

Inzetten op toerisme? Ja, maar wel in het belang van alle Groningers

De Nederlandse toerismecijfers zijn booming. Ze rijzen de pan uit. Wij gaan langs bij Barbara Risselada, directeur van Marketing Groningen, om te horen wat voor implicaties dat heeft voor het toerisme in Groningen. Wat zijn de kansen? Wat de valkuilen?

Eerst even die cijfers. Toerisme was vorig jaar een flinke aanjager van de Nederlandse economie. Er werd 87,5 miljard uitgegeven. De branche is goed voor 791 duizend banen. 'Nog nooit zijn die cijfers zo hoog geweest' zegt Peter Hein van Mulligen, hoofdeconoom van het Centraal Bureau voor de Statistiek, 'Daarmee heeft toerisme dezelfde toegevoegde waarde voor onze economie als de Bouw of ICT'. De prognoses zijn nog florissanter. In 2017 bezochten 18 miljoen buitenlanders ons land, in 2030 zal dat gegroeid zijn naar 29 tot 42 miljoen. Het aantal binnenlandse bezoekers groeit van 24 naar 31 miljoen. Ook voor Groningen wordt toerisme steeds belangrijker. Nu al biedt het werkgelegenheid aan 18.000 Groningers, 6% van het totaal.

Barbara, als je zulke cijfers ziet, zou je zeggen: 'Prachtig, dat is een gespreid bedje, tel uit je winst'.

Nee, dat is veel te kort door de bocht. Zo'n enorme groei geeft niet alleen lusten, maar ook lasten. Kijk naar Amsterdam en Giethoorn. Daar loop je nu al over de hoofden heen. Daarom heeft het Nederlands Bureau voor Toerisme samen met onder andere Marketing Groningen, een heldere visie ontwikkeld op hoe de groei van het toerisme kan bijdragen aan het welzijn van alle Nederlanders.

Hoe kan toerisme bijdragen aan het welzijn van alle Groningers?

Kijk, je moet toerisme niet zien als doel, maar als middel. Zeker in de provincie Groningen kan het de leefbaarheid en de welvaart van alle Groningers verhogen. Maar dan moet je er wel verstandig mee omgaan. Leer van wat er in veel Europese trekpleisters is misgegaan. Daar kwamen te lang de belangen van de bewoners op de tweede plaats.

Dus jij zegt dat de belangen van de burgers minstens zo belangrijk zijn als de ontwikkeling van het toerisme an sich.

Zo is het precies. Het moet hand in hand gaan. Wij gaan daarom voor kwalitatieve groei. Als je het zo aanpakt biedt toerisme enorm veel kansen. Juist door toeristen kunnen onze eigen bewoners gebruik blijven maken van horeca, musea, winkels en andere voorzieningen. In die zin draagt toerisme enorm bij aan het welzijn van alle Groningers. Het versterkt de economie, het landschap, de cultuur, de infrastructuur en het creëert banen op elk niveau.

Waar liggen de kansen dan voor Groningen?



Barbara Risselada (foto: Stella Dekker)

Bezoekers zijn op zoek naar een authentieke reiservaring. Persoonlijke ontwikkeling. Groei. Groningen is daar bij uitstek een plek voor. Wij bieden een bruisende stad en een rustgevend en karakteristiek ommeland. Groots en kleinschalig tegelijk. Met die unieke combinatiekracht willen we bezoekers trekken uit Nederland, Duitsland, Vlaanderen en het Verenigd Koninkrijk.

Geen massatoerisme dus, maar wat voor toerisme dan wel?

Denk eerder aan bezinningstoerisme. We horen het zo vaak: als je naar Groningen komt, gebeurt er iets met je. Je wordt hier een rijker mens. Ons uitgestrekte landschap en ons religieus erfgoed bieden alle rust en ruimte om aan jezelf te werken. Het verleden is hier overal tastbaar. In oeroude kerken, in prachtige monumenten. Tegelijkertijd bruist de cultuur van nu in festivals en architectuur. Dan natuurlijk de stad. Groningen is de jongste stad van Nederland. Sluizingstijden kennen we niet. Je kunt je hier volledig onderdompelen in de lokale cultuur. Verder de natuur. Daar snakken de mensen naar in deze drukke tijden. Nergens is het landschap zo divers als hier: we hebben het Waddengebied, het Westerkwartier, de Veenkoloniën, het Hogeland, de Eemsdelta. Al die statige borgen, die trotse herenboerderijen en die prachtige wierden met hun middeleeuwse kerken. We hebben heide, bossen en de Ruiten Aa en natuurlijk hebben we dat vruchtbare Oldambt.

Dat laatste brengt me trouwens op agri-toerisme. Mensen gaan bewuster om met voeding. Ze willen zien waar producten vandaan komen. Kijk naar Toscane, met haar agriturismo-accommodaties. Dat kan ook prima in landbouw- en voedselprovincie Groningen.

Groningen stad is toeristisch al behoorlijk ontwikkeld, maar van de provincie kun je dat moeilijk zeggen.

Daar ligt dus een kans. De provincie kun je nu meteen ontwikkelen als bestemming van de toekomst: met bijvoorbeeld deelauto's en -fietsen en afvalvrije horeca. Wat we nodig hebben is een visie op hoe Groningen er als bestemming uitziet in 2030. Als we die hebben kunnen ondernemers en ook overheden ermee aan de slag en investeren in een aanbod van topkwaliteit gebaseerd op Gronings DNA: overnachtingsaccommodaties, attracties, festivals, culturele voorzieningen, horeca, verbindingen over weg en water. Samen met ondernemers - verenigd in de Groningen Toerisme Coöperatie - brancheverenigingen, kennisinstellingen, de cultuursector, overheden en marketingorganisaties zijn we aan het kijken hoe we de gouden kansen die er liggen het beste kunnen verzilveren. Zodat we in 2030 de leefbaarheid en de voorzieningen voor onze bewoners substantieel hebben verbeterd en tegelijk meer banen hebben gecreëerd.

www.visitgroningen.nl



'Stad en ommeland: een gouden combinatie voor het toerisme van de toekomst' (foto's: Marketing Groningen)