dit hoofdstuk bevat een voorstel tot plan van aanpak en verwijzing naar de onderliggende gesprekken, documenten en lijsten.

We beginnen met de sporen zoals die eerder benoemd zijn en komen daarna in een onderliggend document waaruit blijkt dat het geschreven is door een brede groep betrokkenen, elk vanuit zijn of haar eigen achtergrond.

Spoor 1: Handen uit de mouwen.

Een Beeldmerk als gemeenschappelijk element

Herkenbaarheid van een dienst of product wordt vaak gekoppeld aan een merkbeeld of een herkenbaar symbool. Zo'n keuze vindt plaats op basis van de unique selling points (USPs) van hetgeen gepromoot moet worden.

Naar mening van de werkgroep “De Energieken” zijn de belangrijkste USP's:

1. De Groninger Meren
2. De Fraeylemaborg
3. De scheepsbouw
4. De Follies

Met dit in ogenschouw is na rijp beraad de **bever** als symbool gekozen. Een bijzondere bewoner van ons gebied dat niet alleen symbool staat voor nijverheid maar als dier symbool kan staan voor de bijzondere natuur in Midden-Groningen.



De bever zal vaak terugkomen in de uitingen van Marketing Midden-Groningen:

Dit nijvere knaagdier zal te vinden zijn op de uitingen van Marketing Midden-Groningen en naar verwachting ook op allerlei uitingen van de andere betrokken partijen: Ondernemers, evenement-organisatoren en wellicht ook op de overheidsuitingen zoals die van de gemeente en de provincie.

De bever zal vermoedelijk ook terugkomen in de vorm van een follie maar het meest belangrijke is hetgeen een marketing organisatie niet kan sturen of afdwingen:

Leuke of bijzondere foto's, instagram en twitterposts die toeristen en liefhebbers zullen delen en daarmee anderen gaan verleiden om Midden-Groningen zelf te ontdekken.

Verdere plannen

Naast het inzetten van de bever worden de komende maanden een aantal concrete projecten afgerond, in gang gezet of voorbereid voor 2018. Zo wordt gewerkt aan:

- Fiets- en wandelroutes, waarbij gebruik gemaakt wordt van de mogelijkheden van de fiets-knooppoutes;
- Toeristisch magazine en flyers;
- Mobiel VVV-team voor beurzen, braderieën, sport- en bijzondere evenementen maar ook voor individuele ondersteuning aan ondernemers en organisatoren; Vrijwilligers kunnen dan samen met hen werken aan het maken van flyers, social media posts, en verspreiding van informatie;
- Digitale ontsluiting van de mini-aanbieders, m.n. cultuur;
- Routes langs musea en verzamelingen;
- Flyers t.b.v. bezoekers van campings en winkels;
- Gebiedskaarten en apps;
- Samenwerken/sturen aan en met het routebureau en de 10 thema-routes.



Spoor 2: Digitale ontsluiting

Weinig toeristen komen onvoorbereid, op de bonnefooi, naar Midden-Groningen. Het grootste deel zal worden aangetrokken door spraakmakende evenementen als Art-Carnivale, een salvia-show in Meeden, een concert in Hoogezand of het spotten van een bijzondere vogel in een van de natuurgebieden. Meer op de achtergrond zijn de bezoekers aan evenementen in Stad Groningen, die op een steenworp afstand van Midden-Groningen op zoek zijn naar nieuwe plaatsen en gebeurtenissen.

Veel toeristen komen dóór Midden-Groningen. Voor veel bezoekers aan het eiland Borkum is Zuidbroek de laatste stop. Met een boeiend aanbod en de juiste informatie (Duitstalig!) kan dit potentieel worden ontsloten. Nederlanders zullen vaker op weg gaan naar de Wadden: Wij kunnen hen de ruimte geven om natuur op korte afstand te genieten.



Door verdergaande digitale ontsluiting zal Midden-Groningen gevonden worden. Dat kan via app's zoals die van VVV Nederland en Marketing Groningen, maar vooral via posts van bekenden op een van de social media. Daarom zal een van de belangrijkste operationele taken voor de nieuwe organisatie zijn weggelegd voor een redacteur social media en print.

Gekozen is voor een samenwerking met Marketing Groningen die voor en voor rekening van de Provincie Groningen activiteiten ontwikkeld voor de 7 regio's in Groningen. De website middengroningen.groningen.nl¹ is de basis voor integratie van diverse agenda's en de plaats waar toeristen en inwoners thematische en algemene informatie kunnen vinden.

Deze site is gecentreerd rond de eigenaar van de informatie (de ondernemer, curator of organisator) en kunnen de meeste activiteiten niet door een VVV-webmaster worden gerealiseerd. Een van de taken die het mobiele team op zich zullen nemen is, letterlijk naast de organisator gaan zitten en samen de website up to date houden, foto's en teksten toevoegen om op die manier de digitale ontsluiting te realiseren.



¹ De informatie op middengroningen.groningen.nl zal vindbaar zijn via onder meer varen.groningen.nl, wandelen.groningen.nl en bij voorbeeld VVVMG.nl.

Spoor 3: Werken aan een Vereniging voor Gebiedsmarketing Midden-Groningen

De geschiedenis van het VVV in Slochteren en Hoogezand,

Van 1992 tot oktober 2016 was in het havengebouw aan de Slochterhaven een VVV-informatiepunt en winkel gevestigd. Deze draaide vele jaren goed dankzij de inbreng van een sympathieke gemeente en de inzet van een aantal gedreven vrijwilligers.

In ongeveer dezelfde tijd bestond het VVV Hoogezand-Sappemeer, met een informatiepunt nabij het winkelhart “De Hoge Meren”. In 2011 is deze organisatie gestopt en bleef het VVV in Slochteren als enige officiële VVV-informatiepunt bestaan in wat nu Midden-Groningen gaat heten.

In 2014 constateerde het bestuur van het VVV Slochteren dat het operationeel houden van een winkelfunctie afnemende interesse verbond met toenemende kosten en verminderd aanbod van vrijwilligers. Vanuit de Gemeente Slochteren kwam de eis dat het VVV Slochteren meer moest gaan werken als een marketing-organisatie, die naar later bleek, zou passen binnen de plannen voor Midden-Groningen per 1 januari 2018.

In oktober 2016 viel het doek voor de winkel-activiteiten van het VVV in Slochteren. Afnemende bezoekersaantallen en dalende verkopen van onder meer de VVV-bon leidden tot een te hoge kosten. In samenwerking met Marketing Groningen¹ en de gemeente Slochteren is daarna een eerste digitale zuil ontworpen, gebouwd en geplaatst in Slochteren.



In de loop van 2017 zal de toeristische informatie grotendeels beheerd gaan worden vanuit de aanbieders van logies, ontspanning, musea en verzamelingen alsmede organisatoren van evenementen zelf. Zij kunnen daarbij hulp krijgen van Gebiedsmarketing Midden-Groningen. Gratis vermelding op de site voor leden blijft onverminderd mogelijk maar maakt de site niet aantrekkelijk. Voor uitgebreide vermelding zijn er verschillende pakketten.

Missie van de vereniging Gebiedsmarketing Midden-Groningen

Centrale vraag voor een organisatie in verandering: "Waartoe zijn wij op deze aarde?"

Die vraag dient bekeken te worden vanuit meerdere invalshoeken waarbij uiteraard de klant (Toerist, van buiten of binnen de gemeentegrenzen) voorop staat maar het economisch en sociaal bindend belang zijn als heel belangrijk meegenomen.

Bij het beantwoorden van die kernvraag stelden we dat Midden-Groningen super interessant is, maar dat al die interessante landschappen, verhalen en cultuur wel ontdekkingskracht van de doelgroepen vraagt. Op grond daarvan is onze missie:

De vereniging Gebiedsmarketing Midden-Groningen wil ontdekkingsreizigers uitdagen in Midden-Groningen op avontuur te gaan.



Om die missie ten uitvoer te brengen is het nodig dat de ondernemers en non-profit organisaties samenwerken. Er moeten zowel wandel- als fietsroutes komen, arrangementen, (meerdaagse) festivals en wat niet al.

Heel belangrijk is dat de eigen inwoners het gebied beter leren kennen zodat zij als ambassadeurs kunnen functioneren. Een aantal van hen krijgt dan ook een officiële titel “Gebiedsambassadeur Midden-Groningen”.



Doelgroepen en doelgroep-benadering

De vereniging wil meer toeristen naar het gebied halen en streeft daarnaast aan meer betrokkenheid van de inwoners het gebied, Dat zij hem leefomgeving beter leren kennen, meer gaan waarderen en actief uitdragen.

Daartoe wil de vereniging zich focussen op het:

- bevorderen van een voor de verschillende geledingen van de samenleving, zo goed mogelijk gebruik van de toeristische, recreatieve en culturele mogelijkheden in het werkgebied van de vereniging;
- versterken van de sociaal maatschappelijke infrastructuur;
- promoten van de regio en
- aanbieden van scholings- en netwerkmogelijkheden aan de leden van de vereniging.

De vereniging wil het effect van haar inspanningen meetbaar maken zodat de resultaten van haar inspanningen getoetst kunnen worden en verbeterd.

Organisatie Marketing Midden-Groningen

2016 en 2017: Werkgroep de 'Energieken Midden-Groningen'

Begin 2017 hebben de bestuursleden van VVV Slochteren te weten de heren JohnPeter Elverding (toenmalig voorzitter, bedrijfskundige), Fred Mahler (penningmeester, voormalig volkshuisvester), Henk Bleker (Ontwerper, kunstenaar) en Peter van Zeill (horeca exploitant) en de nieuwe leden mevrouw Marjon Edzes (directeur Fraeylemaborg) en John Stalman (eigenaar All-round Watersport Kropswolde) de omvorming in gang gezet van de Vereniging VVV Slochteren tot Vereniging Gebiedsmarketing VVV Midden-Groningen.

Ongeveer gelijktijdig organiseerde de toekomstige gemeente Midden-Groningen een aantal expertmeetings rond gebiedsmarketing. In de gesprekken die hebben geleid tot het Kompas van de nieuwe gemeente Midden-Groningen was naar voren gekomen dat het onderwerp gebiedsmarketing niet mocht blijven liggen tot na 2018.

Deze twee initiatieven zijn samengevoegd en dat heeft geleid tot een werkgroep 'Energieken Midden-Groningen' die dit beleidsplan schrijft. Dit is een open groep waarbij iedereen die wil meeschrijven van harte welkom is.

Om in de toekomst het gebied Midden-Groningen op de kaart te zetten zullen effectieve producten ontwikkeld gaan worden als routes, kaarten, activiteiten en marketing-acties maar ook zal worden bijgedragen aan het organiseren van festivals en het meewerken aan publicaties, vlogs en films. Ook zullen workshops worden georganiseerd rondom het thema promotie en samenwerking.

Het bestuur van Marketing Midden-Groningen

De vereniging krijgt een bestuur bestaande uit maximaal negen leden. Wij kiezen voor een groot bestuur omdat de nieuwe gemeente qua grondgebied ook groot is en wij graag vertegenwoordigers uit alle regio's in het bestuur zouden willen hebben.

Bovendien is dit bestuurswerk vrijwilligerswerk en is de continuïteit bij een groot bestuur beter geborgd.

Coördinator

Het bestuur van de vereniging stelt een betaalde coördinator aan die rapporteert aan het bestuur en die verantwoordelijk zal zijn voor:

- ontwikkeling en productie van de marketing en communicatie
- het secretariaat
- financiële administratie (de financiële administratie wordt gevoerd met behulp van een online programma zodat alle bestuursleden op ieder moment de penningen kunnen controleren)
- aansturing van medewerkers, vrijwilligers en stagiaires.

De functie van coördinator zal vanaf medio Oktober 2017 worden ingevuld; tot die tijd zal John-Peter Elverding, voormalig voorzitter van het VVV Slochteren, fungeren als kwartiermaker.

Financiering en begroting:

Voor een organisatie in verandering als het VVV Slochteren | Marketing Midden-Groningen blijft het opstellen van een begroting een moeizame zaak omdat het verleden geen basis biedt voor de toekomst. Dat geldt zowel voor inkomsten als voor de kosten. Onderzoek naar aanpassende toeristische regio's, overheids- en ondernemersbijdragen bieden een klein houvast, waarbij effectiviteit en bezoekersaantallen een resultante lijken van de mate van inspanningen door alle partijen. Een eerste aanzet tot begroting is als bijlage toegevoegd.

Lidmaatschap

Alle ondernemers, koepelverbanden² van ondernemers, profit- en non-profit organisaties uit Midden-Groningen kunnen lid worden van de vereniging.

De bijdragen zullen jaarlijks in de Algemene Leden Vergadering worden vastgesteld. (Voor 2017 is per ALV vastgesteld:

€ 10,00 Sociaal Maatschappelijke Organisaties, bedrijven vrijgesteld van BTW-heffing.

Dit bedrag is vrij van BTW.

€ 25,00, € 50,00 en € 100,00 exclusief BTW, afhankelijk van de omzet.

Jaarverslag

Eenmaal per jaar stellen de leden van de vereniging het beschrijvende en financiële jaarverslag vast. Op dat moment kunnen ook beleidswijzigingen en aanvullingen op het beleidsplan ingediend worden en besproken op de Algemene Leden Vergadering. Eenmaal in de vier jaar wordt gezamenlijk met de een afvaardiging van de leden een nieuw beleidsplan geschreven.

² Koepelverbanden kunnen de gemeentegrens overschrijden dat vormt geen bezwaar voor het lidmaatschap.



vogelbroed- en
rustgebied

geen toegang
art. 461 W.v.S.



staatsbosbeheer

Inhoudsopgave van het tweede deel van het document:

2. Midden-Groningen: Wie, wat, waar?	22
Voor wie?	23
De mogelijkheden voor Recreatie en Toerisme in Midden-Groningen	26
<i>Toerisme en economie in Midden-Groningen</i>	26
Routebureau Groningen en Marketing Groningen	26
Wandelen.....	27
Fietsen.....	28
Varen	29
Duur- en breedtesport	30
Vergroten aanbod van (thematische) routes.....	31
Digitale ontsluiting	31
Kunst en Cultuur in Groningen.....	32
Fotografie, video en film.....	32
Geschiedenis en geografie van de drie gemeenten.....	33
Zuidlaardermeer en de polders	34
Schildmeer	35
't Roegwold	35
Vaarroutes.....	36
Parken	37
Heemtuin	37
Hotels, campings en B&B	38
Kunst, cultuurcentra, musea en galeries	38
Evenementen	39
Landbouw, industrie en winkelgebieden.....	40
Bevolking en politiek.....	42
Interessante feiten uit het gebied en mogelijke verhaallijnen	43
Omgeving van Midden-Groningen	48
Toerisme Groningen.....	48
Routebureau Groningen	49
Wandelen.....	49
Fietsen.....	50
Digitale ontsluiting van de routes.....	55
Varen	50
Vergroten aanbod van (thematische) routes.....	51
Kunst en Cultuur in Groningen.....	52
Sterke punten van het gebied Midden-Groningen	52
De keuze voor de bever als beeldmerk (bepalend).....	53
Verhaallijnen vanuit Marketing Groningen.....	53
Inzet van vrijwilligers en sociale cohesie	53
Verbeter- en aandachtspunten voor gebied Midden-Groningen	54
Marketing mogelijkheden voor Marketing Midden-Groningen	55
Uitwerking plan voor Marketing Midden-Groningen.....	56
Communicatie	56
Schade aardgaswinning	56
Acties:.....	56
Verbinding.....	58
Acties:.....	58
Planning.....	59
Begroting	59
Bijlagen	60

2. Midden-Groningen: Wie, wat, waar?

Een van de kernwaarden van Midden-Groningen is “De burger aan zet”. Op verzoek van het bestuur is een werkgroep ontstaan die later is omgenoemd naar “De Energieken” en als zelfstandige entiteit is verder gegaan.

Zelfredzaamheid en samenwerkingen:

Meerdere geledingen en belangengroepen zijn aan de gang gegaan, soms met enige sturing, informatie of vragen vanuit de gemeente en veelal met bijdragen vanuit hun eigen invalshoek.

Die samenwerking kan niet leiden tot één grote aanbieder van alle toerisme en recreatie-activiteiten: Het zijn en blijven individuele ondernemers, organisatoren, betrokken doeners die samen iets willen en gaan bereiken.

Dit document had in z'n totaliteit herschreven kunnen worden, dubblures verwijderd en teruggesnoeid tot een kort document. Daarvoor is niet gekozen.

Het is door een twintigtal betrokken inwoners van Midden-Groningen besproken, geschreven en herschreven. Deze vrij unieke aanpak willen wij graag zichtbaar maken omdat het juist die verscheidenheid aan invalshoeken laat zien.

Dit gehele document zal dienen als een basis voor toekomstige publicaties, voor onderwerpen in een krant of magazine maar ook voor het informeren van derden.

Eenmaal afgedrukt mag het geen dood document worden maar een gedrukte momentopname van een steeds bij te werken en na te slaan document.

Gebruikt door velen, gedragen door velen.



Voor wie?

Toerisme en recreatie heeft vele meesters en dienaren. Ondernemers proberen een onderneming duurzaam te draaien zodat zij ervan kunnen leven of een deel van hun kosten kunnen dekken; verzamelaars tonen graag hun verworven schatten en voor veel inwoners biedt het toerisme een baan: Economische zelfstandigheid, volwaardig kunnen deelnemen aan de wereld waarin ze leven.

Ook mensen die in hun opleiding behoefte hebben aan een stage kunnen vaak bij deze bedrijven en organisaties in Midden-Groningen terecht.

En dan zijn er de toeristen, bezoekers van buiten maar ook vanbinnen onze nieuwe gemeente. Midden-Groningen biedt veel meer dan de meeste mensen weten, en die verwondering, die noodzaak tot het ontdekken van je eigen gemeente en woongebied maken mogelijkheden vrij voor grot en klein toerisme. Of het nu liefhebbers van cultuur, wijn, natuur, kamperen of opera zijn: Midden-Groningen biedt het!



Natuurlijk zijn er rapporten en verslagen te vinden over het effect van toerisme op de lokale en de regionale economie. Maar dat zijn vaak cijfers uit een soms verbazingwekkend ver verleden, uit een andere periode.

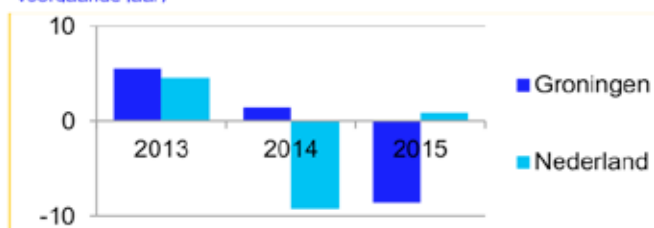
Wij kijken even naar het verleden en gaan dan werken aan de toekomst! Een toekomst die als je naar de onderstaande cijfers, de uitgesproken verwachtingen van het CBS, NBT en diverse marketing-/VVV organisaties kijkt, volop ruimte bieden voor economische groei, werkgelegenheid en leefbaarheid van ons gebied.

TOERISME IN GRONINGEN IN ÉÉN OOGOPSLAG - 2015

Hieronder een kort overzicht van de belangrijkste uitkomsten uit diverse onderzoeken naar toerisme in Groningen. Voor meer achtergrondinformatie wordt verwezen naar de achterliggende notitie *Kerncijfers recreatie en toerisme Groningen - 2015*.

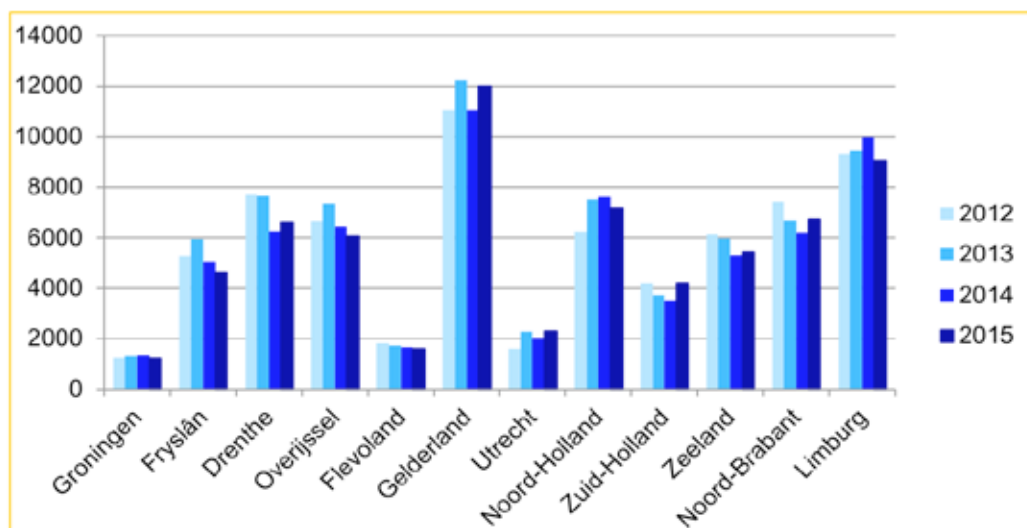
OVERNACHTINGEN

(De procentuele ontwikkeling van) toeristische overnachtingen van Nederlanders naar bestemming Groningen en Nederland (t.o.v. voorgaande jaar)



Bron: CVO, 2015

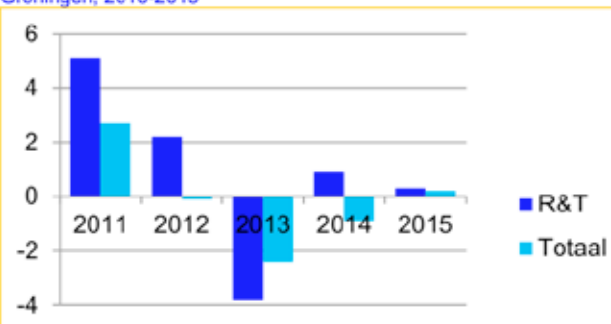
Aantal overnachtingen van Nederlanders per verblijfsprovincie x1000



Bron: CVO, 2015

WERKGELEGENHEID

Jaarlijkse werkgelegenheidsgroei t.o.v. het voorgaande jaar (%)
Groningen, 2010-2015



Bron: Lisa, 2015

15.450 toerisme banen in
3.730 vestigingen

R&T sector: 5,7% van de
Groninger werkgelegenheid
(270.160 banen)

VAKANTIES EN BESTEDINGEN



Bron: CVO, 2015



63 miljoen omzet tijdens alle vakanties in Groningen

369.000 vakanties x € 171,00 besteding p.p.

Groningen ↑ 15% (t.o.v. 2014)
NL ↑ 4% (t.o.v. 2014)



55,3 miljoen bestedingen tijdens toeristische vakanties in Groningen

303.000 vakanties x € 182,60 besteding p.p.

Groningen ↑ 17% (t.o.v. 2014)
NL ↑ 3,9% (t.o.v. 2014)

€ 36,30 p.p.p.d. (NL: € 33,40)

UITSTAPJES EN BESTEDINGEN

4.495.000 **UIT**stapjes

van Nederlanders in Groningen

Bron: CVTO, 2015



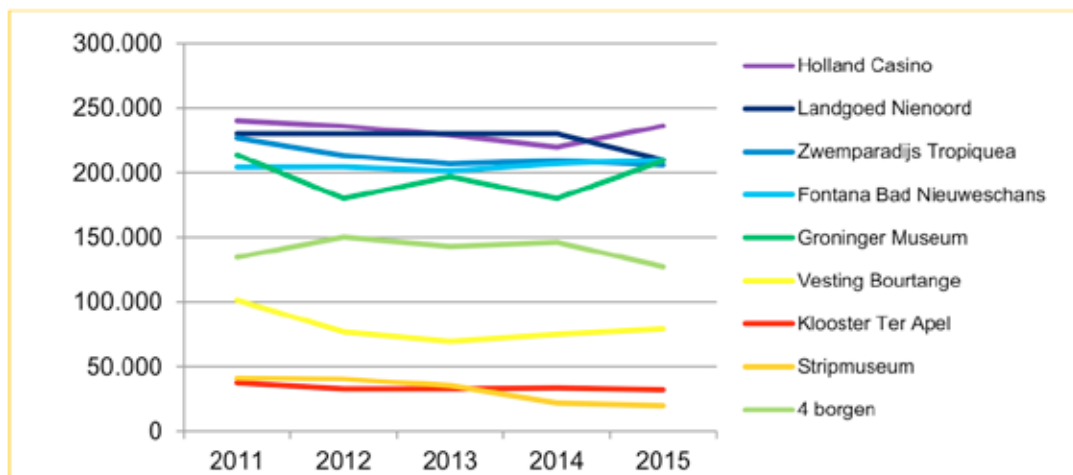
659,7 miljoen bestedingen tijdens uitstapjes in Groningen

47.495.000 uitstapjes x € 13,89 p.p.

Groningen ↑ 0,1% (t.o.v. 2013)
NL ↓ 3,2% (t.o.v. 2013)

€ 13,89 p.p.p.d. (NL: € 14,72)

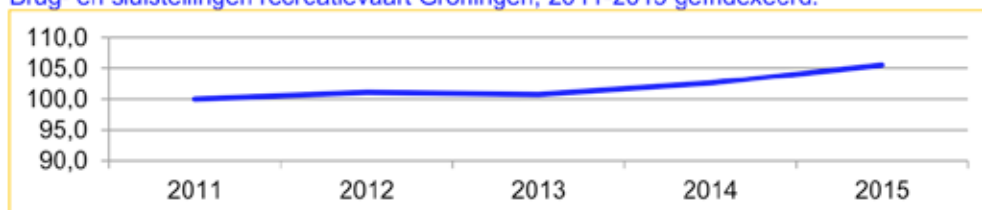
DAGATTRACTIES BEZOEKERSAANTALLEN



Bron: 2013 - 2015: provincie Groningen, 2014-2015: www.museumhuisgroningen.nl, 2011-2012: Toerisme Monitor 2012

BRUG- EN SLUISPASSAGES

Brug- en sluitellingen recreatievaart Groningen, 2011-2015 geïndexeerd.



Bron: provinciale tellingen, 2011-2015

De mogelijkheden voor Recreatie en Toerisme in Midden-Groningen

Om de plannen voor Marketing Midden-Groningen te kunnen onderbouwen en ontwikkelen is in eerste instantie een 360 graden-analyse gemaakt van de gebieden en gemeenten binnen en buiten de gemeente Midden-Groningen. Deze organisaties en instellingen kunnen namelijk ook van invloed zijn op plannen en activiteiten voor de gebiedsmarketing van Midden-Groningen.

Toerisme en economie in Midden-Groningen.

Uit onderzoek in opdracht van de Kamer van Koophandel^c blijkt dat Noord-Nederland in potentie veel te bieden heeft aan toeristen uit verder weg gelegen landen zoals Schotland, Italië, Frankrijk Spanje en Rusland. De toeristische trekpleisters waarover Noord-Groningen beschikt passen goed bij de trends en ontwikkelingen die in de periode tot 2025 op de internationale reismarkt worden verwacht.

Volgens het onderzoek is de belangrijkste ontwikkelpotentie niet de highlights, maar het afgeleide product. Het gaat bijvoorbeeld om provinciegrens- en sector overstijgende samenwerking tussen ondernemers in het gehele Noorden. Mogelijke groeicijfers worden in het onderzoek niet genoemd.

In het plattelandsgebied zijn Recreatie en Toerisme en Landbouw belangrijke sectoren. Vooral Menterwolde heeft met een aandeel van ruim 6% relatief veel banen in Recreatie en Toerisme, hoewel we wel een teruggang zien ten opzichte van 2 jaar geleden. Gedetailleerde informatie is te lezen in de bijlage.²

Routebureau Groningen en Marketing Groningen

De activiteiten van het routebureau kunnen een belangrijke rol gaan spelen bij de marketing van Midden-Groningen. Om die reden wordt hier iets dieper op de activiteiten van deze organisatie.

In 2014 is de stichting Routebureau Groningen gestart. De (voormalige) gemeenten binnen de gemeente Midden-Groningen en de provincie zijn mede-financiers van Routebureau Groningen. Het Routebureau vormt een centraal platform voor routegebonden recreatie en waarborgt de kwaliteit van de Groninger routes. In eerste instantie zal dit voor fietsers en wandelaars worden ingericht. De ambitie is om te groeien tot een routebureau voor alle routegebonden recreatie. De plannen van het Routebureau sluiten in zijn geheel aan op het beleid van de provincie Groningen en de Groninger gemeenten. Inhoudelijk is het plan ook afgestemd met de belangrijke partner Marketing Groningen. Meer over de ambities van Routebureau Groningen staan in het ambitieplan (2016 – 2020): <https://wandelen.groningen.nl/wandel-nieuws/ambitieplan-routebureau-groningen>

Organisaties en ondernemers kunnen zelf met het basisnetwerk en de verhaallijnen in samenwerking met Marketing Groningen (zorgt voor eenheid, distributie en PR) de benodigde digitale en/of gedrukte kaarten ontwikkelen. * Themaroutes zijn beschreven regionale routes

^c Onderzoek internationale marktkansen voor toeristisch Noord-Nederland, European Tourism Futures Institute, 2012

voor fietsen, wandelen of varen – al dan niet digitaal en/of fysiek bewegwijzerd – langs culturele en landschappelijke bezienswaardigheden, waarbij een specifiek thema centraal staat. Thema's sluiten aan bij de provinciale toeristische promotie- en marketingstrategie (G7 en 10 verhaallijnen). De gebruiker wordt geïnformeerd over culturele en landschappelijke bezienswaardigheden. Themaroutes verbinden toeristisch-recreatief interessante plekken met elkaar en nodigen partijen (samenwerkende ondernemers, cultuur- en landschapsorganisaties etc.) uit tot het ontwikkelen van aanbodgerichte producten (arrangementen etc.).

Wandelen

Een belangrijke opgave voor het Routebureau is de uitrol van een provinciedekkend en bewegwijzerd wandelnetwerk. De gemeente Midden Groningen heeft akkoord gegeven op het realiseren van dit wandelknooppuntennetwerk uit het project Routegbonden Recreatie Groningen. Een dergelijk netwerk is te vergelijken met het fietsknooppuntensysteem en is inmiddels in de Waddenregio in 2013 het Waddenwandelen gerealiseerd.



Het Routebureau heeft daarnaast als speerpunten het ontwikkelen van een TOP wandelatractie: het Pronkjewailpad: Een lange afstandswandeling door Groningen die de belangrijkste hoogtepunten in de provincie Groningen (G7, Marketing Groningen) met elkaar verbindt. Een meerdaagse route, die wandelaars verleidt om in Groningen te gaan wandelen, te overnachten en geld te besteden. Het Pronkjewailpad moet gezien worden als een initiatief om meer mensen van buiten de provincie Groningen structureel (come, stay & come back) aan te trekken door middel van het verbreden van het toeristisch aanbod. Het is een initiatief dat de pronkjuwelen van Groningen verbindt en het gehele jaar kan worden aangeboden. Doelstelling is om het Pronkjewailpad dwars door mooie locaties (musea, molens, borgen, kerken, rustpunten) heen te laten lopen. Op die manier ontdekken wandelaars en bezoekers de provincie Groningen ook letterlijk van binnenuit. Doelstelling is het pad gedurende 5 jaar door bepaalde gemeenten van Groningen te laten lopen en de volgende 5 jaar door de overige gemeenten van de provincie Groningen.

Fietsen

Het fietsknooppuntennetwerk bestaat sinds 2012 en wordt op korte termijn binnen de gemeente geoptimaliseerd. Ook in de voormalige gemeenten Hoogezand-Sappemeer en Menterwolde wordt het fietsknooppuntennetwerk toegepast. Het onderhoud is voor lange(re) tijd geregeld. Formeel heeft het Routebureau nog geen centrale coördinatie taak wat betreft het fietsknooppuntensysteem, maar in de praktijk gebeurt dit al wel zeer regelmatig. Wijzigingen van trajecten in het fietsknooppuntennetwerk worden afgestemd met het Routebureau Groningen. Voorbeelden daarvan zijn de toevoeging van de fietspaden van de nieuw ingerichte delen van het natuurgebied 't Roegwold.

Bij de ontwikkeling van routes kijkt het Routebureau ook goed naar trends en ontwikkelingen op het gebied van fietsen. Zo is de actieradius van een grote groep fietsers de laatste jaren sterk vergroot, door de opkomst van elektrische fietsen. Op landelijk niveau (LF-routes) wordt ingezet op de doorontwikkeling van een aantal bestaande LF-routes tot nationale iconroutes.



Sterke routes met een sterk thema zullen nog nadrukkelijker in de schijnwerper worden geplaatst. Daarnaast wordt gekeken naar de implementatie van bestaande fietsroutes op de site fietsen.groningen.nl, zoals bijvoorbeeld de in de gemeente Midden Groningen gelegen LF9 NAP-route.



Varen

In het verlengde van het provinciaal beleid zet het Routebureau zich in voor de ontwikkeling van toeristische vaarroutes en een knelpuntenanalyse.

Routebureau Groningen neemt het initiatief om vanuit bestaande vaarmogelijkheden voor toervaarders in Groningen concrete toeristische vaarroutes te ontwikkelen voor verschillende vaarklassen. Ingezet wordt op vaarroutes met een verhaal (thema) en een koppeling met bestaande voorzieningen voor watersporters. Routes waar (watersport)ondernemingen aan verbonden zijn en waar Groningen zich mee kan onderscheiden op het gebied van de toervaart. Partners bij deze ontwikkeling zijn Marketing Groningen en verschillende vertegenwoordigers van de watersportsector.

Hiermee krijgt ook de site varen.groningen.nl vorm en inhoud. De site sluit aan op het aanbod van de andere routevormen (fietsen en wandelen).

Duur- en breedtesport

Het Schildmeer-Roegwold is een uitermate geschikt natuurgebied voor het uitoefenen van duursporten breedtesporten. Uiteendaartoe ingesteld onderzoek blijkt dat sporten zoals wandelen, fietsen, zeilen, mountainbiken, triatlon, mudrun etc. uitstekend kunnen worden beoefend in dat gebied.

Inmiddels bestaan er samenwerkingsverbanden met Staatsbosbeheer, onderwijsinstellingen uit de stad Groningen en ondernemers rondom het Schildmeer om deze initiatieven vorm te geven.



Vergroten aanbod van (thematische) routes

Door inhoud en verhalen toe te voegen aan het wandel- en fietsknooppuntensysteem kunnen de potenties van deze knooppuntensystemen nog beter benut worden.

Met de ontwikkeling van thematische routes kan aangesloten worden op de tien verhaallijnen die Marketing Groningen de komende jaren in een campagne onder de aandacht gaat brengen. Bij deze verhaallijnen ontwikkelen we sterke thematische routes, die de verhalen en het huidige toeristische aanbod met elkaar verbinden.

Het bestaande aanbod van beschreven (thema)routes kunnen, waar mogelijk op basis van de knooppunten, via de sites wandelen.groningen.nl, fietsen.groningen.nl en varen.groningen.nl verder worden uitgebreid. Afhankelijk van het doel, kunnen deze worden ingezet ten behoeve van promotie en marketing, denk aan tuinenroutes, natuurroutes of kerken- en borgenroutes. Het Routebureau garandeert de kwaliteit van de routes doordat deze periodiek worden nagelopen door vrijwilligers. Daarnaast kunnen de routes in de regio app's en op andere (innovatieve) manieren worden gepromoot.

Toeristische/recreatieve organisaties en ondernemers in de gemeente Midden Groningen moeten dus nadenken over de thema's en zo mogelijk aansluiting zoeken bij de verhaallijnen van Marketing Groningen. Andere thema's, niet passend binnen de bestaande verhaallijnen moet goed worden onderbouwd om eventueel ook door Marketing Groningen goed te worden gepromoot.

Routebureau Groningen nodigt stakeholders - toeristische/recreatieve organisaties en ondernemers in de gemeente Midden Groningen - uit om mee te werken aan het ontwikkelen van routes voor wandelaars, fietsers en vaarders. Aan deze routenetwerken kunnen ook thematische routes worden verbonden. Met de thematische routes kan aangesloten worden bij de 10 verhaallijnen^d die Marketing Groningen de komende jaren in een campagne onder de aandacht brengt. De verhaallijnen: 'Borgen, kastelen van het hoge noorden', 'Veenkoloniën' en 'Hanze en handel' zouden, onder meer, invulling kunnen krijgen in de gemeente Midden Groningen.

Digitale ontsluiting

De provinciale knooppuntennetwerken (wandelen en fietsen) worden gepresenteerd op de sites wandelen.groningen.nl en fietsen.groningen.nl. Daarnaast bieden de sites thematische routes voor diverse doelgroepen.

De routes worden deels ook vermarkt in de toeristische regio app's die Marketing Groningen ontwikkelt. Ook worden toeristische ondernemingen beter betrokken bij het routeaanbod en zo gestimuleerd om aantrekkelijke arrangementen te ontwikkelen.

Onderzocht wordt of het Groninger routeaanbod breder onder de (digitale) aandacht gebracht kan worden door routes en het routenetwerk op landelijke (route)sites aan te bieden.

^d www.marketinggroningen.nl/verhaallijnen

Kunst en Cultuur in Groningen

Veel kunstenaars hebben heel bewust gekozen voor het wonen, werken en leven op een inspirerende plek als het noorden van Nederland. De omgeving biedt de benodigde rust en ruimte om ideeën en idealen te realiseren. Daarnaast zijn er, zoals veel kunstschilders kunnen beamen, geen fraaiere luchten en beter licht dan in het Noorden. Vaak organiseren ateliers en werkplaatsen van kunstenaars een open huis en is iedereen welkom om kennis te maken met de kunst en de kunstenaars zelf.

Fotografie, video en film:

Los van de professionele kunstenaars is er een groeiende groep amateurs of pro-sumenten die veel tijd en geld steken in hun hobby, de materialen en verblijfskosten. Hun foto's en clips kunnen bijdragen aan de reputatie van Midden-Groningen als unieke plek waar licht, lucht, locaties en hen mooie kansen bieden.

De filmindustrie heeft al meerdere locaties ontdekt en verwerkt in producties, waarbij *Holands Hoop* en *Schneider vs. Bax* wereldwijd aandacht hebben getrokken.



Geschiedenis en geografie van de drie gemeenten

De gemeente Midden-Groningen - ontstaan uit de gemeenten Hoogezand-Sappemeer, Menterwolde en Slochteren - zal 1 januari 2018 een feit zijn. Drie gemeenten die elk zijn ontstaan door samenvoeging van kleinere gemeenten.³

Alle drie gebieden brengen een eigen historie en achtergrond met zich mee. Hoogezand-Sappemeer als onderdeel van het gebied Gorecht dat samen met de stad Groningen als uitloper van de Hondsrug een Drentse oorsprong heeft terwijl het lint Duurswold in de gemeente Slochteren en Menterwolde het noordelijk deel van de Veenkoloniën vormden en oorspronkelijk als Friestalige Ommelanden werden gekenmerkt.

Het gebied dat nu Hoogezand-Sappemeer en Slochteren vormt is op zandruggen gebouwd. Van hieruit werd in de late middeleeuwen het hoogveen ontgonnen en kwam de karakteristieke lintbebouwing tot stand. Iets dat in een latere periode ook voor Menterwolde kenmerkend werd.



De nieuwe gemeente Midden-Groningen zal gebaseerd zijn op verschillende culturele achtergronden, diverse landschappen en historisch erfgoed. Midden-Groningen ligt daarbij in het hart van de provincie Groningen en biedt een goede verbinding tussen de stad Groningen en de plattelandsgebieden in het oostelijke deel van de provincie, waaronder het Hoogeland, de Veenkoloniën, het Oldambt en ook het Duitse Niedersachsen (Ost Friesland) daarachter.

De werkgroep Energieken heeft een analyse gemaakt van het aanbod van bedrijven, organisaties en instellingen die een rol kunnen spelen in de gebiedsmarketing van Midden-Groningen. Een ingekort overzicht met namen van instellingen en organisaties is te vinden in bijlage .

Deze organisaties en bedrijven zijn onder te verdelen in de volgende categorieën of branches:

1. Natuurgebieden, parken en (vlinder-)tuinen;
2. Watersport, sport-evenementen, golfbaan
3. Campings, hotels, B&B's (Logies bieders)
4. Cafés en restaurants (Horeca)
5. Kunst, cultuurcentra, musea en galeries
6. Evenementen, festivals, fairs en (jaar)markten
7. Kerken, molens, monumenten en follies
8. Stakeholders in het gebied Midden-Groningen



Zuidlaardermeer en de polders

Zoals hiervoor beschreven heeft de gemeente een rijke historie op het gebied van scheepvaart. Het is daarom ook niet verwonderlijk dat watersport en vaarrecreatie in dit gebied erg populair zijn. Daar waar in de 17e eeuw veel kanalen zijn gegraven om turf af te voeren, zijn er nu prachtige vaarroutes in een uniek landschap. Varende vanaf het beschermde dorpsgezicht van Kiel-Windeweer - bijna letterlijk over de beverburchten heen - volgt het natuurgebied het Zuidlaardermeer⁵.

Het gehele gebied biedt naast stranden, vaar- en surfmogelijkheden uiteraard horeca-gelegenheden, een haven en een uniek en groot natuurgebied met veel bijzondere en zeldzame 'bewoners' waaronder Bevers, Otters, Vis- en zeearenden, roerdompen, Konikpaarden en Schotse hooglanders.

Er is veel te beleven in en rond het Zuidlaardermeer: fietsen of wandelen tussen de wilde Konikpaarden en schotse Hooglanders of de natuur rustig observeren vanuit één van de vele vogelkijkhutten. Ook is het mogelijk om te genieten op één van de vele terrassen van de paviljoens aan het meer of op het water in een (gehuurde) boot. Regelmatig worden door de ondernemers muzikale evenementen georganiseerd.

Schildmeer

Op het Schildmeer vinden ieder jaar (in het op één-na-laatste weekend van juli) de gerenommeerde zeilwedstrijden van de Schildweek plaats. Tijdens deze week verandert de omgeving tot een echte belevenis met o.a. het kunstzinnige familiefestival Art Carnivale en diverse optredens en activiteiten bij de horeca- en recreatiebedrijven aan de randen van het Schildmeer.



't Roegwold

In Midden-Groningen zijn oude en nieuwe natuurgebieden binnen de ecologische hoofdstructuur met elkaar verbonden. Tezamen vormen deze 't Roegwold', een uitgestrekt gebied met bossen, plassen, ruigten, graslanden en moerassen.

Het geheel vormt een verrassende schakel tussen de natuur van de Drentse Hondsrug en die van het Waddengebied. Het gebied is als natuurgebied in de afgelopen jaren omgebouwd naar een In het gebied lopen schapen en grote grazers maar evenzeer kan men er

bijzondere flora en fauna aantreffen, waardoor het gebied een must voor natuurfotografen is. Een van de toeristische hoofpunten in het Roegwold is het knuppelpad, een wandeling over het water waar men gedragen wordt door duizenden knuppels.



Vaarroutes

Door het verbinden van vaarroutes tussen de meren en natuurgebieden in het gebied ontstaan steeds meer mogelijkheden voor een fantastische vakantie op het water. Op een aantal plekken zijn reeds nieuwe jachthavens en aanlegplaatsen gerealiseerd.

Vanuit het Zuidlaardermeer zijn er vele vaarmogelijkheden om de nieuwe gemeente via het water te ontdekken. Bijvoorbeeld langs het Winschoterdiep naar de passantenhaven in Martenshoek^e of de nieuwere haven in Sappemeeren Zuidbroek. Vanuit het Zuidlaardermeer is het een paar uurtjes varen naar de jachthaven van Slochteren, op slecht een steenworp afstand van de Fraeylemaborg. Ook het andere grote meer in Midden-Groningen, het Schildmeer, is een bezoek meer dan waard. Voor de watersporter zijn er tevens vernieuwde havens in Slochteren (2018) en Zuidbroek (2015), vaak met mogelijkheden voor walstroom, afvalinzameling en technische ondersteuning.

Aan de westkant van Midden-Groningen verbindt het stadsdeel Meerstad de regio met de stad Groningen en ten oosten ligt de Blauwe Stad met het Oldambtmeer. Op beide plekken staan wonen aan en recreatie op het water centraal. Met de Waddenzee en de Eems-Dollard op korte afstand biedt Midden-Groningen dus veel mogelijkheden voor de echte watersportliefhebbers.

^e De haven van Martenshoek dient wel beter te worden onderhouden. Ook het 'wild aanleggen' moet worden bestreden



Parken

Het Gorechtpark in Hoogezand biedt diverse mogelijkheden voor recreatie en ontspanning. In het park vindt u o.a. een hertenkamp, kinderboerderij en het Natuurhuis met een natuurtuin van stichting Natuur en Milieu Educatie.

Daarnaast kent het gebied een aantal mooie particuliere slinger- en kijktuinen en zijn er dorpsrandparken en unieke natuurbelevissen op onverwachte plekken te bewonderen.

Heemtuin

De Heemtuin is ontstaan door de vruchtbare akkerbouwgrond aan de kant te zetten zodat het stuifduinlandschap van na de laatste ijstijd weer aan de oppervlakte is gekomen. In de loop der jaren is er een zeer interessant natuurgebied ontstaan met afwisselende vegetatie.

In het begin van deze eeuw werd de Heemtuin nog groter omdat er een groot nieuw gebied 'Tussen de Venen' is aangelegd. De tuin is open voor publiek en beschikt over een gezellig paviljoen.



Hotels, campings en B&B

Midden-Groningen kent een rijke schakering aan overnachtings- en verblijfsmogelijkheden. Van groot tot klein en van luxe tot eenvoudig.

Met name de intieme en landelijk gelegen mini-campings en bed-and-breakfast voorzieningen brengen het platteland van Groningen dichtbij de bezoekers aan het gebied.

Kunst, cultuurcentra, musea en galleries

Midden-Groningen heeft een aantal verrassende musea, galleries en kunstcollecties, sommige vanuit (cultuur)historisch perspectief opgezet en andere gericht op de hedendaagse kunst. Er is ook 'kunst op straat' te vinden; op zowel centrale als minder voor de hand liggende locaties is een grote variëteit aan beelden, sculpturen, objecten en opmerkelijke installaties te vinden.



Op de middenberm van de snelweg is de sculptuur 'Gasmolecule' geplaatst in 2009 ter viering van de ontdekking vijftig jaar daarvoor het Slochter gasveld. Het beeld is gemaakt door de vermaarde kunstenaar Marc Ruygrok.



Het landgoed Fraeylemaborg in haar rijke historie onlosmakelijk met kunst verbonden geraakt. De vaste collectie neemt de bezoeker mee naar het rijke verleden van de borg, haar bewoners en de geschiedenis van het gebied. In het Koetshuis en de Oranjerie zijn de meest uiteenlopende en altijd verwonderende tentoonstellingen te verwachten. De her en der te ontdekken follies vormen een unieke openlucht-tentoonstelling en staan garant voor een onvergetelijke wandeling in het prachtige parkbos.

De Kunsthal in Slochteren bevindt zich in de hal van het gemeentehuis van Slochteren. De Kunstuitleen ARTOS verzorgt hier regelmatig wisselende exposities met werken uit haar hoogwaardige gevarieerde collectie.

Kunstliefhebbers halen al jaren hun hart op tijdens de uitzonderlijke exposities in Galerie Werfkade 16. De galerie is gehuisvest in een voormalige dekkledenfabriek in Amsterdamse Schoolstijl in de oude haven van Martenshoek.

Evenementen

Midden-Groningen kent een aantal bijzondere festivals en locaties die dienen als podium voor kunstzinnige en culturele activiteiten en evenementen.

Rondom de Fraeylemaborg worden jaarlijks diverse markten en activiteiten georganiseerd zoals de grote kunstmarkt Fraeylema Rondom, het 16e eeuwse kampement tijdens het Pinksterevenement, de 3-daagse Culinaire beurs en de Kerstpracht met Oud-Hollandsche Kerstmarkt.

De jaarlijkse Oranjemarkt in Sappemeer trekt ieder jaar een enorm publiek en tijdens 'de dag van het park' verandert het Gorechtpark in Hoogezand tot een culturele pluktuin.

Het cultureel maritiem evenement Watervloot laat de historische identiteit van het gebied aan het Winschoterdiep eens in de drie jaar herleven en combineert dit met hedendaagse vormen van kunst, muziek en theater. In de haven van Martenshoek verzamelen zich meer dan 60 oude schepen waarvan de meeste door het publiek te bezichtigen zijn.



In het startweekend van de jaarlijkse Schildweek opent het festival Art Carnivale haar tenten in het strandpark aan het Schildmeer in Steendam. Dit opvallende kunstzinnige familiefestival kenmerkt zich door haar gemoedelijke sfeer en verrassende programma. Een weekend vol muziek, theater, cabaret, film, kinderactiviteiten, kunst en vooral ook kunstenaars. Rondom de heuvel in het park is een grote creatieve markt gepositioneerd en rondom het centrale plein met meerdere podia zijn uiteraard allerlei lekkernijen te verkrijgen.



Rond het Zuidlaardermeer werden en worden jaarlijkse enkele grote evenementen georganiseerd. Mooie voorbeelden “Swing-in Zuidlaardermeer” waarbij bij alle paviljoens aan het Zuidlaardermeer ’s avonds live muziek bieden. Daarbij wordt ook gedacht aan het vervoer over water en een afsluitend vuurwerk vanaf een drijvend ponton. Met toenemende bezoekersaantallen zullen dit

soort evenementen bijdragen aan een verhoogd welvaren en welzijn in Midden-Groningen.

De Eurohal Zuidbroek is waarschijnlijk de grootste organisator/aanbieder van (overdekte) beurzen, evenementen, een groot concours hippique en indoor motocross.

Minstens zo belangrijk zijn de lokale festivals en feesten die door een dorp worden georganiseerd met uitstraling in binnen- en buitenland.

Landbouw, industrie en winkelgebieden

Het Winschoterdiep werd in de 17e eeuw gegraven ten behoeve van de ontsluiting van het gebied voor de scheepvaart om daarmee het gebied te ontginnen voor het “turfsteken”. Naderhand kwam langs dit kanaal de nijverheid tot bloei. Scheepswerven en toeleverende bedrijven vestigden zich in de 19e eeuw langs het kanaal, al snel gevolgd door aardappel- en strokartonfabrieken. De historische scheepswerf Wolthuis in Sappemeer en het cultureel-maritieme evenement Watervloot in de oude haven van Martenshoek laten bezoekers zien hoe dit gebied vroeger was.

In de eerste helft van de 20e eeuw kwamen in het gehele gebied ook de land- en tuinbouw tot bloei. In de tweede helft van de 20e eeuw werden langs de inmiddels aangelegde A7 diverse industrie- en bedrijvenparken ontwikkeld waar ook internationale bedrijven zich vestigden.



In Slochteren en Menterwolde ontwikkelde zich vooral de landbouw. In Menterwolde leidde dat op de ontgonnen veengronden tussen 1850 en 1950 tot een toename van grootschalige landbouwbedrijven. Er werd overwegend voor de aardappelmeel- en strokartonfabrieken geproduceerd. In Slochteren ontstond kleinschalige landbouw, die vanaf 1800 door betere bemaling en ruilverkaveling, na de Tweede Wereldoorlog een schaalvergroting doormaakte.



In 1959 werd in Slochteren het grootste aardgasveld ter wereld ontdekt. Dit was een belangrijk moment in de geschiedenis van het gebied en bleek later ook veel invloed te hebben op de toekomst en het imago van dit deel in de provincie Groningen.

In Hoogezand is een uitgebreid aanbod aan winkels en horeca te vinden. Daarnaast biedt Hoogezand diverse voorzieningen zoals het grote overdekte winkelcentrum 'de Hooge Meeren', het Kielzog, de bioscoop Vue en een bibliotheek. Ook biedt de gemeente een breed scala aan zelfstandige winkels en winkelcentra, boerderijwinkels en kraampjes "aan de rand van de weg" met eigen groente, vlees, fruit of zelfgemaakt jam of honing te vinden. Dit laatste sluiten goed aan bij de toenemende vraag naar biologisch en verantwoord voedsel, zodat er ook ruimte is voor markten met streekproducten.



Bevolking en politiek.

Van oudsher zijn de gemeenten Menterwolde en Slochteren woongebieden waar veel inwoners werken in kleinere bedrijven en voor wat betreft werkgelegenheid zijn aangewezen op grotere omliggende plaatsen zoals Groningen, Winschoten, Hoogezand-Sappemeer en Veendam. De gemeente Hoogezand-Sappemeer werd deels bewoond door forensen maar daarnaast bood deze gemeente ook zelf veel werkgelegenheid bij bedrijven binnen deze gemeente. Ook Slochteren met het Rengerspark en de Gouden Driehoek in Menterwolde zorgen voor werkgelegenheid.

Door de eeuwen heen vonden immigranten een nieuw bestaan in ons gebied. In eerste instantie migranten uit eigen land in de turfbouw en later ook mannen en vrouwen uit mediterrane landen voor de industrie.

Inmiddels wonen nu in alle gemeenten van Midden-Groningen veel forenzen die werken in en om de stad Groningen. Vooral de gemeente Slochteren en Menterwolde zijn nu voornamelijk woongemeenten en geen werkgemeenten meer. Meer over werkgelegenheid in het gebied staat vermeld in de bijlage⁶.

Politiek gezien zijn de gemeenten Menterwolde en Hoogezand-Sappemeer vooral socialistisch georiënteerd. In de gemeente Slochteren zijn de christelijke en de liberale partijen in de meerderheid.

Een tabel met sociaaleconomische achtergrondcijfers van de nieuwe gemeente is te lezen in de bijlage.⁷

Interessante feiten uit het gebied en mogelijke verhaallijnen

Na de ijstijd

Toen het landijs van de voorlaatste ijstijd zich terugtrok bleef er een stuifduinlandschap over. In poelen ontwikkelde zich het hoogveen dat het gebied overwoekerde. Het veen werd afgegraven, de onderste laag van het veen werd vermengd met het zand en zo ontstond er een landbouwgebied.

In de Heemtuin in Muntendam, maar ook in het Tripsbos in Sappemeer is te zien hoe dit stuifduinlandschap er vroeger uit zag. Daar is namelijk de landbouwgrond verwijderd. Op de hoge zandkoppen in het gebied zijn kampen aangetroffen van jagers en voedselverzamelaars.



Kloosters

In de 13^e eeuw waren het vooral de kloosters die onze streken ontwikkelden. In 1250 verwierf het klooster van Aduard grond nabij Wolfsbarge (in Hoogezand-Sappemeer) voor de aanleg van een kloosterkolonie (Colonium Masterii). In 1262 kocht de abdij van Zuidlaren diverse percelen veen en weiland aan de rivier de Hunze.

Vanaf de Middeleeuwen werd aan de Hunze het veen afgegraven. Tot in de 20e eeuw was er voldoende restveen om tot turf te verwerken. Na de vervening werd de dalgrond vooral voor akkerbouw gebruikt.

Voor de turfstekers in het veen liet het klooster een kapel bouwen. In 1268 kwam de bisschop van Utrecht de kapel inwijden en noemde de kolonie Hortus Sancti Bernardi, de tuin van Sint Bernardus. In het jaar 1282 werd de kapel losgemaakt van de parochie Noordlaren, waarvoor de abdij van Aduard 2000 stenen als vergoeding aan de kerk van Noordlaren betaalde. Wolfsbarge werd daarmee een van de zeven kerspelen⁸ van het Gorecht. Het kerkhof bestaat ook nu nog en dat biedt een mooi aanknopingspunt voor een verhaal.



Kerken

De provincie Groningen staat bekend om haar grote aantal en vaak oude kerken. In het dorp Hellingwoude staat de Walfriduskerk, één van de oudste kerken van onze provincie. De museale grafkerk in Harkstede vertelt het verhaal over de excentrieke avonturier Henric Piccardt die later syndicus van 'Stad en Ommelanden' en ook borgheer van de Fraeylemaborg zou worden. Zeker ook uniek is de grote verscheidenheid aan kerken en bouwstijlen daarvan in Hoozand en Sappemeer. In de 17e eeuw kwamen diverse groeperingen uit wijde omtrek om mee te werken aan de vervening van het gebied. Hierdoor ontstond destijds al een soort 'multiculturele samenleving' bestaande uit allerlei groepen arbeiders uit de rest van Nederland die er hun eigen wijk en dan natuurlijk ook vaak een eigen kerk vormden. Het Schnitger-Hinsz-Freytag orgel in Noordbroek trekt bezoekers van heinde en heel verre. In Zuidbroek is een historische Joodse begraafplaats evenals in Kolham.

Alva en de schans van Slochteren

Van 10 tot 17 juli 1568 betrok Alva de schans van Slochteren. De schans bevond zich op de plaats waar nu de kerk met losse toren staan. Een spannend verhaal over de 80-jarige oorlog speelt zich af rond deze schans^f.

60.000 schepen per jaar

In de 16^e eeuw startte het afgraven van het veen. In het gebied zijn randveenontginningen en baggerveenontginningen te vinden zoals bij de Baggerputten in Slochteren. Deze grootschalige

^f <https://www.deverhalenvangroningen.nl/alle-verhalen/alva-in-slochteren>

ontginningen hebben het gebied opgedeeld in een strak patroon van diepen en wijken met zeer interessante en rijke bebouwingen in Kielwindeweer en Hoogezand-Sappemeer. Jaarlijks kwamen er door de sluis van Martenshoek al 60.000 schepen. Er zijn boeiende verhalen te vertellen over 'waar komen al die rijk geornamenteerde huizen vandaan' en 'waarom zijn er zoveel kerken in het gebied'?

Scheepsbouw langs het Winschoterdiep

Vanwege de ontginning van het veen, waarbij al het transport naar de stad Groningen over water plaatsvond, ontwikkelde de scheepsbouw zich in dit gebied. Tot op de dag van vandaag vindt er scheepsbouw plaats langs het Winschoterdiep in Hoogezand. Hoe dit zo ontstaan is, is te zien bij de Museumwerf Wolthuis in Sappemeer. Maar ook de te waterlatingen in het Winschoterdiep zijn boeiend en kunnen bijvoorbeeld meer als evenement in de markt worden gezet.



Strokkarton en aardappelmeel

Vele strokkarton- en aardappelmeelfabrieken zijn in Midden-Groningen opgericht. De bedrijven Avebe in Foxhol en Eska in Hoogezand en in Sappemeer zijn daar vandaag de dag nog voorbeelden van. De emancipatie van de arbeiders en de geschiedenis van deze industrie zijn interessante verhalen.

In het Veenkoloniaal museum in Veendam is er een permanente tentoonstelling over de scheepvaart, aardappels, karton en Brinta.

Aletta Jacobs

Aletta Jacobs is geboren in Sappemeer. Zij is de eerste vrouwelijke student die afstudeerde en is het Europese boegbeeld voor vrouwenemancipatie. Op dit moment wordt alleen nog in het Universiteitsmuseum in Groningen uitgebreid aandacht besteed aan deze belangrijke vrouw. Het past echter zeker ook de gemeente Midden-Groningen om aandacht te besteden aan haar voormalige inwonster Aletta Jacobs.

Buitenplaatsen in Hoogezand-Sappemeer

In de 18^e eeuw bouwden gegoede burgers uit de stad, buitenplaatsen in Hoogezand-Sappemeer: De zogenaamde veenborgen. De gemeente Midden-Groningen heeft nog drie prachtige borgen in haar gemeente: de veenborg Welgelegen met fraaie tuin in Franse stijl in Sappemeer en Borg Langwyck in Westerbroek, daarnaast in Slochteren het imposante landgoed Fraeylemaborg dat dateert uit de 12^e eeuw en veel ouder is dan de veenborgen. Andere buitenhuizen zijn verdwenen, maar kunnen voor het publiek bijvoorbeeld via virtual reality beelden weer in leven geroepen worden.

Veenborg Welgelegen is sinds kort eigendom van het Groninger landschap. De Fraeylemaborg is één van de best behouden borgen van ons land, gelegen op een ruim 23 ha groot landgoed in Slochteren.

Het gebouw is ontstaan uit een steenhuis en in de loop van de tijd uitgegroeid tot een 'kasteel'. Verhalen over de bewoners en het park zijn de verhalen over de ontwikkeling van de adellijke cultuur in Europa en het verhaal over de strijd tussen platteland en stad. In het bijbehorende grote park in Engelse-landschapsstijl en op het nabijgelegen erfgoedplein staan sinds 2015 ook een tiental opmerkelijke folies van diverse kunstenaars.



Piccardt

Piccardt, kamerheer van Lodewijk de IV^e en dichter, wetenschapper en stichter van de kerk van Harkstede. Zoon van een dominee, later verbannen naar Emden, syndicus van de Ommelanden en vriend van stadhouder Willem III. Zijn leven is boeiend en spannend en het vertellen meer dan waard. Er bestaat al een vertelgroep 'Piccardt'. Daarbij is de afbeelding van deze borgheer van de Fraeylema ook zichtbaar in de Grote zaal en in de bibliotheek van de Fraeylemaborg. Samen met zijn vrouw Elisabeth Rengers ligt hij begraven in de eigen grafkelder van de kerk in Harkstede.

Musea

Tentoonstellingen in de Fraeylemaborg en het Koetshuis in Slochteren trekken jaarlijks vele bezoekers. Iets minder bekend maar zeker interessant is het Nationaal Busmuseum in Hoogezand, het Zwerfstenenmuseum en het Internationale Politiepetten Museum in Slochteren, diverse molens, de historische werf in Sappemeer en diverse verzamelingen in Midden-Groningen.



*Brandweermuseum
Hoogezand-Sappemeer*

Boerderijen

Er staan tal van schitterende boerderijen in ons gebied, waaronder de Geertsemaheerd. Al dan niet voorzien van een slingertuin in de kenmerkende romantische Engelse-landschapstijl. Veel boerderijen hebben prachtige interieurs met beschilderde beddenschotten, gebeeldhouwde plafonds en gebrandschilderde ramen. Ook de kelders en waterputten zijn interessant om te zien. Over veel boerderijen zijn verhalen te vertellen over het gebruik, de architectuur en de geschiedenis. Gekoppeld aan die verhalen zouden bijvoorbeeld ontvangsten in de boerderijen georganiseerd kunnen worden.

Molens

Niet zo beroemd als Kinderdijk maar in Midden-Groningen zijn zeker veel bezienswaardige molens te vinden. Het betreffen zowel poldermolens als korenmolens. Aan de Groenedijk in Slochteren staan bijvoorbeeld al vier nog volledig functionele molens die ook regelmatig in bedrijf te bezichtigen zijn.

Amsterdamse school

In het hele gebied zijn huizen en andere gebouwen gebouwd volgens de architectuur van de Amsterdamse school. Rondom dit thema is bijvoorbeeld in samenwerking met het Routebureau een route te ontwikkelen.

Bakki Suriname

In Hoogezand-Sappemeer wonen veel Hindoestaanse Surinamers. Zij komen oorspronkelijk uit Bakki in Suriname. Hoe deze bevolkingsgroep via India en Suriname in Hoogezand-Sappemeer beland is, is een spannend en leerzaam verhaal. De Hindoestaanse cultuur wordt tot op de dag van vandaag in ere gehouden. Van dit verhaal is in de jaren 90 een film gemaakt en zou meer onder de aandacht gebracht kunnen worden.^g



Omgeving van Midden-Groningen

Om de plannen voor Marketing Midden-Groningen te kunnen bepalen is ook een analyse gemaakt van de gebieden en gemeenten buiten de gemeente Midden-Groningen. Deze organisaties en instellingen kunnen namelijk ook van invloed zijn op plannen en activiteiten voor de gebiedsmarketing van Midden-Groningen.

Toerisme Groningen

Uit onderzoek in opdracht van de Kamer van Koophandel^h blijkt dat Noord-Nederland in potentie veel te bieden heeft aan toeristen uit verder weg gelegen landen zoals Schotland, Italië, Frankrijk Spanje en Rusland. De toeristische trekpleisters waarover Noord-Groningen beschikt passen goed bij de trends en ontwikkelingen die in de periode tot 2025 op de internationale reismarkt worden verwacht.

Volgens het onderzoek is de belangrijkste ontwikkelpotentie niet de highlights, maar het afgeleide product. Het gaat bijvoorbeeld om provinciegrens- en sector overstijgende samenwerking

^g <https://www.filmfestival.nl/publiek/films/nog-steeds-onderweg-tussen-bakkie-en-hoogezand>

^h Onderzoek internationale marktkansen voor toeristisch Noord-Nederland, European Tourism Futures Institute, 2012

tussen ondernemers in het gehele Noorden. Mogelijke groeicijfers worden in het onderzoek niet genoemd.

In het plattelandsgebied zijn Recreatie en Toerisme en Landbouw belangrijke sectoren. Vooral Menterwolde heeft met een aandeel van ruim 6% relatief veel banen in Recreatie en Toerisme, hoewel we wel een teruggang zien ten opzichte van 2 jaar geleden. Gedetailleerde informatie is te lezen in de bijlage.⁹

Routebureau Groningen

De activiteiten van het routebureau zullen een belangrijke rol spelen bij de marketing van Midden-Groningen. Om die reden wordt hier iets dieper ingegaan op de activiteiten van deze organisatie.

In 2014 is de stichting Routebureau Groningen gestart. De (voormalige) gemeenten binnen de gemeente Midden-Groningen en de provincie zijn mede-financiers van Routebureau Groningen. Het Routebureau vormt een centraal platform voor routegebonden recreatie en waarborgt de kwaliteit van de Groninger routes. In eerste instantie zal dit voor fietsers en wandelaars worden ingericht. De ambitie is om te groeien tot een routebureau voor alle routegebonden recreatie. De plannen van het Routebureau sluiten in zijn geheel aan op het beleid van de provincie Groningen en de Groninger gemeenten. Inhoudelijk is het plan ook afgestemd met de belangrijke partner Marketing Groningen. Meer over de ambities van Routebureau Groningen staan in het ambitieplan (2016 – 2020): <https://wandelen.groningen.nl/wandel-nieuws/ambitieplan-routebureau-groningen>

Organisaties en ondernemers kunnen zelf met het basisnetwerk en de verhaallijnen in samenwerking met Marketing Groningen (zorgt voor eenheid, distributie en PR) de benodigde digitale en/of gedrukte kaarten ontwikkelen. * Themaroutes zijn beschreven regionale routes voor fietsen, wandelen of varen – al dan niet digitaal en/of fysiek bewegwijzerd – langs culturele en landschappelijke bezienswaardigheden, waarbij een specifiek thema centraal staat. Thema's sluiten aan bij de provinciale toeristische promotie- en marketingstrategie (G7 en 10 verhaallijnen). De gebruiker wordt geïnformeerd over culturele en landschappelijke bezienswaardigheden. Themaroutes verbinden toeristisch-recreatief interessante plekken met elkaar en nodigen partijen (samenwerkende ondernemers, cultuur- en landschapsorganisaties etc.) uit tot het ontwikkelen van aanbodgerichte producten (arrangementen etc.).

Wandelen

Een belangrijke opgave voor het Routebureau is de uitrol van een provinciedekkend en bewegwijzerd wandelnetwerk. De gemeente Midden Groningen heeft akkoord gegeven op het realiseren van dit wandelknooppuntennetwerk uit het project Routegebonden Recreatie Groningen. Een dergelijk netwerk is te vergelijken met het fietsknooppuntensysteem en is inmiddels in de Waddenregio in 2013 het Waddenwandelen gerealiseerd.

Het Routebureau heeft daarnaast als speerpunten het ontwikkelen van een TOP wandelatractie: het Pronkjewailpad: Een lange afstandswandeling door Groningen die de belangrijkste hoogtepunten in de provincie Groningen (G7, Marketing Groningen) met elkaar verbindt. Een meerdaagse route, die wandelaars verleidt om in Groningen te gaan wandelen, te overnach-

ten en geld te besteden. Het Pronkjewailpad moet gezien worden als een initiatief om meer mensen van buiten de provincie Groningen structureel (come, stay & come back) aan te trekken door middel van het verbreden van het toeristisch aanbod. Het is een initiatief dat de pronkjuwelen van Groningen verbindt en het gehele jaar kan worden aangeboden. Doelstelling is om het Pronkjewailpad dwars door mooie locaties (musea, molens, borgen, kerken, rustpunten) heen te laten lopen. Op die manier ontdekken wandelaars en bezoekers de provincie Groningen ook letterlijk van binnenuit. Doelstelling is het pad gedurende 5 jaar door bepaalde gemeenten van Groningen te laten lopen en de volgende 5 jaar door de overige gemeenten van de provincie Groningen.

Een van de plannen is om de soms lange routes door de Midden-Groninger te onderbreken met een Folly, in combinatie met zonnecellen, fiets-laadpunt en wellicht de mogelijkheid voor een koffieautomaat of een kiosk.

Fietsen

Het fietsknooppuntennetwerk bestaat sinds 2012 en wordt op korte termijn binnen de gemeente geoptimaliseerd. Ook in de voormalige gemeenten Hogeveen-Sappemeer en Menterwolde wordt het fietsknooppuntennetwerk toegepast. Het onderhoud is voor lange(re) tijd geregeld. Formeel heeft het Routebureau nog geen centrale coördinatie taak wat betreft het fietsknooppuntensysteem, maar in de praktijk gebeurt dit al wel zeer regelmatig. Wijzigingen van trajecten in het fietsknooppuntennetwerk worden afgestemd met het Routebureau Groningen. Voorbeelden daarvan zijn de toevoeging van de fietspaden van de nieuw ingerichte delen van het natuurgebied 't Roegwold.

Bij de ontwikkeling van routes kijkt het Routebureau ook goed naar trends en ontwikkelingen op het gebied van fietsen. Zo is de actieradius van een grote groep fietsers de laatste jaren sterk vergroot, door de opkomst van elektrische fietsen. Op landelijk niveau (LF-routes) wordt ingezet op de doorontwikkeling van een aantal bestaande LF-routes tot nationale iconroutes. Sterke routes met een sterk thema zullen nog nadrukkelijker in de schijnwerper worden geplaatst.

Daarnaast wordt gekeken naar de implementatie van bestaande fietsroutes op de site fietsen.groningen.nl, zoals bijvoorbeeld de in de gemeente Midden Groningen gelegen LF9 NAP-route.

Digitale ontsluiting van de routes

De provinciale knooppuntennetwerken (wandelen en fietsen) worden gepresenteerd op de sites wandelen.groningen.nl en fietsen.groningen.nl. Daarnaast bieden de sites thematische routes voor diverse doelgroepen.

De routes worden deels ook vermarkt in de toeristische regio app's die Marketing Groningen ontwikkelt. Ook worden toeristische ondernemingen beter betrokken bij het routeaanbod en zo gestimuleerd om aantrekkelijke arrangementen te ontwikkelen.

Onderzocht wordt of het Groninger routeaanbod breder onder de (digitale) aandacht gebracht kan worden door routes en het routenetwerk op landelijke (route)sites aan te bieden.

Varen

In het verlengde van het provinciaal beleid zet het Routebureau zich in voor de ontwikkeling van toeristische vaarroutes en een knelpuntenanalyse.

Routebureau Groningen neemt het initiatief om vanuit bestaande vaarmogelijkheden voor toervaarders in Groningen concrete toeristische vaarroutes te ontwikkelen voor verschillende vaarklassen. Ingezet wordt op vaarroutes met een verhaal (thema) en een koppeling met bestaande voorzieningen voor watersporters. Routes waar (watersport)ondernemingen aan verbonden zijn en waar Groningen zich mee kan onderscheiden op het gebied van de toervaart. Partners bij deze ontwikkeling zijn Marketing Groningen en verschillende vertegenwoordigers van de watersportsector.

Hiermee krijgt ook de site varen.groningen.nl vorm en inhoud. De site sluit aan op het aanbod van de andere routevormen (fietsen en wandelen).

Vergroten aanbod van (thematische) routes

Door inhoud en verhalen toe te voegen aan het wandel- en fietsknooppuntensysteem kunnen de potenties van deze knooppuntensystemen nog beter benut worden.

Met de ontwikkeling van thematische routes kan aangesloten worden op de tien verhaallijnen die Marketing Groningen de komende jaren in een campagne onder de aandacht gaat brengen. Bij deze verhaallijnen ontwikkelen we sterke thematische routes, die de verhalen en het huidige toeristische aanbod met elkaar verbinden.

Het bestaande aanbod van beschreven (thema)routes kunnen, waar mogelijk op basis van de knooppunten, via de sites wandelen.groningen.nl, fietsen.groningen.nl en varen.groningen.nl verder worden uitgebreid. Afhankelijk van het doel, kunnen deze worden ingezet ten behoeve van promotie en marketing, denk aan tuinenroutes, natuurroutes of kerken- en borgenroutes. Het Routebureau garandeert de kwaliteit van de routes doordat deze periodiek worden nagelopen door vrijwilligers. Daarnaast kunnen de routes in de regio app's en op andere (innovatieve) manieren worden gepromoot.

Toeristische/recreatieve organisaties en ondernemers in de gemeente Midden Groningen moeten dus nadenken over de thema's en zo mogelijk aansluiting zoeken bij de verhaallijnen van Marketing Groningen.

Een eventueel ander thema, niet passend binnen de bestaande verhaallijnen moet goed worden onderbouwd om eventueel ook door Marketing Groningen goed te worden gepromoot.

Routebureau Groningen nodigt stakeholders - toeristische/recreatieve organisaties en ondernemers in de gemeente Midden Groningen - uit om mee te werken aan het ontwikkelen van routes voor wandelaars, fietsers en vaarders. Aan deze routenetwerken kunnen ook thematische routes worden verbonden. Met de thematische routes kan aangesloten worden bij de 10 verhaallijnenⁱ die Marketing Groningen de komende jaren in een campagne onder de aandacht brengt. De verhaallijnen: 'Borgen: kastelen van het hoge noorden', 'Veenkoloniën' en 'Hanze en handel' zouden, onder meer, invulling kunnen krijgen in de gemeente Midden-Groningen.

ⁱ www.marketinggroningen.nl/verhaallijnen



Kunst en Cultuur in Groningen

Veel kunstenaars hebben heel bewust gekozen voor het wonen, werken en leven op een inspirerende plek als het noorden van Nederland. De omgeving biedt de benodigde rust en ruimte om ideeën en idealen te realiseren. Daarnaast zijn er zoals kunstschilders kunnen beamen, geen fraaiere luchten en beter licht dan in het Noorden. Vaak organiseren ateliers en werkplaatsen van kunstenaars een open huis en is iedereen welkom om kennis te maken met de kunst en de kunstenaars zelf.

Sterke punten van het gebied Midden-Groningen

Op basis van de analyse heeft de werkgroep de volgende vier Unique Selling Points (USP's) van Midden-Groningen benoemd die uniek zijn én ingezet kunnen worden bij de marketing en het vergroten van de bekendheid van het gebied:

1. De Groninger Meren

2. De Fraeylemaborg

3. De scheepsbouw

4. De Follies

Als logo is de **bever** gekozen.

Ad 1 Groninger meren

Hiermee worden bedoeld het Zuidlaardermeer, 't Roegwold en het Schildmeer en de natuurgebieden die annex liggen.

Ad 2 De Fraeylemaborg

Dit Selling Point verteld ook de verhalen van de veenborgen zoals Welgelegen, de borg in Westbroek Langwijk en de verdwenen Veenborgen. Ook de verdwenen kloosters in Schildwolde en Wolfsbargen vormen onderdeel van dit verhaal.

Ad 3 De scheepsbouw

Onderwerpen of evenementen die hieraan te koppelen worden zijn oa de zijwaartse tewaterlatingen op het Winschoterdiep, de kartonindustrie van Eska, de aardappelmeelindustrie van Avebe en de Veenkoloniën en de lintbebouwing in het gebied. Lintbebouwing is terug te vinden in Kiel-Windeweer, Schildwolde, Siddeburen, Slochteren, Borger- en Tripscompagnie en Meeden en omvat ook de aanwezigheid van historische boerderijen en de landbouw en de slingeruinen.

Ad 4 De Follies¹⁰

In het gebied Midden-Groningen zijn diverse follies te bewonderen. Elke folly heeft een eigen verhaal waardoor dit interessant kan zijn in communicatie of voor themaroutes. Voorbeelden zijn de Otium op de Semslinie, de uitkijktoren Leinewijk, acht follies in park Fraeylema, twee follies bij het erfgoedplein Slochteren. Er zijn plannen om in heel Midden-Groningen zelfs nog meer follies te plaatsen, te beginnen bij het Knuppelpad in 't Roegwold.

De keuze voor de bever als beeldmerk (bepalend)

De bever voelt zich helemaal thuis in het Zuidlaardermeer en het zal niet lang duren voordat het dier zich vestigt in de andere waterrijke delen van Midden-Groningen. Voor velen is de bever een zeldzaam dier dat in Midden-Groningen soms vanaf een terras te zien is. Buiten Midden-Groningen is dat zo goed als onmogelijk.

Wij willen de bever gaan gebruiken als beeldmerk voor het gebied vanwege de al eerder genoemde associatie met nijverheid en natuur, maar ook vanwege de aaibaarheid van de pluichen variant, die ook als merchandising kan worden ingezet.

Verhaallijnen vanuit Marketing Groningen

De hiervoor genoemde vier USP's uit het gebied Midden-Groningen sluiten ook uitstekend aan bij drie van de tien verhaallijnen¹¹ die Marketing Groningen voor de provincie Groningen heeft benoemd. Deze zijn:

1. "Borgen, kastelen van het hoge noorden"
2. "Veenkoloniën"
3. "Hanze en handel"

Inzet van vrijwilligers en sociale cohesie

Als sterk punt van Midden-Groningen valt zeker aan te merken de enorme inzet van vrijwilligers in alle geledingen van de samenleving. In culturele activiteiten spelen de vrijwilligers feitelijk de hoofdrol en ook bij de vermarkting en promotie van het gebied zullen ze worden betrokken. Een ander sterk punt is de enorme ruimte waarover het gebied beschikt, daardoor kunnen er prachtige toeristische routes worden gemaakt die niet onderbroken hoeven te worden door minder fraaie trajecten over industrieterreinen.

De culturele- en erfgoedorganisaties in Midden-Groningen werken al intensief samen. Zij hebben samen een cultureel manifest geschreven en werken momenteel aan een theaterspektakel om de samenvoeging van de gemeentes te vieren. Zij komen maandelijks bijeen om elkaar op de hoogte te houden van ontwikkelingen.

Verbeter- en aandachtspunten voor gebied Midden-Groningen

De zwakke punten van Midden-Groningen zijn, de bedreigingen door aardbevingen als het gevolg van gaswinning. Veel gebouwen lopen schade op en moeten worden gerestaureerd, daarnaast zullen de komende jaren veel gebouwen moeten worden versterkt zodat ze veilig zijn. De drie nieuwe gemeenten gaan vanaf 2018 samen en de inwoners zullen meer met elkaar gaan samenwerken, die samenwerking is over de hele linie van maatschappelijke organisaties nog niet sterk, maar valt ook niet als echt zwak te kwalificeren omdat over de hele linie de samenwerking goed op gang komt.

Trotsheid uitstralen zit niet in de genen bij de bewoners van het Noorden, bescheidenheid wel. Dit punt ombuigen zal constante aandacht vergen.

Beperkte kennis van internet/social media bij de bedrijven en organisaties in het gebied, waardoor kansen niet worden benut.

Marketing mogelijkheden voor Marketing Midden-Groningen

	Sterktes M-G: 1. De Groninger Meren 2. De Fraeylemaborg 3. De scheepsbouw 4. De lintbebouwing 5. De Follies 6. De bever 7. Diversiteit aan bedrijven en expertise in het gebied 8. Veel enthousiaste vrijwilligers 9. Landschappelijk ruim gebied 10. Sterke samenwerking binnen Culturele Compagnie 11. Toegang tot fondsen waaronder veel fondsen gevoed met gelden die vrijgekomen zijn i.v.m. schades gaswinning	Zwaktes M-G: 1. Nog weinig verbinding tussen de huidige drie gemeenten t.a.v. toeristische routes, winkeliersverenigingen 2. Schade door aardbevingen 3. Weinig kennis gebruik van internet en sociale media door sommige de ondernemers
Kansen M-G: 1. De tien verhaallijnen van Marketing Groningen? 2. Aanwezigheid provinciale website 3. Routebureau Groningen 4. Diverse online 'agenda's 5. Toegang tot fondsen voor financiering 4. Nieuwe samenwerking gemeenten: elk met eigen historie en achtergrond	Kansen x Sterktes - In de markt zetten van toeristisch culturele producten die de mogelijkheid bieden om op ontdekkingsreis te gaan in MG	Kansen x Zwaktes - Opzet van gebiedsmarketing organisatie - Intensiveren van de samenwerking van ondernemers
Bedreigingen 1. Groningen is aardbevingsgebied, dat geeft een negatief imago 2. Weinig koopkrachtige vraag eigen inwoners 3. Relatief hoge werkloosheid 4. Relatief veel lager opgeleiden	Bedreigingen x Sterktes - Het verhaal van het gas en de aardbevingen aan externen vertellen en laten zien hoe restaurants en versterkingen eruit zien. - Werk bieden op het gebied van toerisme en cultuur. - Vrijwilligerswerk bieden. - Stage en scholingsplaatsen bieden.	Bedreigingen x Zwaktes - Laagdrempelige internet en social media scholingen aanbieden zowel voor ondernemers als vrijwilliger

Uitwerking plan voor Marketing Midden-Groningen

In dit hoofdstuk benoemen wij de acties die uit de analyse zijn gekomen.

Communicatie

Strategie: Marketing Midden-Groningen wil duidelijk communiceren over het gebied en de USP's (sterktes). Daartoe moet de website goed gevuld en beheerd worden en zullen de ondernemers (leden) erbij betrokken worden met als doel dat de informatie via de Marketing Midden-Groningen websites en social media kanalen (inclusief die van de leden) gestroomlijnd en gestructureerd wordt naar de doelgroep.

Verder is de werkgroep van mening dat een icoon nodig is om een visuele herkenbaarheid te geven aan Midden-Groningen. Er is gezocht naar een beeldmerk, een symbool dat aanspreekt en de lading dekt.

Er is gekozen om de Bever als beeldmerk van het gebied te benoemen. De Bever heeft zich permanent gesetteld in het Zuidlaardermeer en zal zijn territorium ongetwijfeld uitbreiden naar het Schildmeer en 't Roegwold. De Bever is een echt waterdier en kan daardoor uitstekend benadrukken dat Midden-Groningen het gebied van de Groninger meren is. Het Beleveniscollectief zou iets kunnen doen met hout, bever-mutsen enz.

Schade aardgaswinning

Midden-Groningen kampt met schade door aardgaswinning. Dat is heel jammer maar het is een feit. Wij leggen niet het moede hoofd in de schoot, maar voelen er ook niets voor om nu een aardgasmuseum op te zetten. We hebben daar goed over gepraat maar hebben het gevoel dat de tijd er niet rijp voor is. Mogelijk zou een museum over duurzame energie, waarbij het verhaal van het aardgas een onderdeel is wel een mogelijkheid zijn. Over dit punt willen we nog verder nadenken.

Voor onze gasten vinden we het belangrijk dat wij deskundig over schade door aardgaswinning kunnen vertellen. Het onderwerp zal dan ook zeker deel uit maken van onze cursussen.

Acties:

- Uitwerken van het logo/icoon van Marketing Midden-Groningen, inclusief het icoon 'de Bever van Midden-Groningen'
- De algemene beschrijving van het gebied in foto's en taal dient uitgebreid te worden op de site van Midden-Groningen. De werkgroep Energieken Midden-Groningen gaan de informatie op de provinciale website verbeteren zodat daarmee zowel de toerist ('vindbaar zijn') als de aanbieder ('gevonden worden') gebaat zijn. Informatie is de eerste stap naar vergroting van de gastvrijheid en vindbaarheid van de gemeente Midden-Groningen.
- Bedrijven op site: Bedrijven moeten inloggegevens aanvragen bij info@marketinggroningen.nl en zo hun profiel op de site plaatsen. Als bedrijven daarbij hulp nodig hebben wordt die geboden door de vereniging.
- Drie producten aanbieden die ondernemers en vrijwilligers helpen bij de online communicatie en social media:

- Workshops voor ondernemers die zelf de uitingen op internet maken. Praktische avonden waarbij ieder aan zijn of haar internet uitingen kan werken op eigen laptop.
- Daarnaast de mogelijkheid aanbieden om optimalisatie op internet in te kopen bij deskundige bedrijven. Daartoe worden bedrijven verzocht een offerte uit te brengen.
- Wie problemen ondervindt kan hulp krijgen van Marketing Midden-Groningen om eigen informatie op de site van Marketing Groningen te plaatsen.
- Agenda beheer: Er zijn tal van agenda sites. Algemene en sites die zich specifiek richten op een onderdeel van het culturele of toeristische veld. Wij willen ondernemers helpen om die sites te kiezen die voor hen relevant zijn. Een nu vaak gehoorde klacht is dat men door de bomen het bos niet meer ziet. De ondernemer kan vervolgens die agenda sites zelf vullen of deze service tegen betaling afnemen bij de vereniging.
- Midden-Groningen busje: wij willen een busje aanschaffen dat we gaan gebruiken voor folderverspreiding, maar dat uitgekapt ook meteen een prachtige Midden-Groningen reclame stand is. Het busje kan gaan staan op markten en manifestaties in- en buiten de regio. We zorgen dat het busje volgestouwd is met leuke acties, zodat mensen echt naar ons toe worden getrokken.
- Folder verspreiding: Internet is ontzettend belangrijk bij het bereiken van de doelgroep, maar in de toeristisch culturele sector is de folder dat ook nog steeds. Wij willen een optimale folderverspreiding binnen Midden-Groningen organiseren met ons eigen Midden-Groningen busje. De verspreiding is zo fijnmazig dat deze elke Bed & Breakfast, bibliotheek, dorps huis en supermarkt bereikt. Daarnaast willen we indien de ondernemers dit waarderen de verspreiding in de drie noordelijke provincies en desgewenst de rest van Nederland en het grensgebied met Duitsland organiseren samen met marktpartijen die wij zullen uitnodigen een aanbod te doen. Binnen het gebied kiezen we voor verspreiding met ons eigen busje omdat op die manier onze vrijwilligers kennis maken met alle bedrijven en de mensen er achter. Want het is de bedoeling dat zij op manifestaties gaan staan om over Midden-Groningen te vertellen.
- Gids Midden-Groningen: wij willen jaarlijks een gids uitgeven over Midden-Groningen. Leden van de vereniging krijgen hier gratis een vermelding in. Bij deze gids hoort een agenda die natuurlijk ook digitaal verschijnt.
- In gezamenlijkheid gaan Routebureau Groningen en Marketing Groningen ervoor zorgdragen dat de fiets-, wandel- en vaarroutes (lees hierna) op een goede manier onder de aandacht komen bij de consumenten (bewoners en bezoekers) en de benodigde digitale en/of gedrukte kaarten ontwikkelen.
- Kaarten: in 2017 zal er een Falk kaart verschijnen over 't Roegwold en Midden-Groningen (reeds in gang gezet door ondernemers en Staatsbosbeheer).
- Verhaallijnen: in Midden-Groningen zijn tal van verhaallijnen te ontdekken. Deze rijkdom vormt een prachtige basis voor toeristische producten. Voorbeelden hiervan die verder uitgewerkt moeten worden zijn:
 - De Groninger Meren met onder andere de bever in het Zuidlaardermeer
 - De Fraeylemaborg
 - De scheepsbouw met de tewaterlatingen
 - De lintbebouwing
 - De Follies

Verbinding

Strategie: het verbinden van de drie gemeenten en daarbij zorgdragen dat de doelgroep het gebied Midden-Groningen als een interessant en homogeen gebied gaat beschouwen, het gaat waarderen en er graag zal terugkeren. Voor de recreatie en het toerisme in Midden Groningen is het van belang dat de recreant/toerist eenvoudig zijn/haar route kan bepalen. Van een aantrekkelijk toeristisch-recreatief gebied is sprake als de toeristische infrastructuur op orde is. De verdere ontwikkeling, uitbreiding en beheer van recreatieve routenetwerken is van belang voor de stimulering van het toerisme en recreatie in de gemeente. Meer bezoekers en een langer verblijf zorgen voor een stimulans van de gemeentelijke economie.

Acties:

- Geopark de Hondsrug: het Zuidlaardermeer ligt in het Geopark de Hondsrug. Wij willen de banden met het Geopark versterken en daar waar het kan aansluiten en meedoen met hun projecten.
- Routes ontwikkelen voor
 - Fietzers: in samenwerking met de stichting Routebureau Groningen dient het fietsknooppuntensysteem binnen de gemeente worden geoptimaliseerd
 - Wandelaars: het nieuwe wandelknooppuntennetwerk moet worden gerealiseerd.
 - Watersporters (vaarroutes): tevens moeten toeristische vaarroutes voor verschillende vaarklassen worden ontwikkeld.
- Museumbuslijn: Een andere kans voor de ontsluiting van Midden-Groningen is het opzetten, vermarkten en onderhouden van een historische museumbuslijn die musea en Points of Interest met elkaar verbindt. Vanuit het busmuseum is daar in 2016 ervaring mee opgedaan en voor 2017 wordt getracht een uitbreiding te realiseren.
- Digitaal moet de kaart van Midden-Groningen op de site van Marketing Groningen verbeterd en geoptimaliseerd worden.
- Opleiding voor gidsen: wij willen doorlopend gidsen opleiden en een boekingssysteem opzetten voor gidsen.
- Samenwerking tussen de ondernemers rondom het Schildmeer naar goed voorbeeld van de samenwerking tussen de ondernemers rond het Zuidlaardermeer (reeds in gang gezet).
- Samenwerken met de diverse (actieve en minder actieve) winkeliersverenigingen van Midden-Groningen (reeds in gang gezet)
- Het bieden van werk, vrijwilligerswerk, scholings- en stageplaatsen
- Het uitwerken van het verhaal over het gas en de aardbevingen en dit presenteren aan externen

Planning

Actie	Moet klaar zijn op	Wie
Opstellen gebiedsmarketingplan Midden-Groningen	01-05-2017	Energieken
Statuten VVV Slochteren omvormen tot Vereniging Gebiedsmarketing Midden-Groningen	01-06-2017	Bestuur
Aanschrijven leden en potentiële leden ALV en innen lidmaatschapsgelden	01-07-2017	Bestuur
Overleg met wethouders Midden-Groningen over subsidie voor de gebiedsmarketing organisatie	18-04-2017	Bestuur
Avond voor alle toeristische ondernemers, presentatie van de plannen	Begin mei	Coördinator
Uitbreiden bestuur van de Vereniging	01-05-2017	Allen
Aanbieden beleidsplan aan de drie gemeenten	15-05-2017	Allen
Aanstellen kwartiermaker	01-03-2017	Bestuur
Aanstellen coördinator	01-09-2017	Bestuur
Vormen vrijwilligersteam	01-09-2017	Coördinator
Starten met toeristische gids / magazine 2018	01-09-2017	Coördinator
Opstellen werkplan 2018	01-11-2017	Bestuur en leden

Begroting

De activiteiten van 'Marketing Midden-Groningen' zullen gefinancierd worden uit het lidmaatschapsgeld, een jaarlijkse vaste subsidiebijdrage van de gemeente Midden-Groningen en uit incidentele fondsen voor projecten, zoals de opzet van routes, cursussen, de productie van films, Augmented Reality et cetera.

Bij dit beleidsplan is de begroting als losse bijlage gevoegd.

Bijlagen

1 Marketing Groningen

Een van de belangrijkste partners voor de VVV Slochteren is Marketing Groningen. De samenwerking van VVV Slochteren met Marketing Groningen gaat al vrij lang terug en dankzij hen is ook de samenwerking op bestuurlijk niveau van 'De Ommelanden' van start gegaan.

In 'De Ommelanden' zijn alle gebiedsmarketing organisaties van de provincie verenigd. Begin 2017 vond de eerste overkoepelende vergadering plaats het Doe Museum in Veendam. Deze bijeenkomst werd geïnitieerd en georganiseerd door VVV Slochteren.

Marketing Groningen beheert de website <http://www.toerisme.groningen.nl>. Hieronder vallen alle toeristische (provinciale) sites uit de provincie Groningen.

Daarnaast is Marketing Groningen actief met het uitgeven van thema-kaarten voor bijvoorbeeld fietsen en wandelen.

Ondernemers uit de provincie dienen zelf via info@marketinggroningen.nl een inlogcode en wachtwoord aan te vragen om hun bedrijfsinformatie op de site van [toerisme.groningen.nl](http://www.toerisme.groningen.nl) te zetten. Binnenkort zal deze informatie direct op www.midden-groningen.groningen.nl terecht komen.

2 Toeristische gegevens Groningen

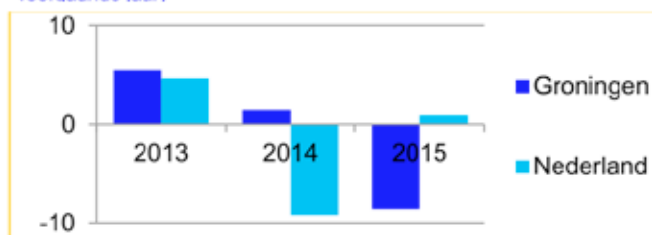
[Bron: Hoogezand-Sappemeer, Menterwolde en Slochteren in beeld: een sociaaleconomische foto, 2015)

TOERISME IN GRONINGEN IN ÉÉN OOGOPSLAG - 2015

Hieronder een kort overzicht van de belangrijkste uitkomsten uit diverse onderzoeken naar toerisme in Groningen. Voor meer achtergrondinformatie wordt verwezen naar de achterliggende notitie *Kerncijfers recreatie en toerisme Groningen - 2015*.

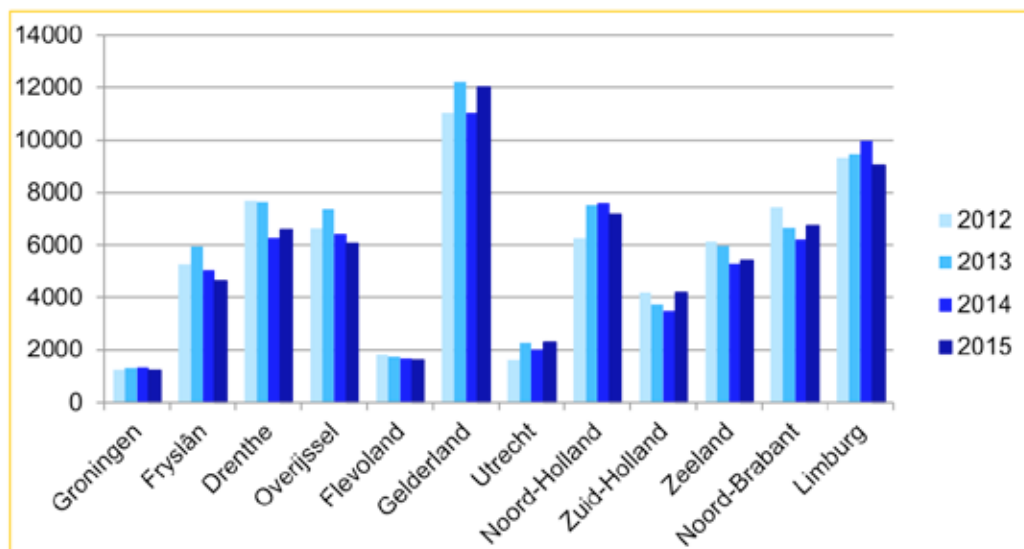
OVERNACHTINGEN

(De procentuele ontwikkeling van) toeristische overnachtingen van Nederlanders naar bestemming Groningen en Nederland (t.o.v. voorgaande jaar)



Bron: CVO, 2015

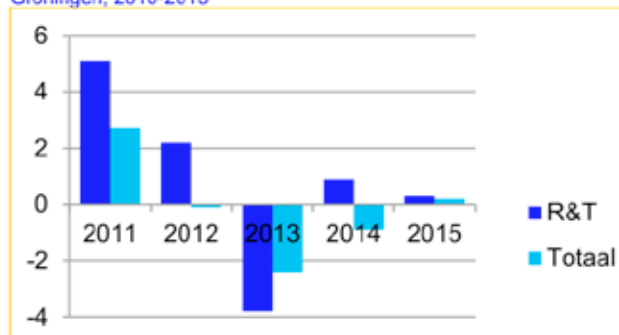
Aantal overnachtingen van Nederlanders per verblijfsprovincie x1000



Bron: CVO, 2015

WERKGELEGENHEID

Jaarlijkse werkgelegenheidsgroei t.o.v. het voorgaande jaar (%)
Groningen, 2010-2015



Bron: Lisa, 2015

15.450 toerisme banen in
3.730 vestigingen

R&T sector: 5,7% van de
Groninger werkgelegenheid
(270.160 banen)

VAKANTIES EN BESTEDINGEN



Bron: CVO, 2015



63 miljoen omzet tijdens alle vakanties in Groningen

369.000 vakanties x € 171,00 besteding p.p.

Groningen ↑ 15% (t.o.v. 2014)
NL ↑ 4% (t.o.v. 2014)



55,3 miljoen bestedingen tijdens toeristische vakanties in Groningen

303.000 vakanties x € 182,60 besteding p.p.

Groningen ↑ 17% (t.o.v. 2014)
NL ↑ 3,9% (t.o.v. 2014)

€ 36,30 p.p.d. (NL: € 33,40)

UITSTAPJES EN BESTEDINGEN

4.495.000 **UIT** stapjes

van Nederlanders in Groningen

Bron: CVTO, 2015



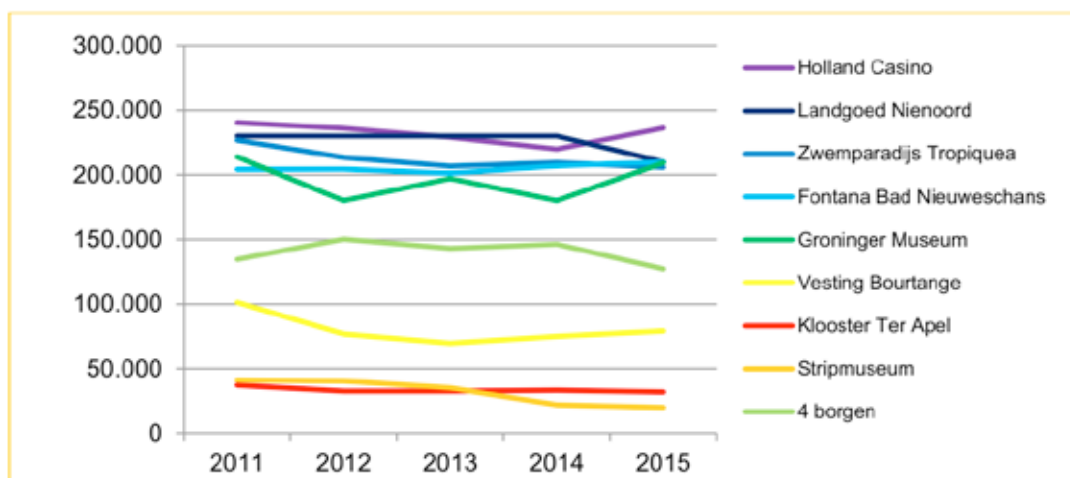
659,7 miljoen bestedingen tijdens uitstapjes in Groningen

47.495.000 uitstapjes x € 13,89 p.p.

Groningen ↑ 0,1% (t.o.v. 2013)
NL ↓ 3,2% (t.o.v. 2013)

€ 13,89 p.p.d. (NL: € 14,72)

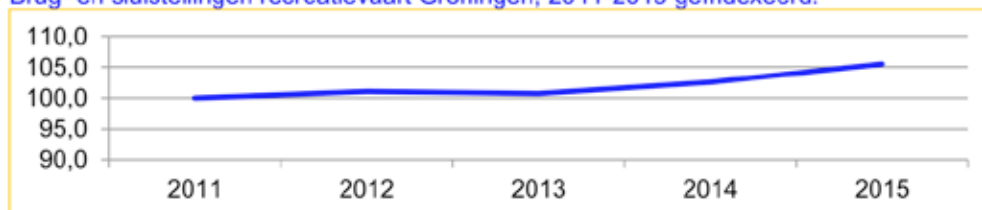
DAGATTRACTIES BEZOEKERSAANTALLEN



Bron: 2013 - 2015: provincie Groningen, 2014-2015: www.museumhuisgroningen.nl, 2011-2012: Toerisme Monitor 2012

BRUG- EN SLUISSPASSES

Brug- en sluisstellingen recreatievaart Groningen, 2011-2015 geïndexeerd.



Bron: provinciale tellingen, 2011-2015

3 Geschiedenis van de herverdelingen in het gebied

in 1815 bestond het gebied uit tien gemeenten: Hoogezand, Sappemeer, Windeweer, Noordbroek, Zuidbroek, Meeden, Muntendam, Siddeburen, Slochteren en Harkstede.

In de jaren twintig van de 19e eeuw ging Windeweer op in Hoogezand en werden Harkstede en Siddeburen opgeheven en samengevoegd met Slochteren. In 1949 werden Hoogezand en Sappemeer samengevoegd. In 1965 ontstond de gemeente Oosterbroek door samenvoeging van de gemeenten Noord- en Zuidbroek. De gemeente Menterwolde ontstond op 1 januari 1990 door samenvoeging van de gemeenten Oosterbroek, Muntendam en Meeden. De nieuwe gemeente droeg aanvankelijk de naam Oosterbroek, maar een jaar later koos de gemeenteraad voor Menterwolde. April 2016 besloten de drie gemeenten te fuseren tot één nieuwe gemeente Midden-Groningen.

4 Toerisme – overzicht

Het VVV heeft een database met ruim 300 adressen van aanbieders van R&T, cultuur en natuur. Evenementen worden, mits er een secretariaat is, daar ook aan toegevoegd. Deze lijst is constant in beweging omdat ondernemers en organisatoren meer en meer het belang van (digitale) samenwerking inzien en willen ondersteunen.

DE LIJST IS OP ALFABET svp nog afmaken door de werkgroep	
Campings en bungalows	
De Veenborg	Kolham
't Hofje, Slochteren	Boerderijcamping
Meerwijck, Kropswolde	Zeer luxe met overdekt zwembad
Wildemansheerd Schildwolde	
De Otter - Steendam	
Villapark Schildmeer	Roompot
Cultuurcentra	
Bioscoop VUE Hoogezand met filmclub	
't Kielzog, Hoogezand	
MCC, Borgercompagnie	
MFC, Noordbroek	
Theaterboerderij Woudbloem in Woudbloem	
Podiumcafé Peter en Lenie	
Walfriduskerk en andere monumenten	Koor- en theaterproducties op regelmatige momenten

Terugkerende Evenementen	
Cultureel Noordbroek	
Concours hippique Zuidbroek	
Dag van het park, Gorechtpark Hoogezand	
Duursport Schildmeer	
Indoor Motocross Zuidbroek	
Ruigeroute Sappemeer	
Zevenmijl van Martenshoek	
Schildweek en Art Carnivale	
Schanspop	Siddeburen
Watervloot	Sappemeer
Golf evenementen	
Grasbaan- en stoppelbaanraces	Siddeburen
Paas- en Kersevenementen, Kloksmeer, feesttenten	M-G
Tuin10daagse	M-G
Fairs en markten	
Culinair Fraeylema	
Groei en Bloei Fraeylema	
Oranjemarkt Sappemeer	
Wieze winkeltjesroute	
Weekmarkten	Slochteren, Hoogezand, Sappemeer
Festivals	
Art Carnivale, Schildmeer	Steendam
Eenakterfestival	Borgercompagnie
Schildweek	Steendam
Brocanterie evenement Pommelientje	Hellum
Kunstmarkt Fraeylema	Slochteren
Pinksterfeest Fraeylema Strijd rond borg en schans	Slochteren
Watervloot, Martenshoek	Hoogezand
Locatietheaters, o.a. Poplart	Slochteren
Open Monumentendagen	divers
Museumweek	divers
Galleries	
Lammert Boerma,	Borgercompagnie
Kunsthuis in het gemeentehuis	Slochteren
Artos	Slochteren
Onbenoemde beelden, standbeelden,	Langs de wegen van M-G
Hotels, Beds & Breakfast	
Auntie's	Kolham

Hotel De Boer	Hoogezand
Lammert Boerma	Borgercompagnie
Hotel Faber	Hoogezand
Hotel Hulsebos, Zuidbroek	Noordbroek
B&B 25	Noordbroek
Wapen van Noordbroek	Noordbroek
Lutje Stee	Schildwolde
Het ontvangershuis Slochteren	Slochteren
Van der Valk Westerbroek	Westerbroek
Van der Valk Zuidbroek	Zuidbroek
Hotel Martenshoek	Hoogezand
Restaurants, eetcafés, snackbars enz	Midden-Groningen
Opmerkelijk zijn:	
De Amshof	Kiel Windeweer
Jachthavens	
Allround Watersport Meerwijck, Zuidlaardermeer	
De Leine, Zuidlaardermeer	
De Rietzoom, Zuidlaardermeer	
Kampeerterein Jachthaven Meerwijck	
Passantenhaven, Martenshoek	
Passantenhaven Zuidbroek	
Passantenhaven Slochteren	
Jachthaven boei 12, Schildmeer	
Jachthaven de Otter Schildmeer	
Kerken	
Kerk Noordbroek, Schnitjer orgel	Noordbroek
Jufferkerk/ -toren	Schildwolde
Heel veel kerken hebben incidentele rondleidingen	M-G
Monumentale kerk met aardbevingsschade	Harkstede
Koepelkerk	Sappemeer
Molens	
Molenstichting	
Fraeylema molens Groenedijk	Slochteren
Gemaal	?
Stel's Meulen	Harkstede

Entreprise	Harkstede
Amerikaanse waterpeilmolen	Kolham
Monumenten (niet zijnde molens of kerken)	
De Amshof	Kiel Windeweer
Borg Welgelegen	Sappemeer
Boerderijen, kerken en villa's (Onbenoemd, vaak gemeentelijke monumenten)	Midden-Groningen
Landgoed Fraeylemaborg	Slochteren
Historische werf	Sappemeer
Joodse Begraafplaats	Zuidbroek
Stolpersteine Struikelstenen	Meerdere plaatsen
Begraafplaatsen in het algemeen	M-G
Fabrieken en loodsen, o.a. Melkfabriek Slochteren, Kiel Windeweer, Erfgoed	Kiel-Windeweer
Woltjerspoor	Slochteren
Bunker	Tjuchem
Monumenten '40-'45	M-G
Architectuur! Amsterdamse School route!	
Geertsemaheerd	Slochteren
Musea	Regelmatig geopend:
Landgoed Fraeylemaborg,	Slochteren
Noord Nederlands Trein- en Tram Museum	Zuidbroek
Busmuseum	Hoogezand
Follies	Midden-Groningen
	Op Afspraak
Brandweermuseum	Sappemeer
Politiepetten museum	Slochteren
Boerderijmuseum Duurswold	Slochteren
Strijkijzermuseum	Noordbroek
Werk Wolhuis	Sappemeer
Geologisch Archeologisch Museum	Slochteren
Museum 40-45	Harkstede
Regout- en keramiek	Noordbroek
SAAB museum	Overschild
Schaatsmuseum	Sappemeer

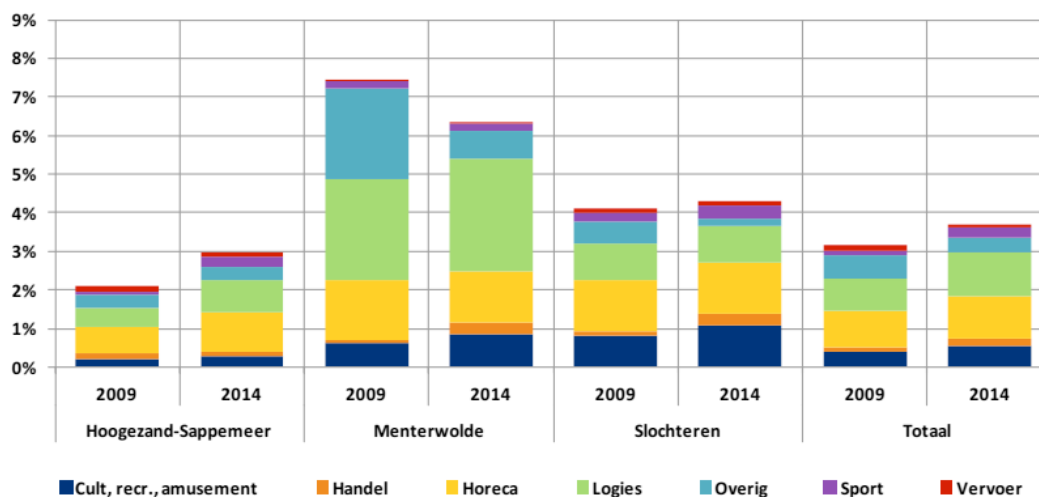
Natuurgebieden	
Baggerputten, Slochteren	Slochteren
Scharmer Ae, Polder Rijkema	Woudbloem
Natuurmonumenten	Westerbroek
't Roegwold	Schildwolde
Tripsbos	Sappemeer
Tussen de Veenen	Muntendam
Westerbroekstermade Polder	Kropswolde
Projecten	
Vertelproject Rondom Piccardt	Harkstede en Slochteren
De vertellers van de culturele commissie Slochteren	Slochteren
Route bureau	Groningen
Tuinen	
Aardse Orchideeën	Zuidbroek en Sappemeer
Borg Welgelegen formele tuin,	Sappemeer
De drie Wilgen, Harkstede	
Fraylemaborg Engels landschapspark	
Gorechtpark Hoogezand met dierenweide en Natuur- en milieucentrum	
Heemtuin, Muntendam	
Tuingoed Foltz, Meeden	
Slingertuinen	Meeden, Slochteren,
Recreatie, vnl. stranden	
Schildmeerstrand	Steendam
Botjeszandgat	Zuidbroek
Zuidlaardermeer	Meerwijck
Ruitershorn	Muntendam
Overige Stakeholders	
Provincie Groningen/Marketing Groningen/ Econom- ic Board/ EU/Brussel (Leader/Interreg 5)	
Gemeente Midden-Groningen	
Routebureau	
OV-bureau	
De Verhalen van Groningen	
Collega gebiedsmarketingorganisaties (Regio's)	
De Culturele Compagnie	

5 Zuidlaardermeer

In de gemeente Midden-Groningen ligt onder andere het Zuidlaardermeergebied, een natuur en recreatie gebied van bijna 2000 hectare. Het Zuidlaardermeer is op natuurlijke wijze ontstaan, waarschijnlijk door een verstopping in de rivier de Hunze. In de Middeleeuwen waren er veel watersnoodrampen en stormvloeden in dit gebied. Die zorgden ervoor dat het meer steeds groter werd en er rondom een groot veenmoeras ontstond.

6 Werkgelegenheid

In de provincie Groningen heeft de sector Recreatie en Toerisme (R&T) een aandeel van 5,7% in de totale werkgelegenheid. Ten opzichte van 2008 liet de sector R&T in 2012 een werkgelegenheids groei zien van 7,4%. Deze groei was ook in 2012 zichtbaar (+1,8%). Als gekeken wordt naar subsectoren, dan is in Groningen de Horeca verreweg belangrijkste subsector met 43% (Toerismemonitor 2012, EFTI). Voor het in beeld brengen van de werkgelegenheid op het gebied van Recreatie en Toerisme is uitgegaan van de landelijke standaard, een indeling op SBI-code, zoals ook door LISA wordt gebruikt. Daarbij wordt gebruik gemaakt van wegingsfactoren, omdat een aantal branches die samenhangen met de vrijetijdssector niet integraal toegerekend zijn aan de toeristisch-recreatieve sector, maar slechts deels. Op basis van deze indeling blijkt dat het aantal banen in de R&T-sector relatief klein is, maar dat de groei groter is (van ca. 570 naar ca. 670, +17%) dan de totale groei van het aantal banen (+0,1%). Dit geeft aan dat er een ontwikkelingspotentieel is voor deze sector. Over het algemeen gaat dit om kleine bedrijven en een klein aandeel in werkgelegenheid. We zien dat de sector met 6% relatief het grootst is in Menterwolde (ca. 150 banen) en in Hoogezand-Sappemeer het kleinst met ca. 3% van de banen (345).



Grafiek XXX: Banen in recreatie en toerisme als % van het totaal. Bron: LISA)

7 Gegevens Midden-Groningen

Bron: Kompas Midden Groningen , 2016 of Bron: Herindelingsadvies Midden Groningen??

	Sociaal maatschappelijk	Economisch		Ruimtelijk
Omschrijving	Aantal inwoners*	Aantal banen*	Aantal bedrijven*	Oppervlakte in ha**
Hoogezand-Sappemeer	34.304	11.607	1.910	7.299
Slochteren	15.548***	4.099***	1.390***	15.887***
Menterwolde	12.258	2.335	825	8.162
Totaal	62.110	18.041	4.125	31.348

*Bron: CAB: Een sociaal economische foto: Hoogezand-Sappemeer, Slochteren en Menterwolde in beeld, mei 2015 (oorspronkelijke bron: LISA en CBS)

**Bron: CBS, 1 januari 2014

*** Dit betreft de cijfers van gemeente Slochteren waarin nog geen rekening is gehouden met de grenscorrectie Meerstad. De oppervlakte van de grenscorrectie is 1771 hectare en er wonen circa 900 inwoners in dit gebied. Op het moment van schrijven zijn er geen cijfers beschikbaar over het aantal bedrijven en banen in het gebied.

8 Kerspel

(ook: *karspel*, *kerspil*, *carspel* of *carspil*) is de Middelnederlandse benaming voor een kerkgemeente en parochie of een onderdeel daarvan.

Het kerspel maakte als territorium van een parochie of kerkelijke gemeente van oudsher deel uit van de kerkelijke organisatie van een bisdom. De grenzen dateerden veelal uit de 11e of 12e eeuw. Door bevolkingsgroei en ontginning van woeste gronden of door splitsing konden deze grenzen worden gewijzigd. (bron: Wikipedia)

9 Toeristische gegevens Groningen

[Bron: Hoogezand-Sappemeer, Menterwolde en Slochteren in beeld: een sociaaleconomische foto, 2015)

Brug – en Sluistellingen 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015	+/- ('15 t.o.v. '14)
Brug Roodehaan	7.143	7.516	6.567	7.186	7.382	+196
De Groeve Noord	2.272	2.753	2.853	3.505	3.888	+383
De Groeve Zuid	1.852	2.499	2.546	2.860	3.459	+599
Dorkwerdersluis	5.548	5.936	5.390	5.924	5.829	-95
Eexterbrug	*	*	1.258	993	1.123	+130
Euvelgunnerbrug	3.184	2.483	2.968	2.693	2.695	+2
Farmsum zeesluis	4.946	6.072	5.396	5.750	6.129	+379
Gaarkeuken	6.880	6.070	6.160	5.608	5.579	-29
Hunsingosluis (Zoutkamp)	1.186	1.262	1.191	1.341	929	-412
Vierverlatenbrug (Hoendiep)	264	245	108	171	271	+100
Lauwersoog (Robbengatsluis)	12.648	12.073	11.760	11.789	12.096	+307
Meedenerbrug	*	*	1.090	1031	1.182	+151
Oostersluis	6.322	6.063	5.852	5.658	5.797	+139
Rengersbrug	2.345	2.237	2.754	2.583	2.462	-121
Boterdiepbrug	270	332	352	297	272	-25
Slochtersluis	*	197	224	229	407	+178
Hoendiep (Briltl) (Fanerbrug)	*	142	66	100	103	+3
Eurobrug (centrum Stadskanaal)**	1.329	1.261	2.429	1.978	2.192	+214
Traject Zuidlaardermeer- Bareveld/Hoogezand/Veendam**	*	954	1.614	1.366	1.275	-91
TOTAAL			60.578	61.062	63.070	+2.008
Gemeente Vlagtwedde						
8 ^e verlaat (naar Emmer-Compascuum)				2.255	2.118	-137
7 ^e verlaat (naar Duitsland)				2.258	2.290	+32
6 ^e verlaat (naar Groningen)				1.798	1.697	-101
Ruiten Aa kanaal (keren gebruik van de sluis)				227	278	51

Bron: provinciale tellingen 2011-2015

**bron: gemeentelijke tellingen 2011-2015

10 Folly's

Folly's werden in het verleden veel gebruikt voor toevoegingen aan landgoederen. Met name eind 18e tot begin 19e eeuw was het in de mode om op een landgoed enige romantische elementen te laten bouwen. Populair waren bijvoorbeeld geconstrueerde ruïnes en grotten, naaakkapellen en zogenaamde verblijfplaatsen voor kluizenaars. (bron: Wikipedia)

11 De tien verhaallijnen van Marketing Groningen

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1 Wadden, UNESCO Werelderfgoed | 6 Borgen, kastelen van het hoge noorden |
| 2 Strijd tegen het water | 7 Het laatste gevecht van WOII |
| 3 Grensland vestingland | 8 UNESCO Geopark de Hondsrug |
| 4 Graanrepubliek | 9 Abt Emo en de Middeleeuwen |
| 5 Veenkoloniën | 10 Hanze en handel |

Exploitatiebegroting Vereniging Gebiedsmarketing VVV Midden-Groningen

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Uitgaven						
Arbeid						
Kwartiermaker tot en met oktober 2017	€ 10.000,00					
Coördinator en administratieve kracht	€ 15.000,00	€ 50.000,00	€ 52.000,00	€ 54.080,00	€ 56.243,20	€ 58.492,93
Reiskosten	€ 200,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00
Representatie en vergaderkosten	€ 300,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00
Vrijwilligerskosten	€ 200,00	€ 1.000,00	€ 1.500,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00
	€ 25.700,00	€ 52.600,00	€ 55.100,00	€ 57.680,00	€ 59.843,20	€ 62.092,93
Kantoorkosten						
Abonnementen		€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00
Telefoon		€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00
Drukkerwerk		€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00
Computerkosten	€ 1.000,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00
Notaris	€ 500,00					
Accountant		€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00
Porti	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00
	€ 2.000,00	€ 3.800,00	€ 3.800,00	€ 3.800,00	€ 3.800,00	€ 3.800,00
Huisvestingskosten						
Huisvestingskosten		€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00
Verzekeringen	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00
Promotieproducten						
Website kosten	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00
Fotografie	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00	€ 200,00
Drukkosten en redactie beleidsplan	€ 1.500,00					€ 1.500,00
Lidmaatschapskosten Marketing Groningen	€ 2.100,00	€ 2.100,00	€ 2.100,00	€ 2.100,00	€ 2.100,00	€ 2.100,00
Productie toeristische gids	€ 500,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00
Advertentiekosten Social Media	€ 100,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00
Aanschaf folderdisplay's, touch screens	€ 11.000,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00
Ontwikkeling routes		€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00
Bustochten voor eigen inwoners		€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00
	€ 15.600,00	€ 11.000,00	€ 11.000,00	€ 11.000,00	€ 11.000,00	€ 12.500,00
Scholing						
Cursus Social Media en Internet	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00
Cursus de klant centraal		€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00
Gidsopleiding		€ 3.000,00	€ 1.500,00	€ 3.000,00	€ 1.500,00	€ 3.000,00
	€ 1.000,00	€ 4.500,00	€ 3.000,00	€ 4.500,00	€ 3.000,00	€ 4.500,00
Afschrijvingen						
Promotie auto	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 3.000,00
Stand	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00
	€ 4.500,00	€ 4.500,00	€ 4.500,00	€ 4.500,00	€ 4.500,00	€ 4.500,00
Projecten						
Eigen bijdrage projecten	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00
Totaal uitgaven	€ 53.800,00	€ 81.400,00	€ 82.400,00	€ 86.480,00	€ 87.143,20	€ 92.392,93
Inkomsten						
Ledengelden	€ 1.000,00	€ 3.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00
Uitbetaling Marketing Groningen 5% van de digitale advertenties		€ 300,00	€ 400,00	€ 500,00	€ 500,00	€ 500,00
Bijdrage aan cursussen		€ 400,00	€ 400,00	€ 400,00	€ 400,00	€ 400,00
Bijdrage ondernemers aan gidsen en routes		€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00
Bijdrage gemeente Midden-Groningen	€ 40.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00
Bijdrage gemeente Slochteren	€ 11.000,00					
Fondsen		€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 10.000,00
Totaal inkomsten	€ 52.000,00	€ 90.700,00	€ 91.800,00	€ 91.900,00	€ 91.900,00	€ 91.900,00
Resultaat naar reserve	€ -1.800,00	€ 9.300,00	€ 9.400,00	€ 5.420,00	€ 4.756,80	€ -492,93

Toelichting begroting

Uitgaven	
Arbeid	
Kwartiermaker tot en met oktober 2017	Het bestuur van de VVV Slochteren heeft JohnPeter Elverding gevraagd offerte uit te brengen voor de funtie van kwartiermaker
Coordinator en administratieve kracht	
Reiskosten	
Representatie en vergaderkosten	
Vrijwilligerskosten	Wij willen veel vrijwilligers bij het promotiewerk betrekken en moeten voldoende middelen hebben om reiskosten te vergoeden, een etentje en een uitje.
Kantoorkosten	
Abonnementen	In deze post is ook het abonnement van Exact Online begroot, het boekhoudprogramma.
Telefoon	
Drukwerk	
Computerkosten	
Notaris	
Accountant	
Porti	
Huisvestingskosten	
Huisvestingskosten	Het is de bedoeling dat er een werkplek komt in Het Houtstek van Slochteren of in een van de gemeentehuizen
Verzekeringen	Voor kantoorapparatuur, inventaris et cetera.
Promotieproducten	
Website kosten	
Fotografie	
Drukkosten en redactie beleidsplan	
Lidmaatschapskosten Marketing Groningen	
Productie toeristische gids	
Advertentiekosten Social Media	
Aanschaf folderdisplay's, touch screens	Wij willen goede folderdisplay's bij de toeristische bedrijven plaatsen zodat deze kunnen functioneren als mini vvv's. Bij sommige bedrijven zullen we ook touch screens plaatsen.
Ontwikkeling routes	De ontwikkelkosten zijn laag omdat wij dit gezamenlijk met ondernemers, routebureau en vrijwilligers gaan doen.
Bustochten voor eigen inwoners	Wij willen inwoners uitnodigen op avontuur te gaan per bus.

Scholing	
Cursus Social Media en Internet	Deze cursus staat open voor ondernemers en vrijwilligers.
Cursus de klant centraal	Deze cursus staat open voor ondernemers en vrijwilligers.
Gidsopleiding	Deze cursus staat open voor ondernemers en vrijwilligers.
Afschrijvingen	
Promotie auto	Wij willen een auto, zo mogelijk een duurzame, aanschaffen voor de verspreiding van de folders. De auto moet 'uitgekapt' kunnen functioneren als stand voor de promotie van Midden-Groningen. Wij willen fondsen werven voor de aanschaf.
Stand	Idem
Projecten	
Eigen bijdrage projecten	Wij willen bij fondsen projectsubsidies aanvragen. Dat lukt alleen als we ook een eigen bijdrage kunnen leveren.
Totaal uitgaven	
Inkomsten	
Ledengelden	
Uitbetaling Marketing Groningen 5% van de digitale advertenties	
Bijdrage aan cursussen	Wij willen de cursussen laagdrempelig houden, daarom is de bijdrage gering.
Bijdrage ondernemers aan gidsen en routes	idem
Bijdrage gemeente Midden-Groningen	
Bijdrage gemeente Slochteren	
Fondsen	
Totaal inkomsten	
Resultaat naar reserve	Het is belangrijk dat de vereniging een reserve opbouwt van ongeveer € 50.000

Balans 2016 (2015 - 2014)

	31-12-16	31-12-15	31-12-14
Materiële vaste activa	1791	775	1316
Vorraden	722	2807	7522
Vorderingen	2738	5890	3612
Liquide middelen	31742	41418	61299
Totalen	36993	50890	73749

Redactie:

Henk Bleeker
Bjorn Dijk
Gerbrich Dijkstra
Marjon Edzes-Posthumus
JohnPeter Elverding
Annet de Jong
John Stalman
Petri de Vries
David Woortman

Redactie:

Janny Polak | MODEO®

Vereniging Gebiedsmarketing VVV Midden-Groningen
p.a. Hoofdweg 37, 9628CK Siddeburen

emailadres: info@vvslochteren.nl (Dit adres zal t.z.t. veranderen in info@vvvmg.nl)
Website: www.vvvmg.nl