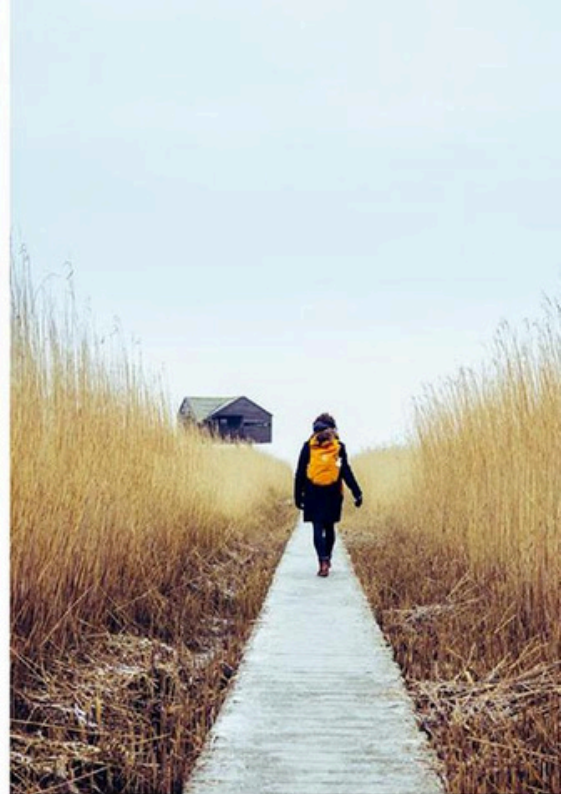
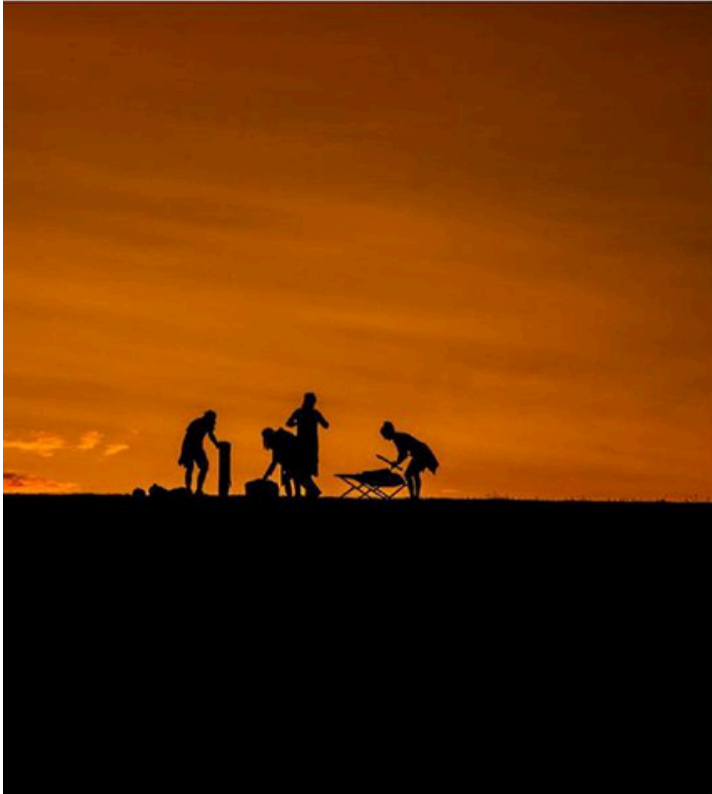


## Adviesbureau Ginder baalt van 'complottheorie over massatoerisme in Groningen'

Arend van Wijngaarden • Gisteren, 20:40 • Groningen

Deel dit artikel



Illustraties uit het rapport Zin in Groningen van bureau Ginder. Foto: Joost Gieling | Ginder

**Adviesbureau Ginder baalt dat zijn rapport over de vrijetijdseconomie in negatief daglicht is komen te staan. „De term massatoerisme is overtrokken. We stellen een verdubbeling van het aantal overnachtingen voor, maar relatief is dat nog steeds helemaal niks.”**

Adviesbureau Ginder heeft forse kritiek over zich heen gekregen na publicaties in DVHN over een rapport dat het aanjagen van toerisme in Groningen adviseert. „Door de term massatoerisme te gebruiken en het een geheim rapport te noemen, heeft het een *frame* meegekregen dat erg op ons afstraalt”, zegt Merlijn Pietersma van Ginder. „Daardoor lijkt het een complot en hebben we al meteen scheldpartijen over ons heen gekregen via de mail.”

***DVHN: De provincie is een van jullie opdrachtgevers en weigerde het rapport na meerdere verzoeken van DVHN openbaar te maken, terwijl het al wel circuleerde onder bestuurders en politici. Vandaar de term ‘geheim’. Daar kunnen jullie als bureau niets aan doen.***

Pietersma: „Maar waarom gebruikt DVHN dan de term massatoerisme? Dat woord staat niet in ons rapport. We stellen juist voor in te zetten op wandelen en bezinning. En aanvullend eventueel extra bedden en ‘dingen te doen’. Maar altijd op een schaal die past bij Groningen.”

**DVHN: We werden getipt door bezorgde Groningers die de term massatoerisme gebruikten. En in jullie rapport staan plannen voor honderdduizenden extra toeristen.**

Joost Gieling van Ginder: „Ja, vijfhonderdduizend. Maar dat is relatief helemaal niks. De Efteling heeft zes miljoen bezoekers per jaar. Dat is van totaal andere orde. Groningen trekt nu erg weinig toeristen, vooral buiten de stad bijna niets. De provincie staat landelijk gezien met afstand onderaan. Een marktaandeel van 1 procent. We opperen ideeën om dat te verdubbelen naar 2 procent. Dat is nog steeds heel bescheiden. Je gaat van heel weinig naar net iets minder weinig. Mensen krijgen nu associaties met Amsterdam, Giethoorn, drommen toeristen en plat vermaak. We zouden van de pot gerukt zijn als we dat zouden adviseren.”

**DVHN: Oké, leg dan maar eens uit wat jullie wel voorstellen.**

Pietersma: „Eerst maar over de context en onze opdrachtgever, het Nationaal Programma Groningen. Ze richten zich op baanbrekende programma's die structurele effecten moeten hebben voor de brede welvaart voor alle Groningers. Op verzoek van het NPG hebben we een advies opgesteld voor een baanbrekend programma op het gebied van vrijetijdseconomie. Dus niet om iets rustig te laten voortkabbelen, maar echt baanbrekend. Dus alle Groningers moeten de vruchten plukken van een bloeiende vrijetijdssector. Dat zijn niet onze ideeën maar van onze opdrachtgevers, waaronder ook de provincie, de Rijksuniversiteit, Noorderpoort, de Economic Board, en we hebben met al die partijen samen drie scenario's opgesteld.”



Merlijn Pietersma van bureau Ginder

Gieling: „We zijn toen gaan analyseren en we zagen; oei, oei, oei, dat is wel een ambitie. Groningen bungelt best wel onderaan op alle lijstjes. Dan moet je wel van goede huize komen. Maar we zagen toch kansen. Vandaar ons eerste scenario: Camino Groningen.”

**DVHN: Het wandeltoerisme.**

„Ja, dat is er nu al. Laat Groningen de wandelprovincie van Nederland worden. Laat Friesland varen, laat Drenthe fietsen, laat Groningen wandelen. Wandelen is rust, ruimte, de kop leeg. Vandaar onze titel: zin in Groningen. Dat is cultuur, dat is vertragen. Het is er wel maar je moet het inkleuren. Je moet dan ook het erfgoed langs die wandelroutes herontwikkelen. Onverharde paden maken. Het dorpsleven en verenigingsleven versterken, zodat ze ook een soepje kunnen aanbieden aan die erfgoedgasten.”

Pietersma: „Maar dan zeggen we ook: zorgt dit voor extra bestedingen in dorpen, zodat een supermarkt of een restaurantje open kunnen blijven? Dat zijn we gaan berekenen en het antwoord is nee, dat is niet genoeg.”

**DVHN: Economisch te wankel, schreven jullie.**

„Daarom hebben we gekeken naar andere voorbeelden om iets toe te voegen aan wat er nu al is. Zoals Flevoland. Dat heeft een aantal heel sterke verblijfsparken. Absoluut geen massatoerisme. Gasten komen naar die parken, niet omdat Flevoland zo mooi is maar omdat die parken zo bijzonder zijn. Hoe zou je dat in Groningen doen? Geen verroompottisering zoals in Flevoland, maar zet dan de nieuwe standaard met nieuwe duurzame vakantieparken en hotels. Niet achter slagbomen maar zodat inwoners ervan profiteren.”

Gieling: „Dat is nog absoluut geen massatoerisme maar een druppel op de gloeiende plaat. We zeggen ook, kom met B&B's, maar alles rondom de wandelpaden. Wel enkele grote parken met een merk, die ook hun eigen publiek trekken. Dat kunnen ook familiebedrijven zijn. Als je dat niet doet, gebeurt er nooit iets. Daar moet je bewustwontplooiendz entutien. Dan moet

alles er omheen ook wel kloppen. De fietspaden, het vaartoerisme, alles. Dus daarvoor moet de overheid een dikke vinger in de pap hebben. Door grondposities te verwerven en erfpachtconstructies kan dat.”



Joost Gieling van bureau Ginder

Pietersma: „En dan zeggen we verder; om mensen hier te krijgen moet er wel wat te doen zijn. Je gaat wandelen, maar je hebt ook aanvullende trekkers nodig. Dat kan een festivalterrein zijn zoals in Limburg Pinkpop. Doe dat dan op zijn Gronings. We denken aan events, festivals, iets zoals Puy du Fou, dat in Drenthe zou komen. Iets dat past in de theatertraditie van Groningen. Geen Walibi of Efteling, maar aansluiten bij de cultuur van Groningen, zoals de strokartonfabriek De Toekomst, waar ze iets met bierbrouwerijen of jeneverstokerijen willen.

Gieling: „Het moet iconische waarde hebben dat past bij Groningen. Met het wandelen als kern.”

***DVHN: Wat hebben inwoners van Groningen hier aan?***

Gieling: „Als je het goed organiseert is er economische spinoff. Dus banen en bestedingen in winkels en horeca in de omgeving. Met extra toeristenbelasting kan je investeren in landschap en infrastructuur. Het zal ook leiden tot een culturele impuls waardoor voorzieningen zoals theaters en dorpshuizen open kunnen blijven. Maar wat mensen vaak niet zien is het belang van het opknappen van de omgeving. Denk aan als je thuis bezoek krijgt en je het eens goed schoonmaakt en gezellig maakt. Dat je een bloemetje neerzet. Dat is een mentaal-cultureel ding. Dat we ons in Groningen open gaan stellen en trots zijn op ons huis. Maar dus wel passend bij de omgeving. Daarom moet de overheid niet alles uit handen geven aan de markt, maar grip houden.”

Pietersma: „We zijn blij dat het rapport nu openbaar is. Als mensen het rapport zelf lezen, zou het mooi zijn dat ze daarna hierover in gesprek gaan met elkaar.”