GEMEENTE Stadskanaal

#Leeft

Visie vrijetijdseconomie Oost-Groningen

Roland Schepers 12-04-2021

Inhoud

- Achtergrond & aanleiding
- Huidige situatie
- Visie Oost-Groningen
  - Doelstellingen
  - Uitvoeringsprogramma
  - Financieel
- Ondernemersdraagvlak
- Proces



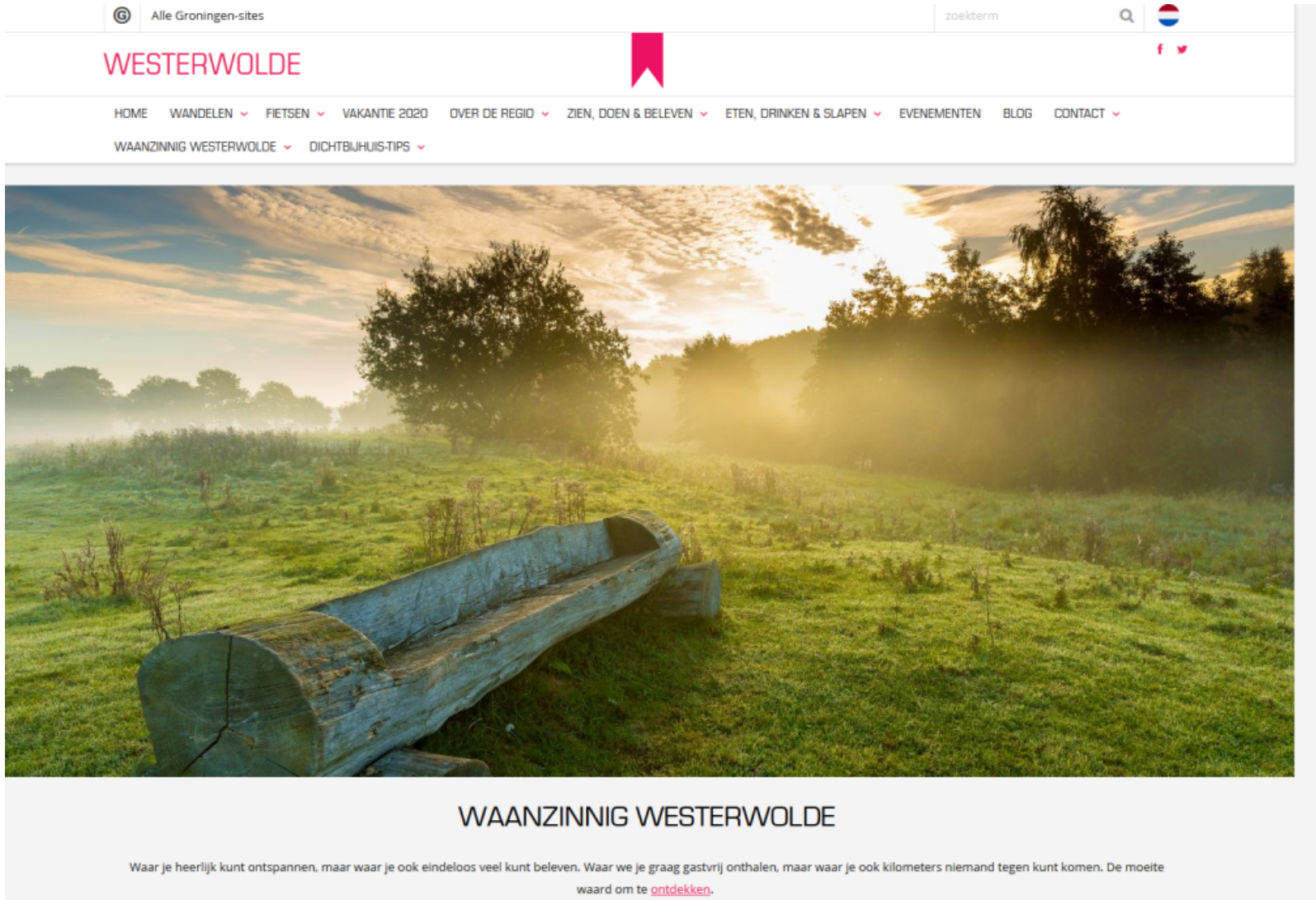


Achtergrond & aanleiding

- Recreatie & toerisme Oost-Groningen
- “Coronatijden”
- Bestuurlijk overleg 08-06-2020 (Westerwolde, Stadskanaal, Pekela, Veendam en Oldambt)
  - Draagvlak voor bestuurlijke samenwerking
- Visie Provincie Groningen
  - Versterken promotie en marketing
  - Stimuleren route-ontwikkeling en vaarrecreatie
  - Stimuleren en faciliteren ondernemerschap
- Startnotie
  - Versterken & verbinden
  - Regiopromotie
  - Financiën

Huidige situatie in Stadskanaal

- Gebiedspromotie door Stichting Promotie Westerwolde (SPW)
- Sinds 2011
- Samen met gemeente Westerwolde
- Wens tot Professionalisering



Visie Oost-Groningen

- Middels de startnotitie gekomen tot verder uitwerking:
  - Identiteit
  - Visie
  - Gezamenlijke kernwaarden
  - Doelstellingen geformuleerd
  - Meerjarenbegroting
  - Verantwoording

Visie Oost-Groningen

- Wij bieden de recreant:
  - Rust en ruimte in het buitengebied
  - Dynamiek in de leefbare en vitale kernen
- Wij bieden de ondernemers:
  - Een aantrekkelijk en actief ondernemersklimaat
  - Verbindingen met andere regio's en gebieden
- De recreanten zijn uiteraard ook de inwoners van onze gemeente

Doelstellingen

- Toerisme en recreatie in Oost Groningen op de kaart zetten
  - Bezoekers langer vasthouden
  - Impuls geven aan de regionale economie, leefbaarheid en kwaliteit van de woonomgeving
- Ten opzichte van de periode 2015-2019, 100% stijging van de overnachtingen in 2030
- Ten opzichte van de periode 2015-2019, 50% stijging van het aantal arbeidsplaatsen in de sector in 2030
- De eigen inwoners zijn tevreden over de vrijetijdsmogelijkheden en trots op hun gebied en zijn daardoor ambassadeurs.

Uitvoeringsprogramma

1. Fysieke route infrastructuur en voorzieningen
   - Realiseren, onderhouden en in standhouden van diverse route infrastructuren en bijbehorende voorzieningen
2. Routenetwerken lokaal, regionaal, nationaal en internationaal
   - Koppelen en verbinden thematische routes
3. Partnerschap en strategische allianties
   - Het aangaan van strategische allianties en partnerschappen (Provincie, Duitsland, Hondsrug etc.)
4. Branding en regiomarketing
5. Rol van de overheid bij toeristische bedrijvigheid
   - Creëren van een goed vestigingsklimaat voor het behalen van doelstellingen

Branding en regiomarketing

- Professionalisering regiopromotie
- Samenwerking in de regio
- Eén uitstraling



Stadskanaal.nl

Financieel

- Per uitvoeringsprogramma wordt gewerkt aan een begroting.
  - Koppelkansen onderlinge begrotingen
- Branding en regiomarketing:
  - Totaal: € 300.000,-
  - Gemeenten € 150.000,-
  - NPG/Regiodeal € 100.000,-
  - Ondernemers € 50.000,-

  - Inzet Stadskanaal was de afgelopen jaren € 27.600,- (bijdrage SPW)
  - Nieuwe inzet Stadskanaal € 36.750,-

Ondernemersdraagvlak

- In het gehele gebied zijn circa 10 sessies met ondernemers
  - Stadskanaal/ Westerwolde 3 sessie
- Gemene delers:
  - De visie tot samenwerking bijzonder enthousiast ontvangen.
  - Behoud eigen identiteit is i.v.m. diversiteit binnen de regio belangrijk
  - Voorgenomen samenwerking versterkt de kracht van de regio
  - De ondernemers in Westerwolde/Stadskanaal zijn bereid financieel bij te dragen. Wel met het verzoek rekening te houden met de behoefte/financiële mogelijkheden van de ondernemers.
- Aandachtspunten:
  - Versnippering vermijden. Werken vanuit 1 organisatie
  - Oost-Groningen als naam heeft negatief imago
  - Goede digitale ontsluiting is essentieel
  - Uitnodigende plattegrond van het gebied is wenselijk
  - Horeca goed in beeld brengen
- Algehele visie verrijken

Hoe verder?

- Februari: bestuurlijk overleg ingestemd met concept visie → besluitvorming per gemeente(raad)
- April: Informerende raadscommissie
- Juni : voorjaarsnota i.v.m. consequenties voor begroting 2022
- Juni: Behandeling visie door de raad