



# Duurzaam toerisme in Nationaal Landschap Middag-Humsterland

Het landschap als basis voor het  
bevorderen van duurzaam  
toerisme

Marije ten Berge & Myrthe van Hecke





# Duurzaam toerisme in Nationaal Landschap Middag-Humsterland

## Het landschap als basis voor het bevorderen van duurzaam toerisme

Auteurs:	Marije ten Berge	000006504
	Myrthe van Hecke	000009705
Datum:	17-10-2019	
Instituut:	Hogeschool van Hall Larenstein	
Opleiding:	Management van de Leefomgeving	
Modulecode:	LML430VNAO	
Probleemeigenaar:	Gebiedscoöperatie Westerkwartier namens de Werkgroep Regiomarketing  Middag-Humsterland	
Begeleiders:	Hendrik Boekhoud Simon Matahelumual	
Opponent:	Ineke Baan	
Foto voorkant:	Eigen materiaal (2019)	



**van hall  
larenstein**  
university of applied sciences



**GEBIEDSCOÖPERATIE  
WESTERKWARTIER**





## VOORWOORD

---

Het is inmiddels maanden geleden dat wij voor het eerst voet zetten in Middag-Humsterland, een gebied dat wij hebben leren waarderen. We hebben genoten van het landschap, het uitwaaien op de dijk na dagenlang computeren op het Van Hall, en natuurlijk een kop koffie bij Café Hamming. Ondanks dat we met de auto vast kwamen te zitten in de berm en één van ons wagenziek werd van alle bochtige wegen in het gebied, hebben we een ontzettend mooie tijd beleefd. Zo zijn we zelf ook een beetje toerist geweest in Middag-Humsterland.

Vanuit onze gedeelde interesse in landschap en cultuurhistorie, is dit onderzoek tot stand gekomen. We willen graag Monique Schaminée van de Gebiedscoöperatie Westerkwartier bedanken voor haar ondersteuning hierbij. Tevens willen wij de leden van de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland hartelijk bedanken voor hun gastvrijheid en behulpzaamheid.

Daarnaast gaat onze dank uit naar de Gemeente Westerkwartier, Merk Fryslân, Jan Oomkes van de Ondernemersvereniging Toerisme Westerkwartier en Karel Jan Alsem van de Hanze Hogeschool, voor het beantwoorden van onze vragen.

Voor u ligt nu ons afstudeerrapport. We hopen met ons onderzoek de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland een basis te geven die bijdraagt tot het bouwen aan een mooie toekomst voor Middag-Humsterland. Wij raden iedereen aan om een keer een kijkje te nemen in dit bijzondere landschap.

Marije ten Berge en Myrthe van Hecke

Leeuwarden, 17-10-2019

## SAMENVATTING

---

In dit rapport is er onderzoek gedaan naar het bevorderen van duurzaam toerisme waarbij het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland benut wordt. De aanleiding van dit onderzoek zijn gesprekken geweest met de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland en de opgestelde gebiedsvisie voor Middag-Humsterland. In deze gebiedsvisie is opgenomen dat het de wens is om regiomarketing voor Middag-Humsterland op te stellen, om het gebied zowel toeristisch als economisch nieuwe kansen te bieden. Echter is het de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland niet duidelijk hoe dit kan worden uitgevoerd en mist daarbij een basis voor het zetten van concrete stappen. De aanleiding leidt tot de volgende probleemstelling: de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland heeft geen uitgangspunten voor het benutten van het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen. Om dit probleem te verhelpen is het volgende doel gesteld: Het doel van dit onderzoek is om de werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland te adviseren over uitgangspunten voor het benutten van het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland ter bevordering van duurzaam toerisme. Dit biedt de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland een basis voor toekomstige regiomarketing, waarbij het landschap kan bijdragen aan een positief imago van het gebied. Om de doelstelling te bereiken, is de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

*Met welke uitgangspunten kan de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland benutten om duurzaam toerisme te bevorderen?*

Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden, is er een vooropgezette methodiek gevolgd. Allereerst is er onderzoek gedaan naar welke onderdelen in het landschap Middag-Humsterland aantrekkelijk maakt voor toeristen. Hiermee zijn landschapsonderdelen gewaardeerd naar

aantrekkelijkheid voor toeristen. Daarna zijn de huidige activiteiten op het gebied van toerisme in het gebied geïnventariseerd en in kaart gebracht, waaronder accommodaties, horeca, musea en fiets- en wandelroutes. Hieruit is een beschrijving opgesteld van alle toeristische activiteiten in het gebied. Aansluitend is er onderzocht hoe men duurzaam toerisme kan bevorderen door het inzetten van regiomarketing. De belangrijkste punten hieruit zijn: het opstellen van een doel voor de regiomarketing, het stellen van kernwaarden van het gebied en zorgen voor draagvlak. Tussentijds zijn de betrokken stakeholders geïnventariseerd en geanalyseerd. Ten slotte is er een SWOT-analyse met daaropvolgend een confrontatiematrix uitgevoerd. De sterkten en zwakten zijn gericht op het huidige landschap en de landschapsonderdelen in combinatie met duurzaam toerisme om in te spelen op de externe kansen en bedreigingen. Uit de confrontatiematrix blijkt dat de meeste sterkten en zwakten confronteren met de kans 'grote interesse in cultuur en erfgoed' en de bedreiging 'Negatief imago provincie Groningen bij potentiële bezoekers'. Hieruit zijn vier mogelijkheden voorgekomen. De eerste mogelijkheid is de aantrekkelijke beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland gebruiken om toeristen met interesse in cultuur en erfgoed naar Middag-Humsterland te trekken. De tweede mogelijkheid is het verbeteren van de herkenbaarheid van beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland door de chaos van informatiebordjes te verbeteren, en op deze manier de belevingswaarde van het landschap van Middag-Humsterland te vergroten. De derde mogelijkheid is het gebruiken van de aantrekkelijke landschapsonderdelen om een positief imago te creëren voor Middag-Humsterland. De vierde mogelijkheid is het bij laten dragen van de gemiddeld aantrekkelijke beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland aan het creëren van een positief imago voor Middag-Humsterland. Deze vier mogelijkheden zijn meegenomen bij het vormen van uitgangspunten. De uitgangspunten vormen de basis voor volgende stappen voor de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland om het

landschap van Middag-Humsterland te benutten om duurzaam toerisme te bevorderen. Het eerste uitgangspunt is het ontwikkelen van themaroutes die toeristen langs de aantrekkelijke landschapsonderdelen leiden. Daarnaast kan in de routes een koppeling gemaakt worden tussen cultuur en landschap, door de thema's aan te laten sluiten op de cultuurhistorische genese van het landschap van Middag-Humsterland. Het tweede uitgangspunt betreft het verbeteren van de herkenbaarheid van de wierde van Fransum en de wierde van Garnwerd. Dit maakt de landschapsonderdelen aantrekkelijker voor toeristen met interesse in cultuur en erfgoed. Het derde uitgangspunt is het inzetten van de grootschalige openheid om een positief imago te creëren voor Middag-Humsterland door middel van regiomarketing. De openheid kan een kernwaarde voor Middag-Humsterland worden. Het vierde uitgangspunt is het versterken van de wierde van Den Ham, zodat dit gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdeel aantrekkelijk wordt voor toeristen. Een aantal punten van aandacht zijn opgenomen in de aanbevelingen. Deze aanbevelingen beantwoorden de hoofdvraag niet, maar kunnen wel een nuttige input vormen voor de Werkgroep Regiomarketing. De aanbevelingen zijn als volgt. Het vaststellen van een doel voor de regiomarketing van Middag-Humsterland. Sturende factoren/kernwaarden vaststellen voor regiomarketing van Middag-Humsterland. Samenwerking met externe partijen versterken. Inspelen op het beleid van de Provincie Groningen. Overgebleven mogelijkheden confrontatiematrix in planning opnemen.

## INHOUDSOPGAVE

---

1	Inleiding.....	10
1.1	Context.....	10
1.2	Aanleiding .....	10
1.3	Probleemstelling .....	11
1.4	Doelstelling .....	13
1.5	Onderzoeksvragen .....	13
1.6	Leeswijzer.....	13
2	Methodiek.....	15
2.1	Deelvraag 1 .....	15
2.2	Deelvraag 2 .....	17
2.3	Deelvraag 3 .....	18
2.4	Beleid en betrokken partijen .....	20
2.5	Deelvraag 4 .....	22
2.6	Hoofdvraag.....	24
3	Landschap en duurzaam toerisme .....	26
3.1	Landschap, landschapsbeeld en landschapsonderdelen .....	26
3.2	Duurzaam toerisme.....	27
3.3	Duurzaam toerisme in het landschap .....	28
3.4	Een aantrekkelijk landschap voor toeristen.....	29
4	Het landschap van Middag-Humsterland .....	35
4.1	Beeldbepalende landschapsonderdelen.....	35
4.2	Het ontstaan van het natuurlijke landschap .....	35
4.3	Het ontstaan van het cultuurlandschap.....	38
4.4	Het huidige landschap.....	44
5	Aantrekkelijke landschapsonderdelen .....	47
5.1	Waardering beeldbepalende landschapsonderdelen .....	47
5.2	Overige bevindingen .....	50
6	Toerisme in Middag-Humsterland .....	51
6.1	Accommodaties, horeca en bezienswaardigheden .....	51
6.2	Wandel-, fiets- en vaarroutes .....	52
6.3	Toerisme in kaart .....	53
7	Het bevorderen van duurzaam toerisme.....	55
7.1	Bevorderen van duurzaam toerisme door middel van regiomarketing.....	55
7.2	Het bevorderen van toerisme in andere landschappen ..	56
8	Beleid en betrokken partijen.....	58
8.1	Beleid.....	58
8.2	Stakeholders.....	62
9	Het benutten van het landschap in het kader van toerisme ...	65
9.1	Kansen en bedreigingen.....	65
9.2	Sterkten en zwakten .....	70
9.3	SWOT-analyse .....	71
9.4	Confrontatiematrix.....	72
9.5	Uitwerking confrontatiematrix .....	73



10	Discussie.....	75
11	Conclusie.....	77
11.1	Conclusies deelvragen.....	77
11.2	Uitgangspunten.....	79
12	Aanbevelingen .....	83
13	Bibliografie .....	84

# 1 INLEIDING

---

In de gemeente Westerkwartier binnen de provincie Groningen is het Nationaal Landschap Middag-Humsterland (hierna Middag-Humsterland) gelegen. Op figuur 1 is de afbakening van Middag-Humsterland weergegeven, het Nationale Landschap staat centraal in dit onderzoek. Vanuit een vraag van de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland, welke gefaciliteerd wordt door de Gebiedscoöperatie Westerkwartier, is dit onderzoek naar landschap en duurzaam toerisme tot stand gekomen. In de volgende paragraaf is eerst de context met betrekking tot landschap en toerisme in Middag-Humsterland beschreven. Aansluitend zijn de aanleiding, probleemstelling, doelstelling en onderzoeksvragen uiteengezet.

## 1.1 CONTEXT

Middag-Humsterland is in 2006, samen met 19 andere gebieden, door de Rijksoverheid aangewezen als Nationaal Landschap. Een Nationaal Landschap is een gebied met internationaal zeldzame of unieke en nationaal kenmerkende landschapskwaliteiten, en in samenhang daarmee bijzondere natuurlijke en recreatieve kwaliteiten (Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, 2019). Middag-Humsterland is aangewezen op basis van volgende kernkwaliteiten:

- Reliëf gevormd door wierden, kwelderruggen en dijken
- Onregelmatig blokverkevelingspatroon
- Grote mate van openheid (Ministerie van VROM, 2006)

Momenteel loopt er in opdracht van de Provincie Groningen een campagne om de ommelanden van de stad Groningen te promoten (Marketing Groningen, 2017). Er bestaat op de website van Visit Groningen echter geen kopje voor Middag-Humsterland, ondanks

dat het gebied is aangemerkt als een van de oudste cultuurlandschappen van Europa (Rijksoverheid, 2009).

De Provincie Groningen heeft in de eerste visie voor Middag-Humsterland reeds te kennen gegeven dat een Nationaal Landschap een grote toeristische en recreatieve betekenis heeft en dat deze betekenis in de toekomst toe zal moeten nemen. Recreatief gebruik moet worden bevorderd en er moet ruimte komen voor landschap- en cultuurtoerisme. Belangrijk is dat hierbij de kernkwaliteiten van het landschap worden gewaarborgd en dat er gericht wordt op extensieve, op beleving van natuur en landschap gerichte recreatie (Provincie Groningen, 2007).

Uit recente cijfers blijkt echter dat de provincie Groningen de minste toeristen trekt van alle Nederlandse provincies (CBS, 2018). Het aantal toeristen dat het Middag-Humsterland bezoekt, is onbekend. Wel is bekend dat meeste toeristen die voor de provincie Groningen kiezen, afkomen op de stad Groningen, het Waddengebied en het Lauwersmeergebied (Groningen.nieuws.nl, 2018). Het Middag-Humsterland lijkt hierdoor soms 'vergeten' te worden door de toerist.

## 1.2 AANLEIDING

De aanleiding voor dit onderzoek is voortgekomen uit een voor Middag-Humsterland opgestelde gebiedsvisie en gesprekken met leden van de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland.

In de gebiedsvisie voor Middag-Humsterland staat dat er een sterker profiel moet ontstaan van de toeristisch-recreatieve mogelijkheden in het gebied (Gebiedscoöperatie Westerkwartier et. al, 2017). Vanuit gesprekken met de Gebiedscoöperatie Westerkwartier, welke heeft bijgedragen aan het opstellen van de gebiedsvisie, werd duidelijk dat regiomarketing gewenst is om het gebied zowel

economisch als toeristisch nieuwe kansen te bieden. In 2017 is daarom de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland in het leven geroepen. De Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland wil dat Middag-Humsterland niet meer vergeten wordt door de toerist en dat de doelen vanuit de gebiedsvisie worden nagestreefd. Uit gesprekken met huidige werkgroepsleden kwam echter naar voren dat er nog te weinig wordt gedaan in het gebied om duurzaam toerisme\* te bevorderen, omdat een basis mist voor het zetten van concrete stappen.

Het bevorderen van duurzaam toerisme houdt voor de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland in dat Middag-Humsterland meer bekendheid krijgt en dat er een passende doelgroep wordt aangetrokken. Voor deze doelgroep moet een langer verblijf in Middag-Humsterland aantrekkelijker worden en de toeristisch-recreatieve activiteiten moeten het landschap en de leefbaarheid van Middag-Humsterland niet schaden.

Tevens kwam uit de gesprekken met werkgroepsleden naar voren dat door verschillende omstandigheden, zoals de aardbevingen in het noorden van Groningen, de provincie Groningen een slecht imago heeft bij toeristen. Dit wordt bevestigd door de volgende citaten:

*“ de spontane associaties als ‘ver weg’, ‘saai’ en ‘boeren(land)’ geven aan dat het beeld dat de niet-bezoeker van Groningen heeft niet bepaald positief is (Baas & Verver, 2016) ”*

*“ Onze provincie [Groningen] is bij toeristen de minst populaire van Nederland. Dat blijkt uit een rapport van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), dat maandag is verschenen. (Minnema, 2018) ”*

De Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland ziet het imago van de provincie Groningen als nadelig voor toerisme in het

gebied. Het landschap van het Nationale Landschap Middag-Humsterland zou in hun ogen juist kunnen bijdragen aan een positief imago van het gebied. Dat het landschap van Middag-Humsterland van toeristische waarde is, wordt ondersteund vanuit de visie voor het Nationale Landschap van de provincie Groningen (Provincie Groningen, 2007). Vanuit gesprekken met de werkgroep werd duidelijk dat er meerdere partijen, waaronder de Provincie Groningen en de Gemeente Westerkwartier, belang hebben bij een beter imago.

Het is daarom de wens van de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland om het landschap van Middag-Humsterland in te zetten bij hun regiomarketing en het bevorderen van duurzaam toerisme. Het is voor de werkgroep echter niet duidelijk op welke manier het landschap hierbij benut kan worden en welke onderdelen van het landschap in het bijzonder. De Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland heeft echter ook aangegeven dat een basis mist voor het zetten van concrete stappen bij het bevorderen van duurzaam toerisme. Daarom zijn uitgangspunten nodig voor het benutten van het landschap om duurzaam toerisme te bevorderen. Deze uitgangspunten zijn een beginpunt voor de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland om het landschap in te zetten bij regiomarketing.

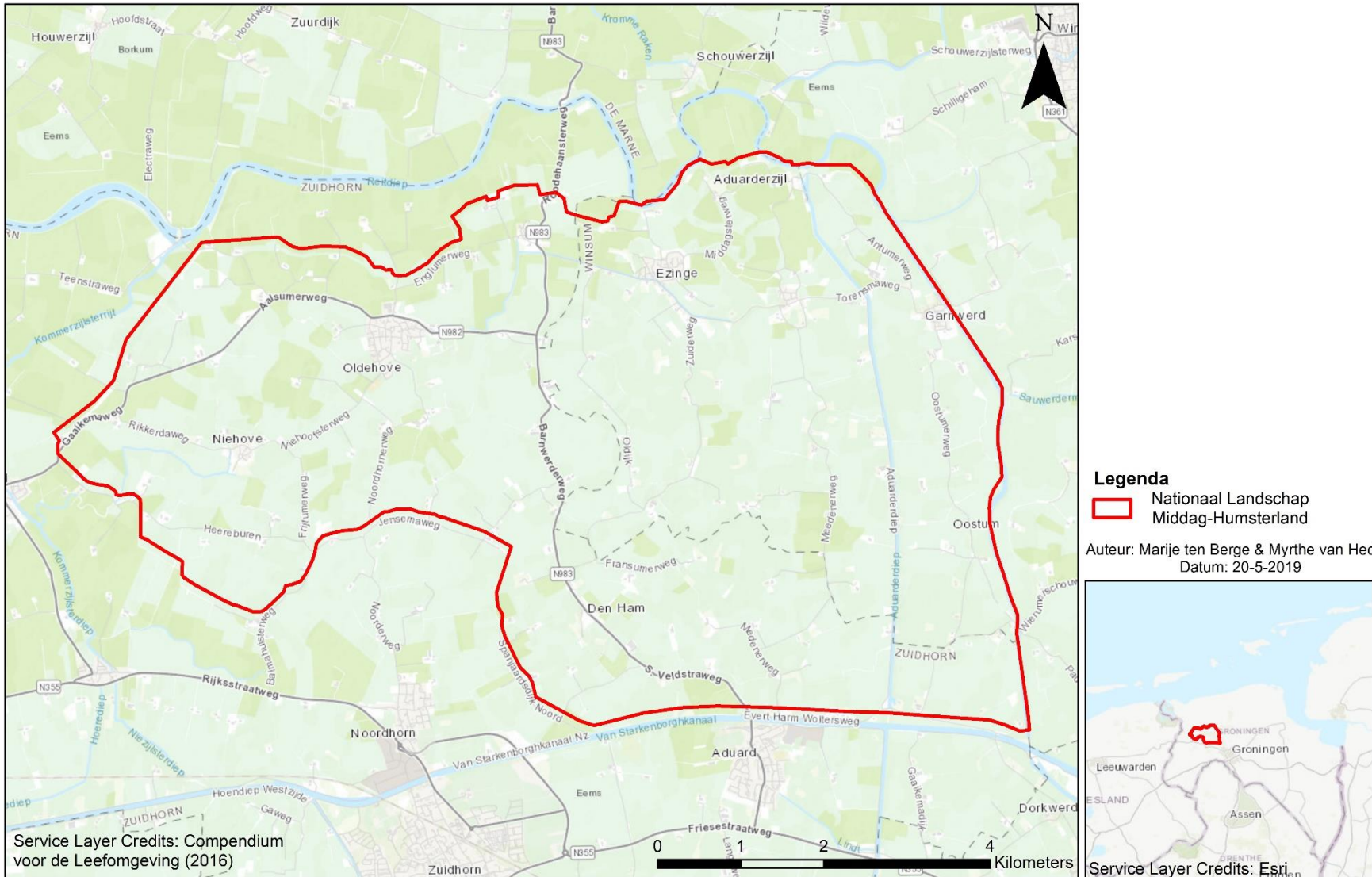
### 1.3 PROBLEEMSTELLING

De aanleiding leidt tot de volgende probleemstelling:

De Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland heeft geen uitgangspunten voor het benutten van het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen.

\* De definitie van dit begrip is opgenomen in hoofdstuk 3

# Gebiedsbegrenzing Nationaal Landschap Middag-Humsterland



Figuur 1 Gebiedsbegrenzing Nationaal Landschap Middag-Humsterland

## 1.4 DOELSTELLING

Het doel van dit onderzoek is om de werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland te adviseren over uitgangspunten voor het benutten van het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland ter bevordering van duurzaam toerisme. Dit biedt de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland een basis voor toekomstige regiomarketing, waarbij het landschap kan bijdragen aan een positief imago van het gebied.

## 1.5 ONDERZOEKSVRAGEN

Om de doelstelling te bereiken, is de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

*Met welke uitgangspunten kan de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland benutten om duurzaam toerisme te bevorderen?*

Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden, zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Welke landschapsonderdelen in Nationaal Landschap Middag-Humsterland zijn aantrekkelijk voor toeristen?
2. Wat is de huidige situatie betreffende duurzaam toerisme in Nationaal Landschap Middag-Humsterland?
3. Op welke manieren kan duurzaam toerisme bevorderd worden?
4. Wat zijn mogelijkheden voor het benutten van het landschap van Nationaal landschap Middag-Humsterland gericht op duurzaam toerisme?

## 1.6 LEESWIJZER

Dit onderzoeksrapport is opgebouwd uit 12 hoofdstukken. Hieronder is de opbouw van het rapport uitgelegd.

In hoofdstuk 2 staat eerst de methodiek beschreven aan de hand waarvan de onderzoeksvragen zijn beantwoord. Daarna staat in hoofdstuk 3 de theorie beschreven die aan de basis ligt van dit onderzoek. Deze theorie bestaat uit meerdere onderdelen. Ten eerste zijn de definities van landschap en duurzaam toerisme beschreven, en is uitgelegd hoe deze definities zijn gebruikt bij dit onderzoek. Daarnaast zijn de begrippen *landschapsonderdelen* en *landschapsbeeld* uitgelegd, welke ook veelvuldig gebruikt zijn in dit onderzoek. Vervolgens is uitgelegd hoe landschap en duurzaam toerisme met elkaar in verband staan. Daarna staan de resultaten beschreven van literatuurstudie naar wat een landschap aantrekkelijk maakt voor toeristen. In navolging hiervan zijn waarderingscriteria beschreven voor de aantrekkelijkheid van landschapsonderdelen in Middag-Humsterland voor toeristen. Hierbij staat ook een verantwoording en beschrijving van welke landschapsonderdelen zijn gewaardeerd. Vervolgens zijn in hoofdstuk 4 de beeldbepalende landschapsonderdelen opgenomen. Daarnaast vertelt het hoofdstuk de ontwikkelgang van het landschap en verklaart het ontstaan van de te waardenen landschapsonderdelen. Het hoofdstuk eindigt met een beschrijving van het huidige landschap. Hoofdstuk 5 gaat in op de waardering van de voor toeristen aantrekkelijke landschapsonderdelen.

Hoofdstuk 6 geeft een overzicht van wat er in de huidige situatie voor een toerist te doen is in Middag-Humsterland.

Hoofdstuk 7 gaat vervolgens weer in op duurzaam toerisme. In dit hoofdstuk staan manieren beschreven waarmee duurzaam toerisme bevorderd kan worden.

Hoofdstuk 8 heeft betrekking op landschap, duurzaam toerisme en het bevorderen van duurzaam toerisme. In dit hoofdstuk is een kader geschetst van het huidige beleid omtrent landschap en duurzaam toerisme in Middag-Humsterland, en biedt een overzicht van welke partijen op welke manier betrokken kunnen worden bij het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen.

In hoofdstuk 9 staan mogelijkheden beschreven voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van toerisme.

In hoofdstuk 11 is de discussie te vinden. Hierin wordt gereflecteerd op de gebruikte methodiek en de onderzoeksresultaten.

Al deze hoofdstukken, behalve de discussie, komen samen in hoofdstuk 10, waarin antwoord wordt gegeven op de onderzoeksvragen. Hierbij zijn eerst de conclusies van de deelvragen beschreven. In navolging hiervan staan voor de Werkgroep Regiomarketing uitgangspunten beschreven voor het benutten van het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen.

Ten slotte zijn in hoofdstuk 12 de aanbevelingen te vinden. In de aanbevelingen zijn aandachtspunten opgenomen voor de Werkgroep Regiomarketing.

## 2 METHODIEK

---

Om de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden, is een vooropgezette methodiek gevolgd. In dit hoofdstuk is de gevolgde methodiek per onderzoeksvraag beschreven. Daarnaast is er voor het overzicht een schematische weergave gemaakt van de methodiek, welke staat weergegeven in figuur 5.

### 2.1 DEELVRAAG 1

Deelvraag 1 luidt als volgt: *Welke landschapsonderdelen in Nationaal Landschap Middag-Humsterland zijn aantrekkelijk voor toeristen?*

Het doel van deze deelvraag is om de voor toeristen aantrekkelijke landschapsonderdelen in Middag-Humsterland te vinden.

Om de deelvraag te beantwoorden en het doel te bereiken, zijn een aantal stappen doorlopen. Deze stappen zijn op volgorde beschreven.

#### **Stap 1: Definiëren begrippen**

Deze deelvraag heeft betrekking tot landschap, en het begrip landschapsonderdelen is geïntroduceerd. Daarom is eerst de betekenis van de begrippen landschap en daaruit voortvloeiend landschapsbeeld en landschapsonderdelen vastgesteld in het kader van dit onderzoek.

Dit is gedaan door definities van deze begrippen op te zoeken in literatuur over landschap en op te nemen in het rapport. De definitie van het begrip landschap staat echter niet vast. Daarom zijn de meest gebruikte definities tegenover elkaar afgewogen. Dit is gedaan op basis van het gegeven dat toeristen het landschap kunnen waarnemen. De in dit onderzoek gehanteerde definitie van

landschap beschrijft het waarneembare van het landschap het meest uitvoerig.

#### **Stap 2: Verband leggen tussen landschap en duurzaam toerisme**

In literatuur, nieuws, trends en rapporten is gezocht naar wat het bestaande verband is tussen landschap en duurzaam toerisme. De verbanden zijn opgenomen in het rapport. De uitkomst van deze stap is een verificatie van dat landschap in verband kan worden gebracht met duurzaam toerisme.

#### **Stap 3: Vaststellen van waarderingscriteria voor de aantrekkelijkheid van landschapsonderdelen in Middag-Humsterland voor toeristen**

Vanuit literatuurstudie is eerst vastgesteld wat het waarderen van een landschap inhoudt, en waarop een waardering gebaseerd is. Op basis hiervan is in literatuur gezocht naar waarderingscriteria voor aantrekkelijkheid van landschapsonderdelen van Middag-Humsterland voor toeristen. Hierbij is gekeken naar voorgaande onderzoeken gericht op aantrekkelijkheid van landschap, zowel voor Nederlanders als voor buitenlandse toeristen. Daarnaast is gekeken naar de kenmerken van een voor Middag-Humsterland passende doelgroep, waarderingsmethoden van de overheid en aantrekkelijkheid van landschap beschreven vanuit de Esthetica.

Uit deze literatuurstudie zijn 6 kenmerken gekomen voor een aantrekkelijk landschap voor toeristen. Deze kenmerken zijn vertaald naar waarderingscriteria door parameters op te stellen die de criteria meetbaar maken.

#### **Stap 4: Vaststellen welke landschapsonderdelen gewaardeerd worden**

Vanuit de resultaten van voorgaande drie stappen, is gezocht naar landschapsonderdelen in Middag-Humsterland die volgens de theorie voldoen aan de voorwaarden om gewaardeerd te kunnen worden. De landschapsonderdelen zijn opgenomen in het rapport.

#### **Stap 5: Verklaren ontstaan van landschapsonderdelen ten behoeve van waardering**

Om de waarderingscriteria te kunnen toepassen, was het nodig om de ontstaansgeschiedenis van de landschapsonderdelen te inventariseren. Dit is gedaan aan de hand van literatuurstudie naar het ontstaan van Middag-Humsterland en het maken van ondersteunende kaarten in ArcGIS. Ter verifiëring van de vastgestelde landschapsonderdelen voor de waardering, is de keuze gemaakt om de plek van de landschapsonderdelen in het huidige landschapsbeeld uit te leggen aan de hand van een hoogtekaart, geomorfologische kaart en een kaart van het landgebruik. Deze kaarten zijn gemaakt in ArcGIS (gebruikte data staat op de kaarten).

#### **Stap 6: Landschapsonderdelen op kaart zetten**

De te waardenen landschapsonderdelen zijn op kaart gezet in ArcGIS door data van de Provincie Groningen met de tool 'clip' weer te geven binnen de grenzen van Middag-Humsterland, en doormiddel van 'edit' de landschapsonderdelen weer te geven die niet waren opgenomen in de data van de Provincie Groningen. Daarnaast zijn voor de overzichtelijkheid de landschapsonderdelen genummerd.

#### **Stap 7: Waardering van landschapsonderdelen**

Om de landschapsonderdelen te waardenen, heeft een gebiedsbezoek plaatsgevonden. Voorafgaand aan het gebiedsbezoek

zijn de kaart met landschapsonderdelen en voor ieder landschapsonderdeel en vel met de opgestelde waarderingscriteria (en ruimte voor aantekeningen) geprint. Op basis van de kaart met landschapsonderdelen, Google Maps en landschapslezen is ieder te waardenen landschapsonderdeel gevonden en te voet bezocht. Daarbij zijn per landschapsonderdeel de waarderingscriteria en parameters doorlopen. Hiervoor is de volgende scoremethode gebruikt:

- + Het landschapsonderdeel voldoet grotendeels aan de opgestelde parameters van het criterium
- +/- Het landschapsonderdeel voldoet in mindere mate aan de opgestelde parameters van het criterium
- Het landschapsonderdeel voldoet grotendeels niet aan de opgestelde parameters van het criterium

Per landschapsonderdeel zijn de scores onderbouwd met aantekeningen van de bevindingen en foto's die gemaakt zijn tijdens het gebiedsbezoek. Deze aantekeningen zijn uitgewerkt tot kwalitatieve beschrijvingen per landschapsonderdeel die de scores uitleggen. Daarnaast zijn ter ondersteuning van deze beschrijving per landschapsonderdeel één of twee foto's bijgevoegd. De scores van landschapsonderdelen op de waarderingscriteria zijn uitgewerkt in een tabel.

Per landschapsonderdeel is vanuit de scores op de criteria een gemiddelde waardering vastgesteld en opgenomen in dezelfde tabel. Dit is gedaan aan de hand van de volgende methode:



**Aantrekkelijk (+):** Minstens een + op vier waarderingscriteria, geen enkele -

**Niet aantrekkelijk (-):** Het aantal keer + weegt niet op tegen het aantal keer –

**Gemiddeld aantrekkelijk:** Alle landschapsonderdelen die niet binnen de waardering van ‘aantrekkelijk’ en ‘niet aantrekkelijk’ passen

Vervolgens zijn de landschapsonderdelen met waardering opgenomen in een schets.

Tijdens het gebiedsbezoek zijn aantekeningen gemaakt van zichtlijnen, en ingetekend op de geprinte kaart met landschapsonderdelen. Deze zichtlijnen zijn overgenomen in de schets.

De resultaten van de waardering zijn opgenomen in het rapport, de opvallende resultaten zijn toegelicht. Gemaakte aantekeningen tijdens het gebiedsbezoek die niet specifiek gericht zijn op een landschapsonderdeel, zijn geclusterd en opgenomen in het rapport.

## 2.2 DEELVRAAG 2

Deelvraag 2 luidt als volgt: *Wat is de huidige situatie betreffende duurzaam toerisme in Nationaal Landschap Middag-Humsterland?*

Het doel van deze deelvraag is om een overzicht te hebben van de huidige situatie betreffende duurzaam toerisme in Middag-Humsterland, oftewel: wat is er in de huidige situatie te doen voor een toerist en in Middag-Humsterland en waar vindt dit plaats?

Om de deelvraag te beantwoorden en het doel te bereiken, zijn een aantal stappen doorlopen. Deze stappen zijn op volgorde beschreven.

### Stap 1: Definiëren begrippen

Het begrip duurzaam toerisme is gedefinieerd op basis van de vaststaande definitie van de The World Tourism Organisation, en uitgelegd aan de hand van de verschillen met de definities van toerisme en recreatie.

### Stap 2: Inventarisatie

Op basis van kennis van de Gebiedscoöperatie Westerkwartier en online bronnen zijn alle toeristisch-recreatieve ondernemingen, bezienswaardigheden en routes geïnventariseerd.

### Stap 3: Het geïnventariseerde weergeven op kaart

Bij het uitvoeren van deze stap is het programma ArcGis gebruikt. Allereerst zijn de fiets-, wandel- en vaarroutes geïnventariseerd. De gebruikte data is onder andere ingewonnen via het Nationaal Georegister, en is hierbij te zien in tabel 1.

Tabel 1 Overzicht gebruikte data ArcGis

Naam van de kaartlaag	Verantwoordelijke organisatie + jaartal
Middag-Humsterland begrenzing	M. ten Berge en M. van Hecke (2019)
Lange Afstand wandelroutes (Omgevingsvisie 2016-2020)	Provincie Groningen (2016)
Wandelnetwerk Groningen (knooppunten)	Landschapsbeheer Groningen (2014)
Landelijke Fiets routes (Omgevingsvisie 2016-2020)	Provincie Groningen (2016)
Routenetwerk Fietsknooppunten Groningen	Provincie Groningen (2016)
Top10NL: Water-Vlak (in de tabel is aangegeven welke	Kadaster (2018)

De data is ingevoerd in ArcGis en gespecificeerd op het gebied. De gebruikte tools zijn opgenomen in tabel 2.

Tabel 2 Overzicht gebruikte tools in ArcGis

Tool	Wat doet het?
Clip	Hiermee wordt een geselecteerde feature class uitgeknipt, met een andere feature class als 'sjabloon'
Extract by mask	Hiermee worden de Raster data cellen als het ware uitgeknipt met een andere feature class als 'sjabloon'
Wfs to feature class	Importeert een laag vanuit een WFS (internet) bron in een kaartlaag in je (persoonlijke) geodatabase, waardoor deze bewerkbaar wordt

Deze tools zorgen er dus voor dat de data allereerst verkregen wordt van internetbronnen en daarna wordt 'uitgeknipt' op het onderzoeksgebied. Hierdoor is er een overzichtskaart geïnventariseerd van de routenetwerken in het gebied.

Om alle toeristische faciliteiten in kaart te brengen is er een andere methode gebruikt. Doordat hier geen data voor bestaat, is er in ArcGis een lege laag toegevoegd per categorie (accommodaties, horeca, bezienswaardigheden en musea). Deze lagen zijn met kennis van de Gebiedscoöperatie Westerkwartier en door middel van online bronnen ingevuld met de ondernemingen in het gebied. Deze bepaling is gedaan door het plaatsen van zogenaamde 'points' op de adressen van de ondernemingen. In de 'attribute table' is er een extra veld toegevoegd en zijn vervolgens de namen van de ondernemingen bij de 'points' geplaatst.

Door het samenvoegen van het routenetwerk en de ondernemingen in het gebied wordt er een overzicht gecreëerd van alle toeristische faciliteiten in het gebied.

#### Stap 4: De toeristische kaart beschrijven

De kaart die in stap 3 is opgesteld is in deze stap uitgelicht door een tekstuele onderbouwing. In deze onderbouwing is er opgenomen wat er op de kaart te zien is, door te beschrijven wat opvalt, waar wat te doen is en waar het meeste te doen is. De onderbouwing beschrijft ook hoe routenetwerken aansluiten op netwerken buiten Middag-Humsterland. Daarnaast wordt er beschreven in welke dorpen knooppunten voor deze routes liggen.

### 2.3 DEELVRAAG 3

Deelvraag 3 luidt als volgt: *Op welke manieren kan duurzaam toerisme bevorderd worden?*

Het doel van deze deelvraag is het vinden van manieren waarop duurzaam toerisme bevorderd kan worden.

Om de deelvraag te beantwoorden en het doel te bereiken, zijn een aantal stappen doorlopen. Deze stappen zijn op volgorde beschreven.

#### Stap 1: Uitzoeken wat regiomarketing is

De deelvraag heeft betrekking op vormen van regiomarketing. Om erachter te komen op welke manier duurzaam toerisme kan worden bevorderd, is er literatuurstudie uitgevoerd. De literatuurstudie is in het kader van deze deelvraag gericht op hoe regiomarketing wordt uitgevoerd. Daarnaast is er onderzocht op welke manier regiomarketing bij kan dragen aan het bevorderen van toerisme. Deze bevindingen zijn gedaan door het zoeken naar zowel webbronnen als boeken welke het uitvoeren van regiomarketing belichten. Uit deze stap is een algemene beschrijving van regiomarketing en de uitvoering van regiomarketing gekomen.

## **Stap 2: Verdieping andere gebieden**

Om ervoor te zorgen dat er verdieping plaatsvindt in het onderzoek, is er gezocht naar andere gebieden, welke sterke regiomarketing voeren. Door het bezoeken van verschillende websites van partijen die werken aan het uitvoeren van regiomarketing, is de uiteindelijke keuze gevallen op Bestemming Noardwest in Friesland en het Geopark de Hondsrug. De keuze is op deze gebieden gevallen omdat zij een goede naamsbekendheid hebben, ze zetten bij de regiomarketing het landschap in om duurzaam toerisme te bevorderen en hebben daarbij een sterke positionering van hun regio. De inventarisaties van de strategieën zijn verschillend gegaan. Met Bestemming Noardwest is een semi-gestructureerd interview afgenomen (zie stap 3,4 en 5) en van Geopark de Hondsrug is het Masterplan, waarin alle stappen van het vermarkten van de regio zijn opgenomen, verwerkt in het hoofdstuk. Hierdoor zijn de algemene uitgangspunten van regiomarketing, aangevuld met praktijkvoorbeelden.

## **Stap 3: Het benaderen van partijen voor een semi-gestructureerd interview**

Omdat sommige partijen niet alles prijsgeven op de website, was er een semi-gestructureerd interview ingepland met Bestemming Noardwest. Voor het inplannen van het gesprek, is er gemaïld met het hoofd e-mailadres van de stichting. In de e-mail is het doel van het gesprek kenbaar gemaakt, zodat de partij zelf kon beoordelen welke persoon hier het meest geschikt voor was. Daarnaast zijn er meerdere data voorgesteld om zo flexibel mogelijk te zijn met de planning van de partij.

## **Stap 4: Semi-gestructureerd interview afnemen met Bestemming Noardwest/Merk Fryslân**

Voorafgaand aan het interview is een doel opgesteld. Het doel was om zo veel mogelijk te weten te komen over het inzetten van regiomarketing om duurzaam toerisme te bevorderen. Tijdens het interview is gebruik gemaakt van een zogenaamde topiclijst, met onderwerpen waarmee naar het doel is gewerkt. Door vragen te stellen op basis van de topiclijst is er geen stilte gevallen en is er inzicht gevormd in de manier waarop Bestemming Noardwest/Merk Fryslân het landschap inzet bij het vermarkten van de regio. Tijdens het interview zijn aantekeningen gemaakt van de meest belangrijke uitspraken met betrekking tot het inzetten van regiomarketing en hoe het landschap hieraan bij kan dragen. Deze aantekeningen hebben de basis gevormd voor het gespreksverslag.

## **Stap 5: Uitwerken van het interview in verslagvorm**

Doordat er is gewerkt met een topiclijst was er geen vastgestelde structuur in het gesprek. Hierdoor is het gesprek uitgewerkt in de vorm van een verslag, waarin de meest waardevolle informatie is opgenomen. Deze informatie is in eerste instantie op basis van de aantekeningen, welke gemaakt zijn tijdens het interview. Daarnaast is het interview opgenomen om het nogmaals na te luisteren en te controleren of er geen cruciale informatie is gemist. Door het gebruiken van deze methode, is de minder bruikbare informatie eruit gefilterd. Hierdoor is alleen de nuttige informatie eruit gefilterd en ontstaat er een duidelijk beeld van de vorm van regiomarketing die Bestemming Noardwest/Merk Fryslân uitvoert.

## 2.4 BELEID EN BETROKKEN PARTIJEN

Als toevoeging op deelvraag 1, 2 en 3 is het beleid op gebied van landschap en (duurzaam) toerisme voor Middag-Humsterland in kaart gebracht. Daarnaast is uitgezocht wat belangrijke betrokken stakeholders zijn voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen.

Het doel van deze toevoeging is allereerst inzicht krijgen in het huidige beleid van de Provincie Groningen, Gemeente Westerkwartier en Waterschap Noorderzijlvest. Daarnaast is het van toekomstbelang om te weten welke stakeholders helpen bij het vormgeven van de uitgangspunten

Om deze toevoeging uit te werken en het doel te bereiken, zijn een aantal stappen doorlopen. Deze stappen zijn op volgorde beschreven.

### **Stap 1: Vaststellen van wie beleid schrijft: provincie, gemeente, waterschap**

In deze stap is er vastgesteld onder welke provincie, gemeente en waterschap beleid voor Middag-Humsterland is opgesteld. Dit zijn de Provincie Groningen, Gemeente Westerkwartier en Waterschap Noorderzijlvest.

### **Stap 2: Onderzoek naar meest recente beleidsstukken met betrekking tot landschap, duurzaam toerisme en Middag-Humsterland**

In deze stap is er onderzocht welke beleidsstukken bestaan op het gebied van landschap, duurzaam toerisme en Middag-Humsterland. De zorg voor het Nationale Landschap Middag-Humsterland is een verantwoordelijkheid van de Provincie Groningen, de gemeente Westerkwartier en het Waterschap Noorderzijlvest. Echter heeft de

Gemeente Westerkwartier geen beleid opgenomen omdat de gemeente vanwege fusering (1 januari 2019) nog geen beleid heeft vastgesteld.

### **Stap 3: Semi-gestructureerd interview met de Gemeente Westerkwartier**

Doordat de Gemeente Westerkwartier sinds kort is gefuseerd, is er nog geen beleid beschikbaar over landschap, duurzaam toerisme en Middag-Humsterland. Om er achter te komen hoe de gemeente een rol wil spelen in het gebied was er een semi-gestructureerd interview ingepland met de Gemeente Westerkwartier. Via de Gebiedscoöperatie Westerkwartier is het contactpersoon binnen de gemeente vergaard. In de mail is het doel van het gesprek kenbaar zodat de contactpersoon vooraf kon inlezen op het onderwerp. Het doel van het gesprek was om zo veel mogelijk te weten te komen over het beleid van de Gemeente Westerkwartier op het gebied van landschap, duurzaam toerisme en Middag-Humsterland. Tijdens het interview is gebruik gemaakt van een zogenaamde topiclijst, met onderwerpen waarmee naar het doel is gewerkt. Door vragen te stellen op basis van de topiclijst is er geen stilte gevallen en is er inzicht gevormd in de actiepunten van de Gemeente Westerkwartier op het gebied van landschap, duurzaam toerisme en Middag-Humsterland. Tijdens het interview zijn aantekeningen gemaakt van de meest belangrijke uitspraken met betrekking tot het beleid. Deze aantekeningen hebben de basis gevormd voor het gespreksverslag. Doordat er is gewerkt met een topiclijst was er geen vastgestelde structuur in het gesprek. Hierdoor is het gesprek uitgewerkt in de vorm van een verslag, waarin de meest waardevolle informatie is opgenomen.

#### Stap 4: Beleid opnemen relaties met het bevorderen van duurzaam toerisme door het landschap te benutten

Om er achter te komen hoe de Provincie Groningen en Waterschap Noorderzijlvest inspelen op het bevorderen van duurzaam toerisme door het benutten van het landschap, is er literatuurstudie uitgevoerd. De meest recente beleidsstukken met betrekking tot landschap, duurzaam toerisme en Middag-Humsterland van de Provincie Groningen en Waterschap Noorderzijlvest zijn geïnventariseerd en uitgelicht door middel van literatuurstudie. De inventarisatie levert hoofdpunten van het beleid op en zijn samengevat vanuit de beleidsstukken.

#### Stap 5: In kaart brengen betrokken partijen

De inventarisatie van de betrokken partijen is gedaan op basis van de partijen die mee hebben gewerkt in de eerder genoemde visie. Doordat dit allen belanghebbenden zijn geweest bij het opstellen van de visie, zullen zij in de toekomst een bijdrage kunnen leveren bij het uitvoeren van de visie.

#### Stap 6: Per partij een uitwerking en beschrijving van de partij hun belang, bijdrage en bedoeling

In deze stap zijn de beschrijving, belangen, bijdragen en bedoelingen van de stakeholders in kaart gebracht. De vier aspecten per partij zijn opgenomen in een tabel. De beschrijving, het belang, de bijdrage en bedoelingen van de partijen zijn opgesteld op basis van literatuurstudie. Alle partijen bezitten over een eigen webpagina, waar hun missie, visie en doelen kenbaar zijn gemaakt. Op basis van deze gegevens zijn de beschrijving, het belang, de bijdrage en bedoelingen opgesteld.

#### Stap 7: Bepalen van mate van invloed en belang

Uit de eerder opgestelde tabel zijn de bijdrage en het belang per partij uitgelicht. Hierin komt naar voren in hoeverre de partij belang heeft bij het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen. Daarnaast komt ook naar voren hoeveel deze partij kan bijdragen in het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen.

#### Stap 8: Schematische weergave van de positie van stakeholders

Na het bepalen van de mate van invloed en belang van partijen, is er een schematische weergave opgesteld: een krachtenveldanalyse. Hierbij zijn er twee assen, een er van is de mate van invloed en de ander is de mate van belang. De partijen worden in het krachtenveld geplaatst op basis van een zeer hoge of lage mate van belang en invloed. Door het plaatsen van de partijen in dit schema, wordt duidelijk welke partijen belangrijk zijn om mee te nemen in vervolgstappen. Op figuur 2 is een voorbeeld van een krachtenveldanalyse afgebeeld.

		Belang			
		Laag	Matig	Hoog	Zeer Hoog
Invloed	Zeer hoog	Beïnvloeder (tevreden houden)		Belangrijke speler (vertroetelen)	
	Hoog				
	Matig	Toeschouwer (weinig aandacht)		Belanghebbende (op de hoogte houden)	
	Laag				

Figuur 2 Voorbeeld krachtenveldanalyse

## 2.5 DEELVRAAG 4

Deelvraag 4 luidt als volgt: *Wat zijn mogelijkheden voor het benutten van het landschap van Nationaal landschap Middag-Humsterland gericht op duurzaam toerisme?*

Het doel van deze deelvraag is het vinden van mogelijkheden voor het benutten van het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland in het kader van duurzaam toerisme.

Om de deelvraag te beantwoorden en het doel te bereiken, zijn een aantal stappen doorlopen. Deze stappen zijn op volgorde beschreven.

### Stap 1: Huidige trends en ontwikkelingen met betrekking tot landschap, toerisme en/of Middag-Humsterland inventariseren

Allereerst zijn er verschillende trends en ontwikkelingen geïnterpreteerd, welke allen te maken hebben met landschap, toerisme en/of Middag-Humsterland. Deze inventarisatie is uitgevoerd op basis van literatuurstudie, welke in deze stap uit feiten en cijfers bestaan. De beschrijving van de trends en ontwikkelingen kunnen zowel positief als negatief zijn met betrekking op het landschap, toerisme en/of Middag-Humsterland. De negatieve trends of ontwikkelingen zijn hierbij vertaald naar bedreigingen, waar de positieve vertaald zijn naar kansen. Omdat de vuistregel bij het bepalen van het aantal kansen en bedreigingen, tussen de drie en de vijf ligt (Roes & Adamo, 2013), is er gekozen om vier kansen en bedreigingen op te nemen in de SWOT-analyse. Deze kansen en bedreigingen vormen de externe analyse voor de SWOT-analyse.

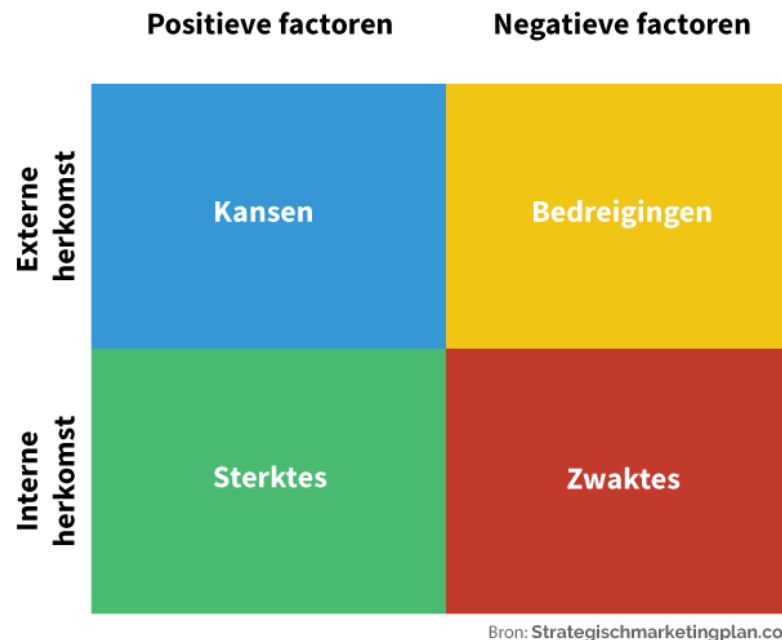
### Stap 2: Vaststellen van de sterkten en zwakten

Daarna zijn de sterkten en zwakten met betrekking tot het benutten van het landschap in het kader van toerisme vastgesteld. Vanuit de

resultaten van de waardering van de voor toeristen aantrekkelijke landschapsonderdelen, zijn zowel sterke als zwakke landschapsonderdelen geselecteerd. Deze selectie bestaat uit vier positief en negatief gewaardeerde onderdelen van het landschap. De positief gewaardeerde onderdelen worden benut als sterktes, en de negatieve worden benut als zwakten.

### Stap 3: SWOT-analyse

De sterkten, zwakten, kansen en bedreiging zijn samen in een schema gezet. Een voorbeeld hiervan is te zien op figuur 3.



Bron: Strategischmarketingplan.com

Figuur 3 Voorbeeld SWOT-analyse (Strategischmarketingplan.com, 2019)

#### Stap 4: Confrontatiematrix

De sterkten en zwakten zijn tegenover de kansen en bedreigingen gezet in een confrontatiematrix. Een voorbeeld van een confrontatiematrix is te zien op figuur 4.

		Extern	
		Kansen	Bedreigingen
I N T E R N	Sterktes	1	3
	Zwaktes	2	4

Figuur 4 Voorbeeld confrontatiematrix (KD Internet Services B.V., 2019)

Vervolgens zijn de sterkten en zwakten geconfronteerd met de kansen en bedreigingen. Hierbij is gezocht naar de volgende verbanden:

- Kunnen de sterkten gebruikt worden voor het inspelen op de kansen?
- Kunnen de sterkten gebruikt worden bij het afweren van de bedreigingen?
- Zorgen de zwakten voor verhindering bij het benutten van de kansen?
- Zorgen de zwakten voor verhindering bij het afweren van de bedreigingen? (Roes & Adamo, 2013)

De gevonden positieve verbanden hebben een waarde gekregen van ++ als het verband invloed heeft op het behalen van de doelstelling. Indien het verband geen invloed heeft op de doelstelling, is alleen een + ingevuld.

De gevonden negatieve verbanden hebben een waarde gekregen van -- als het verband betrekking heeft op het behalen van de doelstelling. Indien het verband geen invloed heeft op de doelstelling, is alleen een - ingevuld.

De verbanden met invloed op het behalen van de doelstelling (++ en --) zijn vervolgens uitgelegd en gekoppeld aan een strategie. Bij verbanden tussen sterkten en kansen is de strategie aanvallen/groeien. Bij verbanden tussen zwakten en kansen is de strategie versterken/verbeteren. Bij verbanden tussen sterkten en bedreigingen is de strategie verdedigen. Bij verbanden tussen zwakten en bedreigingen is de strategie ombuigen of terugtrekken (Roes & Adamo, 2013).

#### Stap 5: Vaststellen mogelijkheden

Voor het vaststellen van mogelijkheden is gekeken naar het aantal verbanden met invloed op de doelstelling per kans en per bedreiging. De kans en de bedreiging met de meeste verbanden die invloed hebben op de doelstelling zijn de basis voor de keuze van de mogelijkheden. Voor de gekozen kans en bedreiging zijn de in stap 4 beschreven verbanden met invloed op de doelstelling vertaald naar mogelijkheden, door de beschrijving van het verband te koppelen aan de strategie.

## 2.6 HOOFDVRAAG

De hoofdvraag luidt als volgt: *Met welke uitgangspunten kan de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland benutten om duurzaam toerisme te bevorderen?*

Het doel is om de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland te adviseren over uitgangspunten voor benutten van het landschap van Middag-Humsterland ter bevordering van duurzaam toerisme.

Om dit doel te bereiken zijn twee stappen doorlopen.

### **Stap 1: Koppelen resultaten eerste drie deelvragen aan de mogelijkheden van deelvraag 4**

Per vastgestelde mogelijkheid vanuit deelvraag 4, is gezocht naar verbanden met de resultaten van de eerste drie deelvragen. Deze verbanden zijn eerst opgenomen.

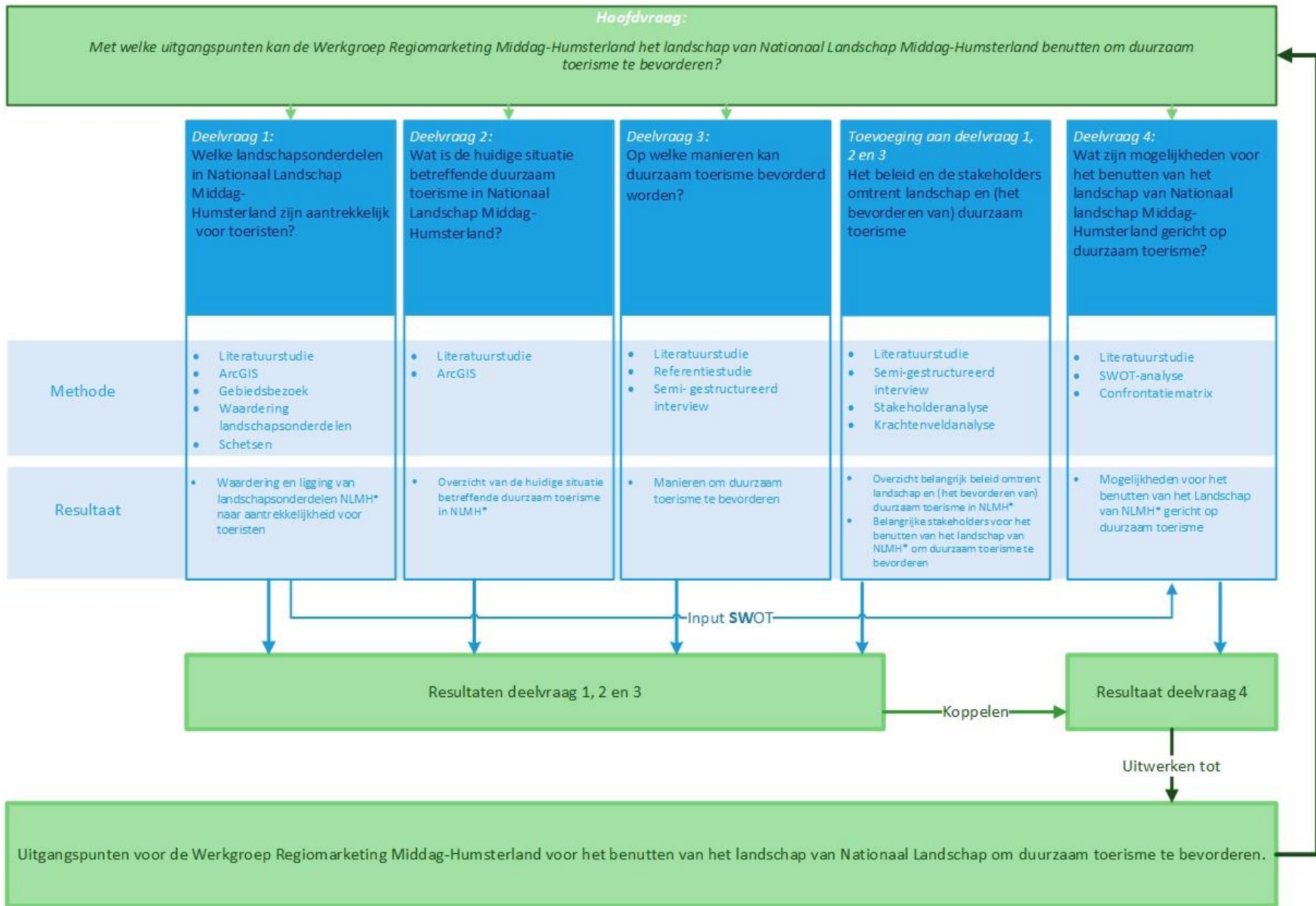
### **Stap 2: Uitwerken uitgangspunten**

Op basis van de gevonden verbanden per mogelijkheid, is gezocht naar een of twee maatregelen per mogelijkheid die een beginpunt zijn voor het benutten van het landschap om duurzaam toerisme te bevorderen. Vervolgens zijn vanuit de resultaten van de stakeholderanalyse, stakeholders gekoppeld aan deze maatregelen.

De informatie is vervolgens opgenomen.

Na het uitvoeren van deze stap is voldaan aan de doelstelling, en is de hoofdvraag beantwoord.





NLMH\* = Nationaal Landschap Middag-Humsterland

Figuur 5 Schematische weergave methodiek

### 3 LANDSCHAP EN DUURZAAM TOERISME

---

Landschap en duurzaam toerisme zijn de twee belangrijkste begrippen in dit onderzoek. Daarnaast wordt in dit onderzoek gesproken van landschapsbeeld, landschapsonderdelen en aantrekkelijkheid en waardering van een landschap.

De inhoud van dit hoofdstuk is tweeledig. Eerst worden de belangrijkste begrippen gedefinieerd en wordt uitgelegd wat het verband is tussen landschap en duurzaam toerisme. Ten tweede zijn in dit hoofdstuk resultaten opgenomen van een studie naar manieren om landschap te waarderen naar aantrekkelijkheid voor toeristen. Aan het eind van dit hoofdstuk is aan de hand van deze resultaten uitgelegd welke criteria er in dit onderzoek zijn gebruikt bij het waarderen van landschapsonderdelen in Middag-Humsterland naar aantrekkelijkheid voor toeristen.

#### 3.1 LANDSCHAP, LANDSCHAPSBEELD EN LANDSCHAPSONDERDELEN

De term landschap is een breed begrip en kent meerdere definities. Voordat de definitie voor dit onderzoek is gekozen, is eerst een inventarisatie en overweging gemaakt van vooraanstaande definities.

Het woord 'landschap' stamt uit de zestiende eeuw, toen het de betekenis had van een 'ingericht gewest'. Door de tijd heen is deze betekenis uitgebreid tot een begrip waarin ook het uiterlijk en de onderscheidenheid van belang zijn geworden. Dit is terug te zien in definities die hedendaags in het woordenboek gegeven worden:

- 1) *Een landschap is een deel van het aardoppervlakte dat zich als een zelfstandig geheel onderscheidt.*

- 2) *Een landschap is een landelijke omgeving die men met één blik overziet (Antrop, 2007, p. 23).*

Het uiterlijk komt terug in de definitie die de Europese Unie aanhoudt. Deze definitie is in 2000 vastgesteld door de Raad van Europa tijdens de Landschapconventie in Florence. De definitie is als volgt:

*“Een landschap is een gebied, zoals dat door mensen wordt waargenomen, waarvan het karakter bepaald wordt door natuurlijke en/of menselijke factoren en de interactie daartussen” (Raad van Europa, 2000).*

Een nog uitgebreidere definitie is die van Berendsen, welke veel gebruikt wordt in de fysische geografie. De definitie is als volgt:

*“Een landschap is een deel van het aardoppervlak, dat functioneert als een geïntegreerd geheel, waarbinnen zowel statische als dynamische evenwichten zich voordoen tussen de componenten die het landschap vormen. Het landschap is het resultaat van een ontwikkelingsgang (een genetische successiereeks) en het heeft zijn uiterlijke verschijning in het landschapsbeeld (datgene dat men ziet aan patronen, vormen, ruimten en proporties; de fysiognomie)” (Berendsen, 2005).*

De definities van de EU en die van Berendsen zijn vergelijkbaar. De componenten in de definitie van Berendsen, kunnen gezien worden als factoren met een onderlinge samenhang die het karakter van het landschap bepalen. De belangrijkste componenten zijn de mens, het klimaat, vegetatie, dierenwereld, lucht, water, reliëf, gesteente en bodem (Berendsen, 2005).

Terwijl de EU het enkel heeft over waarnemen, introduceert Berendsen het landschapsbeeld dat is ontstaan door de ontwikkelgang van het gebied. Hierbij is de cultuurhistorie van het landschap van belang.

Toegespitst op het Nationale Landschap Middag-Humsterland is het in dit onderzoek van belang om zowel naar de ontwikkelgang en de cultuurhistorie van het gebied te kijken en wat hiervan zichtbaar is voor toeristen. Daarom is gekozen om de definitie van Berendsen te hanteren.

Naast landschap en landschapsbeeld, zijn ook landschapsonderdelen van belang in het kader van dit onderzoek. Landschapsonderdelen zijn alle delen waaruit een landschap bestaat. Deze kunnen heel groot zijn, zoals rivieren, dijken, wierden, stuwwallen, kenmerkende beplanting als houtwallen en cultuurhistorische elementen zoals molens en historische boerderijen. Deze onderdelen kunnen echter ook van kleinere schaal zijn, zoals bijzondere plant- en diersoorten die voorkomen in een landschap (Koedaat & Van Herwaarden, 2011). Voor Middag-Humsterland wordt er gekeken naar de landschapsonderdelen die bepalend zijn voor het landschapsbeeld, zoals aangegeven door de Provincie Groningen (Provincie Groningen, 2007). Welke landschapsonderdelen dit zijn, staat beschreven in hoofdstuk 4.

### 3.2 DUURZAAM TOERISME

Naast landschap is toerisme de tweede grote pijler in dit onderzoek. Er is gekozen om gebruik te maken van de term duurzaam toerisme. Eerst wordt uitgelegd wat toerisme is en vervolgens is uitgelegd waarom er voor de term duurzaam toerisme is gekozen.

In eerste instantie moet toerisme niet verward worden met recreatie. Onder recreatie wordt verstaan:

*“Alle activiteiten die iemand voor zijn plezier onderneemt, die langer duren dan 2 uren, maar niet langer dan 24 uur. Bijvoorbeeld: een dagje naar het strand of pretpark, wandelen, sporten, bezoek aan museum, theater of café, een rondvaart, de wekelijkse zangavond, uit eten gaan, winkelen voor het plezier (CBS, zd).”*

Een groot verschil met toerisme is de duur van het verblijf op de plek van bestemming. De definitie van toerisme is:

*“De activiteiten van personen die reizen naar en verblijven op plaatsen buiten hun normale omgeving, voor niet langer dan een (aaneengesloten) jaar, om redenen van vrijetijdsbesteding, zaken en andere doeleinden die niet zijn verbonden met het uitoefenen van activiteiten die worden beloond vanuit de plaats die wordt bezocht (CBS, zd).”*

Op basis van deze definitie is gezocht naar welk toerisme passend is voor Middag-Humsterland. Het is van belang dat het toerisme rekening houdt met de kleinschaligheid van het gebied, dat de ondernemers en inwoners in het gebied erop vooruitgaan en dat er respect is voor cultuurhistorie en landschap. Deze waarden sluiten aan bij de definitie van duurzaam toerisme.

The World Tourism Organisation geeft de volgende definitie van duurzaam toerisme:

*“Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities”*

Samenvattend houdt deze definitie in dat er een balans moet zijn tussen de huidige en toekomstige sociale-, culturele-, economische-, en omgevingsaspecten van toerisme, om duurzaamheid te waarborgen. Daarnaast moet er niet alleen rekening worden gehouden met de toerist, maar ook met de ondernemers en de

gemeenschap in het gebied waar het toerisme plaatsvindt. Belangrijke criteria hierbij zijn dat er respect is voor het landschap en de cultuurhistorie van het gebied (UNWTO & UNEP, 2005).

Met het oog op dit onderzoek, wordt dus ingezet op het aantrekkelijk maken van een langer verblijf in Middag-Humsterland, vanuit economisch punt. De toeristische activiteiten moeten daarbij in balans zijn met landschap, cultuurhistorie, de bewoners van het gebied en houden rekening met het milieu.

### 3.3 DUURZAAM TOERISME IN HET LANDSCHAP

Bij vakantie denkt men in eerste instantie niet gelijk aan landschap, maar er is wel degelijk een relatie tussen toerisme en landschap. Voor dit onderzoek is hieronder uitgelegd hoe duurzaam toerisme en landschap met elkaar in verband staan.

Ten eerste vindt duurzaam toerisme altijd plaats in het landschap, om de simpele reden dat landschap overal is (Landschapsbeheer Nederland, 2011). Landschappen verschillen van plek tot plek en dat maakt dat toeristische activiteiten ook per landschap kunnen verschillen. Skiën en hiken zijn activiteiten die passen bij een berglandschap, terwijl surfen en strandvakanties plaatsvinden in een kustlandschap. Daarnaast speelt het klimaat dat bij een landschap hoort vaak een grote rol. Het gaat er hierbij om dat de weersomstandigheden passen bij de activiteiten die de toerist wenst te ondernemen. Toerisme is hierdoor vaak seizoensgebonden (Hall, 2008).

Daarnaast draagt het landschap bij aan de identiteit van een gebied. Als een landschap een sterke identiteit heeft, is het herkenbaar voor toeristen. De identiteit is de eigenheid van een landschap, die zichtbaar is in het landschapsbeeld. Het huidige landschapsbeeld is een afspiegeling van de cultuurhistorie en de natuurlijke

omstandigheden waaronder het landschap is ontstaan in een gebied. Dit is terug te zien in kenmerkende landschapsonderdelen. Voor de herkenbaarheid van deze landschapsonderdelen is het van belang dat er een interne samenhang bestaat die zo min mogelijk verstoort wordt door bijvoorbeeld uitheemse beplanting, bedrijventerreinen en snelwegen (Koedaat & Van Herwaarden, 2011). Herkenbare landschapsbeelden worden afgebeeld op onder andere ansichtkaarten, bekende landschapsschilderijen en foto's op sociale media. Zo blijkt dat men de keuze van een vakantiebestemming steeds meer laat beïnvloeden door beelden op sociale media (De Vakantie Discounter, 2019). Een voorbeeld van een herkenbaar landschapsbeeld is te zien op een ansichtkaart van het Waddeneiland Texel, waarop kenmerkende landschapsonderdelen zoals de zeehond, de vuurtoren en een weide vol schapen staan afgebeeld (zie figuur 6). Op deze manier wordt het landschap gebruikt als marketing voor een gebied.



Figuur 6 Ansichtkaart van Texel waarop de identiteit van het landschap duidelijk zichtbaar is gemaakt (My postcard's corner, 2010).

Landschappen worden steeds vaker ingezet om toeristen te trekken. Zo heeft het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC), verantwoordelijk voor Holland Marketing, een campagne in het leven geroepen om in 2021 het Nederlandse landschap te promoten. Met hun 'Ode aan het Nederlandse Landschap' wil de organisatie de veelzijdigheid van het Nederlandse landschap op de kaart zetten in zowel het binnen- als buitenland (NBTC Holland Marketing, 2018). De Provincie Groningen ziet landschap ook als kans om meer toeristen te trekken. In hun Toerisme-Visie concludeert de Provincie dat er potentie is voor groei in toerisme als er een sterkere koppeling komt tussen toerisme, natuur, landschap en cultuur. De Groningse diversiteit aan natuur, landschappen en natuur wordt beschreven als 'goud', dat de Provincie in samenwerking met betrokkenen wil exploiteren (Provincie Groningen, 2016-a).

Tot slot kan toerisme het landschap ook beïnvloeden, zowel in negatieve als positieve zin. Negatieve effecten ontstaan bijvoorbeeld als er te veel toeristen naar eenzelfde bestemming komen. Hierdoor ontstaat overtoerisme. Gevolgen hiervan zijn bijvoorbeeld vervuiling door afval, het verstoren en vernielen van ecosystemen en overlast voor de lokale bevolking (InfoNu.nl, 2018). Daarnaast kan toerisme ook zorgen voor vernieling van natuurgebieden en aantasting van identiteit van een landschap, door bijvoorbeeld de bouw van hotel flats en het aanleggen van infrastructuur. Deze negatieve effecten passen niet bij duurzaam toerisme. Bij duurzaam toerisme wordt gestreefd om de negatieve effecten in te perken zodat landschap en cultuurhistorie behouden blijven en de lokale bevolking geen hinder ondervindt van het toerisme. Dit wordt gedaan door de positieve effecten van toerisme te belichten. Als er bijvoorbeeld veel toeristen naar een natuurgebied komen, draagt dit bij aan de lokale economie. Het is in dat geval van belang dat de natuur intact blijft, om de inkomstenbron veilig te stellen. Op deze manier kan toerisme

draagvlak creëren voor het behoudt en de bescherming van landschappen, cultuurhistorie en natuur (Fair Tourism, 2019). Daarnaast kan de economische impuls die toerisme aan een gebied geeft, leiden tot nieuwe ontwikkelingen in het landschap (Heslinga, 2018). Voorbeelden hiervan zijn de aanleg van fiets- en wandelpaden en opwaardering van landschapsonderdelen om de beleving van het landschap te vergroten. Deze maatregelen zijn erop gericht om een landschap aantrekkelijker te maken voor toeristen. Dit brengt de volgende vraag naar voren; wat in een landschap is dan aantrekkelijk voor toeristen?

### 3.4 EEN AANTREKKELIJK LANDSCHAP VOOR TOERISTEN

Het landschapsbeeld is de uiterlijke verschijning van een landschap, en is dus wat men 'ziet'. Dit beeld berust op waarnemingen, op basis waarvan de waarnemer kan beslissen of deze het landschap aantrekkelijk of onaantrekkelijk vindt. Om toeristen te trekken, is het wenselijk dat een landschap als aantrekkelijk wordt beschouwd. In deze paragraaf is uitgelegd hoe het mogelijk is om vast te stellen wat een landschap aantrekkelijk maakt voor een toerist, en welke landschapsonderdelen in het bijzonder.

#### 3.4.1 Een landschap waarnemen

In eerste instantie is het belangrijk om te weten hoe een landschap door een toerist wordt waargenomen. Waarnemingen berusten op zintuigelijke prikkels, die door het menselijk brein verwerkt worden en gelinkt worden aan eerdere ervaringen. Dit verklaart hoe mensen eenzelfde landschap verschillend kunnen waarnemen. Waarnemingen zijn dus per definitie subjectief. Het is echter zo dat mensen informatie op een zodanig dezelfde manier verwerken, dat er methoden zijn ontwikkeld om deze waarnemingen te onderzoeken (Antrop, 2007, pp. 66-69).

De eerste methode is gebaseerd op de fysiologische aspecten van waarneming. De fysiologische eigenschappen van menselijke zintuigen zijn bepalend voor wat men in welke mate waar kan nemen, en hoe dit wordt gedaan. Hierbij zijn meningen en dus waarden achterwege gelaten. Een belangrijk fysiologisch zintuigelijke aspect bij het waarnemen van landschappen, is het menselijk gezichtsveld. Dit bepaalt hoe ver een persoon kan kijken en hoe groot de hoek van het beeld is (Antrop, 2007, pp. 69-71). Op basis van deze gegevens zijn een aantal begrippen en principes vastgesteld.

Met het oog op dit onderzoek zijn waarnemingscondities van belang. Waarnemingscondities zijn de omstandigheden waaronder wordt waargenomen. Belangrijke aspecten hiervan zijn standplaats en beweging. De standplaats is de plek waar de waarnemer zich bevindt. Deze plek heeft invloed op het landschapsbeeld. Als een persoon op een uitkijktoren staat, is de waarneming anders dan wanneer een persoon op een bankje langs de weg zit. Waarnemingen en daarbij het landschapsbeeld kunnen ook veranderen door beweging. Het kan zijn dat de waarnemer zelf beweegt, door bijvoorbeeld het hoofd te draaien of door het landschap te fietsen. Onderdelen in het landschapsbeeld kunnen ook bewegen. Voorbeelden hiervan zijn stromend water en het draaien van de wieken van een molen. Bewegende objecten trekken vaak de aandacht en kunnen hierom blikvangers zijn. Trage, regelmatige bewegingen worden over het algemeen als rustgevend ervaren, terwijl snelle onregelmatige bewegingen storend kunnen zijn (Antrop, 2007, pp. 78-79).

Een andere methode van onderzoek naar waarneming van het landschap, is gericht op beleving. De beleving van een landschap is de manier waarop de zintuigelijke waarneming wordt geïnterpreteerd. Deze interpretatie leidt tot uitspraken over kwaliteit van een landschap. Bij deze methode wordt dus juist wel gekeken naar meningen en waarden. Om deze reden is het tot noch toe niet gelukt

om een manier te vinden om op een objectief wetenschappelijke manier deze beleving te onderzoeken. De beleving is echter wel van belang bij ruimtelijke vraagstukken, omdat participatie van bevolking en belangengroepen steeds meer toeneemt (Antrop, 2007, pp. 88-89). In het geval van dit onderzoek is het van belang om deze methode toe te lichten, omdat toeristen het landschap ook beleven.

Het onderzoeken van landschapsbeleving gebeurt aan de hand van enerzijds kennis van experts over landschap en anderzijds de ervaringen van mensen. Studies richten zich op de relatie tussen fysiek meetbare kenmerken van landschappen en de psychologische respons van het publiek. Deze wordt gemeten aan de hand van bijvoorbeeld enquêtes. Uitkomsten van dergelijke onderzoeken zeggen iets over waarden die aan een landschap worden gegeven. Deze waarden worden vaak gelinkt aan het huidige beleid van een gebied (Antrop, 2007, pp. 88-91).

#### 3.4.2 Een landschap waarderen

Het waarderen van een landschap is het toekennen van een bepaalde waarde op basis van waarnemingen, belevingen en analyses. Waarde is altijd subjectief, tijdelijk en afhankelijk van trends en cultuur (Antrop, 2007, p. 247). In paragraaf 3.3.1 is al eerder genoemd dat mensen eenzelfde wijze hebben van het verwerken van informatie in het kader van waarneming en beleving. Op basis hiervan is het ook mogelijk om onderzoek te doen naar collectieve waarden van het landschap. Er wordt zowel waarde gegeven aan de ruimtelijke kwaliteit van landschappen als geheel, als aan landschapsonderdelen. In het kader van dit onderzoek betekent dit dat landschapsonderdelen een bepaalde kwaliteitswaarde kunnen krijgen, namelijk of ze aantrekkelijk zijn voor toeristen. In deze paragraaf zijn voorbeelden gegeven van eerdere onderzoeken naar waarde van het landschap, hieruit komen een aantal criteria voor aantrekkelijkheid van een landschap. Deze zijn vervolgens

meegenomen in de waarderingscriteria voor aantrekkelijkheid van landschapsonderdelen van Middag-Humsterland in paragraaf 3.4.3.

Een eerste voorbeeld is een onderzoek naar hoe Nederlanders het Nederlandse landschap waarderen. In 2006 is er grootschalig onderzoek gedaan door het MNP (Milieu- en Natuurplanbureau, nu onderdeel van het Planbureau voor de Leefomgeving) in opdracht van de Nederlandse overheid, naar hoe de Nederlandse bevolking de ruimtelijke kwaliteit van de leefomgeving waardeert. Dit onderzoek is gedaan aan de hand van een enquête. Het Nederlandse landschap kreeg een rapportcijfer van een 7.3. Een hoge waardering bleek het meest afhankelijk van de mate van natuurlijkheid, eenheid van het landschap en historische kenmerken. Van mindere mate van belang waren water, reliëf en toegankelijkheid. Kenmerken die gerelateerd zijn aan een lagere waardering van het landschap zijn verstedelijking, horizonvervuiling, geluid en overlast (Crommentuijn, Farjon, Den Dekker, & Van der Wulp, 2007). Daarnaast is ook het BelevingsGIS ontwikkeld, waarbij de waardering van het Nederlandse landschap op kaart weergegeven kan worden. Dit wordt gedaan aan de hand van een model dat gebaseerd is op GIS-data van fysieke aspecten van het Nederlandse landschap en zes beoordelingsaspecten die gekozen zijn aan de hand van eerdere onderzoeken. Deze beoordelingsaspecten zijn natuurlijkheid, reliëf, historische kenmerken, verstedelijking, horizonvervuiling en geluidsoverlast (Roos-Klein Lankhorst, Buijs, & De Vries, 2007). Deze beoordelingscriteria komen sterk overeen met de kenmerken van waardering uit het onderzoek van de MNP. Het model zegt iets over de kwaliteit van het landschap op basis van criteria waar aantoonbaar waarde aan wordt gehecht, maar kan niets zeggen over de beleving zelf. Daarnaast wordt er niet gekeken naar gebruikswaarde van een landschap. Dat gebruikswaarde uitmaakt, blijkt uit het tweede voorbeeld.

Een tweede voorbeeld is een onderzoek van de Universiteit van Wageningen naar de aantrekkingskracht van het Nederlandse landschap voor buitenlandse toeristen. Hierbij is gekeken welke ruimtelijke aspecten in een landschap belangrijk worden gevonden door toeristen bij het kiezen van een vakantiebestemming. Dit is onderzocht aan de hand van onder andere eerdere uitgevoerde consumentenonderzoeken, case-studies en enquêtes. Hieruit kwam naar voren dat cultuurhistorie, de kust, het water, het verhaal van de strijd tegen het water en de mogelijkheid om te kunnen wandelen en fietsen aspecten zijn die hoog worden gewaardeerd. Opvallend is dat een hoge waardering van het landschap vooral gekoppeld is aan activiteiten en de beleving van een landschap. Dit hangt voornamelijk samen met of een landschap goed toegankelijk is via wandel-, fiets- en vaarroutes. Het landschap moet dus geschikt zijn voor recreatief gebruik, en heeft daarom een gebruikswaarde. Daarnaast kan een landschap, de ontstaansgeschiedenis daarvan en de regionale identiteit goed worden ingezet voor het verbinden van het toeristisch aanbod en daarmee zorgen voor samenhang en herkenbaarheid (Breman, Luttk, & Vreke, 2009).

De eerste twee voorbeelden zijn gericht op de waardering van een landschap als geheel op basis van publieke mening. Dit derde voorbeeld richt zich op hoe landschap gewaardeerd wordt door de overheid. De overheid waardeert landschappen, landschapsonderdelen en landschapselementen in het kader van beheer en behoud. Hiervoor zijn een aantal criteria opgesteld. Voor landschappen in het algemeen zijn dat zeldzaamheid en hoe kenmerkend het landschap is voor een gebied of een bepaalde ontwikkeling. Landschapselementen worden gewaardeerd aan de hand van gaafheid (of het element intact is), herkenbaarheid, samenhang tussen de elementen en de verhalende kwaliteit van de landschapselementen (Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, zd).

Deze criteria zeggen echter niets over hoe mooi of aantrekkelijk een landschapselement is.

Een vierde voorbeeld is gericht op wetenschappelijk onderzoek naar wat de mens mooi of lelijk vindt: de esthetica. De basis hiervan ligt in de filosofie. Hierbij wordt ook de relatie gelegd naar het landschap en wat daarin dan mooi of lelijk is. Filosofe Isis Brook heeft deze relatie onderzocht. Zij concludeert dat mensen vanuit eigen ervaringen het ene landschapsonderdeel mooier vinden dan het andere, maar dat het in essentie gaat om de eenheid van het landschap (Brook, 2013). Eenheid is dus een belangrijk criteria voor of een landschap aantrekkelijk wordt gevonden.

Een laatste voorbeeld is dat uit onderzoek gebleken is dat de waardering van een landschap afhankelijk is van hoe een persoon het landschap 'gebruikt' (Buijs, Pedroli, & Luginbühl, 2006). In het geval van dit onderzoek, is dit de toerist die Middag-Humsterland bezoekt. Marketing Groningen heeft onderzoek gedaan naar wie de Provincie Groningen bezoekt, en heeft hiermee een profiel geschetst van een doelgroep. Deze doelgroep wordt 'Geïnteresseerd Nederland' genoemd en heeft de volgende kenmerken:

- De doelgroep maakt een bewuste keuze bij het kiezen van een vakantiebestemming. Men leest zich in over de bestemming en heeft dus vaak al voorkennis.
- De doelgroep is geïnteresseerd in natuur, cultuur en historie en men is bereid om hier meer over te leren.
- De doelgroep ontdekt graag nieuwe plekken en bestemmingen. Vrijheid en avontuur zijn belangrijk.
- De doelgroep heeft aandacht voor immateriële waarde. Er wordt waarde gehecht aan zelfontplooiing, erkenning en waardering, sociaal contact en veiligheid en zekerheid (Marketing Groningen, 2016).

Op basis van deze voorbeelden kan gesteld worden dat de eenheid van een landschap erg belangrijk is voor de aantrekkelijkheid van het landschap. Als er sprake is van eenheid, hangen de landschapsonderdelen met elkaar samen en het landschapsbeeld wordt niet verstoord door verstedelijking, horizonvervuiling (ongewenste, niet passende objecten) en overlast (bijvoorbeeld een drukke weg). Daarnaast wordt een landschap aantrekkelijk gevonden als er historische kenmerken en natuur aanwezig zijn. De wensen van de doelgroep 'Geïnteresseerd Nederland' sluiten hierop aan, gezien zij interesse hebben in natuur, cultuur en historie. Voor toeristen is het daarnaast van belang dat landschapsonderdelen toegankelijk zijn en dat het landschap gebruikt kan worden voor activiteiten zoals wandelen en fietsen.

### 3.4.3 Het landschap van Middag-Humsterland waarderen

Middag-Humsterland heeft in 2006 de status van Nationaal Landschap gekregen, en is daarmee door de overheid aangemerkt als een gebied met internationaal zeldzame of unieke en nationaal kenmerkende landschapskwaliteiten (de kernkwaliteiten), en in samenhang daarmee bijzondere natuurlijke en recreatieve kwaliteiten (Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, 2019). Dat het landschap van waarde is, staat dus vast. Het staat echter niet vast welke landschapsonderdelen aantrekkelijk zijn voor toeristen, en op welke manier deze dus waarde hebben. In deze paragraaf is op basis van de resultaten uit paragraaf 3.4.2 uitgelegd welke criteria er in dit onderzoek gebruikt zijn bij het waarderen van landschapsonderdelen in Middag-Humsterland naar aantrekkelijkheid voor toeristen.

In tabel 3 zijn de waarderingscriteria opgenomen. De parameters vertellen waar per criteria naar gekeken wordt. Zoals genoemd, komen deze parameters voort uit de resultaten van paragraaf 3.4.2. Hieronder volgt vanuit de theorie toelichtingen bij de waarderingscriteria die niet in parameters zijn opgenomen.



Vanuit de theorie in dit hoofdstuk komt ook naar voren dat landschapsonderdelen waarneembaar moeten zijn om gewaardeerd te kunnen worden. Waarneembaarheid is daarom niet opgenomen in de criteria en moet niet verward worden met zichtbaarheid.

Om te bepalen of een landschapsonderdeel herkenbaar is en onderdeel uitmaakt van een eenheid, is het nodig om de natuurlijke en/of landschappelijke genese te kennen van het betreffende landschapsonderdeel. In het kader van toerisme is het namelijk belangrijk dat informatie over de genese van het landschapsonderdeel wordt overgedragen en dat de relatie met andere landschapsonderdelen in het landschapsbeeld duidelijk is, aangezien dit de beleving versterkt.

Het criterium 'mate van natuurlijkheid' is aangescherpt in het kader van dit onderzoek. Omdat Middag-Humsterland geheel cultuurlandschap is en er geen natuurgebieden aanwezig zijn, is ervoor gekozen om te kijken naar natuurlijke elementen die in Nederland over het algemeen aantrekkelijk worden gevonden. Deze natuurlijke elementen betreffen de zichtbaarheid van dieren in de wei, water (kanalen, rivieren, meren etc.), bomen, houtwallen en bloemen (Natuurmonumenten, 2019). Een variatie in beplanting is dus belangrijk. Daarnaast wordt een landschap als natuurlijker ervaren, als er geen sprake is van verstedelijking en horizonvervuiling (Crommentuijn, Farjon, Den Dekker, & Van der Wulp, 2007).

Bij de criteria bereikbaarheid en toegankelijkheid wordt er gekeken naar de gebruikswaarde van het landschapsonderdeel voor toeristen. Daarvoor is het ten eerste van belang dat een toerist bij het landschapsonderdeel in de buurt kan komen, oftewel bereikbaarheid. Daarnaast wordt de belevingswaarde van een landschapsonderdeel vergroot als het landschapsonderdeel betreden kan worden. Dit beïnvloedt namelijk de standplaats van de

toerist. Een voorbeeld hiervan is dat het landschap anders wordt waargenomen vanaf een hoge wierde, dan dat er van onderaf op de wierde wordt gekeken en de wierde niet betreden kan worden. Daarnaast kan de beleving groter zijn als het mogelijk is om over en rondom de wierde te lopen of fietsen. De beleving wordt dan beïnvloedt door beweging.

Kortom kunnen er op basis van de informatie in dit hoofdstuk twee zaken worden gesteld. Ten eerste maken landschapsonderdelen deel uit van het landschapsbeeld, dat voor toeristen waarneembaar is. Dit landschapsbeeld is ontstaan uit de natuurlijke en cultuurhistorische genese van het landschap. Ten tweede zijn er waarderingscriteria vastgesteld die zijn gebruikt om landschapsonderdelen in Middag-Humsterland te waarderen naar aantrekkelijkheid voor toeristen. Om de criteria herkenbaarheid en eenheid toe te kunnen passen, is het echter eerst nodig om te weten wat de natuurlijke en/of cultuurhistorische genese is van de landschapsonderdelen.

Uitgangspunt	Waarderingscriteria	Parameters
<i>Beleefde kwaliteit</i>	1. Zichtbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het zicht op het landschapsonderdeel wordt niet verstoord (horizonvervuiling, verstedelijking, overlast of anders indien van toepassing)</li> <li>• Het landschapsonderdeel is intact</li> </ul>
	2. Eenheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het landschapsonderdeel past in het landschapsbeeld en vormt een eenheid met andere landschapsonderdelen; er is sprake van een samenhang tussen landschapsonderdelen</li> <li>• De eenheid wordt niet verstoord door horizonvervuiling, verstedelijking of overlast</li> </ul>
	3. Herkenbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het landschapsonderdeel is niet alleen waarneembaar, maar het is ook te begrijpen wat wordt waargenomen</li> <li>• Het verhaal van het landschapsonderdeel wordt overgebracht: natuurlijke of cultuurhistorische genese (informatiebord, begrijpelijk uit context, kunstwerk o.i.d.)</li> </ul>
	4. Natuurlijkheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De omgeving van het landschapsonderdeel heeft natuurlijke elementen: zichtbaarheid van dieren in de wei, water (kanalen, rivieren, meren etc.), bomen, houtwallen en bloemen</li> <li>• De natuurlijkheid wordt niet aangetast door verstedelijking, horizonvervuiling of andere verstoring</li> </ul>
<i>Gebruikswaarde</i>	5. Bereikbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het landschapsonderdeel is te bereiken via de weg of fiets- of wandelpaden</li> <li>• Het landschapsonderdeel is waarneembaar vanaf de weg of fiets- of wandelpaden</li> </ul>
	6. Toegankelijkheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het landschapsonderdeel is te betreden</li> <li>• Het landschapsonderdeel is onderdeel van een wandel- en/of fietspad</li> </ul>

Tabel 3 Waarderingscriteria voor mate van aantrekkelijkheid voor toeristen van landschapsonderdelen in Middag-Humsterland

## 4 HET LANDSCHAP VAN MIDDAG-HUMSTERLAND

---

Het huidige landschapsbeeld van Middag-Humsterland is ontstaan door zowel de natuurlijke als de cultuurhistorische genese van het landschap. Dit landschapsbeeld bestaat uit landschapsonderdelen. In dit hoofdstuk staan de landschapsonderdelen genoemd die zijn gewaardeerd naar aantrekkelijkheid voor toeristen. Vervolgens zijn de natuurlijke en cultuurhistorische ontstaanswijzen van deze landschapsonderdelen beschreven, omdat deze informatie nodig is bij het toepassen van de waarderingscriteria herkenbaarheid en eenheid (zie tabel 3, hoofdstuk 3). Ten slotte is beschreven op welke manier de landschapsonderdelen in het huidige landschapsbeeld passen.

### 4.1 BEELDBEPALENDE LANDSCHAPSONDERDELEN

De Provincie Groningen en onderzoeksbureau Belvedere hebben voor Middag-Humsterland landschapsonderdelen aangewezen die bepalend zijn voor het landschapsbeeld. De landschapsonderdelen zijn allen waarneembaar en vastgesteld kenmerkend voor Middag-Humsterland. Tevens zijn alle landschapsonderdelen dragers van informatie over de natuurlijke of cultuurhistorische genese van het landschap (Provincie Groningen, 2007). Dit strookt met de theorie dat te waarden landschapsonderdelen waarneembaar moeten zijn.

De beeldbepalende landschapsonderdelen van Middag-Humsterland zijn:

- De dorpswierden, wierden met boerderij en verlaten wierden.
- De verkaveling, bestaande uit onregelmatig blokvormige percelen en rond de wierden radiaire verkaveling. Hierbij hoort het bochtige patroon van sloten en wegen.

- Het overgebleven dijkenpatroon, waaronder de ringdijk en resten van oude dijken waarop nu vaak wegen gelegen zijn.
- De openheid van de gras- en akkerlanden tussen de dorpen, de boerderijen en de ringdijken.
- De Piloersmaborg te Den Ham en de Allersmaborg te Ezinge.
- Het sluizencomplex bij Aduarderzijk.
- De natuurlijke laagten waarin de van oorsprong natuurlijke waterlopen liggen.
- De laagte met meanders van de bedding van het voormalig riviertje van het Oude Aduarderdiep.
- De gerestaureerde Wetsingersluisbrug over het Reitdiep ten zuiden van Garnwerd.

### 4.2 HET ONTSTAAN VAN HET NATUURLIJKE LANDSCHAP

Het natuurlijke landschap van Middag-Humsterland is voor het grootste deel gevormd tijdens het Holoceen. Dit is de periode van 10.500 jaar geleden tot aan het heden. Voordat het holoceen aanbrak, bepaalden ijstijden afgewisseld met warmere perioden het natuurlijke landschap. De diepe ondergrond bestaat uit fluviatiele, glaciale, marine en eolische afzettingen van zand. Daarnaast is een deel van Middag-Humsterland gelegen op het Drents-Fries keileemplateau, welke is gevormd tijdens de laatste twee ijstijden: het Saalien (230.000 tot 126.000 jaar geleden) en het Weichselien (116.000 tot 10.500 jaar geleden). Tijdens het Weichselien was Nederland een poolwoestijn en was het meeste zeewater van de Noordzee opgeslagen in ijskappen in het noorden. Ongeveer 10.500 jaar geleden begon de temperatuur te stijgen, en begonnen de ijskappen te smelten (Wesselingh, zd).

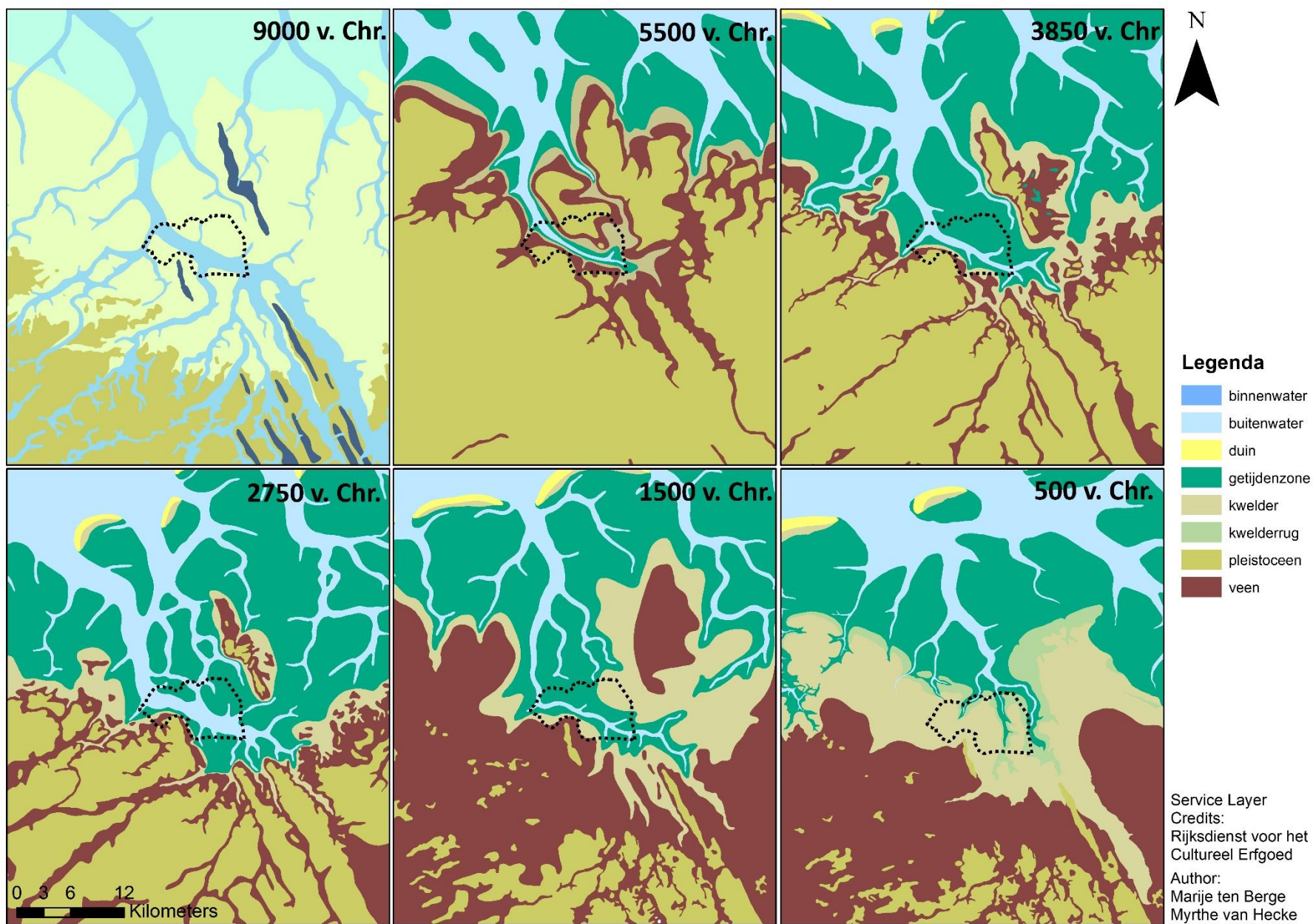
Deze temperatuurstijging is het begin van het Holoceen. Door het smelten van de ijskappen, kwam de Noordzee langzaam steeds dichterbij het huidige Nederland te liggen (RUG kenniscentrum

Landschap, zd). Op figuur 7. is de natuurlijke ontwikkelgang van het landschap van Middag-Humsterland in het Holoceen afgebeeld.

Zo is te zien dat rond. 9000 v. Chr. Middag Humsterland een deltagebied met geulen was. De geulen in het gebied vormden later rivieren zoals de Hunze -het huidige Reitdiep-. Deze beken en rivieren hadden hun oorsprong in hoger gelegen delen, zoals het Drents-Friese keileemplateau en Duitsland (RUG kenniscentrum Landschap, zd).

Rond 5500 v. Chr. was Middag-Humsterland een getijdengebied, met kwelders en periodieke overstromingen. De diepe ondergrond verdween onder een dikke laag maritieme afzettingen. Op sommige plaatsen was er sprake van een hogere opslibbing, hier ontstonden kwelderwallen. Deze hoogtes in het landschap zorgden ervoor dat het zeewater langzamer uit het gebied kon wegstromen. In natte laagtes, zoals geulen, ontstonden veentjes (RUG kenniscentrum Landschap, zd).

Middag-Humsterland bleef voor lange tijd een getijdengebied. Hier kwam verandering in toen op de plek van de huidige Waddeneilanden duinen ontstonden door zandafzetting vanuit de Noordzee. Daarbij nam de zeespiegelstijging steeds verder af. Rond 2000 v. Chr. werden de maritieme afzetting niet meer constant overspoeld. Achter de nieuw gevormde duinen, konden slibdeeltjes optimaal bezinken door de langzame stromingen van het zeewater. Middag-Humsterland kwam bij laag water steeds vaker droog te liggen, waardoor slikplaten veranderden in kwelders. Deze kwelders werden verder opgehoogd bij iedere overstroming. Dit zorgde ervoor dat rond 600 v. Chr. de eerste bewoners zich in het gebied van het huidige Middag-Humsterland konden vestigen. Hier begint het verhaal van het ontstaan van een cultuurhistorisch landschap, echter speelden natuurlijke omstandigheden eerst nog een grote rol (RUG kenniscentrum Landschap, zd).



Figuur 7 Het natuurlijke ontstaan van het landschap van Middag-Humsterland en omgeving

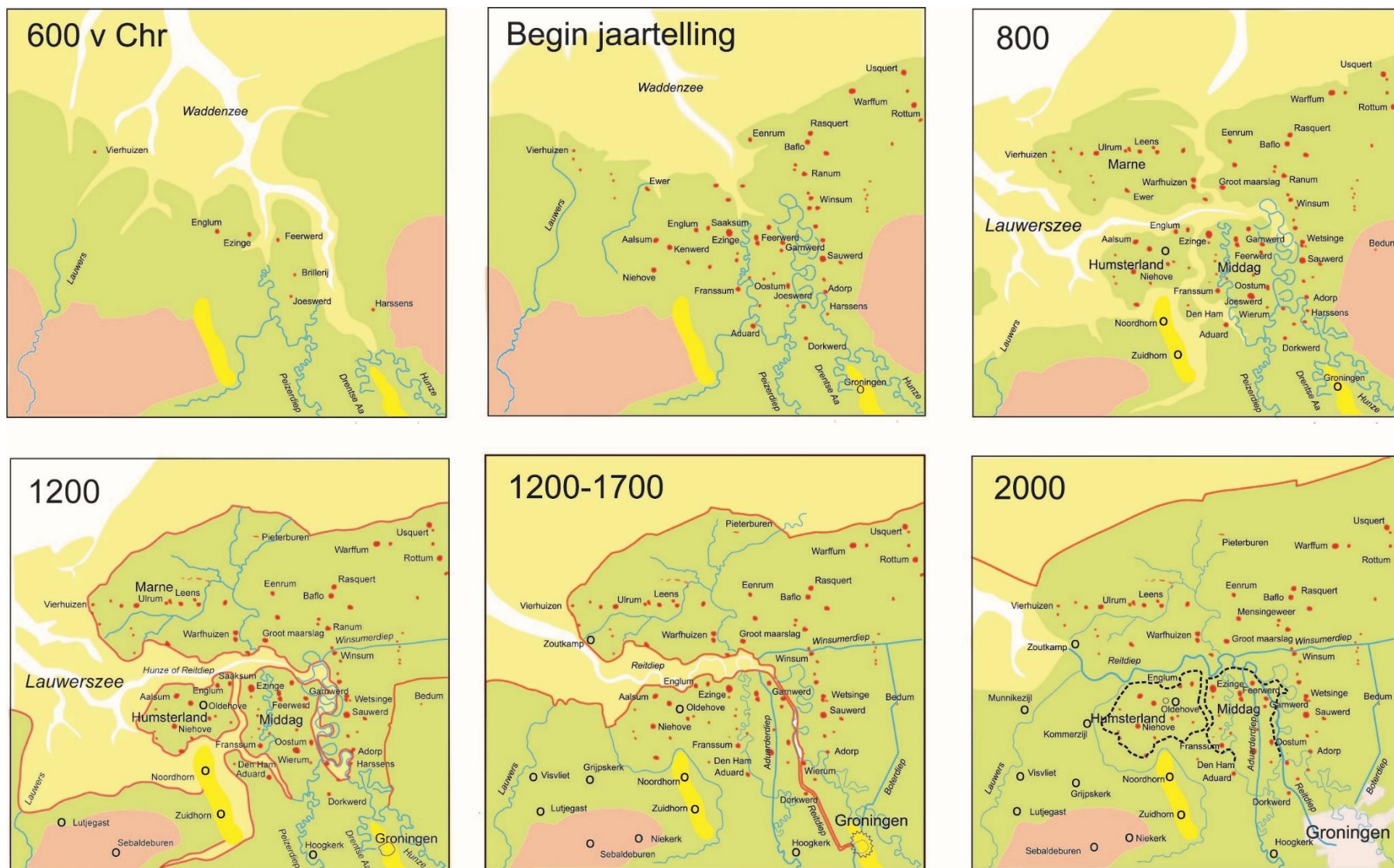
### 4.3 HET ONTSTAAN VAN HET CULTUURLANDSCHAP

Op figuur 8 staat de ontwikkelgang van het landschap van Middag-Humsterland vanaf de eerste bewoning afgebeeld. Toen de eerste bewoners Middag-Humsterland in trokken, was het gebied één grote kweldervlakte en grensde het aan de monding van de Hunze. Aan de oever van deze monding ontstonden rond 600 v.Chr. de eerste bewoningsplaatsen zoals Feerwerd, Ezinge en Saaksum. Verder landinwaarts ontstaan rond het begin van de jaartelling ook dorpen op de hoger gelegen delen en aan de kreek die uitmondde in de Hunze. Omdat het gebied nog regelmatig overstroomd werd door de zee, begonnen de bewoners hun bewoningsplaatsen op te hogen met plaggen en grond van de kwelders. Hierdoor ontstonden de eerste wierden. Echter, 300 jaar later werd om een vooralsnog onbekende reden het gebied grotendeels verlaten. Hierdoor liggen veel wierden er vele jaren verlaten bij (RUG kenniscentrum Landschap, zd).

Na een tijd van weinig bewoning in het gebied, wordt het gebied rond de Vroege Middeleeuwen (rond 600 na Chr.) weer permanent bewoond. De dorpen die eerder waren gesticht, zijn in deze tijd verdwenen door de invloed van de zee (RUG kenniscentrum Landschap, zd). Vanuit de riviermonding van de Lauwers vond een serie inbraken plaats en werd de riviermonding steeds breder. Hierdoor ontstond de Lauwerszee ten westen van het huidige Middag-Humsterland. De inbraken vanuit de Lauwerszee zorgden voor het ontstaan van een geul. Dit resulteerde in een scheiding in het landschap: Humsterland werd een eiland en Middag een schiereiland. Door de nieuwe invloed van de zee, was het gevaarlijk om in het gebied te wonen zonder enkele bescherming voor het opkomende zeewater. Bewoners begonnen daarom hun bewoningsplaatsen, de wierden, steeds verder op te hogen. Daarnaast werden er enkele dijken aangelegd (Luring, 2018).

Rond 800 ontstonden de eerste kerkelijke gemeenschappen in Middag-Humsterland. Tot omstreeks 1100 was de kerkelijke invloed op de bewoners klein (Luring, 2018). In Aduard, zuidelijk op het schiereiland Middag, vestigde zich in 1192 het Cisterciënzer klooster. Deze abdij groeide uit tot de rijkste in Noord-Nederland. Het klooster heeft veel betekend voor de waterstaat van Middag-Humsterland, door het aanleggen van dijken, kanalen en sluizen (zie figuur 8). Daarnaast werd het gebied ontgonnen door het klooster (RUG kenniscentrum Landschap, zd). Het aanleggen van dijken werd een prioriteit in het gebied. Al snel kwamen de eerste zeedijken, welke bescherming boden voor gehele landstreken. Hierdoor werd het schiereiland Middag binnen-gedijkt door de eerste 'Ommelander zeedijk'. Met deze dijk werd de loop van de Hunze tot aan de stad Groningen beschermd van de zee. Humsterland bleef eerst nog een eiland, maar werd wel voorzien van een ringdijk. Doordat grote stukken kwelderland bedijkt werden, was het van belang dat de lokale waterlopen, voor afwatering, deze dijken konden passeren. Hierdoor werden afwateringssluizen, of wel zijlen of pompen, aangelegd (Luring, 2018).

Vanaf ongeveer 1200 begon de geul die Middag van Humsterland scheidde, dicht te slibben. Deze geul is bedijkt en werd in gebruik als nieuw land. Dit leverde echter een probleem op, namelijk dat de afwatering van het gebied niet meer via de oude geul kon plaatsvinden. Hierom werd omstreeks 1400 het Aduarderdiep gegraven. Het Aduarderdiep watert af in het Reitdiep, op de plaats waar nu Aduardersluis ligt (RUG kenniscentrum Landschap, zd).



Figuur 8 Ontwikkeling Middelag-Humsterland vanaf de eerste bewoning (RUG kenniscentrum Landschap, zd)

Op de plekken van drooggevallen geulen, ontstonden er gebieden met jonge, minder zware en niet ontkalkte klei. Deze jonge kleigronden waren aantrekkelijk voor akkerbouw. Om de ontwatering van deze nieuwe akkerbouwpercelen te reguleren, werden de percelen van buiten naar binnen geploegd. Hierdoor ontstonden bolle of 'kruinige' percelen met grote verschillen in de bodemgesteldheid. Zowel in de gebieden met zware knipklei als jonge klei, was goede afwatering nodig. Hierdoor werd er besloten meer sloten te graven, met een onregelmatig verkavelingspatroon als gevolg (Luring, 2018).

Rond deze tijd werd de kloof tussen arme en rijke boeren steeds groter. De rijken gingen wonen in borgen. Dit zijn steenhuizen, vaak gebouwd in de Late Middeleeuwen (1300-1500). Huizen van steen waren destijds duur om te bouwen, en werden daarom enkel bewoond door de 'steenrijken'.

De huizen waren sterk en hadden vaak dikke muren, wat ervoor zorgde dat men zich goed kon verdedigen voor bedreigingen van buitenaf. Om de belegeraars van veraf aan te zien komen werden er vaak uitkijk- of verdedigingstorens bijgebouwd. Daarnaast werd de ingang naar het huis op de eerste verdieping geplaatst, met een trap die kon worden ingetrokken, om zo de bedreiging buiten de deur te houden.

Naast dat het een verdedigende functie had, was het ook een huis om in te wonen voor de rijken. Doordat er geen centraal gezag was over de landerijen in de omgeving, werd er een bestuur op lokaal niveau gevormd. Doordat de borgbewoners tot de bovenste laag van het sociale stelsel behoorden, werden ze 'landadelijk' genoemd en kregen ze de benaming tot jonker, jonkheer of baron. Hierdoor kregen ze het gezag over een deel van de landerijen. Na een tijd van

rijkdom werden er in de Tachtigjarige oorlog veel borgen in beslag genomen of vernietigd (Burg, 2018).

In Middag-Humsterland zijn twee borgen overgebleven, de Piloerseborg (of Hamsterborg) en de Allersmaborg. De Piloerseborg is een boerderij-borg nabij den Ham en het is niet bekend waar de naam precies vandaan komt. In 1448 is er bekendheid van de naam Pylosum en in 1453 de naam Pijloetsem in relatie tot de borg, maar het is onbekend of deze families er daadwerkelijk hebben gewoond. De borg is in 1633 verbouwd of herbouwd en in 1702 werd er een schuur bij gebouwd. Hierdoor kreeg het de status van een boerderij-borg. Tot 1999 werd de borg generatie op generatie doorgegeven. Tegenwoordig is de borg een hotel met restaurant (Formsma, Luitjens-Dijkveld Stol, & Pathuis, 1987). De Allersmaborg (figuur 9) is een borg nabij Ezinge en was vanaf ca. 1489 bewoond door de familie Allersma. Vroeger was het een grote boerderij (heerd) met 110 hectare land, maar vanaf 1650 werd de heerd verbouwd naar een borg. Het resultaat was een landhuis met singels, een ophaalbrug en een duiventil. Omdat de borg nogal wisselde van eigenaren, was dit niet de laatste verbouwing aan de Allersmaborg. In 1899 stierf de laatste bewoner van de borg. Daarna kwam de borg in verval en werd de sloop ervan gepland. De notaris J.W. Bolt heeft de borg op tijd gered. Na het overlijden van deze notaris kwam de borg in 1946 in handen van de gemeente Ezinge (Formsma, Luitjens-Dijkveld Stol, & Pathuis, 1987). De gemeente liet de borg in verval raken omdat ze geen middelen hadden om het te onderhouden, waardoor Staatsbosbeheer het in 1970 mocht overkopen voor 1 gulden. Een aantal jaar later is het in volle ere hersteld en is ook het kerkhof gerenoveerd als boomgaard. De Universiteit Groningen gebruikt de borg nu als gasthuis (Staatsbosbeheer, zd).





*Figuur 9 Allersmaborg in 2018 (Visit Wadden, 2018)*

Na een lange periode van agrarische ontwikkeling in Middag-Humsterland, kwam dit tijdens de Tachtigjarige oorlog tot een stagnatie. De katholieke geloofsovertuiging welke omwille van het klooster primair aanwezig was in het gebied, kwam onder druk te staan. De Reformatie zorgt voor het einde van het katholiek ingestelde klooster van Aduard. Rond 1580 werd het klooster bezet door de Staatse troepen. Toen de Spaanse troepen het gebied in trokken, vluchtten de Staatse troepen weg en staken het klooster en de bijbehorende bibliotheek in brand (Kloostermuseum Aduard, 2016). Door het wegtrekken van het klooster en haar bestuurlijke functie, werd Middag-Humsterland een gebied zonder enige vorm van bestuur. Hierdoor werden de dijken en zijlen verwaarloosd, het land verruigde en de dorpen werden geplunderd. Het Reitdiep was een belangrijke verbindingroute naar de stad Groningen. Hierdoor lagen ook de Aduarderzijlen op een strategische plek, omdat men door de sluisen het Aduarderdiep op kon varen. De Spaanse troepen

hebben tijdens de oorlog de zijlen meerdere malen veroverd en weer verloren aan de Staatse troepen. Bij de veroveringen werd de toenmalige bevolking van het dorp verdrongen in het Reitdiep (RUG kenniscentrum Landschap, zd).

Na de oorlog brak er een nieuwe tijd aan. Door de afwezigheid van het klooster, werd het waterbeheer van Middag-Humsterland omstreeks 1624 aangepakt door de Stad (Groningen) en de Provinciale staten. Omdat het Reitdiep nog steeds onder invloed was van de Lauwerszee, bestonden er nog steeds eb en vloed beweging in de rivier. Hierdoor werden dijken aangetast, vooral in de bochten. Er werd daarom besloten om het Reitdiep deels te kanaliseren. Vooral rondom Oldehove, waar het Reitdiep een gevaar werd voor het dorp. Daarnaast werd rondom Garnwerd en Wetsinge een stuk van het Reitdiep aangepakt. Hier werd een bochtig stuk van bijna 6 kilometer vervangen voor een recht kanaal van 2 kilometer (Pronk, 2003). In het bochtige traject wat overbleef werd een dam geplaatst. Hierdoor konden de oude meanders van het Reitdiep dichtslibben. Na een aantal jaar vond men dat de oude meanders voldoende waren dichtgeslibd, en werd het land in cultuur gebracht.

Door de industrialisatie en alle nieuwe materialen zoals gietijzer en staal, kwam het verkeer over land en zee in opkomst. Hierdoor was het van belang dat er bruggen werden aangelegd over Reitdiep, zodat zowel auto's als vaarverkeer de rivier konden passeren. Nabij Wetsinge werd om deze reden de Wetsingersluisbrug aangelegd. Doordat het Reitdiep nog onder invloed van zee stond, werd er een sluis in het bouwwerk geplaatst om het waterpeil te reguleren. Daarnaast lag er een brug over de sluis, zodat men het Reitdiep kon passeren (Provincie Groningen, 2010). Door de invloeden van het zeewater in het Reitdiep, was de vaart steeds ondieper geworden. Uiteindelijk voldeed de rivier niet meer aan de eisen van de scheepvaart van die tijd en werd er besloten om het Reitdiep in 1877,

door middel van een zeesluis, af te sluiten van de Lauwerszee (RUG kenniscentrum Landschap, zd). Hierdoor kon er op twee plaatsen het waterpeil worden gereguleerd. Uiteindelijk werd het Eemskanaal (Delfzijl-Groningen) gebruikt om vanaf de Noordzee schepen naar Groningen te leiden.

Middag-Humsterland bestond vanaf 1800 voor 70% uit graslanden met voornamelijk (melk)veehouderijen. 100 Jaar later is hier weinig verandering in gekomen. Doordat het gebied voornamelijk bestaat uit zware kleigrond, is het niet optimaal geschikt voor akkerbouw. Echter vond er wel akkerbouw plaats in het gebied, al was dit niet jaarlijks. Zo verbouwde men twee jaar haver en daarna werd het land zes jaar bestempeld als grasland. Waar tegenwoordig de zuivel wordt geëxporteerd, werd vroeger de zuivel in het gebied zelf geconsumeerd (Luring, 2018).

Een andere bron van inkomsten rond 1892, was het produceren van stenen in een van de steenfabrieken. Hierdoor werden aan het Aduarderdiep verschillende fabrieken gebouwd. In de buurt van deze fabrieken werd knikklei en potklei afgegraven, welke in de fabrieken werd geproduceerd tot de kenmerkende rode Groninger bakstenen (Leutscher, zd). Het verschil in hoogte door de afgravingen, is op sommige plaatsen nog terug te vinden op de hoogtekaart. Echter zijn sommige percelen opgehoogd met slib uit het Aduarderdiep. Deze ophoging van de percelen was noodzakelijk omdat de landbouwkundige waarden waren verslechterd (RUG kenniscentrum Landschap, zd).

In Nederland werd er in de 20<sup>ste</sup> eeuw een nieuwe tak van wetenschappelijk onderzoek ontwikkeld, namelijk archeologie. Middag-Humsterland werd hierbij niet overgeslagen, zo werd de terp van Ezinge deels afgegraven. De opgravingen werden uitgevoerd omstreeks 1930 door de archeoloog A.E. van Giffen. Bij de

afgravingen werd 2000 jaar aan bewoningsgeschiedenis blootgelegd. Resten van de ijzertijd, Romeinse tijd en Middeleeuwen zijn teruggevonden in de wierde. Niet alleen botten en hout, maar ook restanten van huizen en boerderijen. Alle vondsten zijn uitgetekend en gearhiveerd, en met de afgravingen is een duidelijk beeld gevormd van de oudste bewoning (Hillinga, 2018). In het museum 'Wierdenland' in Ezinge zijn de gevonden potscherven, botten en andere gebruiksvoorwerpen opgenomen in de vaste tentoonstelling, in de van Giffenzaal.

Na een rustige periode in Middag-Humsterland, breekt in 1940 de Tweede Wereldoorlog aan. Hoewel Nederland zich hiervan neutraal had willen houden, werd het land alsnog bezet door de Duitse troepen. De stad Groningen werd al gauw bezet door de Duitsers. Grote delen van het platteland in de provincie Groningen werden geïnnundeerd. Dit was in Middag-Humsterland echter niet aan de orde. Middag-Humsterland was wel een aantrekkelijk gebied voor onderduikers. Men dook onder in Middag-Humsterland omdat de Duitsers het platteland niet interessant vonden, er was voor hen toch niks te halen. Daarnaast kwam er ook een groot aantal kinderen naar de noordelijke provincies tijdens de hongerwinter van 1944-45. In de Randstad was er grote schaarste aan voedsel, waardoor er veel kinderen aan ondervoeding zouden sterven. Omdat het in het noorden betrekkelijk rustig was, werden veel kinderen naar Friesland of Groningen gebracht (De Dokwerker, zd).

Na de hongerwinter brak een betere tijd aan, een tijd van bevrijding. Echter is de stad Groningen niet zonder kleerscheuren uit deze strijd gekomen. Net voor de bevrijding, tussen 13-16 april werd er in de stad gevochten tussen de Duitsers en Canadezen, en werden er ongeveer 270 gebouwen beschadigd of verwoest. Op 16 april 1945 hebben de Duitsers zich overgegeven. Na de oorlog breekt de tijd van de wederopbouw aan (Historiek, 2018). De Tweede Wereldoorlog

heeft geen invloed gehad op het landschap van Middag-Humsterland.

Na de Tweede Wereldoorlog werd Nederland een belangrijke landbouwexporteur. Om constant meer te kunnen produceren en daarmee ook te verdienen, werd er gewerkt aan mechanisatie, intensivering, specialisatie en schaalvergroting van de landbouw. In Middag-Humsterland leidde dit in de jaren '60 tot perceelvergroting, waardoor eeuwenoude sloten moesten worden gedempt. Het dempen van de sloten kwam ten goede voor de mechanisatie, welke ook een diepere grondbewerking mogelijk maakte. Hierdoor daalde de grondwaterstand, wat grote gevolgen heeft gehad voor de natuurwaarden. Echter, grootschalige ruilverkaveling vond niet plaats in Middag-Humsterland.

De schaalvergroting in de landbouw kwam tot een keerpunt in de jaren '70. De negatieve gevolgen op het landschap, door de intensieve productiemethoden en de schaalvergroting werden gezien door de overheden (Luring, 2018). Daarnaast was het een periode van crisis en instabiliteit in de landbouwsector. Er

ontstonden overschotten aan melk. Men kreeg allemaal dezelfde prijs voor een product, waarvan de kwaliteit vaak uiteen liep (Bauwens, de Groot, & Poppe, 1990). De nadruk lag dus niet meer op het individuele bedrijf, maar de hele keten. De ontwikkelingen in de landbouw bleven doorgaan, wat zorgde voor onderdrukking van het landschap. De schaalvergroting zorgde ervoor dat men percelen bleef vergroten, door het dichten van sloten. Dit is te zien op figuur 10, waar de percelen rondom Niehove steeds groter worden door het dichten van sloten. Om dit tegen te gaan, of af te remmen, is er een convenant gesloten in 1998. Dit convenant is gesloten tussen verschillende betrokken partijen. Het hoofddoel hiervan was om af te spreken, hoe om te gaan met het landschap en het behoud en ontwikkeling van de landschapskenmerken. Hierbij werd rekening gehouden met de ontwikkelingsmogelijkheden in de landbouwsector (Luring, 2018).

In 2005 besloot het Rijk dat het landschap van Middag-Humsterland met extra zorg behouden en beschermd moest worden, en kreeg het gebied de titel van een Nationaal Landschap.



Figuur 10 Veranderingen verkaveling rondom Niehove (Kadaster, zd) v.l.n.r. 1950, 1975 en 2016

#### 4.4 HET HUIDIGE LANDSCHAP

Het huidige landschap van Middag-Humsterland bestaat grotendeels uit agrarisch gebied. Dit is duidelijk terug te zien op de kaart van het huidige landgebruik, welke is opgenomen in bijlage I. Van het agrarische land is 90% weiland en 10% akkerland. De agrarische sector bestaat in Middag-Humsterland voornamelijk uit (melk)veehouderijen (Luring, 2018). In Middag-Humsterland is naast agrarisch land, ook een klein natuurreservaat. Dit reservaat is de Medenertilsterpolder, een klein weidevogelgebied (Het Groninger Landschap, zd). Het gebied is aangesloten bij Natuurnetwerk Nederland, een netwerk van bestaande en nieuw aan te leggen natuurgebieden. Door dit netwerk wordt niet alleen een verbinding gemaakt tussen deze natuurgebieden, maar ook het omringende (agrarische) gebied (Rijksoverheid, zd).

De geschiedenis van het ontstaan van het landschap is nog terug te zien op de huidige hoogtekartaart (figuur 11), welke verklaard kan worden aan de hand van de geomorfologische kaart. Deze kaart is opgenomen in bijlage I.

Op de hoogtekartaart zijn in het rood/oranje de nog bestaande wierden te herkennen. Aan de randen van sommige wierden zijn op de geomorfologische kaart *'laagtes ontstaan door afgravingen'* te vinden. Dit zijn afgravingen die gedaan zijn ten behoeve van de archeologie of uitbreiding van een dorp. Bij sommige dorpen zijn deze afgravingen goed te zien doordat de rand van de terp ineens steil omhoog loopt.

In het midden van Middag-Humsterland is een meanderende laagte te zien in het blauwgroen, wat vroeger de oude geul tussen Middag en Humsterland was. Op de geomorfologische kaart is te zien dat de andere laagtes die in het westen te zien zijn op de hoogtekartaart ook oude zeegeulen zijn. In het oosten van het gebied zijn de meanders

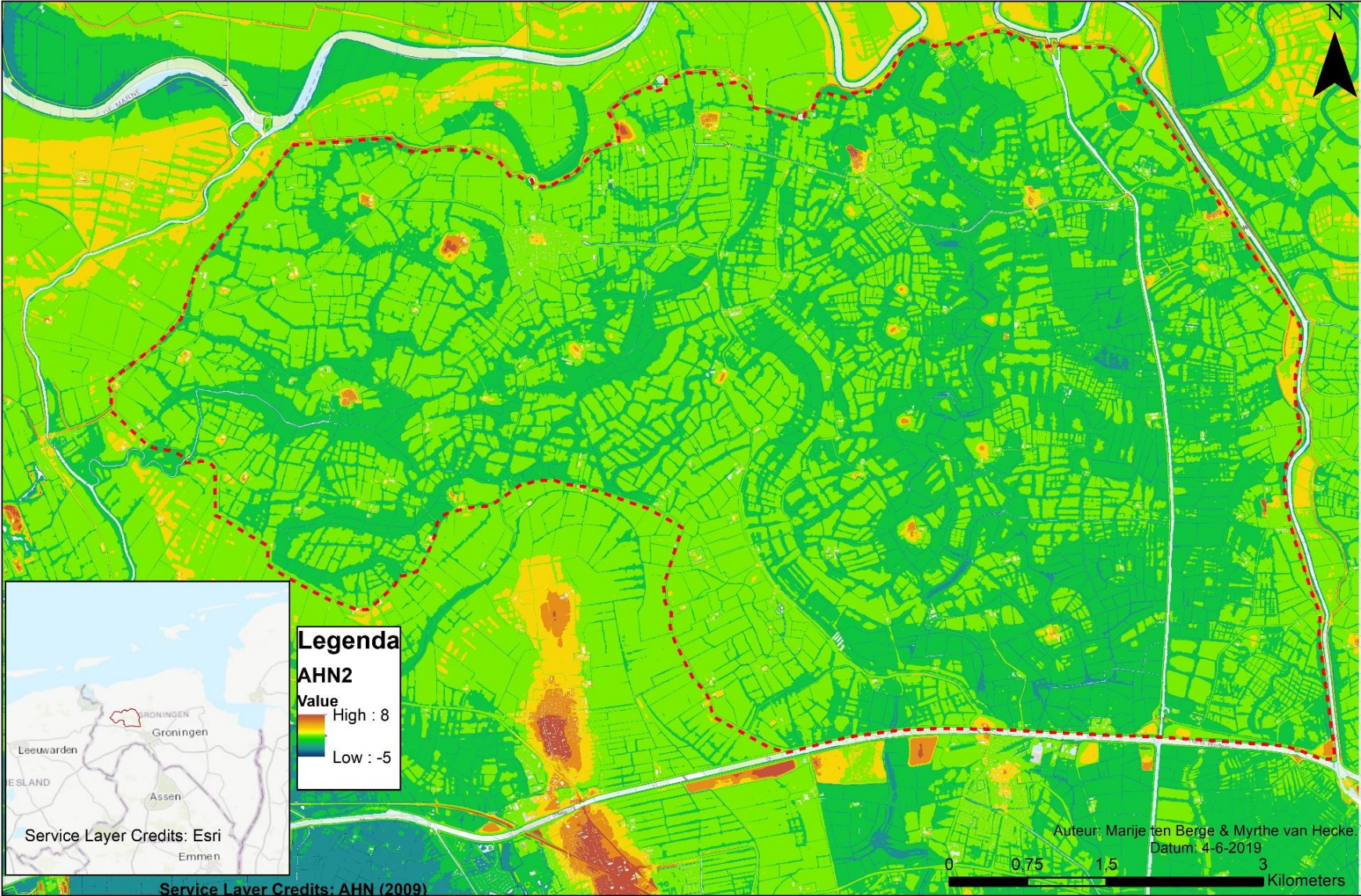
van het oude Aduarderdiep te herkennen als laagten. De gronden daaromheen liggen veelal ook lager. Op de geomorfologische kaart zijn deze lager gelegen gronden aangegeven als *'Vlakte ontstaan door afgraving of egalisatie'*. Deze vlakten zijn ontstaan door het afgraven van klei ten behoeve van de baksteenproductie. Deze vlakten zijn geëgaliseerd met slib uit het Aduarderdiep. De landbouwpercelen in het westen liggen dan ook hoger in het landschap. Op de geomorfologische kaart is te zien dat hier een aantal kwelderwallen gelegen hebben. Dit zijn getijafzettingen, die iets hoger zijn komen te liggen dan de omringende gebieden door constante slibafzetting.

Aan de oostkant van het onderzoeksgebied is de oude meander van het Reitdiep te zien op de geomorfologische kaart. Op de hoogtekartaart is dit te herkennen als kronkelende laagte. De gebieden rondom het Reitdiep worden aangegeven als een *'getij riviermondrug'* en *'vlakte van getijriviermondafzettingen'*. De ruggen, of de bedding van de rivier, liggen meestal iets lager dan de vlaktes welke als uiterwaarden fungeerden. Deze gebieden zijn onderhevig geweest aan eb en vloed en zijn gevormd door de getijdenstromingen.

Afgezien van de ringdijk en de wierden, betreffen bijna alle genoemde hoogten een laagten microreliëf. Op veel oude dijken in het gebied zijn nu wegen aangelegd. De kleinere wegen volgen het grotendeels nog aanwezige onregelmatige verkavelingspatroon en zijn daarom erg bochtig.

Naast het reliëf, is de grootschalige openheid kenmerkend voor het huidige landschap. Het landschap van Middag-Humsterland kan voor 71% worden gekenmerkt als zeer open gebied (Rijksoverheid, 2009). Hoge beplanting is enkel te vinden op wierden, langs de weg bij het Aduarderdiep en bij bewoningskernen of boerderijen.

# Hoogtekaart Nationaal Landschap Middag-Humsterland e.o.



Figuur 11 Hoogtekaart Middag-Humsterland en omgeving

Aduarderzijk, de borgen en de Wetsingersluisbrug zijn nog aanwezige onderdelen in het landschap, maar zijn niet zichtbaar op de hoogtekaart en geomorfologische kaart. Deze landschapsonderdelen hebben niet meer de functie van vroeger. De Aduarderzijlen en de borgen zijn nu monumenten (Monumenten.nl, zd). De Wetsingersluisbrug is gerestaureerd en kan gebruikt worden door wandelaars en fietsers om Middag-Humsterland te betreden.

Kortom kunnen op basis van de informatie in dit hoofdstuk de volgende punten gesteld worden:

- De te waarden landschapsonderdelen zijn allemaal waarneembaar, dit wordt geverifieerd door de hoogtekaart en vanuit de inventarisatie.
- De genese van het landschapsbeeld is terug te zien in het reliëf van Middag-Humsterland. Afgezien van de ringdijk en de wierden, betreft dit veelal microreliëf.
- De openheid van het landschap is kenmerkend voor het hele landschap van Middag-Humsterland en vindt samen met onregelmatige verkaveling plaats tussen de landschapsonderdelen.

## 5 AANTREKKELIJKE LANDSCHAPSONDERDELEN

---

In dit hoofdstuk staan de resultaten beschreven van de waardering van beeldbepalende landschapsonderdelen naar aantrekkelijkheid voor toeristen. De waarderingscriteria hiervoor zijn beschreven in paragraaf 3.4.3.

In het vorige hoofdstuk is gesteld dat de openheid en de verkaveling beeldbepalend zijn voor heel Middag-Humsterland. Daarom is besloten om de waardering van deze landschapsonderdelen op te nemen in combinatie met andere landschapsonderdelen. In het kader van het criterium 'eenheid', is per landschapsonderdeel gekeken of het past bij de kenmerkende openheid en of de verkaveling zichtbaar is op die plek.

### 5.1 WAARDERING BEELDBEPALENDE LANDSCHAPSONDERDELEN

De gewaardeerde landschapsonderdelen zijn weergegeven op de kaart in bijlage II. Alle landschapsonderdelen hebben een nummer. In bijlage III staat per nummer de waardering in tabellen, met vervolgens per landschapsonderdeel een kwalitatieve beschrijving om deze waardering toe te lichten. De beschrijving heeft geleid tot een uiteindelijk oordeel, die in de tabellen aangegeven staat als 'gemiddelde'.

Dit oordeel leidt tot een selectie van aantrekkelijke (+), gemiddeld aantrekkelijke (+/-) en niet aantrekkelijke (-) landschapsonderdelen voor toeristen. Deze hebben respectievelijk de kleur groen, oranje of rood gekregen.

De aantrekkelijke landschapsonderdelen voldoen het meest aan de parameters van de opgestelde waarderingscriteria. De aantrekkelijke landschapsonderdelen voor toeristen zijn:

- De wierde van Ezinge
- De wierde van Garnwerd
- De wierde van Oostum
- De wierde van Fransum
- De wierde van Saaksum
- De wierde van Niehove
- De Allersmaborg
- De Piloersemaaborg met wierde
- De Aduarderzijlen
- Delen van de oude ringdijk
- Delen van de oude geul tussen Middag en Humsterland

De wierde van Oostum, de wierde van Fransum en de wierde van Garnwerd zijn aantrekkelijke landschapsonderdelen die op sommige criteria een +/- hebben gekregen. De wierde van Oostum heeft een +/- op zichtbaarheid en toegankelijkheid vanwege respectievelijk rommelige beplanting op en rondom de wierde die het zicht verstoren en het feit dat het niet mogelijk is om rondom de wierde te fietsen of lopen. De wierde van Fransum heeft een +/- gekregen op eenheid en herkenbaarheid vanwege respectievelijk de waarneembaarheid van verstedelijking en horizonvervuiling, bebouwing en rommelige beplanting op de wierde waardoor de kerktoren niet zichtbaar is en het ontbreken van informatie en context over landschap. Dit is hier een sterk punt van verbetering, omdat rondom de wierde van Fransum het enige punt is waar het reliëf van het oude Aduarderdiep zichtbaar is. De wierde van Garnwerd heeft een +/- gekregen op herkenbaarheid en natuurlijkheid. Dit valt te verklaren door het ontbreken van informatie en context vanuit het landschap, omdat de wierde in het midden van het dorp Garnwerd gelegen is. Dit zorgt ook voor mindere natuurlijkheid.

De gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen voldoen veelal niet aan de parameters van de opgestelde waarderingscriteria. De landschapsonderdelen die als gemiddeld aantrekkelijk zijn geselecteerd, hebben gemiddeld een +/- gekregen vanuit de waarderingscriteria.

De gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen zijn vaak niet toegankelijk omdat het huis- en boerderijwieren betreft. De meerderheid van deze wieren is echter wel bereikbaar. Gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen die geen huis- of boerderijwieren betreffen, zijn de wierde Feerwerd noord, de Wetsingersluisbrug, de wierde van Den Ham, de wierde van Oldehove en de oude geul tussen Middag en Humsterland.

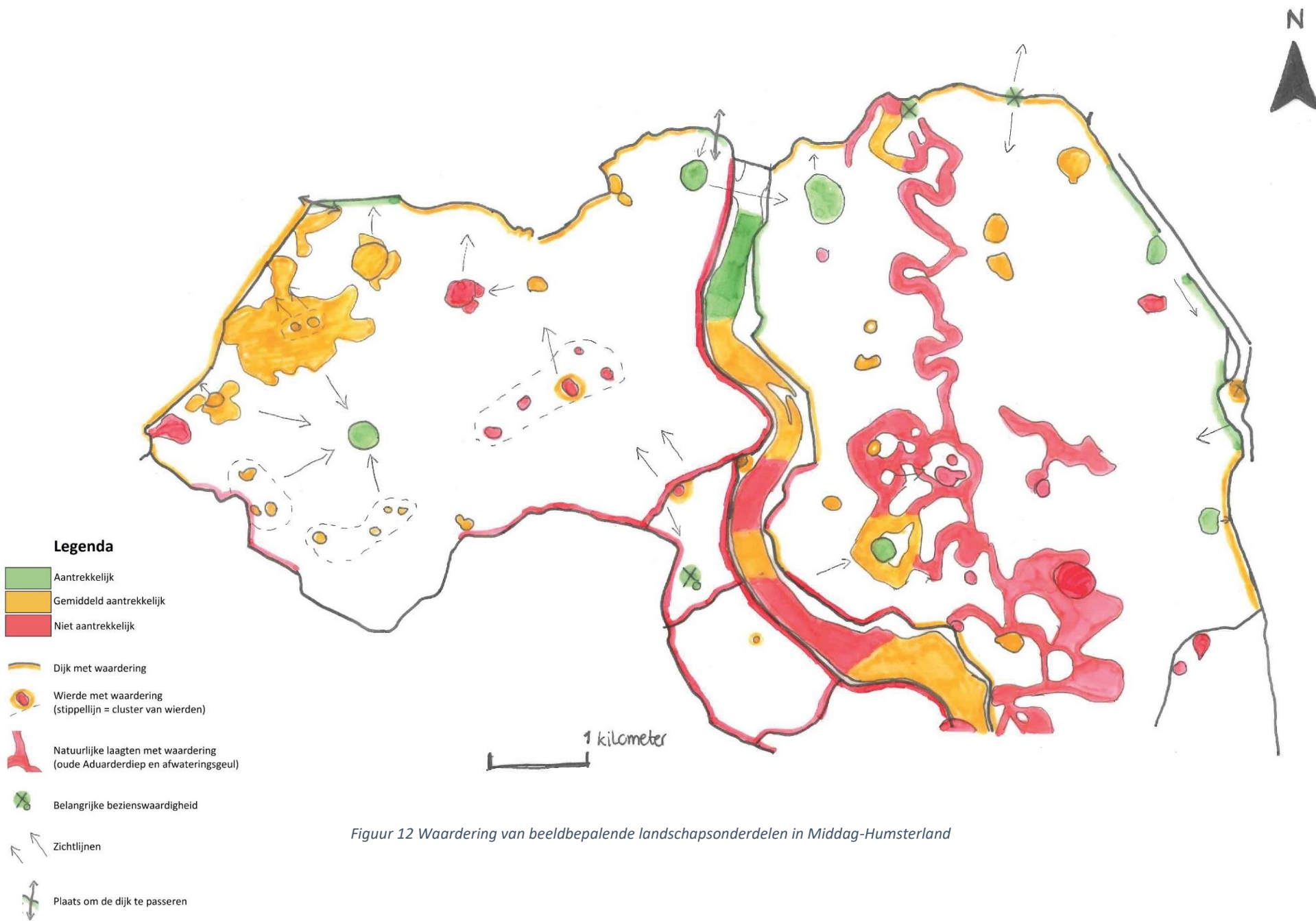
De wierde van Feerwerd noord is beperkt herkenbaar als landschapsonderdeel omdat de gehele wierde bebouwd is en in het dorp gelegen is. Bij de Wetsingersluisbrug is er in hoge mate sprake van verstoring en horizonvervuiling, daarnaast is het niet mogelijk om er met de auto te komen. De wierde van Den Ham is in mindere mate zichtbaar en bereikbaar. De wierde is gelegen aan een doodlopende weg, waar geen fiets- of wandelpaden langslopen. Daarnaast is de wierde van een afstand slecht zichtbaar door hoge begroeiing. De wierde van Oldehove is wel bereikbaar en toegankelijk, maar geheel omsloten door het dorp Oldehove waardoor het omliggende landschap niet zichtbaar is. De wierde is om deze reden ook beperkt zichtbaar en herkenbaar. De oude geul tussen Middag en Humsterland is niet toegankelijk omdat de geul in gebruik is als landbouwgrond. Daarnaast betreft de diepte van de geul vooral microreliëf, waardoor herkenbaarheid en zichtbaarheid verminderd zijn. Aan de noordkant is de geul echter beter herkenbaar omdat daar de begrenzen de dijk hoger gelegen is. Dit wordt versterkt door de openheid op die plek, waardoor de hoger gelegen dijk goed zichtbaar is.

De onaantrekkelijke landschapsonderdelen hebben gemiddeld een – gekregen op de waarderingscriteria. Dit is in bijna alle gevallen te wijden aan onherkenbaarheid, onnatuurlijkheid en ontoegankelijkheid.

Op figuur 12 is een overzicht geschetst van de beeldbepalende landschapsonderdelen en hun aantrekkelijkheid voor toeristen. Naast de waardering, staan ook zichtlijnen ingetekend. Deze geven de eenheid tussen landschapsonderdelen weer en welke landschapsonderdelen zichtbaar zijn vanaf andere landschapsonderdelen. De dikkere pijlen in de oude ringdijk geven aan op welke plaatsten de dijk doorkruist kan worden.

In het westen van Middag-Humsterland zijn meer zichtlijnen, hier is meer openheid. Het wierdendorp Niehove is van alle kanten zichtbaar en vormt daarom een middelpunt in het landschap. In het oosten van Middag-Humsterland is de eenheid en zichtbaarheid van andere landschapsonderdelen vooral gesitueerd nabij de oude ringdijk. Daarbij was er meer sprake van verstoring en verstedelijking in het oosten. Als het gebied van zuid naar noord doorkruist wordt, zijn verstoring en verstedelijking minder zichtbaar omdat deze vooral in het zuiden richting de stad Groningen voorkomen.





Figuur 12 Waardering van beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland

In tabel 4 is te zien hoeveel landschapsonderdelen een +, +/- of een – hebben gekregen per waarderingscriterium. Hieruit wordt duidelijk dat veel landschapsonderdelen een + krijgen voor het criterium bereikbaarheid. Daarnaast heeft een meerderheid van de landschapsonderdelen een + of +/- gekregen voor het criterium eenheid. De herkenbaarheid van landschapsonderdelen is veelal met een – of +/- gewaardeerd. De toegankelijkheid van de meeste landschapsonderdelen is gewaardeerd met een -.

## 5.2 OVERIGE BEVINDINGEN

Bij het uitvoeren van de waardering, zijn nog een aantal bevindingen gedaan die niet specifiek betrekking hebben tot enkele landschapsonderdelen. Deze bevindingen zijn:

- Geen eenheid betreft informatieborden in het landschap, nabij dorpen en bij landschapsonderdelen. De borden zijn steeds van andere partijen, soms niet goed onderhouden en bij veel landschapsonderdelen afwezig.
- De N389 en de weg langs het Aduarderdiep zijn over het algemeen druk, en daarom minder aantrekkelijk om op te nemen in fiets- en wandelroutes.
- Het type bebouwing (dorpskernen, relatief kleine stallen) straalt kleinschaligheid uit, behalve bij Oldehove waar sprake is van enige verstedelijking.
- De oude kerkjes op wierden zijn veelal in dezelfde bouwstijl, dit versterkt eenheid.
- Vanaf de ringdijk is te zien dat het omliggende landschap (buiten Middag-Humsterland) grootschaliger is.

Vanuit de waardering van landschapsonderdelen en overige bevindingen, kan het volgende worden gesteld:

- De wierde van Oostum, de wierde van Fransum en de wierde van Garnwerd zijn aantrekkelijke landschapsonderdelen met duidelijke verbeterpunten.
- De gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen zijn in de meeste gevallen goed bereikbaar. Echter zorgen andere aspecten ervoor dat deze landschapsonderdelen niet geheel aantrekkelijk zijn voor toeristen.
- Sterke punten van landschapsonderdelen zijn vooral eenheid en bereikbaarheid. De eenheid is vooral aanwezig rondom Niehove, de ringdijk en het noordelijke deel van de geul tussen Middag en Humsterland.
- Zwakke punten van landschapsonderdelen zijn vooral herkenbaarheid en toegankelijkheid.
- De slechte herkenbaarheid van landschapsonderdelen wordt deels veroorzaakt door de afwezigheid van uniforme informatieborden.
- Het landschap van Middag-Humsterland onderscheidt zich van het omliggende landschap door kleinschaligheid.

Tabel 4 Overzicht aantal +, +/- en - waarderungen per waarderingscriterium

Waarderingscriteria →	Zichtbaarheid	Eenheid	Herkenbaarheid	Natuurlijkheid	Bereikbaarheid	Toegankelijkheid
	+ 17	+ 24	+ 11	+ 12	+ 30	+ 11
	+/- 17	+/- 13	+/- 13	+/- 20	+/- 5	+/- 5
Aantal keer gewaardeerd →	- 8	- 5	- 18	- 10	- 7	- 26

## 6 TOERISME IN MIDDAG-HUMSTERLAND

In dit hoofdstuk zijn de bestaande toeristisch-recreatieve ondernemingen, bezienswaardigheden, activiteiten en wandel-, fiets-, en vaarroutes in Middag-Humsterland beschreven. Dit schetst een beeld van wat er op het huidige moment voor een toerist te doen is in Middag-Humsterland.

### 6.1 ACCOMMODATIES, HORECA EN BEZIENSWAARDIGHEDEN

Alle accommodaties, horeca en bezienswaardigheden in en nabij Middag-Humsterland zijn in kaart gebracht. Onder horeca worden restaurants en cafés verstaan. Accommodaties zijn plaatsen waar overnacht kan worden, waaronder Bed and Breakfasts, campings en hotels. De bezienswaardigheden zijn (koren)molens, kerken, musea en overige trekpleisters. In tabel 5 is per dorp de hoeveelheid toeristische faciliteiten weergegeven. Een aantal dorpen die in deze tabel zijn opgenomen liggen niet in Middag-Humsterland, maar liggen aan de rand van het gebied. Deze dorpen zijn aangegeven met een asterisk. In de bijlage IV is er per dorp uitgelicht om welke faciliteiten het gaat.

#### 6.1.1 Activiteiten

In Middag-Humsterland is het ook mogelijk om een aantal activiteiten te ondernemen. Vaste activiteiten worden georganiseerd door Museum Wierdenland en het Kloostermuseum St. Bernardushof.

Museum Wierdenland is gevestigd in Ezinge. Het museum heeft een vaste collectie gericht op het ontstaan van het terpen- en

Tabel 5 Overzicht toeristische faciliteiten per dorp

	Horeca	Accommodatie	Beziens- waardigheden
<i>Aduard</i>	2	2	2
<i>Aduarderzijl</i>	-	1	2
<i>Den Ham</i>	2	2	2
<i>Electra*</i>	1	1	2
<i>Ezinge</i>	4	2	2
<i>Feerwerd</i>	-	1	2
<i>Fransum</i>	-	-	1
<i>Garnwerd</i>	3	8	2
<i>Klein Garnwerd*</i>	-	1	-
<i>Lammerburen*</i>	-	1	-
<i>Niehove</i>	1	1	1
<i>Oldehove</i>	2	1	3
<i>Oostum</i>	-	-	1
<i>Rodehaan*</i>	-	1	-
<i>Saaksum</i>	-	2	1
<i>Wierumerschouw</i>	-	1	2

wierdenlandschap en geeft hierbij speciale aandacht aan Middag-Humsterland en de wierde in het dorp Ezinge.

Wierdenland organiseert landschapsexcursies en hierbij worden verhalen verteld over de ontstaans- en bewoningsgeschiedenis van de wierden en het landschap Middag-Humsterland. De excursies kunnen zowel wandelend als fietsend worden afgelegd. Daarnaast zijn er in het museum wisselende tentoonstellingen, welke altijd gerelateerd zijn aan wierden, kunst en/of landschap (Museum Wierdenland, zd).

Het Kloostermuseum St. Bernardushof is gesitueerd in Aduard. In dit museum staat verhaal van het cisterciënzers klooster Aduard centraal. Doordat het klooster grote invloed heeft gehad op haar omgeving en het landschap, is hiervoor een tentoonstelling opgesteld in de Abdijkerk (St Bernardushof Kloostermuseum Aduard, zd).

### 6.1.2 Informatiepunten

In Middag-Humsterland is geen VVV-kantoor aanwezig. Wel zijn er een aantal informatiepunten ingericht. Hiervan zijn er twee in Aduard, één in Aduarderzijl, één in Ezinge en één in de kerk van Niehove. Bij het laatste punt is ook een bezoekerscentrum gevestigd waar informatie wordt gegeven over het landschap van Middag-Humsterland (Middag-Humsterland, 2019).

## 6.2 WANDEL-, FIETS- EN VAARROUTES

Naast de faciliteiten, zijn ook de wandel-, fiets en vaarroutes die door Middag-Humsterland lopen in kaart gebracht. Voor wandel- en fietsroutes bestaan er knooppunten netwerken, die door heel Nederland lopen. In bijlage V staat op kaart hoe deze netwerken door Middag-Humsterland lopen.

Er lopen twee lange afstandswandelroutes door of langs Middag-Humsterland. Dit zijn het Pronkjewailpad en het Pieterpad. Het Pronkjewailpad is een regionale langeafstand wandeling en loopt van de stad Groningen naar Zoutkamp (bij het Lauwersmeer), door naar Delfzijl en weer terug naar Groningen. Deze route loopt ten noorden van Middag-Humsterland, maar komt niet door het gebied (Tocht om de Noord, 2018). Het Pieterpad daarentegen loopt een klein stukje door Middag-Humsterland. De route gaat vanaf onder Garnwerd, via Oostum naar Wierumerschouw, om daar het gebied weer te verlaten richting de stad Groningen. Deze route is een nationale Lange Afstandswandeling en loopt van Pieterburen, Groningen naar de St.

Pietersberg nabij Maastricht. Het Pieterpad sluit aan op de GR5, een wandelroute van Hoek van Holland naar Nice in Frankrijk (Nivon, zd).

Daarnaast zijn er door ondernemersvereniging Toerisme Westerkwartier wandelroutes uitgezet, genaamd 'Parels in het Westerkwartier'. Deze routes kunnen ook worden gevolgd middels een interactieve app, waarbij op sommige punten een verhaal kan worden geluisterd. De wandelroute 'Van Wierden naar Borgen', loopt langs Ezinge, Feerwerd en Aduarderzijl. De wandelroute 'Monniken en Borgen', loopt onder Middag-Humsterland door via Aduard naar Zuid Horn (Ondernemersvereniging Toerisme Westerkwartier, 2018a).

Door Middag-Humsterland loopt ook een lange afstandsfietsroutes. Deze route heet de LF14 – Saksenroute, en loopt van Lauwersoog naar Enschede. Door het gebied loopt deze van Lammerburen naar Oldehove, en bij Garnwerd verlaat deze route het gebied. De route is ook opgenomen in bijlage V. Om het Reitdiep over te steken bij deze route, kan gebruik worden gemaakt van een veerdienst. Deze vaart van Schaphalsterzijl (het Hogeland) naar Aduarderzijl (Middag-Humsterland) en v.v. in de maanden april t/m oktober (Reitdiepveer, 2019).

Het is ook mogelijk om zelf een fietsroute samen te stellen aan de hand van het fietsknooppuntennetwerk. Door Middag-Humsterland staan de knooppunten aangegeven met bordjes (Nederland Fietsland, zd).

Daarnaast heeft de Ondernemersvereniging Toerisme Westerkwartier voor hun eigen routeboekje 'Parels van het Westerkwartier' ook fietsroutes uitgezet. Hiervan lopen er twee door Middag-Humsterland. De Wierdenland route is hier één van, en loopt grotendeels door Middag-Humsterland. Het is een lange route, welke in twee delen kan worden gesplitst. De andere route is de Reital

route, welke door het gehele Westerkwartier loopt en een klein stuk door Middag-Humsterland. Bij beide routes zijn, net als bij de wandelroutes punten aanwezig, waarbij er in de app naar een verhaal kan worden geluisterd (Ondernemersvereniging Toerisme Westerkwartier, 2018b). Beide routes zijn ook opgenomen in bijlage V.

Langs Middag-Humsterland is ook een vaarroute over het Reitdiep. Deze route loopt van de stad Groningen naar Lauwersoog en v.v. Het is ook mogelijk om van het Reitdiep naar het Aduarderdiep te varen, dit maakt echter geen deel uit van een route (Marketing Groningen, 2019).

### 6.3 TOERISME IN KAART

Alle accommodaties, horeca, bezienswaardigheden, lange afstandswandelroutes en het fietsknooppuntennetwerk zijn samen op kaart gezet in figuur 13. De kaart geeft een overzicht van de spreiding van toeristische faciliteiten.

De meeste faciliteiten zijn in Garnwerd. Daarbij gaan het Pieterpad en de lange afstandsfietsroute LF14 ook langs en door het dorp. Garnwerd is hiermee een knooppunt in het gebied. Er is in Garnwerd ook de meeste gelegenheid om wat te eten of drinken. Opvallend is dat hier geen informatiepunt aanwezig is.

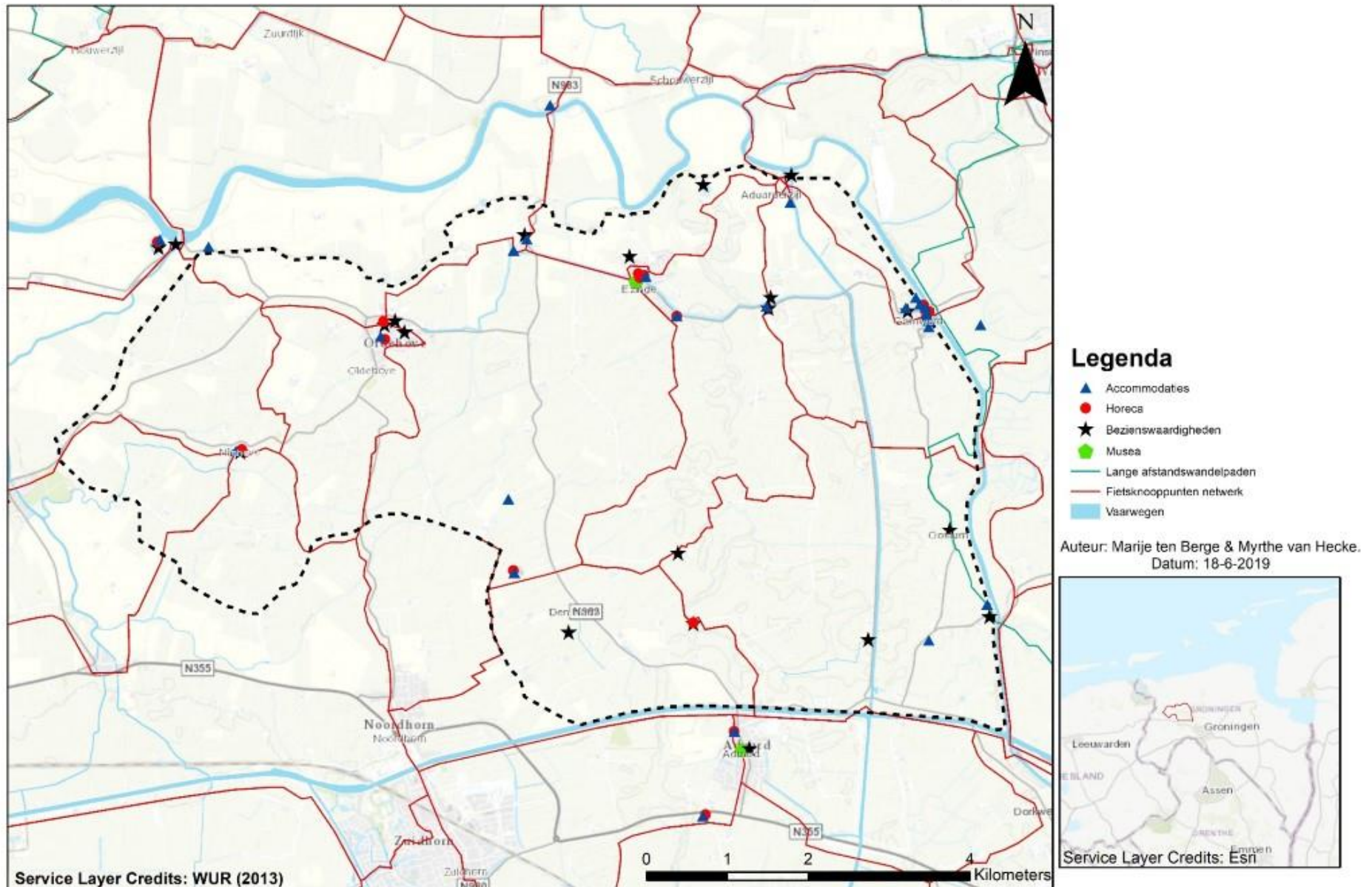
Opvallend is de hoeveelheid aan fietsroutes die naar/langs Aduarderzijl lopen. Hier kan gebruik worden gemaakt van het Reitdiepveer, waardoor de fietsroutes naar de Waddenkust bereikbaar worden.

Andere knooppunten in Middag-Humsterland zijn Niehove, Ezinge, Oldehove en Aduarderzijl. In het midden en het zuidoosten van het gebied zijn de minste toeristische faciliteiten. In het zuidoosten loopt

wel het Pieterpad langs Oostum. Deze weg is echter niet opgenomen in het fietsknooppuntennetwerk.

Kortom, door het gehele gebied zijn toeristische faciliteiten gesitueerd, waarvan de meeste in Garnwerd. Knooppunten van fiets- en wandelroutes zijn in Garnwerd, Aduarderzijl, Niehove, Ezinge en Oldehove en sluiten aan op landelijke fiets- en wandelroutes. Door het gebied loopt de LF 14, oftewel de Saksenroute welke door het noorden van het gebied loopt. Daarnaast loopt er een langeafstand wandelroute door het gebied, genaamd het Pieterpad. Deze komt over de Wetsingersluisbrug het gebied binnen en gaat via Oostum naar Wierumerschouw. Bij Aduarderzijl kan het Reitdiep overgestoken worden om aan te sluiten op fietsroutes in de Waddenkust regio. Garnwerd heeft geen informatiepunt, terwijl het een belangrijk knooppunt is en daar de meeste toeristische faciliteiten zijn.

## Toerisme en recreatie in Nationaal Landschap Middag-Humsterland e.o.



Figuur 13 Kaart van toerisme en recreatie in Middag-Humsterland e.o.

## 7 HET BEVORDEREN VAN DUURZAAM TOERISME

---

In de vorige hoofdstukken zijn alle toeristisch-recreatieve faciliteiten en voor toeristen aantrekkelijke landschapsonderdelen in Middag-Humsterland beschreven. In dit hoofdstuk is opgenomen hoe deze faciliteiten en landschapsonderdelen zouden kunnen bijdragen aan het bevorderen van duurzaam toerisme.

Bij het bevorderen van duurzaam toerisme zijn er diverse aspecten om rekening mee te houden. Daarom is er in dit hoofdstuk beschreven op welke manier regiomarketing kan worden bewerkstelligd om duurzaam toerisme te bevorderen. In paragraaf 7.1 volgt een algemene beschrijving van de uitvoering van regiomarketing. Om een beeld te schetsen van bestaande vormen van regiomarketing, zijn in paragraaf 7.2 van twee verschillende regio's de strategie van regiomarketing opgenomen.

### 7.1 BEVORDEREN VAN DUURZAAM TOERISME DOOR MIDDEL VAN REGIOMARKETING

Regiomarketing is het bepalen van de essentie van een stad of regio, die breder reikt dan alleen toerisme. Het gaat hierbij om het binden en verbinden en het zoeken naar de sturende factor in het geheel. Daarnaast gaat het om verbindingen en schakelingen en het zorgen voor samenwerking om het te laten werken. Regiomarketing zorgt voor een soort kapstok, waar verschillende ideeën, inspiratie en promotie aan kan worden opgehangen. Wanneer dit staat, is het van belang dat er een eenduidig doel wordt geschetst. Het eenduidige doel kan zijn om meer toeristen te trekken, maar ook uit politiek oogpunt of om nieuwe ondernemers te trekken. Verschillende doelen zijn mogelijk, echter zijn ze allen gericht op het (positief) belichten van een stad of regio (Hoor & Snijders, 2013).

Een imago van een stad of regio kan hierbij helpen, maar het is alsnog een gevormd beeld wat niet de werkelijkheid hoeft te zijn. Wanneer bezoekers, bewoners en bedrijven ervaren wat een regio in essentie te bieden heeft, kan er pas een goed beeld worden gevormd. Dit beeld gaat wederom niet alleen om toerisme, het is een mix van wonen, leven en werken. Door het integraal aan te pakken, is er een grotere kans om de imago van de stad of regio te versterken. Daarnaast is het van belang om eigen inwoners enthousiast te maken. Een toeristische campagne werkt pas goed als de boodschap erachter goed wordt 'herkend en erkend' vanuit de bewoners. Om een campagne op te zetten, is het mogelijk om hulp en kennis in te schakelen van de lokale bevolking. Daarna is het van belang om een weloverwogen keuze te maken in waar de stad of streek voor staat. Als dit een eenduidig en concreet verhaal is, spreekt het een doelgroep sneller aan dan een overdaad aan informatie. Dit verhaal kan per doelgroep verschillend zijn. Daarnaast is het van belang dat men een beeldvorming heeft van de onderscheidende kenmerken van de regio. Deze kenmerken kunnen inzetbaar zijn om het gevoel van een plek over te brengen op de doelgroep. Door het aanbod van kenmerken, zou er een mogelijke doelgroep vastgesteld kunnen worden. Dit kan vastgesteld worden door middel van interesses, mindset en activiteiten. Hierdoor wordt de regiomarketing tactiek uniek, het is gebaseerd op eigen gevoel en kenmerken van het gebied (Hoor & Snijders, 2013).

Omwille van het verhaal, is er geen standaardformat voor de invulling van de regiomarketing. Door de uniciteit van een gebied, maakt dat de campagne ook uniek is. De campagne is niet een slogan of reclamemateriaal, het is ook het binden en aansluiten van belanghebbenden. Daarnaast is het van belang om een doelgroep te verleiden met het authentieke en eerlijke verhaal wat bij de regio hoort (Hoor & Snijders, 2013).

Gebiedsmarketing kan worden gericht op bewoners, bezoekers, bedrijven, bollebozen en bestuurders. Omdat er in dit onderzoek gericht wordt op inkomend toerisme in Middag-Humsterland, wordt de doelgroep *bezoekers* verder uitgelicht. Zo heeft de provincie Groningen onlangs een onderzoek uitgevoerd naar het imago van de provincie. Hieruit blijkt dat de potentiële toerist de provincie associeert met 'kaal, ver weg, saai, boeren en aardbevingen'. Wanneer men de provincie heeft bezocht, zijn deze associaties bijzonder positief omgedraaid. De bezoekers zijn dan zeer te spreken over de rust, ruimte, historie en aardige mensen. Dit zijn mogelijke kenmerken om in te zetten voor regiomarketing, stelt Marketing Groningen (Hospers, 2011). Tegenwoordig is het echter ook de consument zelf die op (online) onderzoek gaat naar een potentiële bestemming. Hierbij kunnen reviewsites een doorslaggevende factor zijn. Daarnaast wordt foute of onvolledige informatie afgestraft. Hetzelfde geldt voor regiomarketing, wanneer er té lovend wordt gesproken over een gebied, is het verdacht. Regiomarketing maakt de potentiële bezoeker niet zomaar iets wijs, hiervoor moet deze groep geprikkeld of verleid worden. De boodschap hierbij moet oprecht en authentiek zijn. Hierbij kan een goede en overzichtelijke website, met juiste informatie en highlights van een regio, helpen om bezoekers te trekken (Hoor & Snijders, 2013).

Terugkomend op het slechte imago van de provincie Groningen. Dit imago is een hele uitdaging om dit imago om te draaien naar iets positiefs. Het is geen onmogelijke opgave, echter er is wel gerichte regiobranding nodig om potentiële bezoekers de ogen te laten openen. Hiermee kan er aangezet worden tot nieuwsgierigheid en (wellicht) actie (Hoor & Snijders, 2013). Hierbij geldt; *hoe scherper de positionering, hoe groter de kans op de ontwikkeling van een sterk merk*. Daarnaast is het tonen van empathie van belang om het gebied te zien vanuit de ogen van de bezoeker (Hospers, 2011).

Wanneer de campagne voor de regio is opgestart, is het nog niet afgelopen. In de tussentijd moet de aangeboden campagne telkens up-to-date worden gehouden. Dit moet gebeuren om de potentiële bezoeker op de hoogte te houden van activiteiten en informatie in of over het gebied. Wanneer de campagne tot een eind komt, kan er vastgesteld worden of er voldaan is aan de doelen. Het is daarom geen vaststaand 'iets' wat regiomarketing oplevert, het hangt er helemaal van af wat de doelen zijn. Regiomarketing is uitsluitend het middel om deze doelen te bereiken (Hoor & Snijders, 2013).

## 7.2 HET BEVORDEREN VAN TOERISME IN ANDERE LANDSCHAPPEN

### *Merk Fryslân*

Uit een gesprek met een regiomarketeer in Friesland is naar voren gekomen dat regiomarketing, en de invulling hiervan, verschilt per regio. Hierbij speelt het samenwerken met zowel partijen in het gebied, als met de plaatselijke overheden en de bewoners een belangrijke rol. De algemene rol van regiomarketing is het aantrekken van (potentiële) bezoekers voor het gebied of de regio. Bij de marketing voor een gebied in Friesland, zijn daarbij specifieke gebiedskenmerken als het ware 'vermarkt'. Hierbij zet men in op landschap, cultuur en de historie van het gebied. Deze kenmerken worden wel zo simpel mogelijk belicht, om niet het hele verhaal al op voorhand te vertellen. De Friese regiomarketeer vindt het belangrijk dat wanneer men het gebied bezoekt het verhaal te horen krijgt. Hierdoor voelt men daadwerkelijk een beleving bij het gebied. De specifieke kenmerken van het gebied zorgen ook voor een duidelijk beeld van activiteiten. Deze activiteiten zijn gericht op een specifieke doelgroep, welke daardoor makkelijker te benaderen zijn. De uitwerking van het gesprek is te vinden in bijlage VI.



### *Geopark de Hondsrug*

De Hondsrug in Drenthe is een interessant gebied, zowel geologisch als cultuurhistorisch. Het is zo bijzonder, dat het is uitgeroepen tot Europees Geopark. Daarnaast draagt het ook het UNESCO-label, omdat de Hondsrug zich inspant voor de bijzondere kwaliteiten van de geologie en het bijbehorende cultuurlandschap. Deze kwaliteiten worden versterkt en uitgedragen naar bezoekers. Sinds het gebied deze labels toegekend heeft gekregen, wil de Hondsrug zich verder ontwikkelen en promoten. In samenspraak met bewoners, maatschappelijke organisaties en overheden wil men de economische ontwikkeling van het Hondsruggebied versterken, op basis van de gebiedsidentiteit, mede door de UNESCO-status. Dit doel wil men bereiken door middel van onder andere regiomarketing, in een periode van 10 jaar. Er is hiervoor een zogenaamd Masterplan geschreven, waarin wordt uitgelicht welke ontwikkelingen nodig zijn om het doel te behalen. In het kader van regiomarketing wil het Hondsruggebied zich onderscheiden van andere gebieden. Met de drie kernwaarden (Geomorfologie – ruggen en dalen door ijs gevormd, Zichtbare archeologie – schatten van onze voorouders en Cultuurlandschap – door mensenhanden gemaakt) wordt het gebied overgebracht aan de bezoeker. Hierbij wordt er gestreefd naar een ultieme beleving van de oudheid van het landschap. Tegenwoordig wordt een doelgroep aangetrokken, welke aansluit op de activiteiten in het gebied. Door middel van regiomarketing wordt er gestreefd naar het langer verblijven van de huidige doelgroep en het aanspreken van een nieuwe doelgroep. Hierbij wordt het huidige aanbod verbeterd, zodat men ook deze intenties krijgt. Het Masterplan van de Hondsrug is ingesteld in 2017 en eindigt in 2027. Met de regiomarketing hoopt men 10% extra (internationale) bezoekers te hebben getrokken, waarvan het verblijf langer is dan 2 dagen. Hierbij wenst men een goede waardering te krijgen via reviews, er wordt gestreefd naar een cijfer van minimaal een 8. Als deze doelen zijn behaald, vindt de organisatie het Masterplan en de

regiomarketing voor UNESCO Geopark de Hondsrug geslaagd (Stichting Geopark de Hondsrug, 2016).



*Figuur 14 Vorm van regiomarketing-campagne (OER Drenthe, 2019)*

Kortom is het per gebied verschillend hoe regiomarketing kan worden ingezet. Hierdoor kan er in het algemeen gesteld worden dat de uitvoering van het vermarkten verloopt op basis van de sturende factoren/kernwaarden van het gebied. Bij het maken van een keuze in deze aspecten in het gebied, is het van belang om een doel te stellen en hierbij af te vragen wat men de potentiële bezoeker wil aanbieden. Hierdoor wordt de strategie om regiomarketing te bewerkstelligen gemakkelijker, doordat aan vaste activiteiten ook een vaste doelgroep gekoppeld kan worden. Daarnaast heeft het betekenis om de regiomarketing allereerst integraal aan te pakken. Hierdoor ontstaat een grotere kans om het imago van de stad of regio te versterken. Daarnaast is het van belang om eigen inwoners enthousiast te maken. Een toeristische campagne werkt pas goed als de boodschap erachter goed wordt 'herkend en erkend' vanuit de bewoners.

## 8 BELEID EN BETROKKEN PARTIJEN

---

Bij het bevorderen van toerisme en de zorg voor het landschap van Middag-Humsterland zijn veel verschillende partijen betrokken. Hierbij speelt beleid een grote rol, aangezien hier rekening mee gehouden dient te worden en het anderzijds kansen kan bieden. Dit hoofdstuk omvat de context omtrent het huidige beleid, en biedt een overzicht van welke partijen op welke manier betrokken kunnen worden bij het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen.

### 8.1 BELEID

De zorg voor het Nationale Landschap Middag-Humsterland is een verantwoordelijkheid van de Provincie Groningen, de gemeente Westerkwartier en het Waterschap Noorderzijlvest. Voor beiden staat hieronder een overzicht van het beleid op het gebied van landschap en recreatie en toerisme.

#### 8.1.1 Provincie Groningen

De zorg voor het landschap is één van de kerntaken van de Provincie Groningen. De Provincie stelt kaders op in haar beleid, met het oog op bescherming, beheer en ontwikkeling van het landschap. Daarnaast heeft de provincie als taak om partijen die betrokken zijn bij het beheer, bescherming en de ontwikkeling van het landschap bij elkaar te brengen. Deze partijen zijn de Vereniging Groninger Gemeenten, Dienst Landelijk Gebied, Landschapsbeheer Groningen, de waterschappen, Natuur en Milieufederatie Groningen, Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten, Stichting het Groninger Landschap, LTO Noord, BoerenNatuur, de Vereniging Groninger Particulier Grondbezit en de ANWB. Een laatste taak van de Provincie Groningen is het uitdragen van kennis en gegevens over het

landschap, en op deze manier de genoemde partijen te stimuleren en te adviseren om bij ruimtelijke plannen de landschappelijke kwaliteit als uitgangspunt te nemen (Provincie Groningen, 2014).

Het beleid van de Provincie Groningen op het gebied van landschap is gericht op het beschermen en versterken van kenmerkende landschapsstructuren die bijdragen aan de identiteit en de variëteit van de diverse landschappen in de provincie. Hierbij horen ook de karakteristieke landschapselementen, die zowel natuurlijk, cultuurhistorisch of aardkundig van aard kunnen zijn. Een ander aandachtspunt is het vergroten van de beleefbaarheid van het landschap (Provincie Groningen, 2014).

De Provincie Groningen heeft het landschap van de provincie opgedeeld in zeven deelgebieden, met elk hun eigen kenmerkende samenhangende landschapsstructuur. Middag-Humsterland valt onder wadden- en wierdenland (Provincie Groningen, 2016-b). Voor dit gebied zijn richtlijnen opgesteld die terug te vinden zijn in de Kwaliteitsgids Groningen, die is opgesteld om op een juiste manier erfgoed, ruimtelijke kwaliteit en het landschap mee te nemen bij ruimtelijke plannen (Provincie Groningen, zd). Middag-Humsterland is apart opgenomen in de omgevingsvisie, waarin staat dat de landschappelijke openheid, de onregelmatige blokverkaveling, het reliëf van wierden, dijken en natuurlijke laagtes, karakteristieke laagtes en het beloop en het profiel van wegen beschermd zijn (Provincie Groningen, 2016-b). Daarbij zijn alle fysieke dragers van het gebied ook beschermd, deze zijn genoemd in hoofdstuk 3.4.3 (Provincie Groningen, 2007). De regels voor beschermen, ontwikkelen en beheren zijn opgenomen in de Omgevingsverordening. Deze kan door gemeenten (deels) worden overgenomen in de bestemmingsplannen van het betreffende gebied (Provincie Groningen, 2016-c).

De Provincie Groningen ziet de zorg voor het landschap als een gezamenlijke taak van overheden, gebiedspartijen en de inwoners. De verantwoordelijkheden worden zo dicht mogelijk bij de bewoners van het gebied gelegd. De Provincie wil dat initiatieven voor de versterking van het landschap zoveel mogelijk vanuit de samenleving zelf komt (Provincie Groningen, 2014).

Initiatieven voor projecten om het landschap te versterken, worden voornamelijk gestimuleerd als er een koppeling is met het behalen van een ander doeleinde, zo ook het versterken van recreatie en toerisme. Voorbeelden hiervan zijn bijvoorbeeld het herstellen van ossengangen rondom een wierde, zodat deze beter beleefbaar wordt (Provincie Groningen, 2014). Voor dergelijke projecten is het mogelijk om een subsidie aan te vragen via het Programma Landelijk Gebied (Provincie Groningen, 2019a).

Er zitten een aantal voorwaarden aan het aanvragen van een subsidie. Er kan subsidie aangevraagd worden voor landschapsprojecten en voor groene initiatieven. Landschapsprojecten zijn activiteiten die gericht zijn op het versterken, ontwikkelen of behouden van de genoemde samenhangende landschapsstructuren of landschappelijke elementen. De hoogte van de subsidie is minimaal € 5.000,- en maximaal € 300.000,-, en kan worden aangevraagd door stichtingen of verenigingen zonder winstoogmerk, natuurorganisaties, waterschappen, gemeenten, Prolander of particulieren.

Een andere vorm van projecten zijn groene initiatieven. Groene initiatieven zijn kleinschalige projecten die bijdragen aan een gunstige staat van de natuur of het landschap of de kennis over natuur en landschap vergroten. Burgerparticipatie speelt hierbij een grote rol. De hoogte van de subsidie is minimaal € 2.000,- en maximaal € 10.000,-, en kan worden aangevraagd door particulieren

en stichtingen of verenigingen zonder winstoogmerk (Provincie Groningen, 2018).

De algemene voorwaarden zijn (overgenomen van Provincie Groningen):

- *Het project is gericht op het versterken, ontwikkelen of behouden van kenmerkende landschapsstructuren of elementen.*
- *In het project is aandacht voor duurzaam beheer.*
- *Er zijn bij voorkeur vrijwilligers en inwoners bij het project betrokken.*
- *Daarnaast gaat onze voorkeur uit naar projecten waarin ook natuur wordt meegenomen.*
- *Opgedane kennis uit het project wordt gedeeld of toegankelijk gemaakt.*
- *Het project vindt plaats op een zichtbare locatie of is voor iedereen goed bereikbaar.*
- *Als een project geheel of gedeeltelijk plaatsvindt op een privéterrein, moet de eigenaar een aanzienlijke bijdrage leveren aan de kosten van het project (Provincie Groningen, 2019a).*

Een andere manier waarop budget vrij kan komen voor het versterken van het landschap, is via compensatieregelingen. Als er bij nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen schade wordt aangericht aan het landschapsbeeld, is het zaak dat deze schade zoveel mogelijk beperkt wordt en/of dat er elders in de nabije omgeving geïnvesteerd wordt in het herstellen of versterken van het landschap (Provincie Groningen, 2016-b). Indien landschappelijke waarden van provinciaal

belang worden aangetast, treedt de Provincie Groningen op als bevoegd gezag. Als dit niet het geval is, dient de gemeente gewezen te worden op hun handhavingplicht (Provincie Groningen, 2014). Regels hiervoor zijn ook opgenomen in de omgevingsverordening (Provincie Groningen, 2016-c).

Op het gebied van toerisme, heeft de Provincie Groningen een toerismevisie opgesteld. Daarin staat dat het doel is om meer toeristen te laten kiezen voor een bezoek aan de provincie Groningen, dat zij het daar naar hun zin hebben, dat ze langer blijven en weer willen terugkomen. Daarbij moeten de toeristische bestedingen en de werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve sector toenemen. Het is daarnaast de bedoeling om een sterke koppeling te maken van toerisme aan natuur, cultuur en landschap. Deze doelen moeten bereikt worden door het versterken van promotie en marketing, het ontwikkelen van routes en het versterken van vaarrecreatie en het ondersteunen van toeristische ondernemers (Provincie Groningen, 2016-a).

Op het gebied van marketing ziet de Provincie Groningen het als haar verantwoordelijkheid om het toeristisch aanbod in de provincie duidelijk en gemakkelijk vindbaar te maken en om de provincie op de kaart te zetten als toeristische regio. Op lokaal niveau zijn gemeenten, regionale promotieorganisaties en ondernemers verantwoordelijk voor het goed ontvangen van bezoekers en een goede informatievoorziening (Provincie Groningen, 2016-a). Voor het op de kaart zetten van de provincie, wordt samengewerkt met Marketing Groningen. Deze heeft een campagne opgestart om de stad Groningen en de ommelanden te vermarkten. De provincie is hierbij opgedeeld in zeven regio's, die de G7 wordt genoemd. Middag-Humsterland valt zowel onder de regio Westerkwartier als het Waddenland. Naast regio's, worden ook de zeven belangrijkste bezienswaardigheden van de provincie gepromoot. Dit zijn kerken,

wierdendorpen, polders, borgen, herenboerderijen, Nationaal Park Lauwersmeer en Bourtange (Provincie Groningen, 2016-d).

Op het gebied van het ontwikkelen van routes en het versterken van vaarrecreatie, zet de Provincie Groningen in op het beter benutten van bestaande fysieke infrastructuur. Het landschap, de natuur en het cultureel erfgoed moet gekoppeld worden aan deze infrastructuur. Op deze manier moet het landschap leesbaar worden; oftewel de ontwikkelingsgeschiedenis en verschillende tijdslagen van het landschap moeten herkenbaar zijn. Daarnaast wil de Provincie de stad Groningen, de natuur, het landschap en het erfgoed beter met elkaar in verbinding zetten. Hiervoor worden onder andere thematische routes ontwikkeld, in samenwerking met lokale ondernemers. Daarbij wil de Provincie voorzieningen creëren in de nabijheid van erfgoed en bijzondere landschapselementen, zoals rustpunten en aanlegsteigers (Provincie Groningen, 2016-d).

Op het gebied van het ondersteunen van toeristische ondernemers wordt er gedoeld op de ontwikkeling van toeristisch-recreatieve arrangementen in samenwerking met ondernemers en partijen uit het culturele en landschappelijke domein. Daarnaast wil de Provincie de ondernemers zo goed mogelijk informeren over wat het toerismebeleid van de Provincie voor hen kan betekenen (Provincie Groningen, 2016-d).

Concluderend kan de Provincie Groningen zowel op het gebied van landschap als duurzaam toerisme ondersteuning bieden, zolang initiatieven van onderaf komen.

### 8.1.2 Gemeente Westerkwartier

De gemeente Westerkwartier bestaat sinds 1 januari 2019, met het hoofdkantoor in Leek. Middag-Humsterland was hiervoor verdeeld over de gemeente Winsum en de gemeente Zuidhorn. Door het korte bestaan van de gemeente Westerkwartier ten tijde van het opstellen van dit onderzoek, is er nog weinig bekend over het beleid van de gemeente. Daarom is er een gesprek gevoerd met twee gemeenteambtenaren die betrekking hebben op de thema's landschap en toerisme. Hiervan is een verslag te vinden in bijlage VII.

Uit het gesprek kwam naar voren dat de gemeente bezig is om een actieplan op te stellen voor toerisme in het Westerkwartier, waarin Middag-Humsterland een eigen, prominente focus krijgt. Een belangrijk actiepoint is de beleefbaarheid van het landschap vergroten. Op het gebied van landschap zijn regels opgenomen in bestemmingsplannen, welke zijn overgenomen van de vorige gemeenten. Een voorbeeld hiervan zijn de regels met betrekking tot het behoud van landschapswaarden, zoals welke sloten er wel en niet gedicht mogen worden. De gemeente Westerkwartier gebruikt het provinciale beleid als uitgangspunt. Dit komt mede doordat de Provincie Groningen verwacht dat gemeenten de bescherming en het beheer van het landschap opneemt in het beleid.

### 8.1.3 Waterschap Noorderzijlvest

Het waterschap Noorderzijlvest beheert en onderhoudt diverse onderdelen in Middag-Humsterland. Allereerst zijn de taken van het waterschap: voldoende water, schoon water en waterveiligheid (Waterschap Noorderzijlvest, zd-a). Daarnaast zorgt Noorderzijlvest onder andere voor de vaarwegen. Om de vaarwegen bevaarbaar te houden, doet het waterschap het volgende:

- De vaarwegen worden uitgebaggerd en verbreed
- De vaarwegen zijn schoon en de waterplanten worden verwijderd
- Veiligheid bij werkzaamheden aan een vaarweg
- Verkeerstekens aan het water
- Men wordt op de hoogte gebracht bij vertragingen
- Genoeg ruimte onder een brug
- Gezonken spullen van de bodem halen

Daarnaast zijn een aantal bruggen in beheer bij het waterschap. De bruggen en zijlen worden bediend door een brugwachter of de brug of zijl kan zelf geopend worden (Waterschap Noorderzijlvest, zd-b). Het waterschap heeft ook een aantal (cultuurhistorische) objecten in beheer. Sommige van deze objecten zijn nog in gebruik. Onder beheer wordt regelmatig onderhoud en controle van de staat van het object verstaan. De objecten die Noorderzijlvest beheerd zijn:

- Aduarderzijlen, de sluizen (grote en kleine sluis) en het waarmanshuis inclusief de schuur.
- Wetsingerzijl, de schutsluis hiervan.
- Molen 'Eolus'
- Boogbrug 'Steentil'
- Diverse gemalen en bruggen in het gebied
- Natuurzwembad in Garnwerd (Waterschap Noorderzijlvest, zd-c).

Kortom kan vanuit het geïnventariseerde beleid het volgende gesteld worden:

- De bescherming van het landschap en de cultuurhistorische onderdelen is de taak van de Provincie Groningen.
- De Provincie Groningen wil graag dat initiatieven vanuit de samenleving worden opgezet
- Voor initiatieven omtrent versterking van landschap in combinatie met toerisme kan subsidie worden verleend
- Een andere manier waarop budget vrij kan komen voor het versterken van het landschap, is via compensatieregelingen
- De Provincie Groningen wil een sterke koppeling maken van toerisme aan natuur, cultuur en landschap
- De Provincie Groningen ziet de marketing van het toeristisch aanbod als haar verantwoordelijkheid. Op lokaal niveau zijn de gemeenten, regionale promotieorganisaties en ondernemers verantwoordelijk voor het goed ontvangen van bezoekers en een goede informatievoorziening.
- De Provincie Groningen wil thematische routes opstellen, in samenwerking met lokale ondernemers.
- Om de toeristisch ondernemers te ondersteunen wil de Provincie Groningen arrangementen ontwikkelen in samenwerking met de culturele en landschappelijke organisaties.

## 8.2 STAKEHOLDERS

Een stakeholder is een persoon of partij die invloed heeft op iets en/of door datgeen beïnvloed wordt. In deze paragraaf is beschreven wie de belangrijkste stakeholders zijn voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen.

Eerst zijn alle stakeholders in kaart gebracht. Per stakeholder is het belang, de bijdrage en het doel beschreven. Een overzicht hiervan is te vinden in bijlage VIII. Op basis hiervan zijn de stakeholders samen in een schema gezet, op basis van de mate van belang en de mate van invloed. De uitkomst hiervan is terug te vinden op figuur 15.

De belangrijkste spelers bij het benutten van het landschap om duurzaam toerisme te bevorderen, staan in de rechterbovenhoek van het schema. De belangrijkste partij is de Werkgroep Regiomarketing zelf, omdat deze het initiatief kan nemen voor verandering. Bij verandering, dient er rekening gehouden te worden met het beleid van de Gemeente Westerkwartier en de Provincie Groningen. Anderzijds kan de Werkgroep Regiomarketing profiteren van het opgestelde beleid, bijvoorbeeld in het kader van ondersteuning en het verkrijgen van subsidie. De Gebiedscoöperatie Westerkwartier is een belangrijke partij omdat deze initiatieven van de Werkgroep Regiomarketing kan ondersteunen met kennis en door partijen bij elkaar te brengen. Landschapsbeheer Groningen is een partij die veel connecties heeft, en heeft vaker nauw samengewerkt met overheden. Deze partij kan een grote rol spelen bij het beter leesbaar en beleefbaar maken van het landschap, het is vervolgens de taak van de Werkgroep Regiomarketing om dit uit te dragen aan de toeristen. De Ondernemersvereniging toerisme Westerkwartier is een belangrijke speler omdat er veel ondernemers bij de vereniging zijn aangesloten, die samen nieuwe initiatieven kunnen ondersteunen. Echter is de vereniging gericht op het Westerkwartier in het geheel en niet alleen op Middag-Humsterland. Daarom is het van belang om vanuit Middag-Humsterland steun en samenwerking te zoeken, zodat nieuwe initiatieven breed gedragen worden en Middag-Humsterland een prominentere rol krijgt in het gehele Westerkwartier.

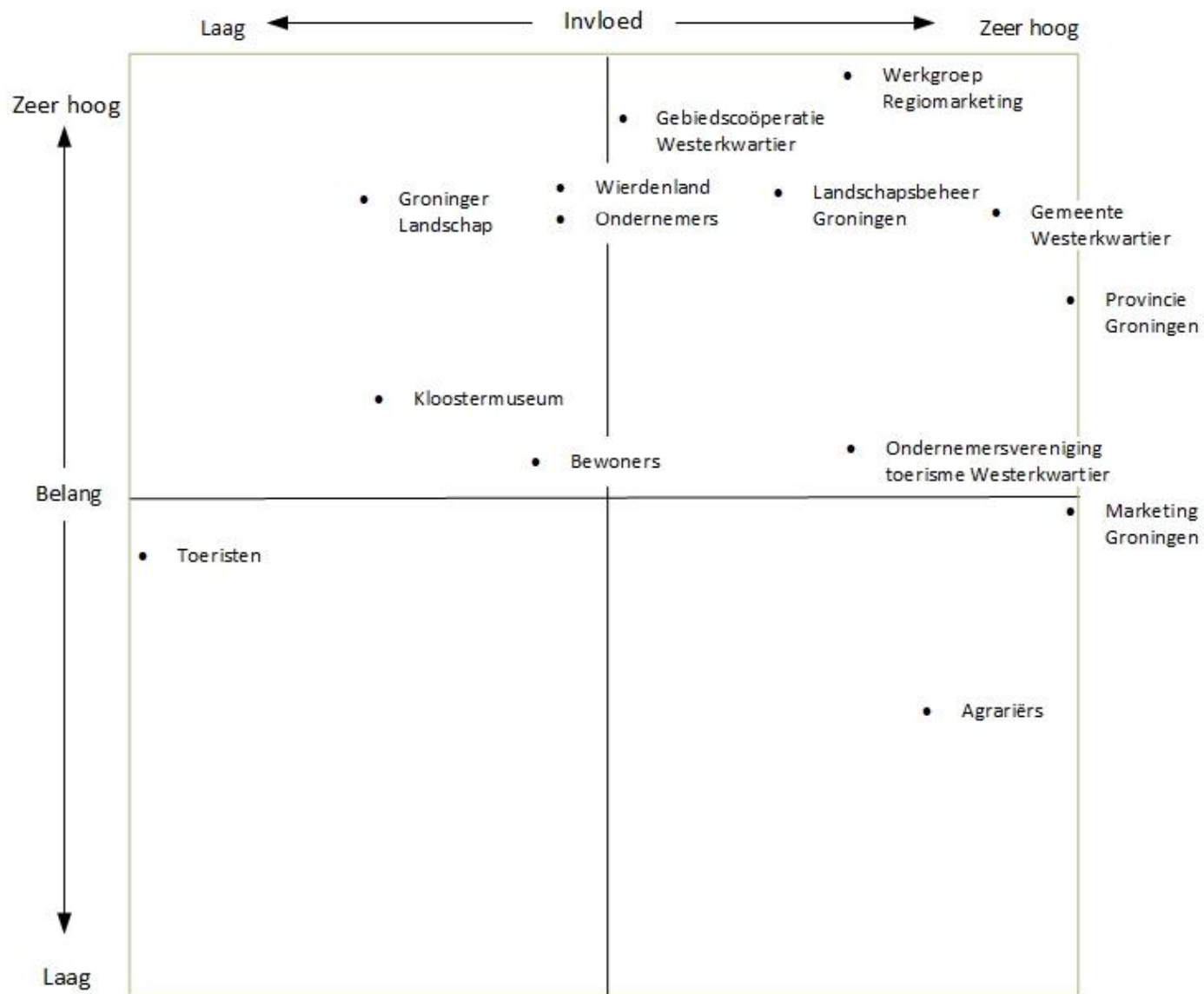
De stakeholders in de linker bovenhoek van het schema, zijn partijen die relatief veel belang hebben bij het benutten van het landschap om duurzaam toerisme te bevorderen, maar in mindere mate invloed hebben. Bij nieuwe initiatieven dient er rekening gehouden te worden met de belangen van deze partijen, daar komt bij dat deze partijen een bijdrage kunnen leveren door zich bij initiatieven aan te sluiten.

In de rechter benedenhoek staan de stakeholders die geïnformeerd moeten worden bij nieuwe initiatieven op het gebied van het benutten van het landschap om duurzaam toerisme te bevorderen. Agrariërs in Middag-Humsterland bezitten de meeste grond. Bij landschappelijke ingrepen dient er gekeken te worden hoe er samen met de agrariërs een wenselijke situatie gecreëerd kan worden. Marketing Groningen kan geïnformeerd worden om nieuwe activiteiten of andere initiatieven mee te laten nemen in de marketing campagne.

In de linker benedenhoek staat alleen de partij van toeristen die Middag-Humsterland bezoeken. Deze groep heeft weinig invloed op, en relatief minder belang bij het bevorderen van toerisme door het landschap van Middag-Humsterland te benutten. Deze groep kan bij nieuwe initiatieven slechts gemonitord worden, bijvoorbeeld door het afnemen van enquêtes zodat beter op de wensen van de toerist ingespeeld kan worden, maar hoeft niet betrokken te worden.

Door het in kaart brengen van de stakeholders is er een overzicht geschetst van welke partijen op welke manier betrokken kunnen worden bij het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen. Deze bevindingen kunnen input leveren aan het opstellen van uitgangspunten en aanbevelingen.

De stakeholderanalyse bevestigt dat de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland zelf de belangrijkste partij is voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen.



Figuur 15 Stakeholders



## 9 HET BENUTTEN VAN HET LANDSCHAP IN HET KADER VAN TOERISME

---

In dit hoofdstuk staan mogelijkheden beschreven voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van toerisme. Eerst staat beschreven hoe deze mogelijkheden voortkomen uit de kansen, bedreigingen, sterkten en zwakten voor het benutten van het landschap gericht op duurzaam toerisme in Middag-Humsterland.

### 9.1 KANSEN EN BEDREIGINGEN

Voor het bepalen van kansen en bedreigingen zijn er een aantal maatschappelijke trends en ontwikkelingen in kaart gebracht. Deze trends en ontwikkelingen hebben allen te maken met (duurzaam) toerisme en/of landschap en hebben invloed op Middag-Humsterland.

#### 9.1.1 Kans 1: Landschapsfestival 'Ode aan het Nederlandse Landschap 2021'

Met deze campagne wil het NBTC zorgen voor een positieve impuls met het landschap als uitgangspunt. Hierbij wordt zowel het binnen- als buitenland aangesproken om het landschap te komen beleven. Tijdens dit festival wordt er niet alleen aandacht gevraagd voor de schoonheid van het landschap, maar ook de kwetsbaarheid ervan.

De doelstellingen van het NBTC zijn hierbij als volgt:

- *Gezamenlijke promotie van het Nederlandse landschap*
- *Meer waardering voor het Nederlandse landschap in binnen- en buitenland door een andere blik op ons landschap*
- *Verbinden van tentoonstellingen, parken, organisaties en (kunst)projecten door heel Nederland*

- *Meer spreiding van (internationale) bezoekers over heel Nederland*
- *Creëren van trots voor het landschap bij de lokale bevolking*
- *Financiële impuls door toename van de economische bestedingen*
- *Meer internationale publiciteit en aandacht in de pers (Holland., zd)*

Het landschap in Nederland bestaat uit een grote diversiteit aan aanzichten, met een duidelijke interactie tussen water en land én tussen natuur en mens. Door de inventieve aanpak van deze interacties is het landschap gevormd tot in de huidige staat. De transitie van het landschap heeft door de eeuwen heen, vele kunstenaars geïnspireerd. Het Groninger landschap heeft op deze manier het kunstenaarscollectief De Ploeg geïnspireerd (Holland., zd). Dit kunstenaarscollectief is ontstaan in 1918. De werken en de achtergrond van de kunstenaars, lid van De Ploeg, verschilt sterk. Echter zijn er tijdens de gehele looptijd van het collectief, twee gezamenlijke thema's te onderscheiden, namelijk het portret en het landschap. Deze schilderijen zijn gemaakt in diverse stromingen (Os, zd). Er zijn veel schilderijen bekend of te vinden van het kunstenaarscollectief, ook gemaakt in of van Middag-Humsterland. Daarnaast heeft het collectief ook een tijd (tot 1990) haar 'hoofdkantoor' in de Allersmaborg gehad (Schregardus, 1999).

Tijdens het landschapsfestival is het doel om bezoekers op een andere manier naar het landschap te laten kijken. Hiervoor worden kunstwerken van diverse kunstenaars gebruikt, welke gebaseerd zijn op deze landschappen. In principe gaat men dan terug naar de basis, dus terug naar het landschap waar deze kunstwerken op zijn gebaseerd. Gedurende het festival kan de toerist op zoek naar de plaatsen waar de kunstwerken zijn gemaakt, met de vraag: *ziet het landschap er nog steeds zo uit?* Daarnaast kunnen overige activiteiten

zoals excursies, fotografielessen, schilderprogramma's, etc. worden georganiseerd. Om aan het landschapsfestival mee te doen, is het wel gewenst om dit aan te geven bij het NBTC. Echter mogen alleen musea (en andere culturele instellingen), kunstenaars, designers of ontwerpers, Nationale Parken, natuurorganisaties of steden en regio's met een vaste vorm van regiomarketing meedoen (Holland., zd).

#### *Mogelijke invloed op Middag-Humsterland*

Wanneer Middag-Humsterland aan het landschapsfestival zal deelnemen, wordt er verwacht dat er meer bezoekers naar het gebied komen. Eenzelfde soort festival is in 2017 gehouden en daarbij kwamen er veel extra bezoekers naar Nederland, welke veel geld besteedden. Daarnaast hebben veel journalisten geschreven over het festival, wat uitmondt in veel media-aandacht. Bovendien werd de toeristenstroom verdeeld over heel Nederland (Holland., zd). Dit zou voor Middag-Humsterland een positieve impuls zijn in de zin van regiomarketing, extra bezoekers gericht op het landschap en cultuurhistorie.

#### **9.1.2 Kans 2: Stijging toeristische cijfers Groningen**

In de provincie Groningen is het toerisme ten opzichte van 2017, in 2018 met 31% gegroeid. Hierbij is het aantal overnachtingen met 23,4% gestegen, waar het in heel Nederland maar 4,6% is gestegen. De besteding van de toerist is hierbij vrijwel gelijk gebleven aan dat van 2017 (Provincie Groningen, 2019b). De verwachting is dat het toeristische aanbod in de provincie Groningen blijft groeien, wat kan zorgen voor een groei in het inkomend toerisme. De prognose is dat het toerisme in Groningen met 50% is toegenomen in 2030. Daarnaast werkt goede regiomarketing via internet ook mee aan de toeristische groei. De provinciale webmarketeer Marketing Groningen merkt een groei van 29% aan unieke bezoekers. De

cultuuragenda van de provincie Groningen, de UIT agenda, merkt een groei van 44% ten opzichte van 2017 (Marketing Groningen, 2019b).

#### *Mogelijke invloed op Middag-Humsterland*

Met een stijging in de toeristische cijfers, zou dit nu of in de toekomst voor Middag-Humsterland een positieve impuls kunnen zijn. Hieraan zou online marketing een bijdrage kunnen leveren.

#### **9.1.3 Kans 3: Interesse in cultuur en erfgoed**

Uit onderzoek blijkt dat 80% van de bevolking (12 jaar en ouder) interesse heeft in erfgoed en geschiedenis. Onder erfgoed en geschiedenis wordt verstaan:

- Familie-, regionale of lokale geschiedenis
- Historische steden, dorpen of gebouwen
- Historische voorwerpen
- Oude gebruiken, tradities of ambachten

Van de 80% heeft 20% een sterke interesse in minstens een van de bovenstaande aspecten van erfgoed. Het erfgoed wordt via diverse kanalen gevonden en hieruit wordt veel informatie gehaald. Dit wordt geput uit zowel boeken, tijdschriften en kranten als radio, televisie en internet. De geïnteresseerde groep die via gedrukte media en omroep de informatie krijgen, is groter dan die via het internet. Een voorbeeld van de belangstelling blijkt ook uit de cijfers van de Open Monumentendag. De cijfers worden vanaf 1987 al gemonitord. Waar er in dat jaar nog ca. 375.000 bezoekers kwamen, was dit in 2014 ruim 1 miljoen (Sociaal en Cultureel Planbureau, 2015). Dit is een van de activiteiten waar Middag-Humsterland ook aan deelneemt, wat georganiseerd is door een stichting vanuit de gemeente Westerkwartier. De openmonumenten route loopt door delen van Middag-Humsterland (Stichting Open Monumentendag Gemeente Westerkwartier, 2019).

### *Mogelijke invloed op Middag-Humsterland*

Doordat er zo'n groot aandeel van de bevolking interesse heeft in cultuur en erfgoed en de open monumentendag, zou dit een mogelijke trekker kunnen zijn voor nieuwe bezoekers.

#### 9.1.4 Kans 4: Verduurzaming van de samenleving

Het thema duurzaamheid is niet meer weg te denken uit de samenleving. De opties om duurzamer bezig te zijn in het dagelijks leven worden steeds groter. Een voorbeeld is duurzame kleding of duurzaam geproduceerd voedsel. Deze keuzes zijn ook terug te vinden in de keuze voor een vakantie. Tegenwoordig zijn er steeds meer Nederlanders die kiezen voor een minder massale bestemming. Daarbij wordt gezocht naar unieke plekken, eventueel dicht bij huis. Bovendien wil men een zo klein mogelijke voetafdruk achterlaten bij de vakantiebestemming. Verschillende reistrends in 2019 laten zien dat de vakantieganger steeds meer nadenkt bij keuzes die men maakt (Stegge, 2019). De reistrends van 2019 zijn:

- Detourvakantie; ontwijking van de massa en overtoerisme en op zoek naar unieke plekken waar geen of weinig mensen komen. Door een rustige plek te zoeken om op vakantie te gaan wordt de beleving van de natuur, cultuur en de omgeving versterkt.
- Groepsreizen; hiermee gaan groepen gelijkgestemden op reis, zoals families, groepen vrienden, singles, mensen die houden van yoga.
- Cocon vakantie; een vakantie voor rust en ontspanning, waarbij men slaapt in een soort B&B, hometels. Het hotel is dan zo ingericht dat men als het ware thuiskomt.
- Doe goed-voel goed vakantie; dit is een vakantie, waarmee het negatieve van massale reizen wordt omgedraaid naar het positieve. Hierbij reist men af naar een bestemming en helpt

mee aan het reduceren van plastic afval in een beach clean-up.

- Fix Trip; om compleet uit de dagelijkse sleur te stappen, kan men op vakantie gaan om fysiek of mentaal een boost te krijgen. Voorbeelden zijn yogavakantie of een reis naar een bestemming met geen telefoonbereik.
- Microavontuur; dit zijn korte vakanties/avonturen dicht bij huis. Voorbeelden hiervan zijn roadtrips maken, kamperen en relaxen (Stegge, 2019).

Uit onderzoek is gebleken dat ook steeds meer reizigers rekening houden met duurzaamheid op de plaats van bestemming. Daarnaast maakt men liever de keuze voor een iets 'groenere' accommodatie. Bij aankomst in de accommodatie gebruikt het overgrote deel ondervraagde reizigers de airco of verwarming niet wanneer men niet in de kamer is, wordt de handdoek vaker dan een keer gebruikt en eet vaker lokaal geproduceerd voedsel. Bovendien houdt men rekening met de impact die het vervoer naar de vakantiebestemming heeft. Daar eenmaal aangekomen kiest de reiziger voor het openbaar vervoer, een fiets of gaat wandelend verder (One World, 2017).

### *Mogelijke invloed op Middag-Humsterland*

Doordat de reiziger op zoek is naar een kleinschaliger, duurzamer en rustiger alternatief, zou Middag-Humsterland een potentiële vakantiebestemming kunnen zijn. In Middag-Humsterland is er geen massa toerisme, zijn er veel kleinschalige accommodaties en voldoende activiteiten in de vorm van onder andere fiets- en wandelroutes. Met deze vorm van toerisme wordt indirect al rekening gehouden met duurzaamheid.

### 9.1.5 Bedreiging 1: Bereikbaarheid Middag-Humsterland

Zowel te fiets als met het openbaar vervoer vanuit Groningen, is Middag-Humsterland op beperkte manieren te bereiken. Zo werd er in 2018 de Paddepoelsterbrug aangevaren, waardoor de snelste en meest veilige fietsroute vanuit de stad Groningen richting Middag-Humsterland werd afgebroken. Tot op heden is er nog geen oplossing gevonden om de brug te vervangen. Hierdoor moeten fietsers 2 kilometer omfietsen tot de volgende brug (Nu.nl, 2018). Daarnaast rijden er 2 buslijnen door Middag Humsterland. Dit zijn de lijnen 35 en 36. Lijn 35 rijdt van Groningen hoofdstation naar Oldehove via Den Ham en Aduard. Deze bus rijdt van maandag t/m vrijdag 1x per uur, met uitzondering van de spitstijden, dan 2x per uur. Lijn 36 rijdt van Winsum naar Oldehove via Saaksum, Ezinge, Feerwerd en Garnwerd. Deze bus rijdt van maandag t/m vrijdag 1x per uur. De beide buslijnen zijn beschikbaar van half 7 in de ochtend tot ca. half 8 in de avond. De grote bus wordt vanaf half 8 ingewisseld voor een kleinere bus voor maximaal 8 personen (Qbuzz, 2018). De rest van Middag-Humsterland is niet bereikbaar met het openbaar vervoer.

#### *Mogelijke invloed op Middag-Humsterland*

De bereikbaarheid vanuit Groningen, zowel met de fiets als met het openbaar vervoer, zou een bedreiging kunnen zijn. Vanuit verschillende delen van Middag-Humsterland is het reizen met het openbaar vervoer niet mogelijk. Dit zou betekenen dat men eerst een stuk moet fietsen of moet afleggen met de auto. Doordat de buslijnen niet of nauwelijks op elkaar aansluiten is de wachttijd soms erg lang, tussen de 20-50 minuten (Wijngaarden, Beugeling, Bulthuis, Gols, & Bitter, 2018). Daarnaast is de verdeeldheid over een nieuwe Paddepoelsterbrug geen vooruitgang van de bereikbaarheid voor Middag-Humsterland. Eerst komt er een tijdelijke brug, welke hoog wordt gemaakt zodat het vaarverkeer er onderdoor kan. Dit betekent dat fietsers moeten afstappen en over de brug moeten met een trap.

Daarbij komt dat bijvoorbeeld scooters, scootmobielen en bakfietsen de brug niet kunnen passeren. Het is daarnaast echter niet duidelijk of er een nieuwe brug wordt aangelegd (Steinfort, 2019).

### 9.1.6 Bedreiging 2: Online bereikbaarheid en vindbaarheid Middag-Humsterland

In de provincie Groningen bestaan een groot aantal toeristische regio's. Allereerst stelt de provincie de gemeenten als regio's: Groningen, Westerkwartier, Hogeland, Eemsmond, Midden Groningen, Oldambt, Veenkoloniën en Westerwolde. Marketing Groningen heeft een andere indeling van regio's: Westerkwartier, Waddenland, Eemsdelta, Midden Groningen, Veenkoloniën en Westerwolde. De Recreatiegids Groningerland 2019 heeft als regio's: Westerkwartier, Lauwersland, Het Hogeland, Eemsdelta, Oost-Groningen, de Veenkoloniën en Westerwolde. Daarnaast zijn er nog een aantal toeristische regio's ingesteld door gemeenten: Lauwersland (gemeenten de Marne (is nu Hogeland), Dongeradeel, Kollumerland en Zuidhorn (is nu Westerkwartier)) en Waddenland (van voormalig gemeenten de Marne en Winsum). Bovendien zijn er nog het Nationaal Park Lauwersmeer en het Nationaal Landschap Middag-Humsterland, ingesteld door het Rijk. De Werkgroep Regiomarketing heeft aangegeven dat dit een van de problemen is waar men tegen aan loopt. Doordat het een wirwar is van verschillende benamingen, websites en partijen, mist het overzicht en daarbij de eenheid. Daarbij worden vaak afbeeldingen van plaatsen in Middag-Humsterland gebruikt, maar wordt het niet benoemd. Hierdoor krijgt het niet de aandacht die het verdient, volgens de werkgroep.

#### *Mogelijke invloed op Middag-Humsterland*

Omdat het gebied vaak wordt benoemd onder verschillende gebieden, is het overzicht kwijt waar Middag-Humsterland bij hoort.

Het hoort echter nergens ‘bij’, het is een apart gebied. Daarnaast wordt het ook niet apart benoemd op de Marketing Groningen website. Vaak valt het onder het Westerkwartier of Waddenland, wat niet wenselijk is. Doordat het geen aparte aandacht krijgt op diverse toeristisch- informatieve websites, kan het geen eigen naam creëren.

#### 9.1.7 Bedreiging 3: Negatief imago provincie Groningen bij potentiële bezoekers

Uit recent onderzoek is gebleken dat de provincie Groningen, bij de potentiële bezoeker, nog steeds onder een negatief imago bekend staat. De spontane associaties zoals: aardbevingen, boerenland en ver weg, tekenen nog steeds het beeld van de potentiële bezoekers. Deze associaties zijn te vergelijken met de onderzoeken die in 2011 en 2016 zijn voorgegaan. Een imago is een beeld wat gevormd wordt door bijvoorbeeld nieuwsberichten en sociale media. Een belangrijk ‘shocking event’ kunnen hierbij de aardbevingen door gaswinningen zijn in Groningen. Het beeld wat men hierbij heeft is lastig te beïnvloeden, dit verandert niet van de een op andere dag (Meinders, 2019).

##### *Mogelijke invloed op Middag-Humsterland*

Een slecht imago kan een bedreiging vormen voor de hele provincie Groningen en dus ook voor Middag-Humsterland. Doordat potentiële bezoekers een slecht beeld van de provincie hebben, zal er minder snel worden gekozen voor een vakantie in Groningen (Meinders, 2019).

#### 9.1.8 Bedreiging 4: Veranderingen in het landschap

Middag-Humsterland kenmerkt zich door een grote mate van openheid, kleinschaligheid en het kronkelige, eeuwenoude slotenpatroon. Dit zijn deels ook de kernkwaliteiten (opgesteld door provincie Groningen) waardoor het gebied zo uniek is. Deze

landschapsonderdelen worden beschermd en voor zo ver mogelijk behouden. Echter komt het steeds vaker voor dat er sloten worden gedempt. Dit komt ten goede van de landbouw, de agrariërs hebben namelijk meer baat bij grote percelen. Wanneer er wordt gesleuteld aan het slotenpatroon, verandert men ook het waterbergende vermogen van de percelen. Het waterschap heeft wel aangegeven de agrariërs tegemoet te willen komen met het verbreden van sloten, om zo de demping van sloten tegen te gaan. Daarnaast zijn er ‘vrij te dempen’ sloten aangewezen, welke gedempt worden, mits er een nieuwe sloot voor wordt gecompenseerd. Bij beide mogelijkheden wordt alsnog het landschap aangetast (Alma, 2007). Een andere landschappelijke aantasting is het plaatsen van windmolens door het gehele gebied. Waar de agrariërs de energie vanuit de windmolens nodig hebben voor het bedrijf, vinden andere bewoners het niet passend in het landschap. Verschillende discussies in het gebied hebben uitgemaakt dat er wel windmolens mogen komen, van het type EAZ. Er mogen echter niet meer dan twee windmolens komen. Daarnaast moeten ze geplaatst worden op het erf en niet in het open landschap (Been, 2017). Daarnaast ligt er nog een plan voor het ombouwen van de hoogspanningsmasten in het zuidoosten van Middag-Humsterland. Waar het nu nog relatief kleine masten zijn, komen er grotere en hogere masten voor terug. Er zijn plannen om de hoogspanning deels onder de grond te laten lopen, echter is dit een tijdrovende en dure klus. Hierdoor zou het hele project jaren vertraging oplopen, waardoor er wordt vastgehouden aan een bovengronds tracé. Een dergelijk tracé vraagt om compensatie voor de aantasting van het landschapsbeeld (Berg, 2017).

### *Mogelijke invloed op Middag-Humsterland*

Door de toekomstige aanpassingen in het landschap van Middag-Humsterland zou dit een bedreiging kunnen vormen. Het plaatsen van windmolens, het verbreden van sloten en het aanleggen van grotere en hogere hoogspanningsmasten zou een aantasting van het landschap kunnen betekenen.

## **9.2 STERKTEN EN ZWAKTEN**

Vanuit de waardering van beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland naar aantrekkelijkheid voor toeristen, is gekeken naar huidige sterkten en zwakten voor het benutten van het landschap in het kader van toerisme. In deze paragraaf zijn de gekozen sterkten en zwakten toegelicht.

### **9.2.1 Sterkte 1: Voor toeristen aantrekkelijke landschapsonderdelen**

De eerste sterkte voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van duurzaam toerisme, zijn de voor toeristen aantrekkelijke landschapsonderdelen in Middag-Humsterland. Deze landschapsonderdelen hebben de hoogste scores gehaald bij de waardering in hoofdstuk 5. Dit zijn de plekken die toeristen dus het meest zouden moeten aanspreken bij een bezoek aan Middag-Humsterland komen.

### **9.2.2 Sterkte 2: Eenheid van landschapsonderdelen**

Een tweede sterkte voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van duurzaam toerisme, is de eenheid tussen de beeldbepalende landschapsonderdelen. Een meerderheid van de beeldbepalende landschapsonderdelen past in het landschapsbeeld van Middag-Humsterland en vormt een eenheid met andere landschapsonderdelen; er is dus sprake van een

samenhang tussen landschapsonderdelen. Deze samenhang wordt versterkt door de grootschalige openheid tussen de landschapsonderdelen. Vooral rondom Niehove, in de buurt van de oude ringdijk en het noordelijke deel van de geul tussen Middag en Humsterland is er sprake van een sterke eenheid die wordt versterkt door de openheid. Daarnaast kent het landschap van Middag-Humsterland eenzelfde geschiedenis, die de dorpen en de landschapsonderdelen met elkaar verbindt.

### **9.2.3 Sterkte 3: Bereikbaarheid van landschapsonderdelen**

Een derde sterkte voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van duurzaam toerisme, is de bereikbaarheid van de beeldbepalende landschapsonderdelen. Een meerderheid van de beeldbepalende landschapsonderdelen is te bereiken via en waar te nemen vanaf de weg, fiets- of wandelpaden.

### **9.2.4 Sterkte 4: Kleinschaligheid van Middag-Humsterland**

Een vierde sterkte voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van duurzaam toerisme, is de kleinschaligheid van het landschap van Middag-Humsterland. Het landschap van Middag-Humsterland onderscheidt zich van het omliggende landschap door kleinschaligheid bestaande uit kleine percelen, het type bebouwing in de dorpskernen en de relatief kleine stallen in het landschap.

### **9.2.5 Zwakte 1: Gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen**

Een eerste zwakte voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van duurzaam toerisme, zijn de gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen. Er is in dit geval niet gekozen voor de niet aantrekkelijke landschapsonderdelen, omdat die minder mogelijkheden tot verbetering bieden. De gemiddeld aantrekkelijk landschapsonderdelen die geen huis- of boerderijwieren betreffen (dus geen privéterrein), bieden in de toekomst misschien wel

mogelijkheden tot verbetering. Dit geldt voor de wierde Feerwerd noord, de Wetsingersluisbrug, de wierde van Den Ham, de wierde van Oldehove en de oude geul tussen Middag en Humsterland.

### 9.2.6 Zwakte 2: Herkenbaarheid van landschapsonderdelen

Een tweede zwakte voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van duurzaam toerisme, is de herkenbaarheid van beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland. Voor een meerderheid van de beeldbepalende landschapsonderdelen geldt dat het voor toeristen niet te begrijpen is wat wordt waargenomen. De natuurlijke of cultuurhistorische genese van de landschapsonderdelen wordt niet overgebracht. Hierdoor gaat de belevingswaarde van het landschap achteruit.

### 9.2.7 Zwakte 3: Toegankelijkheid van landschapsonderdelen

Een derde zwakte voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van duurzaam toerisme, is de toegankelijkheid van beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland. Een meerderheid van de beeldbepalende landschapsonderdelen is niet te betreden en/of maakt geen deel uit van een wandel- of fietspad. Dit vermindert de belevingswaarde van beeldbepalende landschapsonderdelen die geen woonhuis of boerderij betreffen.

### 9.2.8 Zwakte 4: Chaos informatiebordjes

Een vierde zwakte voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland in het kader van duurzaam toerisme, is de chaos van informatiebordjes in Middag-Humsterland. Er bestaat geen eenheid betreft informatieborden in het landschap, nabij dorpen en bij landschapsonderdelen. De borden zijn steeds van andere partijen, soms niet goed onderhouden en bij veel beeldbepalende landschapsonderdelen afwezig. De informatie over het landschap van Middag-Humsterland is dus niet uniform aanwezig in het gebied.

## 9.3 SWOT-ANALYSE

Alle kansen, bedreigingen, sterkten en zwakten staan in tabel 6. De kansen en bedreigingen zijn extern, de sterkten en zwakten intern.

Tabel 6 Sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen

	Kansen	Bedreigingen
Extern	K1: Landschapsfestival 'Ode aan het Nederlandse Landschap 2021'	B1: Bereikbaarheid Middag-Humsterland
	K2: Stijging toeristische cijfers Groningen	B2: Online bereikbaarheid en vindbaarheid Middag-Humsterland
	K3: Interesse in cultuur en erfgoed	B3: Negatief imago provincie Groningen bij potentiële bezoekers
	K4: Verduurzaming van de samenleving	B4: Veranderingen in het landschap
	Sterkten	Zwakten
Intern	S1: : Voor toeristen aantrekkelijke landschapsonderdelen	Z1: Gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen
	S2: Eenheid van landschapsonderdelen	Z2: Herkenbaarheid van landschapsonderdelen
	S3: Bereikbaarheid van landschapsonderdelen	Z3: Toegankelijkheid van landschapsonderdelen
	S4: Kleinschaligheid van Middag-Humsterland	Z4: Chaos informatiebordjes

## 9.4 CONFRONTATIEMATRIX

De sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen zijn in tabel 7 met elkaar in verband gezet. De verbanden zijn aangegeven met plussen en minnen, de uitleg hiervan staat in figuur 16. In hoofdstuk 2.5 is de methodiek hierachter verteld.

Teken	Betekenis
++	Er is sprake van een positief verband, én dit verband draagt bij aan het bereiken van de doelstelling.*
+	Een kans of bedreiging heeft een positief verband met een sterkte of een zwakte.
--	Er is sprake van een negatief verband, én dit verband draagt bij aan het bereiken van de doelstelling.*
-	Een kans of bedreiging heeft een negatief verband met een sterkte of een zwakte

Figuur 16 Uitleg verbanden confrontatiematrix

			Extern							
			Landschaps-festival	Stijging toeristische cijfers	Interesse cultuur en erfgoed	Verduurzaming samenleving	Bereikbaarheid Middag-Humsterland	Online bereikbaarheid vindbaarheid	Negatief imago	Veranderingen in het landschap
			K1	K2	K3	K4	B1	B2	B3	B4
Intern	Aantrekkelijke landschapsonderdelen	S1	++	+	++			--	++	-
	Eenheid	S2	+		+			-	+	--
	Bereikbaarheid	S3	+				--			
	Kleinschaligheid	S4		++		++		-	+	-
	Gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen	Z1	+	+	+				++	
	Herkenbaarheid	Z2	+		++				+	
	Toegankelijkheid	Z3	+		+				+	
	Chaos informatiebordjes	Z4			++				+	

Tabel 7 Confrontatiematrix benutten van het landschap in het kader van duurzaam toerisme



## 9.5 UITWERKING CONFRONTATIEMATRIX

In deze paragraaf zijn de belangrijkste verbanden die zijn voortgekomen uit de confrontatiematrix opgenomen en uitgelegd en uitgewerkt. De uitleg per verband staat opgenomen in tabel 8.

Tabel 8 Uitwerking confrontatiematrix

Verband	Uitleg	Strategie
<b>S1 K1</b> ++	De aantrekkelijke landschapsonderdelen in Middag-Humsterland kunnen worden ingezet om deel te nemen aan het Landschapsfestival 'Ode aan het landschap'.	Groeien
<b>S1 K3</b> ++	De aantrekkelijke landschapsonderdelen in Middag-Humsterland kunnen worden ingezet om in te spelen op de grote interesse in cultuur in erfgoed, doordat hiermee toeristen aangetrokken kunnen worden.	Groeien
<b>S1 B2</b> --	De aantrekkelijke landschapsonderdelen van Middag-Humsterland kunnen minder goed benut worden om toeristen te trekken, als deze online niet bereikbaar en vindbaar zijn.	Verdedigen
<b>S1 B3</b> ++	De aantrekkelijke landschapsonderdelen van Middag-Humsterland kunnen worden gebruikt om het negatieve imago van de Provincie Groningen voor toeristen, juist positiever te maken.	Verdedigen
<b>S2 B4</b> --	De eenheid van de landschapsonderdelen in Middag-Humsterland wordt als eerste aangetast bij veranderingen in het landschap, omdat dit vaak zorgt voor meer verstedelijking, verstoring en horizonvervuiling.	Verdedigen
<b>S3 B1</b> --	De bereikbaarheid van de landschapsonderdelen in Middag-Humsterland kan niet worden benut, als Middag-Humsterland niet goed bereikbaar is voor toeristen.	Verdedigen
<b>S4 K2</b> ++	De kleinschaligheid van Middag-Humsterland kan worden ingezet om in te spelen op de stijging van de toeristische cijfers van Groningen, omdat de kleinschaligheid van Middag-Humsterland het gebied onderscheidt van andere gebieden in Groningen. Hiermee kunnen toeristen naar het gebied worden getrokken.	Groeien
<b>S4 K4</b> ++	De kleinschaligheid van Middag-Humsterland kan worden ingezet om in te spelen op de verduurzaming van de samenleving, omdat de toeristen steeds vaker kiezen voor een kleinschalige vakantiebestemming.	Groeien
<b>Z1 B3</b> ++	De gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen van Middag-Humsterland verhinderen het afweren van het negatieve imago van de Provincie Groningen, omdat deze landschapsonderdelen in de huidige staat niet bij kunnen dragen aan een positief imago.	Terugtrekken of ombuigen
<b>Z2 K3</b> ++	De zwakke herkenbaarheid van landschapsonderdelen in Middag-Humsterland verhindert het inspelen op de grote interesse in cultuur en erfgoed, omdat voor een meerderheid van de landschapsonderdelen geldt dat de cultuurhistorie minder goed te beleven is.	Verbeteren
<b>Z4 K3</b> ++	De chaos van informatiebordjes verhindert het inspelen op de grote interesse in cultuur en erfgoed, omdat informatie over het landschap en de cultuurhistorie van Middag-Humsterland nu niet, of niet uniform wordt overgebracht op toeristen. Dit maakt het landschap minder interessant voor toeristen, zeker als deze juist geïnteresseerd zijn in erfgoed en cultuur.	Verbeteren

Vanuit de confrontatiematrix blijkt dat de meeste sterkten en zwakten confronteren met de kans 'grote interesse in cultuur en erfgoed' en de bedreiging 'Negatief imago provincie Groningen bij potentiële bezoekers'. Mogelijkheden die aansluiten bij de deze kans en bedreiging dragen dus het meest bij aan het bereiken van de doelstelling. Op basis hiervan zijn vier mogelijkheden naar voren gekomen om het landschap te benutten in het kader van duurzaam toerisme.

De eerste mogelijkheid is de aantrekkelijke beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland gebruiken om toeristen met interesse in cultuur en erfgoed naar Middag-Humsterland te trekken.

De tweede mogelijkheid is het verbeteren van de herkenbaarheid van beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland door de chaos van informatiebordjes te verbeteren, en op deze manier de belevingswaarde van het landschap van Middag-Humsterland te vergroten. Dit kan het landschap aantrekkelijker maken voor toeristen met interesse in cultuur en erfgoed.

De derde mogelijkheid is het gebruiken van de aantrekkelijke landschapsonderdelen om een positief imago te creëren voor Middag-Humsterland.

De vierde mogelijkheid is het bij laten dragen van de gemiddeld aantrekkelijke beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland aan het creëren van een positief imago voor Middag-Humsterland.

Deze vier mogelijkheden zijn meegenomen bij het vormen van uitgangspunten.

## 10 DISCUSSIE

---

Gedurende het onderzoek, samen met de gehanteerde methoden om tot het resultaat te komen, zijn er in het traject punten van discussie naar voren gekomen. Deze discussiepunten stellen de beperkingen uiteen in een reflectie op de methoden en bijbehorende resultaten.

### Waardering van de landschapsonderdelen

De waardering van de landschapsonderdelen is gedaan voor toeristen en niet door toeristen. In het veld werd er een beoordeling gegeven aan onder andere de zichtbaarheid en herkenbaarheid van het landschapsonderdeel. Dit zijn echter geen termen die voor een toerist tot de verbeelding zouden spreken. Daarnaast kan het zo zijn dat er in het gebied iets als goed herkenbaar is gewaardeerd, maar een toerist dit anders zou kunnen ervaren. Daarmee wordt bedoeld dat een landschapsonderdeel met een geoefend oog een andere waardering zou kunnen krijgen, als met een onge oefend oog. Als achtergrondinformatie is daarnaast het ontstaan van het gebied bekend, wat de herkenbaarheid van verschillende landschapsonderdelen wellicht vergroot. Mocht de waardering uitgevoerd worden door iemand vanuit bijvoorbeeld de doelgroep 'Geïnteresseerd Nederland', dan bestaat er een kans dat de resultaten anders zijn. Daarnaast is het discutabel dat de waarderingscriteria zijn opgesteld door middel van literatuurstudie. Hierbij was het waardevol geweest om toeristen in het onderzoeksgebied te bevragen over welke kenmerken van een landschap men mooi vindt. Dit had door middel van een enquête uitgevoerd kunnen worden, om een beter beeld te krijgen van wat een toerist aantrekkelijk vindt aan een landschap. Om deze redenen zouden de resultaten betrouwbaarder zijn geweest als, naast de

opgestelde waardering vanuit de literatuur, ook een waardering was uitgevoerd aan de hand van enquêtes aan toeristen. De resultaten van de waardering kunnen nu gezien worden als een waarschijnlijke aantrekkelijkheid, geverifieerd aan de hand van literatuur.

### Interviews met en onderzoek naar referentiegebieden

Om een indruk te krijgen van hoe andere gebieden hun landschap benutten om (duurzaam) toerisme te bevorderen, was het nuttig om te hebben gesproken met een referentiegebied. In eerste instantie stond er geen tweede gesprek gepland met een ander gebied, maar na het eerste interview werd geconstateerd dat het toch wel nuttig zou zijn. Hierom werd er contact gezocht met een andere partij, echter het antwoord was niet zoals gehoopt. Hierdoor zijn er minder gesprekken gevoerd dan gewild. Daarnaast was dit wellicht een interessant gesprek geweest met een belangrijke speler (Marketing Groningen) welke door reorganisatie tijdelijk geen beschikbare tijd had. Hierna is er geen contact meer gezocht met een andere partij. Dit kan ervoor zorgen dat niet alle manieren zijn gevonden om duurzaam toerisme te bevorderen. De verloren informatie is nu opgevangen met literatuur. In dit deel van het onderzoek was het echter beter geweest om er alsnog voor te zorgen dat een gesprek in werd gepland. Bij geen antwoord is een tweede keer benaderen wellicht een waardevolle stap om in de toekomst te zetten.

### Confrontatiematrix

De confrontatiematrix is uitgevoerd door twee personen. Hiervoor geldt dat wanneer de matrix met meerdere mensen wordt ingevuld er wellicht een ander resultaat uit kan komen. Omdat er geen andere partijen bij betrokken zijn, net zoals bij de SWOT-analyse, is er bevooroordeeld te werk gegaan aan de confrontatiematrix. Wanneer er meerdere mensen aan hadden gewerkt, met kennis over het gebied of het vraagstuk, waren er de verbanden mogelijk anders

geweest. De waardering van de verbanden had dan ook kunnen verschillen. Dit kan uitmonden in andere uitgangspunten voor het benutten van het landschap in het kader van duurzaam toerisme. Daarnaast hebben de opgestelde mogelijkheden minder draagvlak, omdat ze niet zijn opgesteld in samenwerking met betrokken partijen. Daarom is voor toekomstig onderzoek aan te raden om de confrontatiematrix in te vullen in samenwerking met betrokkenen en experts.

#### Data verzamelen voor ArcGis

Voor het opstellen van divers kaartmateriaal werd er meerdere malen gebruik gemaakt van data van de Provincie Groningen. Echter niet alle data functioneerde op de juiste manier of kon juist geïnterpreteerd worden. De data online versie van ArcGis kon deze data echter wel inladen. Hierdoor werd op sommige momenten geen gebruik gemaakt van gedownloade data, maar van de onlineversie ervan. Dit heeft ervoor gezorgd dat niet al het kaartmateriaal in dezelfde format in het rapport is opgenomen.

#### Inventarisatie van het beleid

Het onderzoek is tijdgebonden en op dit moment is er geen beleid geschreven door de Gemeente Westerkwartier. Hierdoor kan het zijn dat tegen de tijd dat de werkgroep een van de uitgangspunten gaat uitvoeren, er wel beleid is. Dit kan zowel in het voordeel als het nadeel van de werkgroep en de uitwerking van de uitgangspunten werken. Daarnaast is het ook niet duidelijk welke rol de Gemeente Westerkwartier zal innemen, en is het misschien nuttig om te bestuderen hoe andere gemeenten dat doen.

#### Stakeholderanalyse

In het kader van de inventarisatie van de stakeholders, zijn deze op basis van de kenmerken van de partij (hebben ze iets te maken met

landschap of toerisme?) geïnventariseerd. De inventarisatie is breed opgezet en daarom zou het voor kunnen komen dat sommige partijen niks te maken hebben met Middag-Humsterland. Hierbij kan het voorkomen dat de partij geen enkel belang heeft of veel minder invloed heeft op het benutten van het landschap in het kader van duurzaam toerisme dan dat er eerst werd verwacht. De actorenanalyse geeft hierdoor slechts een inschatting en een overzicht, maar harde feiten ontbreken. Hierdoor is het van belang dat er een volgende keer, contact met partijen wordt gezocht voor het verklaren van hun standpunten tegenover verschillende onderwerpen. Hiermee kan de positie op basis van feiten worden gebaseerd.

## 11 CONCLUSIE

---

In voorgaande hoofdstukken is onderzocht hoe het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland benut kan worden door de Werkgroep Regiomarketing om duurzaam toerisme te bevorderen. De vraag die hieraan verbonden was, luidt als volgt:

*Met welke uitgangspunten kan de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland het landschap van Nationaal Landschap Middag-Humsterland benutten om duurzaam toerisme te bevorderen?*

Het doel hierbij is om de Werkgroep Regiomarketing te adviseren over uitgangspunten voor het benutten van het landschap ter bevordering van duurzaam toerisme. Duurzaam toerisme is hierbij verblijf van bezoekers in Middag-Humsterland voor meer dan 24 uur, om redenen van vrijetijdsbesteding, zaken en andere doeleinden die niet zijn verbonden met het uitoefenen van activiteiten die worden beloond vanuit de plaats die wordt bezocht. Hierbij mag het landschap en de cultuurhistorie niet worden aangetast, en mag de leefbaarheid in het gebied niet geschaad worden.

Ter beantwoording van de hoofdvraag zijn vier uitgangspunten opgesteld. Deze uitgangspunten zijn voortgekomen uit de beantwoording van de deelvragen. Eerst zijn de conclusies van de deelvragen beschreven in. De uitgangspunten staan in paragraaf 11.2.

### 11.1 CONCLUSIES DEELVRAGEN

De eerste deelvraag luidt: *‘Welke landschapsonderdelen in Nationaal Landschap Middag-Humsterland zijn aantrekkelijk voor toeristen?’*.

Om deze deelvraag te beantwoorden zijn de voor toeristen aantrekkelijke landschapsonderdelen gewaardeerd. De voor toeristen aantrekkelijke landschapsonderdelen in Middag-Humsterland zijn:

- De wierde van Ezinge
- De wierde van Garnwerd
- De wierde van Oostum
- De wierde van Fransum
- De wierde van Saaksum
- De wierde van Niehove
- De Allersmaborg
- De Piloersemaaborg met wierde
- De Aduarderzijen
- Delen van de oude ringdijk
- Delen van de oude geul tussen Middag en Humsterland

De wierde van Oostum, de wierde van Fransum en de wierde van Garnwerd zijn aantrekkelijke landschapsonderdelen met duidelijke verbeterpunten. De sterke punten van de landschapsonderdelen in het algemeen zijn de eenheid en de bereikbaarheid. Daarnaast zorgt de kleinschaligheid van het landschap van Middag-Humsterland voor een onderscheid met het omliggende landschap buiten het gebied.

Tevens zijn landschapsonderdelen gewaardeerd als gemiddeld aantrekkelijk voor toeristen. Doordat veel van deze landschapsonderdelen huis- of boerderijwierden betreffen, zijn deze landschapsonderdelen vaak niet toegankelijk. Gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdelen die geen huis- of boerderijwierde betreffen, zijn de wierde Feerwerd noord, de Wetsingersluisbrug, de wierde van Den Ham, de wierde van Oldehove en de oude geul tussen Middag en Humsterland.

De tweede deelvraag luidt: *‘Wat is de huidige situatie betreffende duurzaam toerisme in Nationaal Landschap Middag-Humsterland?’*. Om deze vraag te beantwoorden zijn de bestaande toeristisch-recreatieve ondernemingen, bezienswaardigheden en activiteiten in Middag-Humsterland geïnventariseerd.

Hieruit blijkt dat de meeste toeristische faciliteiten in Garnwerd gesitueerd zijn. Hier is echter geen toeristisch informatiepunt aanwezig. Door Garnwerd, Oldehove en Lammerburen loopt ook een lange afstandsfietsroute. Langs Garnwerd loopt het Pieterpad, die ook langs Oostum loopt. Daarnaast ligt door Middag-Humsterland een fiets- en wandelknooppuntennetwerk. Garnwerd, Aduarderzijl, Niehove, Ezinge en Oldehove zijn knooppunten, waar meerdere routes samen komen. Bij Aduarderzijl is het mogelijk om met het Reitdiepveer over te steken naar routes in het Waddenland.

De derde deelvraag luidt: *‘Op welke manieren kan duurzaam toerisme bevorderd worden?’*. Het bevorderen van duurzaam toerisme kan gerealiseerd worden door het opzetten van een succesvolle regiomarketing.

Hierbij is het per gebied verschillend hoe regiomarketing kan worden ingezet. In het algemeen gaat het erom dat er sturende factoren/kernwaarden van het gebied worden vermarkt. Daarna is het van belang een doel te stellen wat men wenst te bereiken met regiomarketing. Indien dit doel is gesteld kan er een doelgroep worden gekozen en activiteiten worden uitgestippeld.

Daarnaast heeft het betekenis om de regiomarketing allereerst integraal aan te pakken. Hierdoor ontstaat een grotere kans om het imago van de stad of regio te versterken. Daarnaast is het van belang om eigen inwoners enthousiast te maken. Een toeristische campagne werkt pas goed als de boodschap erachter goed wordt ‘herkend en erkend’ vanuit de bewoners.

Daarnaast is in het kader van deelvraag één, twee en drie gekeken naar het beleid voor Middag-Humsterland op het gebied van landschap en toerisme. De belangrijkste zaken vanuit het beleid zijn als volgt.

Ten eerste wil de Provincie Groningen graag dat initiatieven vanuit de samenleving worden opgezet. Voor initiatieven omtrent versterking van landschap in combinatie met toerisme kan subsidie worden verleend. Een andere manier waarop budget vrij kan komen voor het versterken van het landschap, is via compensatieregelingen.

Daarnaast wil de Provincie Groningen een sterke koppeling maken van toerisme aan natuur, cultuur en landschap. Daarbij ziet de Provincie Groningen de marketing van het toeristisch aanbod als haar verantwoordelijkheid. Op lokaal niveau zijn de gemeenten, regionale promotieorganisaties en ondernemers verantwoordelijk voor het goed ontvangen van bezoekers en een goede informatievoorziening. De Provincie Groningen wil tot slot thematische routes opstellen, in samenwerking met lokale ondernemers.

Tevens zijn stakeholders voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen, in kaart gebracht. In de uitgangspunten zijn stakeholders meegenomen, en op welke wijze deze betrokken kunnen worden.

De vierde deelvraag luidt: *‘Wat zijn mogelijkheden voor het benutten van het landschap van Nationaal landschap Middag-Humsterland gericht op duurzaam toerisme?’*

Vanuit de resultaten zijn vier mogelijkheden naar voren gekomen om het landschap van Middag-Humsterland te benutten in het kader van duurzaam toerisme. De antwoorden op deelvraag één, twee en drie gekoppeld aan de vier mogelijkheden. De verbanden die hierbij gelegd zijn, staan per mogelijkheid beschreven.

De eerste mogelijkheid is de aantrekkelijke beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland gebruiken om toeristen met interesse in cultuur en erfgoed naar Middag-Humsterland te trekken. Het aantrekken van toeristen behoort tot regiomarketing. Toeristen met een interesse in cultuur en erfgoed kunnen worden aangetrokken door op deze doelgroep gerichte activiteiten te ontwikkelen. Wandelen en fietsen zijn voorbeelden van activiteiten. De Provincie Groningen ondersteunt de ontwikkeling van themaroutes, en wil een koppeling van toerisme aan cultuur en landschap.

De tweede mogelijkheid is het verbeteren van de herkenbaarheid van beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland door de chaos van informatiebordjes te verbeteren, en op deze manier de belevingswaarde van het landschap van Middag-Humsterland te vergroten. Dit kan het landschap aantrekkelijker maken voor toeristen met interesse in cultuur en erfgoed. Aantrekkelijke landschapsonderdelen met een beperkte herkenbaarheid zijn de wierde van Fransum en de wierde van Garnwerd. Hier zouden informatiebordjes dus kunnen helpen bij het verbeteren van de herkenbaarheid van de landschapsonderdelen. Het geven van meer informatie aan toeristen in Garnwerd, wordt verder ondersteund door het feit dat er geen informatiepunt in Garnwerd aanwezig is. Dit terwijl in Garnwerd de meeste toeristische faciliteiten zijn en Garnwerd een belangrijk knooppunt is bij fiets- en wandelroutes.

De derde mogelijkheid is het gebruiken van de aantrekkelijke landschapsonderdelen om een positief imago te creëren voor Middag-Humsterland. Het creëren van een goed imago behoort tot regiomarketing. Door het opstellen van kernwaarden in het landschap kan regiomarketing worden uitgedragen. Een hooggewaardeerd onderdeel van het landschap is de openheid, welke voortkomt vanuit de eenheid van het landschap. De

grootschalige openheid van het landschap, kan daarom worden ingezet als kernwaarde.

De vierde mogelijkheid is het bij laten dragen van de gemiddeld aantrekkelijke beeldbepalende landschapsonderdelen in Middag-Humsterland aan het creëren van een positief imago voor Middag-Humsterland. Het creëren van een goed imago behoort tot regiomarketing.

Door de wierde van Den Ham zichtbaarder en beter bereikbaar te maken voor de toerist, kan het bijdragen aan een positiever imago. De gemiddelde waardering van dit landschapsonderdeel is niet beïnvloed door externe factoren, wat ervoor zorgt dat enkel de zichtbaarheid en de bereikbaarheid van de wierde versterkt moet worden. De bereikbaarheid wordt versterkt door het verleggen van de fietsroutes rondom Den Ham, zodat de fietsers ook langs de wierde komen. De zichtbaarheid van de wierde kan worden versterkt door het aanpakken van beplanting, waarbij de hoge bomen gesnoeid worden om de zichtbaarheid ten goede te komen. Wanneer deze stappen zijn doorlopen zou de wierde als aantrekkelijk kunnen worden gewaardeerd.

## 11.2 UITGANGSPUNTEN

De verbanden die gelegd zijn tussen de mogelijkheden voor het benutten van het landschap in het kader van duurzaam toerisme en de antwoorden op deelvraag één, twee en drie, hebben geleid tot vier uitgangspunten. Het advies aan de Werkgroep Regiomarketing Middag-Humsterland luidt om deze uitgangspunten uit te werken bij toekomstige regiomarketing, om zo het landschap van Middag-Humsterland bij te laten dragen aan het creëren van een positief imago voor het Nationale Landschap. Hierbij zijn de uitgangspunten startpunten waaraan de werkgroep op eigen initiatief kan gaan werken.

Het landschap benutten bij regiomarketing kan op twee manieren. Ten eerste kunnen landschapsonderdelen worden ingezet bij promotie, ten tweede is het de taak van de werkgroep om de beleving van het landschap voor de toerist zo optimaal mogelijk te maken. Vanuit deze gedachte zijn de uitgangspunten opgesteld.

#### 11.2.1 Uitgangspunt 1: Routes ontwikkelen

Het eerste uitgangspunt is het ontwikkelen van themaroutes die toeristen langs de aantrekkelijke landschapsonderdelen leiden. Daarnaast kan in de routes een koppeling gemaakt worden tussen cultuur en landschap, door de thema's aan te laten sluiten op de cultuurhistorische genese van het landschap van Middag-Humsterland.

Belangrijke partijen om te betrekken bij het ontwikkelen van deze routes zijn de Provincie Groningen, Marketing Groningen, en recreatief-toeristische ondernemers.

- De recreatief-toeristisch ondernemers worden in de thema routes aangesloten om als pleisterplaats te fungeren.
- De Provincie Groningen kan worden betrokken, door de ideeën voor thema routes aan deze partij kenbaar te maken. Het is mogelijk dat de Provincie besluit ondersteuning te bieden bij het ontwikkelen van de routes.
- Marketing Groningen kan de route opnemen op de provinciale regiomarketingwebsite. Dit biedt mogelijkheid voor meer toeristen die de route afleggen

Bij nieuwe initiatieven dient er rekening gehouden te worden met de belangen van de volgende partijen. Deze partijen hebben belang om te worden opgenomen bij de themaroutes, omdat zo het bezoekersaantal kan worden vergroot. Daarnaast kunnen ze ook een

bijdrage leveren aan de themaroutes door inhoudelijke informatie te leveren.

- Museum Wierdenland, door de kennis over het landschap en de historie, is dit een geschikte plek om op te nemen in de route.
- Kloostermuseum Aduard, door de kennis over het landschap en de historie van het klooster, is dit een geschikte plek om op te nemen in de route.

#### 11.2.2 Uitgangspunt 2: Verbeteren herkenbaarheid

Het tweede uitgangspunt betreft het verbeteren van de herkenbaarheid van de wierde van Fransum en de wierde van Garnwerd. Dit maakt de landschapsonderdelen aantrekkelijker voor toeristen met interesse in cultuur en erfgoed.

Bij de wierde van Fransum loopt een fietspad langs de wierde. Het plaatsen van een informatiebord op de kruising van het fietspad en de weg die de wierde oploopt, maakt fietsers meer bewust van het feit dat de wierde betreden kan worden. Daarnaast is het dan duidelijker dat er langs een landschapsonderdeel gefietst wordt met cultuurhistorische waarde. In navolging daarvan is het aan te raden om een informatiebord te plaatsen op de wierde, of een informatiepunt over het landschap te maken in de kerk op de wierde. De inhoud van dit informatiebord kan hierbij gericht worden op het oude Aduarderdiep, waarvan het microreliëf rondom de wierde zichtbaar is. De informatie kan dit microreliëf leesbaar maken voor toeristen. Dit komt de eenheid van het landschap ook ten goede.

De wierde van Garnwerd blijkt vanuit de conclusie een geschikte locatie voor het realiseren van een informatiepunt over het landschap. De informatie kan de herkenbaarheid van de wierde zelf ook vergroten.



Bij het plaatsen van informatieborden en het realiseren van een informatiepunt is het aanbevolen om de volgende belangrijke partijen te betrekken:

- De Provincie Groningen, om te peilen of de initiatieven (financieel) ondersteund kunnen worden.
- De Gemeente Westerkwartier, omdat die een rol kan spelen bij het plaatsen van borden.
- De Gebiedscoöperatie Westerkwartier, omdat deze kan faciliteren bij het contact met de overheden. Het kennisnetwerk biedt daarnaast een kans voor het toevoegen van inhoudelijke kennis voor het informatiepunt.

Daarnaast kan Museum Wierdenland bijdragen door inhoudelijke kennis te leveren.

### 11.2.3 Uitgangspunt 3: Inzetten van landschapsonderdelen voor het creëren van een positief imago

Het derde uitgangspunt is het inzetten van de grootschalige openheid om een positief imago te creëren voor Middag-Humsterland door middel van regiomarketing. De openheid kan een kernwaarde voor Middag-Humsterland worden.

De aantrekkelijke landschapsonderdelen Middag-Humsterland kunnen aansluiten bij de regiomarketing, door deze uit te lichten in promotiemateriaal.

Bij het uitvoeren van regiomarketing, is het van belang om hulp in te schakelen van Marketing Groningen en Gemeente Westerkwartier.

- De Gemeente Westerkwartier is benodigd, omdat deze partij ook belang heeft bij een sterk toeristisch Middag-Humsterland. In samenwerking met de gemeente is het

mogelijk om promotiemateriaal op te stellen over Middag-Humsterland.

- Marketing Groningen is een belangrijke speler omdat deze partij Middag-Humsterland kan opnemen in het toeristische aanbod op de provinciale marketingwebsite. Daarnaast kan deze partij ervoor zorgen dat het promotiemateriaal verspreid wordt over VVV kantoren in de Provincie Groningen.

### 11.2.4 Uitgangspunt 4: Versterken wierde Den Ham

Het vierde uitgangspunt is het versterken van de wierde van Den Ham, zodat dit gemiddeld aantrekkelijke landschapsonderdeel aantrekkelijk wordt voor toeristen. Dit landschapsonderdeel kan dan samen met andere aantrekkelijke landschapsonderdelen worden opgenomen in promotiemateriaal, om zo bij te dragen aan het creëren van een positief imago van het gebied.

Door de beplanting aan te pakken en de wierde van Den Ham op te nemen in routes, kan de wierde van Den Ham aantrekkelijk worden door de versterking van zichtbaarheid en bereikbaarheid. Om deze maatregelen in werk te stellen, is het van belang om samen te werken met verschillende partijen.

- Door de Provincie Groningen te betrekken, kunnen de ideeën worden overgedragen. Het is mogelijk dat de Provincie besluit ondersteuning te bieden bij het versterken van de zichtbaarheid en bereikbaarheid van de wierde in Den Ham.
- De Gemeente Westerkwartier heeft baat bij een positief imago voor Middag-Humsterland. Hierdoor is het mogelijk dat de Gemeente Westerkwartier een bijdrage zou willen leveren aan het opstellen van promotiemateriaal.

- Om de zichtbaarheid te bevorderen, is het benodigd om Landschapsbeheer Groningen erbij te betrekken. Landschapsbeheer staat voor een sterk landschap en doet het beheer hiervan. Daardoor zou in samenwerking met deze partij de beplanting kunnen worden aangepakt.

## 12 AANBEVELINGEN

---

Een aantal punten van aandacht zijn opgenomen in dit hoofdstuk. De aanbevelingen beantwoorden de hoofdvraag niet, maar kunnen wel een nuttige input vormen voor de Werkgroep Regiomarketing.

**Vaststellen van een doel voor de regiomarketing van Middag-Humsterland.** Voor het vermarkten van de regio is een doel benodigd waarin is opgenomen wat men wenst te behalen met regiomarketing. Hierbij is van belang dat er een plan voor de marketing wordt opgesteld. Het is hierbij een goede ontwikkeling voor de Werkgroep Regiomarketing om dit uit te voeren in samenwerking met studenten met een marketing achtergrond.

**Sturende factoren/kernwaarden vaststellen voor regiomarketing van Middag-Humsterland.** Het gebied Middag-Humsterland is een eenheid vanwege de gedeelde landschappelijke en cultuurhistorische geschiedenis. Het is daarom een mogelijkheid om dit te benadrukken bij de regiomarketing van het gebied. Voor de sturende factoren/kernwaarden kan daarom gekozen worden voor aspecten die betrekking hebben op het landschap en de cultuurhistorie van Middag-Humsterland. Een voorbeeld hiervan uit de conclusie is om de openheid, kleinschaligheid en de eenheid van het landschap uit te dragen. Het is een taak voor de Werkgroep Regiomarketing om dit tot uitvoering te brengen.

**Samenwerking met externe partijen versterken.** Voor het benutten van het landschap van Middag-Humsterland om duurzaam toerisme te bevorderen is een samenwerkingsverband vanuit de Werkgroep Regiomarketing, met externe partijen essentieel. Allereerst is het van belang om samen te werken met Marketing Groningen, zodat deze partij de sturende factoren of kernwaarden van Middag-Humsterland kan vermarkten. Daarnaast kunnen de aantrekkelijke

landschapsonderdelen worden uitgelicht in het promotiemateriaal. Door het versterken van deze samenwerking is het mogelijk dat Middag-Humsterland meer naamsbekendheid genereert en dat dit leidt tot een bevordering van duurzaam toerisme.

**Inspelen op het beleid van de Provincie Groningen.** Om initiatieven voor het versterken van het landschap in het kader van duurzaam toerisme op te stellen, is het mogelijk om in te spelen op het beleid van de Provincie Groningen. De Provincie heeft aangegeven subsidie te verstrekken aan initiatieven die het versterken van het landschap bevorderen, waarbij de ideeën van onderaf, dus vanuit de bewoners, komen. Dit is een kans voor de Werkgroep Regiomarketing om de (gemiddeld) aantrekkelijke landschapsonderdelen te verbeteren of te versterken. Door het samenwerken met externe partijen en het creëren van meer draagvlak, zoals ondernemers of musea, zal een dergelijk projectidee sterker staan.

**Overgebleven mogelijkheden confrontatiematrix.** De verbanden uit de confrontatiematrix zijn in dit rapport uitgewerkt tot uitgangspunten. Echter zijn er nog een aantal minder sterke verbanden, welke wel een kans zijn voor het gebied. De aanbeveling hierbij is om de overgebleven mogelijkheden op de jaaragenda van de Werkgroep Regiomarketing te zetten.

## 13 BIBLIOGRAFIE

---

- Alma, C. (2007). *Middag-Humsterland blijft een kwetsbaar landschap*. Opgeroepen op oktober 1, 2019, van Nb: <https://noorderbreedte.nl/2007/04/01/middag-humsterland-blijft-een-kwetsbaar-landschap/>
- Antrop, M. (2007). *Perspectieven op het landschap; Achtergronden om landschappen te lezen en te begrijpen*. Gent: Academia Press.
- Baas, E., & Verver, T. (2016). *Het imago van toeristisch Groningen*. Groningen: Sweco Nederland B.V.
- Bauwens, A., de Groot, M., & Poppe, K. (1990). *Agrarisch Bestaan*. Assen-Maastricht: Van Gorcum.
- Been, J. (2017). *Boeren Middag-Humsterland mogen twee kleine windmolens op hun erf zetten*. Opgeroepen op oktober 1, 2019, van RTV Noord: <https://www.rtvnoord.nl/nieuws/179934/Boeren-Middag-Humsterland-mogen-twee-kleine-windmolens-op-hun-erf-zetten>
- Berendsen, H. (2005). *Landschap in delen*. Assen: Van Gorcum & Comp. B.V.
- Berg, J. v. (2017). *Groningse weidsheid bedreigd door hoogspanningsmasten*. Opgeroepen op oktober 1, 2019, van De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/groningse-weidsheid-bedreigd-door-hoogspanningsmasten~b205f8ac/>
- Breman, B. C., Luttik, J., & Vreke, J. (2009). *De aantrekkingskracht van het Nederlandse landschap; Een verkenning naar de relatie tussen ruimtelijke factoren en inkomend toerisme*. Wageningen: Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu, WUR.
- Brook, I. (2013). Aesthetic appreciation of landscape. In P. Howard, I. Thompson, E. Waterton, & M. Atha, *The Routledge companion to landscape studies* (pp. 108-118). Londen: Routledge.
- Buijs, A. E., Pedroli, B., & Luginbühl, Y. (2006). From Hiking Through Farmland to Farming in a Leisure Landscape: Changing Social Perceptions of the European Landscape. *Landscape Ecology*, Vol. 21, 375-389.
- Burg, P. v. (2018, december 8). *Borgen: de kastelen van Groningen, vroeger en nu*. Opgeroepen op september 23, 2019, van Info.nu.nl: <https://kunst-en-cultuur.infonu.nl/diversen/171919-borgen-de-kastelen-van-groningen-vroeger-en-nu.html>
- CBS. (2018). *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2018*. Opgeroepen op mei 13, 2019, van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2018/47/trendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2018>
- CBS. (zd). *Begrippen*. Opgehaald van CBS, Centraal Bureau voor de Statistiek: <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/begrippen?tab=r#id=recreatieve-activiteiten>
- Crommentuijn, L. E., Farjon, J. M., Den Dekker, C., & Van der Wulp, N. (2007). *Belevingswaardenmonitor Nota Ruimte 2006*. Bilthoven: MNP.

- De Dokwerker. (zd). *Boeren tijdens de oorlog*. Opgeroepen op september 3, 2019, van De Dokwerker: <http://www.dedokwerker.nl/boeren.html>
- De Vakantie Discounter. (2019). *Onderzoek naar vakantiekeuze: social media belangrijker dan ervaringen van vrienden en familie*. Opgeroepen op September 2, 2019, van De Vakantie Discounter: <https://www.vakantiediscounter.nl/service/2019/02/vakantiebestemming-bepalen-social-media-ervaringen-vrienden/>
- Fair Tourism. (2019). *People Planet Profit*. Opgeroepen op September 2, 2019, van Fair Tourism: <https://www.fairtourism.nl/people-planet-profit/>
- Formsma, W., Luitjens-Dijkveld Stol, R., & Pathuis, A. (1987). *De Ommelander Borgen en Steenhuizen*. Assen: Van Gorcum & Comp. b.v.
- Gebiedscoöperatie Westerkwartier et. al. (2017). *Visie Middag Humsterland; behoud en ontwikkeling van het enige nationale landschap in de provincie Groningen*. Zuidhorn: Gemeente Zuidhorn, Provincie Groningen.
- Groningen.nieuws.nl. (2018, februari 15). *Steeds meer toeristen ontdekken: er gaat niets boven Groningen*. Opgehaald van Groningen.nieuws.nl: <https://groningen.nieuws.nl/nieuws/598168/steeds-meer-toeristen-ontdekken-er-gaat-niets-groningen/>
- Hall, M. G. (2008). Landscape, leisure and climate change. In D. Sijmons, *Greetings from Europe; Landscape and Leisure* (pp. 28-37). Rotterdam: OIO Publishers.
- Heslinga, J. (2018). *Synergetic tourism-landscape interactions: Policy, public discourse and partnerships*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- Het Groninger Landschap. (zd). *Medenertilsterpolder*. Opgehaald van Het Groninger Landschap: <https://www.groningerlandschap.nl/natuur/reitdiep/medenertilsterpolder/>
- Hillinga, H. (2018). *Albert Egges van Giffen, 1884 - 1973*. Opgeroepen op september 3, 2019, van Nazaten de Vries: <http://www.nazatendevries.nl/Artikelen%20en%20Colums/Personen/Albert%20Egges%20van%20Giffen/Albert%20Egges%20van%20Giffen.html>
- Historiek. (2018, april). *De bevrijding van Groningen (april 1945)*. Opgeroepen op september 3, 2019, van Historiek: <https://historiek.net/de-bevrijding-van-groningen-april-1945/41923/>
- Holland. (zd). *Themajaar 2021; ode aan het Nederlandse landschap*. Opgeroepen op september 27, 2019, van Holland NBTC: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwif2emr8vDkAhWEbVAKHV9bBGcQFjAAegQIABAC&url=https%3A%2F%2Fwww.nbtc.nl%2Fweb%2Ffile%3Fuuid%3D792a02f3-1c39-4571-af28-0e5efa04b4aa%26owner%3D388ad020-d235-4624-86a4-d89>
- Hoor, P. t., & Snijders, G. (2013). *Het ABC van regiomarketing, op zoek naar de essentie van een plek*. Assen: Koninklijke van Gorcum.
- Hospers, G.-J. (2011). *Er gaat niets boven citymarketing, hoe zet je een plaats op de kaart? Zaltbommel: Uitgeverij Haystack*.

- InfoNu.nl. (2018). *Overtoerisme – te grote druk door te veel toeristen*. Opgehaald van InfoNu.nl: <https://reizen-en-recreatie.infonu.nl/diversen/189990-overtoerisme-te-grote-druk-door-te-veel-toeristen.html>
- Kadaster. (zd). *Topotijdreis*. Opgeroepen op september 2019, van Kadaster: <https://www.topotijdreis.nl/>
- KD Internet Services B.V. (2019). *Confrontatiematrix*. Opgeroepen op Oktober 16, 2019, van SWOT-analyse: <https://www.swot-analyse-model.nl/confrontatiematrix/>
- Kloostermuseum Aduard. (2016, februari). *Kloostermuseum Aduard, materiaal t.b.v. de rondleiders*. Opgeroepen op september 2, 2019, van Rond het kloostermuseum van Aduard: <http://www.corvanderleest.nl/wp-content/uploads/2016/02/CvdL-Rond-het-kloostermuseum-van-Aduard.pdf>
- Koedaat, M., & Van Herwaarden, G.-J. (2011). *Visie op landschapskwaliteit; Identiteit en duurzaamheid als dragers van het landschap*. Landschapsbeheer Nederland.
- Landschapsbeheer Nederland. (2011). *Kijk op landschap*. Opgeroepen op Augustus 31, 2019, van Landschapsobservatorium: <http://www.landschapsobservatorium.nl/kijk-op-landschap/>
- Leutscher, F. (zd). *De baksteenindustrie: Tiggelwaark*. Opgeroepen op september 3, 2019, van <https://www.boekeniersgarnwerd.nl/aanvullingen-op-het-boek/de-baksteenindustrie-tiggelwaark/>
- Luring, R. (2018). *De natuurinclusieve zoektocht, twee case studies in het Groningse Zuidelijk Westerkwartier en Middag-Humsterland*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen, Landschapsgeschiedenis.
- Marketing Groningen. (2016). *Projectplan Toeristische campagne provincie Groningen 2017-2020*. Marketing Groningen.
- Marketing Groningen. (2017). *ER GAAT NIETS BOVEN GRONINGEN 2017-HEDEN*. Opgeroepen op Mei 13, 2019, van Marketing Groningen: <https://www.marketinggroningen.nl/campagnes/er-gaat-niets-boven-groningen-2017-heden>
- Marketing Groningen. (2019). *Vaarroute meerdaagse tocht Groningen-Onderdendam*. Opgeroepen op september 10, 2019, van Er gaat niets boven Groningen: <https://varen.groningen.nl/varen-in-groningen/vaarroutes-in-groningen/vaarroute-meerdaagse-tocht-groningen-winum>
- Marketing Groningen. (2019b). *Provincie Groningen grootste stijger aantal toeristen in 2018*. Opgeroepen op september 30, 2019, van Marketing Groningen: <https://www.marketinggroningen.nl/nieuws/provincie-groningen-grootste-stijger-aantal-toeristen-in-2018>
- Meinders, E. (2019). *Het imago van toeristisch Groningen 2019*. Groningen: Sweco. Opgeroepen op september 30, 2019
- Middag-Humsterland. (2019). *Toeristische informatie punten*. Opgeroepen op Oktober 3, 2019, van Middag-Humsterland: <http://middaghumsterland.info/toeristische-informatie-punten/>
- Minnema, E. (2018, november 19). *Provincie Groningen minst populair bij Nederlandse vakantiegangers*. Opgeroepen op

- mei 23, 2019, van RTV noord:  
<https://www.rtvnoord.nl/nieuws/201499/Provincie-Groningen-minst-populair-bij-Nederlandse-vakantiegangers>
- Ministerie van VROM. (2006). *Nota Ruimte Katern over nieuw ruimtelijk beleid in 2006*.
- Monumenten.nl. (zd). *Monument zoeken*. Opgehaald van Monumenten.nl:  
<https://www.monumenten.nl/monumenten/kaart>
- Museum Wierdenland. (zd). *Rondleidingen*. Opgeroepen op oktober 3, 2019, van Museum Wierdenland:  
<https://www.wierdenland.nl/rondleidingen.html>
- My postcard's corner. (2010). *Groeten van Texel*. Opgeroepen op September 2, 2019, van My postcard's corner:  
<http://mypostcardscorner.blogspot.com/2010/09/groeten-van-texel.html#!/2010/09/groeten-van-texel.html>
- Natuurmonumenten. (2019). *Nationale Landschap Enquête*. Opgeroepen op September 16, 2019, van Natuurmonumenten:  
<https://www.natuurmonumenten.nl/nationale-landschap-enqu%C3%A4te>
- NBTC Holland Marketing. (2018). *Opzet nieuw themajaar 2021: 'Ode aan het Nederlandse landschap'*. Opgeroepen op September 2, 2019, van NBTC Holland Marketing:  
<https://www.nbtc.nl/nl/homepage/artikel/themajaar-2021-ode-aan-het-nederlandse-landschap.htm>
- Nederland Fietsland. (zd). *Knooppuntroutes*. Opgeroepen op september 6, 2019, van Startpunt van elke fietstocht:  
<https://www.nederlandfietsland.nl/knooppuntroutes>
- Nivon. (zd). *Pieterpad*. Opgeroepen op september 6, 2019, van Nivon: <http://www.pieterpad.nl/>
- Nu.nl. (2018). *Deel Paddepoelsterbrug in water door aanvaring met vrachtschip*. Opgeroepen op september 30, 2019, van Nu.nl:  
<https://www.nu.nl/groningen/5480921/deel-paddepoelsterbrug-in-water-aanvaring-met-vrachtschip.html>
- Ondernemersvereniging Toerisme Westerkwartier. (2018a). *Wandelroutes*. Opgeroepen op september 9, 2019, van Parels in het Westerkwartier:  
<http://www.parelsinhetwesterkwartier.nl/>
- Ondernemersvereniging Toerisme Westerkwartier. (2018b). *Fietsroutes*. Opgeroepen op september 6, 2019, van Parels in het Westerkwartier:  
<http://www.parelsinhetwesterkwartier.nl/fietsroute-rietdal.php>
- One World. (2017). *Toerist reist steeds liever duurzaam*. Opgeroepen op oktober 1, 2019, van One World:  
<https://www.oneworld.nl/achtergrond/toerist-reist-steeds-liever-duurzaam/>
- Os, H. v. (zd). *Groninger Ploeg*. Opgeroepen op september 27, 2019, van Schilderijen Site: <https://www.schilderijen-site.nl/encyclopedie/groninger-ploeg/>
- Pronk, M. (2003). *Reitdiep/Hunze*. Opgeroepen op september 2, 2019, van Historische kring Ubbega, te Adorp, Sauwerd en Wetsinge: <http://ubbega.nl/landschap/reitdiephunze/>

- Provincie Groningen. (2007). *Uitvoeringsprogramma Nationaal Landschap Middag-Humsterland 2007-2013*. Groningen: Provincie Groningen.
- Provincie Groningen. (2010). *Bouwgeschiedenis van het negentiende-eeuwse industriële monument Wetsingersluis in het Reitdiep bij Groot-Wetsinge*. Groningen: Provincie Groningen. Opgeroepen op september 23, 2019
- Provincie Groningen. (2014). *Beleidsnotitie over de ontwikkeling van het landschap van de provincie Groningen*. Provincie Groningen.
- Provincie Groningen. (2016-a). *Toerisme visie - Provincie Groningen, kader stellende notitie 2016-2020*. Groningen: Provincie Groningen. Opgeroepen op augustus 29, 2019, van [https://www.provinciegroningen.nl/uploads/tx\\_bwibabs/49ab768a-9b74-49c1-872a-ef5e488de8d2/49ab768a-9b74-49c1-872a-ef5e488de8d2:55c80f14-70d0-47c6-a9ee-a4aee8dd6da9/Bijlage%201%20-%20Toerisme%20visie%20definitief%2016%20februari%202016.pdf](https://www.provinciegroningen.nl/uploads/tx_bwibabs/49ab768a-9b74-49c1-872a-ef5e488de8d2/49ab768a-9b74-49c1-872a-ef5e488de8d2:55c80f14-70d0-47c6-a9ee-a4aee8dd6da9/Bijlage%201%20-%20Toerisme%20visie%20definitief%2016%20februari%202016.pdf)
- Provincie Groningen. (2016-b). *Omgevingsvisie provincie Groningen 2016-2020*. Provincie Groningen.
- Provincie Groningen. (2016-c). *Omgevingsverordening Provincie Groningen 2016*. Provincie Groningen.
- Provincie Groningen. (2016-d). *Uitvoeringsplan Toerisme-Visie 2016-2019*. Provincie Groningen.
- Provincie Groningen. (2018). *Besluit van Gedeputeerde Staten van de provincie Groningen houdende regels omtrent PLG3 Uitvoeringsregeling Programma Landelijk Gebied 3*. Opgeroepen op September 25, 2019, van Decentrale regelgeving overheid: [http://decentrale.regelgeving.overheid.nl/cvdr/xhtmloutput/Historie/Groningen/CVDR609089/CVDR609089\\_1.html](http://decentrale.regelgeving.overheid.nl/cvdr/xhtmloutput/Historie/Groningen/CVDR609089/CVDR609089_1.html)
- Provincie Groningen. (2019a). *Subsidies natuur en landschap*. Opgeroepen op September 25, 2019, van Provincie Groningen: <https://www.provinciegroningen.nl/subsidies/natuur-en-landschap/landschap/>
- Provincie Groningen. (2019b). *Kerncijfers recreatie en toerisme Groningen*. Groningen: Afdeling ECP, Provincie Groningen. Opgeroepen op september 30, 2019, van [https://www.provinciegroningen.nl/fileadmin/user\\_upload/Documenten/Beleid\\_en\\_documenten/Documentenzoeker/Werken\\_en\\_ondernemen/Toerisme/Kerncijfers-Recreatie-en-Toerisme-2018.pdf](https://www.provinciegroningen.nl/fileadmin/user_upload/Documenten/Beleid_en_documenten/Documentenzoeker/Werken_en_ondernemen/Toerisme/Kerncijfers-Recreatie-en-Toerisme-2018.pdf)
- Provincie Groningen. (zd). *Ruimtelijke kwaliteit Wierdenland & Waddenkust*. Opgeroepen op September 24, 2019, van Kwaliteitsgids Groningen: <https://www.kwaliteitsgidsgroningen.nl/wierdenland-waddenkust/ruimtelijke-kwaliteit?regio=74>
- Qbuzz. (2018). *Dienstregeling Groningen Drenthe*. Groningen: Qbuzz.
- Raad van Europa. (2000, Oktober 20). *Europese Landschapsconventie*. Opgeroepen op Augustus 21, 2019, van Landschapsobservatorium: [http://www.landschapsobservatorium.nl/Uploaded\\_files/Zelf/elcnederlands.bca9ec.pdf](http://www.landschapsobservatorium.nl/Uploaded_files/Zelf/elcnederlands.bca9ec.pdf)



- Reitdiepveer. (2019). *Dienstregeling 2019*. Opgeroepen op september 24, 2019, van Reitdiepveer: <https://www.reitdiepveer.nl/prijzen-en-vaartijden/>
- Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed. (2019). *Regionaal beleid*. Opgeroepen op September 9, 2019, van Landschap in Nederland: <https://www.landschapinnederland.nl/regionaal-beleid>
- Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed. (zd). *Doelstellingen formuleren*. Opgeroepen op September 9, 2019, van Landschap in Nederland: <https://www.landschapinnederland.nl/doelstellingen-formuleren>
- Rijksoverheid. (2009). *Nationaal Landschap Middag-Humsterland*. Opgeroepen op Mei 21, 2019, van Compendium voor de Leefomgeving: <https://www.clo.nl/indicatoren/nl149401-middag-humsterland>
- Rijksoverheid. (zd). *Natuurnetwerk Nederland*. Opgehaald van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/natuur-en-biodiversiteit/natuurnetwerk-nederland>
- Roes, M., & Adamo, N. (2013). *Marketingplan voor ondernemers in het MKB*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers bv.
- Roos-Klein Lankhorst, J., Buijs, A. E., & De Vries, S. (2007). Mapping the attractiveness of the Dutch countryside: a GIS-based landscape appreciation model. *Forest Snow and Landscape Research*(81), 43-58.
- RUG kenniscentrum Landschap. (zd). *Middag-Humsterland en Reitdiepgebied*. Opgehaald van Landschappen van Noord-Nederland: [http://landschapsgeschiedenis.nl/deelgebieden/12-Middag\\_Humsterland\\_en\\_Reitdiepgebied.html](http://landschapsgeschiedenis.nl/deelgebieden/12-Middag_Humsterland_en_Reitdiepgebied.html)
- Schregardus, L. (1999). *Echo's van een bijna vergeten tijdperk*. Opgeroepen op september 27, 2019, van Nieuwsblad van het Noorden: <https://www.dekrantvantoen.nl//vw/article.do?v2=true&id=NVHN-19990730-AE0023006>
- Sociaal en Cultureel Planbureau. (2015). *Gisteren vandaag. Erfgoedbelangstelling en erfgoedbeoefening*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- St Bernardushof Kloostermuseum Aduard. (zd). *Over het Museum*. Opgeroepen op september 24, 2019, van St Bernardushof Kloostermuseum Aduard: <https://www.kloostermuseumaduard.nl/bezoekers-informatie>
- Staatsbosbeheer. (zd). *Allersmaborg*. Opgehaald van Staatsbosbeheer: <https://www.staatsbosbeheer.nl/natuurgebieden/westerkwartier/bezienswaardigheden/allersmaborg>
- Stegge, T. a. (2019). *De zes reistrends voor 2019: steeds bewuster reizen*. Opgeroepen op oktober 1, 2019, van Fernweh Media: <https://www.fernwehmedia.nl/reizen/reistrends-voor-2019/>
- Steinfort, P. (2019, juni 7). *Tijdelijke fietsbrug op locatie Paddepoelsterbrug*. Opgeroepen op oktober 1, 2019, van RTV Noord: <https://www.rtvnoord.nl/nieuws/209509/Tijdelijke-fietsbrug-op-locatie-Paddepoelsterbrug>

Stichting Geopark de Hondsrug. (2016). *Masterplan 2017-2027*. Leens: Drukkerij de Marne.

Stichting Open Monumentendag Gemeente Westerkwartier. (2019). *Open Monumentendag*. Opgehaald van Open Monumentendag Westerkwartier: [http://openmonumentendagwesterkwartier.nl/uploads/1/2/6/8/126805182/informatieboekje\\_open\\_monumentendag\\_2019\\_def..pdf](http://openmonumentendagwesterkwartier.nl/uploads/1/2/6/8/126805182/informatieboekje_open_monumentendag_2019_def..pdf)

Strategischmarketingplan.com. (2019). *SWOT-analyse*. Opgeroepen op Oktober 16, 2019, van Strategischmarketingplan.com: <https://www.strategischmarketingplan.com/swot-analyse/>

Tocht om de Noord. (2018). *Routes Pronkjewailpad Noord*. Opgeroepen op september 6, 2019, van Tocht om de Noord: <https://www.tochtomdenoord.nl/wandeltochten/het-pronkjewailpad/routes-pronkjewailpad-noord>

UNWTO & UNEP. (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*. Opgeroepen op Mei 21, 2019, van <https://sdt.unwto.org/content/about-us-5>

Visit Wadden. (2018). *Allersmaborg*. Opgehaald van Visit Wadden: <https://media.insiders.nl/thumbs/detail/650x650/fry/files/i>

[mage/d24733fdec8d22dc645ff0dd67e44fd1c9cbf836\\_4124795376.jpeg](https://www.noorderzijlvest.nl/ons-werk/)

Waterschap Noorderzijlvest. (zd-a). *Ons werk*. Opgeroepen op september 24, 2019, van Waterschap Noorderzijlvest: <https://www.noorderzijlvest.nl/ons-werk/>

Waterschap Noorderzijlvest. (zd-b). *Vaarwegbeheer*. Opgeroepen op september 24, 2019, van Waterschap Noorderzijlvest: <https://www.noorderzijlvest.nl/ons-werk/vaarwegbeheer/>

Waterschap Noorderzijlvest. (zd-c). *Beheer waterbouwwerken*. Opgeroepen op september 24, 2019, van Waterschap Noorderzijlvest: <https://www.noorderzijlvest.nl/ons-werk/beheer-onderhoud/beheer-bouwwerken/>

Wesselingh, F. (zd). *Laat Pleistoceen*. Opgehaald van Geologie van Nederland: <http://www.geologievannederland.nl/tijd/reconstructies-tijdvakken/laat-pleistoceen>

Wijngaarden, V., Beugeling, M., Bulthuis, T., Gols, M., & Bitter, B. (2018). *Onderzoeksrapport Middag-Humsterland*. Groningen: Hanzehogeschool Groningen.