

de raad van de gemeente Westerkwartier
per mail via griffie@westerkwartier.nl

Contactpersoon

Ilona Boekhorst

Kenmerk

1969197282

Zuidhorn

15 oktober 2024

Onderwerp

Schriftelijke vragen van GroenLinks en PvdA m.b.t. versterken van toerisme en recreatie.

Geachte leden van de raad,

Op basis van artikel 49 van het Reglement van orde stelt de fractie van GroenLinks vragen over het versterken van recreatie en toerisme.

Inleiding

Op 8, 9 en 10 oktober 2024 organiseert de gemeente Westerkwartier i.s.m. de Adviesgroep Gastvrij Westerkwartier een aantal workshopsessies over het versterken van recreatie en toerisme in het Westerkwartier. De sessies vinden plaats onder begeleiding van twee internationale toerisme experts van Place Generation. "Dit project is een cruciale stap in het verder ontwikkelen van onze visie en het versterken van het imago van het Westerkwartier." GroenLinks en PvdA hebben schriftelijke vragen ingediend op 20-09-2024. Hieronder de vragen, inclusief antwoorden.

Vragen:

- 1. Wat is de aanleiding voor het organiseren van deze workshopsessies? Hoe verhoudt dit zich tot de vastgestelde visie?**

In de Visie recreatie en toerisme gemeente Westerkwartier is aangegeven dat we gaan werken aan een heldere en herkenbare profilering.

Wat is het verhaal van het Westerkwartier? Wat zijn onze iconen waar we onze verhalen aan kunnen ophangen? Welke rol spelen de verschillende gebieden binnen Westerkwartier in dit verhaal? Bij profileren gaat het erom te formuleren wat je eigen gezicht is en dat vervolgens zodanig te tonen dat dat zo goed mogelijk aansluit bij de wensen en behoeften van de gewenste doelgroep.

Postadres

Postbus 100
9350 AC Leek

Contact

Telefoon 14 0594
info@westerkwartier.nl

www.westerkwartier.nl

Pagina

1 van 2

Met een onderscheidend, geloofwaardig en aantrekkelijk profiel kunnen we beter zichtbaar maken waar we voor staan als gebied. En met een scherpe profilering kunnen we onze partners (zoals Marketing Groningen en Routebureau Groningen) ook beter toerusten om een eenduidig beeld van het Westerkwartier te laten zien. We stellen enkele thema's centraal waarmee we het 'verhaal' van het Westerkwartier kunnen vertellen en beleefbaar maken.

In het uitvoeringsprogramma behorende bij de visie staat vermeld dat we een marketingplan gaan ontwikkelen waarin o.a. staat hoe we de online en offline zichtbaarheid van het Westerkwartier kunnen vergroten (o.a. campagne, inzet media, themasites). De workshopssessies dragen bij aan de totstandkoming van dit marketingplan. Tijdens deze sessies willen nadrukkelijk de input vragen van inwoners, organisaties en ondernemers. Het nog te ontwikkelen marketingplan (waar de workshopssessie onderdeel van zijn) geeft richting aan de marketing van de komende jaren voor het Westerkwartier en biedt input voor het nog te ontwikkelen en vast te stellen nieuwe uitvoeringsplan Visie Recreatie en Toerisme 2026-2030.

2. Hoe is de Adviesgroep Gastvrij Westerkwartier samengesteld en welk mandaat heeft deze adviesgroep?

De adviesgroep is samengesteld met vertegenwoordigers van o.a. PLACK, OVTW, Gastvrij Middag Humsterland, en Nienoord. Er is getracht een formele stichting op te richten die de belangen van de marketing behartigt maar dat is tot op heden door diverse omstandigheden nog niet gelukt. De intentie is dat de adviesgroep alsnog uitgroeit tot een stichting. Tot die tijd heeft de Adviesgroep een adviesfunctie zonder mandaat.

3. Waarom is gekozen voor begeleiding van Place Generation? Welke kosten zijn gemoeid met deze begeleiding?

Naar aanleiding van de opdracht is er bij drie bureaus een offerte opgevraagd. De keuze is uiteindelijk op Place Generation gevallen onder andere vanwege de betrokkenheid met Reizen naar morgen (www.reizennaarmorgen.be) wat een inspiratiebron is geweest voor de visie recreatie en toerisme en vanwege de grote internationale kennis over het onderwerp. Place Generation is een wereldwijd team van senior professionals die het Westerkwartier ondersteunt met ontwikkeling van een marketingstrategie. Zie voor meer informatie: www.placegeneration.com.

De kosten voor het traject zijn €44.000,- voor het ontwikkelen van een marketingstrategie voor de gehele gemeente en een plan van aanpak voor Middag Humsterland en Landgoed Nienoord, geïntegreerd in één geheel. De dekking is gevonden binnen bestaande budgetten.

4. Hoe verhouden deze verkennende workshops zich tot het te ontwikkelen provinciale beleid op het gebied van Vrijtijdseconomie? Is er contact cq vindt er overleg plaats met de provincie?

Er vindt ieder kwartaal overleg plaats op het gebied van Vrijtijdseconomie tussen de gemeente en de provincie om beleid en uitvoering op elkaar af te stemmen en elkaar op toeristisch gebied te versterken. De provincie zal deelnemen aan één van de workshops. Het uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie 2024-2027 is inmiddels verschenen. Hierin staat aangegeven dat er vanuit de provincie geld beschikbaar is voor Marketing Groningen en een zomercampagne. Door middel van het ontwikkelen van een heldere en herkenbare profilering kunnen we (nog) beter marketing Groningen 'voeden'.

5. En wat is de verhouding tot de economische agenda binnen Nij Begun?

Recreatie en Toerisme is een van de onderwerpen binnen Nij Begun/economische agenda zie ook <https://www.nijbegun.nl/wp-content/uploads/2024/04/Startdocument-Economische-Agenda-Nij-Begun.pdf> . Op dit moment wordt gewerkt aan een nadere uitwerking van de economische agenda. De uitkomsten van dit traject kunnen mogelijk gebruikt worden als input.

Hoogachtend,
burgemeester en wethouders van de gemeente Westerkwartier,

A. van der Tuuk, burgemeester
R. Kleijnen, secretaris