

# Toekomstperspectief toerisme en recreatie

Gemeente Stadskanaal

---



# Colofon

© Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, juni 2026

## **Opdrachtgever**

Gemeente Stadskanaal

## **Auteurs**

J. (Jan Jaap) Thijs

F. (Fleur) Brinkmann

R. (Rozemarijn) Pool

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Oude Kraan 72

6811 LL Arnhem

T 06 – 51174193

E-mail: [info@ruimteenvrijetijd.nl](mailto:info@ruimteenvrijetijd.nl)

[www.ruimteenvrijetijd.nl](http://www.ruimteenvrijetijd.nl)

Beeldmateriaal: Visit Groningen en Museumspoorlijn STAR



# Voorwoord

In Stadskanaal staat de vrijetijdseconomie nog aan het begin van haar ontwikkeling, maar de potentie is groot. De gemeente beschikt over waardevolle bouwstenen zoals het kanaal, het veenkoloniale landschap, het industrieel erfgoed en initiatieven als Museumspoorlijn STAR. Tegelijkertijd constateren we dat deze kwaliteiten nog onvoldoende samenhang kennen en beperkt beleefbaar zijn voor inwoners en bezoekers.

Juist daarin ligt een belangrijke kans. Toerisme en recreatie dragen bij aan de leefbaarheid van onze gemeente: ze zorgen voor ontmoeting, beweging en voorzieningen, versterken de lokale economie en kunnen bijdragen aan trots en identiteit. In een gemeente waar behoefte is aan meer vrijetijdsvoorzieningen en waar inwoners positief staan tegenover meer bezoekers, biedt de vrijetijdseconomie perspectief.

Met dit toekomstperspectief geven we richting aan de ontwikkeling van toerisme en recreatie in Stadskanaal. We geven een lokale uitwerking aan bestaande regionale visies en samenwerking, zoals de Strategische Visie Vrijetijdseconomie Oost-Groningen 2030, passend bij de kwaliteiten, opgaven en identiteit van Stadskanaal.

We kiezen voor een ontwikkeling die in balans is. Groei van bezoekers is geen doel op zich, maar een middel om de leefomgeving voor inwoners te versterken en voorzieningen in stand te houden. We bouwen voort op de rust, ruimte en het karakter van Stadskanaal en zoeken naar vormen van recreatie en toerisme die daarbij passen.

Dit document is tot stand gekomen in samenwerking met inwoners, ondernemers en andere betrokkenen uit de gemeente en regio. Het is bedoeld als handvat voor iedereen die wil bijdragen aan de vrijetijdseconomie van Stadskanaal. Samen werken we aan een gemeente die uitnodigend is voor inwoners en bezoekers.



# Inhoud

|           |                                                            |    |
|-----------|------------------------------------------------------------|----|
| Voorwoord | 3                                                          |    |
| 1         | Introductie                                                | 5  |
| 1.1       | Aanleiding                                                 | 5  |
| 1.2       | Totstandkoming                                             | 5  |
| 1.3       | Leeswijzer                                                 | 5  |
| 2         | Stadskanaal getypeerd                                      | 7  |
| 3         | Achtergrondinformatie                                      | 11 |
| 3.1       | Beleid                                                     | 11 |
| 3.2       | Trends en ontwikkelingen in de sector                      | 14 |
| 3.3       | Vraag-aanbod                                               | 16 |
| 3.4       | Onderzoek individuele gemeenten in provincie Groningen     | 21 |
| 3.5       | Onderzoek provincie Groningen                              | 25 |
| 3.6       | Balanstafel                                                | 26 |
| 3.7       | Verkenkende gesprekken                                     | 27 |
| 4         | SWOT-analyse                                               | 30 |
| 5         | Ambitie & speerpunten                                      | 32 |
|           | Speerpunt 1: de basis op orde                              | 32 |
|           | Speerpunt 2: uitbreiding van het aanbod voor bezoekers     | 33 |
|           | Speerpunt 3: een duidelijk en gedragen toeristisch profiel | 33 |
|           | Speerpunt 4: een betere regionale aansluiting              | 34 |
| 6         | Uitvoeringsagenda                                          | 35 |
|           | Speerpunt 1: de basis op orde                              | 36 |
|           | Speerpunt 2: uitbreiding van het aanbod voor bezoekers     | 37 |
|           | Speerpunt 3: een duidelijk en gedragen toeristisch profiel | 38 |
|           | Speerpunt 4: een betere regionale aansluiting              | 39 |



# 1 Introductie

**“De vrijetijdseconomie met recreatie en toerisme is van belang voor onze gemeente en de regio. Het levert werkgelegenheid op, zorgt er verder voor dat voorzieningen in stand blijven en draagt bij aan een positief imago” (Omgevingsvisie Stadskanaal, 2025).**

## 1.1 Aanleiding

Bovenstaande tekst benadrukt het belang van toerisme en recreatie voor de gemeente Stadskanaal. Momenteel zijn de toeristische en recreatieve mogelijkheden in de gemeente nog beperkt, maar er liggen kansen om deze sector verder uit te breiden. Om de toeristische potentie van Stadskanaal beter te benutten en tegelijkertijd zorgvuldig om te gaan met de lokale leefomgeving, is er behoefte aan een duidelijk toekomstperspectief voor recreatie en toerisme. Stadskanaal had voorheen nog geen toeristisch beleid; in dit toekomstperspectief leggen we daarom de basis.

Op regionaal niveau wordt vanuit Groningen al een duidelijke richting gegeven met de recent opgestelde economische agenda ‘Nij begun’. Deze agenda vraagt echter om een lokale vertaling, zodat de ambities en kansen concreet kunnen worden gemaakt voor Stadskanaal en passen bij de specifieke kenmerken van de gemeente en haar omgeving. In dit toekomstperspectief leggen we daarom het fundament voor de toekomst: we formuleren de koers die Stadskanaal wil volgen op het gebied van toerisme en recreatie en laten zien hoe deze sector kan bijdragen aan zowel de ruimtelijke als de economische opgaven van de gemeente.

## 1.2 Totstandkoming

Om te komen tot dit toekomstperspectief zijn de volgende stappen doorlopen:

- Deskstudie naar feiten, cijfers, trends, ontwikkelingen, vraag, aanbod (o.b.v. de Leefstijlvinder) en bestaand beleid;
- Interviews met diverse betrokkenen, zoals lokale ondernemers, de provincie en belangenorganisaties;
- Balanstafel waarin werd gekeken naar kansrijke thema’s en locaties;
- Een brede bijeenkomst met betrokkenen uit de vrijetijdssector om tussentijds de resultaten en conclusies te bespreken.
- Bespreking van het concept in de raadscommissie, waarbij vragen, aandachtspunten en reacties zijn opgehaald en betrokken bij de verdere aanscherping van het toekomstperspectief.

## 1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 geven we eerst een typering van toeristisch-recreatief Stadskanaal. In hoofdstuk 3 gaan we in op de inhoudelijke bouwstenen die zijn verzameld, waaronder beleid, de deskstudie, gesprekken, vraag-aanbodanalyse en balanstafel.

In hoofdstuk 4 vertalen we alle bouwstenen naar een overzicht van belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen. In hoofdstuk 5 vertalen we deze analyse naar de ambitie en speerpunten voor de vrijetijdssector van Stadskanaal.



# Stadskanaal getypeerd

---



## 2 Stadskanaal getypeerd

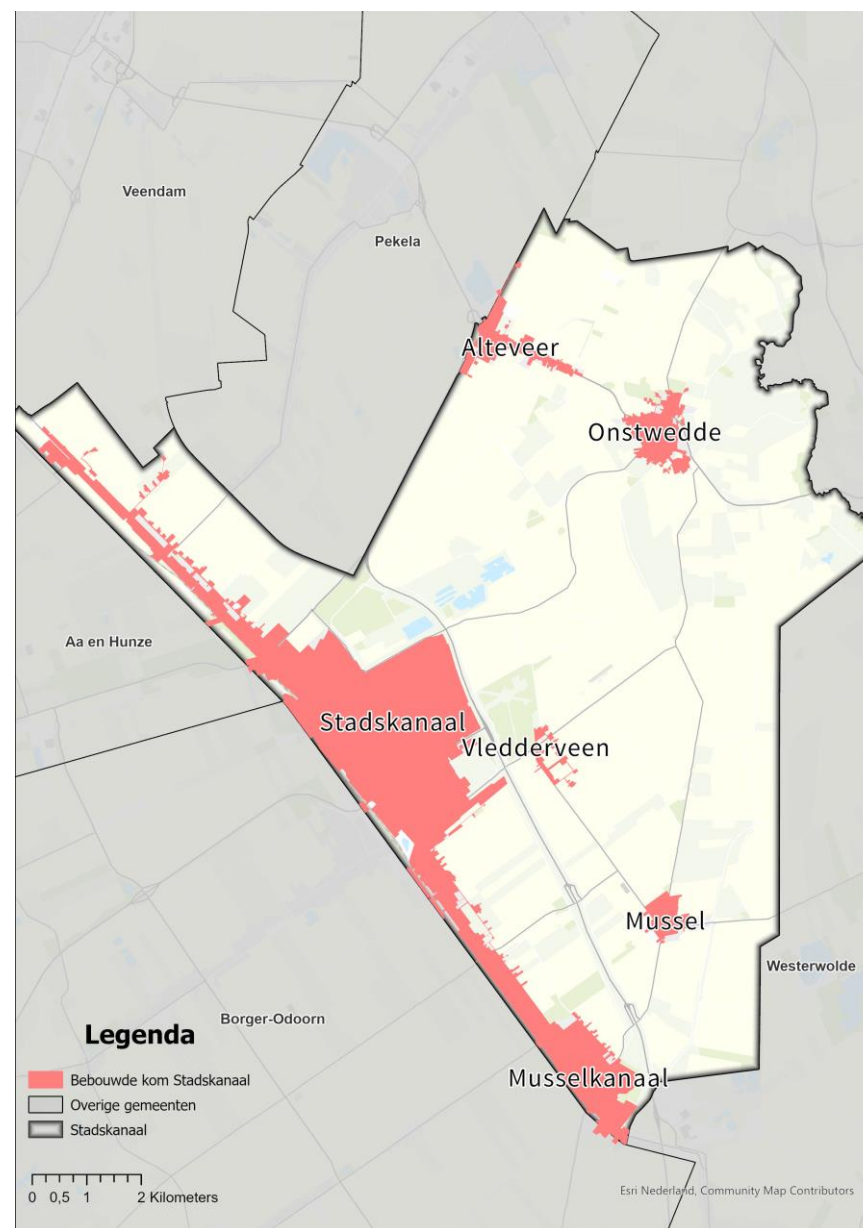
**Wat is er te doen voor toeristen en recreanten in de gemeente? Hoe ziet de toeristisch-recreatieve sector er in Stadskanaal uit? Waar kan overnacht worden en wat valt er te bezoeken? In dit hoofdstuk zetten we het uiteen.**

Stadskanaal is ontstaan als aanlegplaats voor schippers die over het kanaal voeren. Het kanaal, dat nog altijd centraal door de plaats loopt, bepaalde van oudsher de structuur van het centrum. Aan weerszijden ontstonden winkels, cafés en ambachten die zich richtten op schippers en bewoners van het omliggende platteland. Sporen van deze historische opbouw zijn nog deels zichtbaar, al is veel van de oorspronkelijke bedrijvigheid verdwenen of veranderd.

De gemeente maakt deel uit van de Veenkoloniën, een gebied dat is gevormd door de turfwinning en de kanalen die daarvoor werden gegraven. Dit verleden is in zekere mate terug te zien in het landschap en draagt bij aan de identiteit van de streek. Het verhaal van deze ontstaansgeschiedenis wordt verteld in het Streek Historisch Centrum.

Daarnaast kent Stadskanaal enkele erfgoedlocaties, zoals de Museumspoorlijn STAR, waar bezoekers op bepaalde momenten een rit kunnen maken in een historische stoomtrein tussen Stadskanaal en Veendam. Ook het Philips-terrein, een voormalige industriële locatie, is onderdeel van het erfgoed, al is dit momenteel beperkt beleefbaar. Het terrein wordt herontwikkeld tot een gemengd gebied met ruimte voor onderwijs, bedrijven en innovatie. Verder zijn in de gemeente historische elementen zoals de watertoren, oude scheepswerven en karakteristieke kanaaloevers nog zichtbaar, wel vaak in beperkte mate.

**Figuur 2.1** Overzichtsk kaart gemeente Stadskanaal

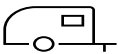




## Dagrecreatie

De gemeente beschikt over een beperkt aanbod aan dagrecreatie. De grootste publiekstrekker is Museumspoorlijn STAR. Daarnaast zijn er twee musea, Theater Geert Teis en bioscoop Smoky. Ook het dorp Smeerling is vanwege zijn historische dorpsgezicht een bezienswaardigheid. Voor wandelaars en fietsers zijn er diverse routes binnen de gemeente. De Pageplas is een bestaande recreatieve plek met betekenis voor inwoners en bezoekers, waarvan de potentie nog onvoldoende wordt benut.

Stadskanaal is onderdeel van de Veenkoloniën en ligt tussen het meer toeristische Westerwolde en Borger-Odoorn met de Hondsrug. De Veenkoloniën zijn recreatief minder ontwikkeld, zeker vergeleken met nabijgelegen regio's zoals Westerwolde, waar vestingstad Bourtange veel bezoekers trekt. Dit in combinatie met een summier dagrecreatief aanbod zorgt dat Stadskanaal momenteel een lage toeristische aantrekkingskracht heeft.



## Verblijfsrecreatie

Stadskanaal heeft zo'n 16 overnachtingsplekken in de gemeente. In de gemeente is één grootschalige camping met christelijke signatuur. Verder is het aanbod kleinschalig met 1 hotel en een aantal minicampings en B&B's. De gemeente heeft weinig verblijfsrecreatie in vergelijking met omliggende gemeenten. Zo heeft Westerwolde 60 accommodaties en Borger-Odoorn 80.

In 2024 vonden er zo'n 120.000 overnachtingen plaats in Stadskanaal. Naar verwachting gaat het aantal verblijfs gasten in de provincie Groningen met 14% toenemen in 2035.

*Bron: Gemeente Stadskanaal, LDA, 2025, NBTC en CELTH 2025*



## Horeca

Stadskanaal heeft circa 45 horecagelegenheden waar wat gedronken en/of gegeten kan worden. Dit zijn veelal snackbars, ijssalons of etablissementen voor afhaal of bestelling. Verder zijn er 15 restaurants en een aantal kroegen. Er zijn relatief veel restaurants waar de kwaliteit onder druk staat.

*Bron: Gemeente Stadskanaal*



## Banen

In 2024 telde Stadskanaal 610 banen die direct of indirect (bijv. retail) verbonden zijn aan de toeristisch-recreatieve sector, goed voor 4,8% van het totaal aantal banen. Dat aandeel ligt lager dan in het COROP-gebied Oost-Groningen (5,3%), de provincie (6,3%) en Nederland (6,7%). Ten opzichte van 2023 nam het aantal toeristisch-recreatieve banen in Stadskanaal echter sterker toe (+6,4%) dan in Nederland (+0,1%), de provincie (+0,1%) en het COROP-gebied (+3,6%), een stijging van ongeveer 40 banen.

*Bron: LISA, 2025*



## Koopstromen

In 2022 was de omzet in de recreatieve sector €32,8 miljoen excl. btw. Deze omzet was voor een groot deel (66%) te danken aan de eigen inwoners, dit is vergelijkbaar met de gemiddelde Groningse gemeente (67%). Ook droegen mensen van buiten de gemeente veel bij aan de recreatieve omzet in Stadskanaal (34%), dit is vergelijkbaar met de gemiddelde Groningse gemeente (33%).

*Bron: KSO, 2022*



### Het belang van ruimte voor recreatie voor Stadskanaal

Ruimte om te recreëren is belangrijk voor de leefkwaliteit van Stadskanaal en haar inwoners. Groenblauwe gebieden (natuur- en watergebieden) nodigen uit om naar buiten te gaan en in beweging te komen. Meer beweging helpt mentale en fysieke problemen te verminderen, zoals obesitas, en draagt uiteindelijk bij aan lagere zorgkosten. Dat is relevant in een gemeente waar 61,4% van de volwassenen matig of ernstig overgewicht (obesitas) heeft, tegenover landelijk 50%. In een gemeente waar ook nog maar 39,2% van de mensen aan de beweegrichtlijnen voldoet, terwijl dit landelijk 48,9% is (Gezondheidsmonitor, 2024), is het belangrijk dat de leefomgeving uitnodigt tot beweging.

Recreatieruimte en een divers vrijetijdsaanbod helpen daarnaast de sociale cohesie te verbeteren. Horeca, parken, rustpunten en andere plekken voor dagrecreatie bieden inwoners laagdrempelig mogelijkheden om elkaar te ontmoeten, wat de gemeenschapszin versterkt. Investeren in en faciliteren van recreatieve voorzieningen als gemeente is daarom erg kansrijk. Dat is vooral van belang in een gemeente waar het eenzaamheidspercentage net iets hoger ligt dan het landelijke gemiddelde, 48,8% tegenover 46,2% (Gezondheidsmonitor, 2024).

Verder laten verschillende leefbaarheidsindicatoren zien dat Stadskanaal voor bredere sociale opgaven staat. Zo komt brandstichting vaker voor dan landelijk (4,37 tegenover 2,91 per 10.000 inwoners), worden jongeren relatief vaker naar Halt verwezen (12 tegenover 9 per 1.000 jongeren) en steeg het aantal drugsdelicten in 2024 harder dan gemiddeld (40,5% tegenover 5,8% landelijk) (Politie, 2024; Halt, 2024). Deze cijfers onderstrepen het belang van een leefomgeving die uitnodigt tot ontmoeting, beweging en zinvolle vrijetijdsbesteding. Recreatie kan daar indirect aan bijdragen.



# Achtergrondinformatie

---



# 3 Achtergrondinformatie

In dit hoofdstuk duiken we dieper in de achtergrondinformatie die relevant is voor een toekomstgericht perspectief op toerisme en recreatie in Stadskanaal. We gaan in op bestaand beleid, de belangrijkste trends en ontwikkelingen en een analyse van hoe het huidige recreatieve aanbod aansluit op de behoeften van inwoners en bezoekers. Daarnaast brengen we in beeld welke kansen en knelpunten de gemeente signaleert en hoe belangrijke stakeholders de huidige én toekomstige situatie van toerisme en recreatie in Stadskanaal beoordelen.

## 3.1 Beleid

In de Omgevingsvisie Stadskanaal positioneert de gemeente de vrijetijdseconomie als motor voor werkgelegenheid, leefbaarheid en een positief imago. De visie biedt richting met drie beleidskeuzes:

- **Versterken van infrastructuur en recreatieve netwerken:** de gemeente zet in op goede fiets-, wandel- en vaarverbindingen, ondersteund door voorzieningen zoals Toeristische Overstappunten (TOP's).
- **Vergroten van het aantal overnachtingen, passend bij de identiteit van het gebied:** groei wordt vooral gezocht in kleinschalige verblijfsaccommodaties zoals bed & breakfasts, kleine campings en hotels. Hiermee wil Stadskanaal het verblijfstoerisme versterken zonder afbreuk te doen aan het landelijke en rustige karakter van de gemeente. Grootschalige recreatieve ontwikkelingen zijn uitsluitend toegestaan binnen bestaande planologische mogelijkheden in de Kettingwijk: een aangewezen recreatiegebied aan de oostzijde van

Stadskanaal waar vanuit het bestemmingsplan al grotere recreatieve functies mogelijk zijn.

- **De natuur beter beleefbaar maken, met behoud van kwaliteit:** natuur en landschap moeten toegankelijker worden voor recreatief gebruik, met aandacht voor rust, spreiding van bezoekers en bescherming van natuurwaarden. Hierbij is er aandacht voor zowel land als water. Het water wil de gemeente o.a. beter beleefbaar maken door meer recreatiemogelijkheden op en langs het water.

In de omgevingsvisie wordt niet concreet uitgewerkt hoe of waar deze ambities kunnen landen.

### 1. Grote ambities in de provincie Groningen

De gevolgen van gaswinning zijn zichtbaar in de provincie Groningen, daarom wordt er ingezet op herstel van woningen én mensen. Er is 200 miljoen euro per jaar beschikbaar gesteld voor sociaal en economisch perspectief. Hiervoor is de economische agenda 'Nij begun' opgesteld met de vrijetijdseconomie als een van de pijlers, want die sector loopt achter qua ontwikkeling: *"In Groningen blijft de vrijetijdseconomie achter. Slechts 1,4% van alle overnachtingen in Nederland vindt hier plaats (en voornamelijk in de stad). Daarnaast neemt het voorzieningenniveau in dorpen al jaren af. In onze regio zijn deelnemers aan de vrijetijdseconomie vooral inwoners uit de regio. Bezoek van elders is nodig om het voorzieningenniveau in de dorpen op peil te houden."*

Daarom zet de provincie in op groei van de vrijetijdssector. In het Ontwikkeld kader Ruimte van Provincie Groningen voor Vrijetijd wordt een ambitieuze groei doelstelling geformuleerd: in 2035 drie keer zoveel bezoekers als in 2025, met een verdubbeling van bestedingen per dag en verblijfsduur. Die groei moet in balans zijn met de belangen van



bewoners, erfgoed, landschap en natuur en nadrukkelijk bijdragen aan lokale economie, leefbaarheid en het voorzieningenniveau. Dit wordt bereikt door een impuls te geven aan de volgende zaken:

- Vrijtijdsaanbod met nieuwe publiekstrekkingen, bijzondere overnachtingslocaties, natuurbeleving en wandel- en fietsroutes.
- Ondernemerschap, door het aantal ondernemers te vergroten en vernieuwing en samenwerking te versterken.
- Onderwijs en arbeidsmarkt: door investeringen in onderwijs en samenwerking met experts.
- Data en monitoring: met onderzoek meer inzicht krijgen.

In figuur 3.1 zien we Stadskanaal zoals afgebeeld in de Baanbreker Vrijtijdseconomie, het provinciale programma dat gericht is op het versterken van de vrijetijdssector in Groningen. Deze figuur illustreert dat Stadskanaal nog een relatief blinde vlek is in de provincie.

**Figuur 3.1 Kaart uit de baanbreker Vrijtijdseconomie Provincie Groningen**



## 2. Erfgoed met toekomst

Tijdens het schrijven van het toekomstperspectief toerisme en recreatie is gemeente Stadskanaal ook begonnen aan een nieuw erfgoedbeleid, waarmee ingezet wordt op bescherming en behoud van erfgoed en versterking van het draagvlak voor erfgoed. Op regionaal niveau sluit dit aan bij de Strategische Visie Vrijtijdseconomie Oost-Groningen 2030: een door de Oost-Groninger gemeenten gezamenlijk vastgestelde visie waarin landschap, cultuurhistorie en iconen worden benoemd als fundament van het vrijetijdsaanbod. Iconen als Museumspoorlijn STAR, het Veenkoloniaal Museum (in Veendam) en andere culturele trekpleisters worden expliciet genoemd als onderscheidende elementen voor Oost-Groningen. Ook de provincie ziet erfgoed als kans voor de vrijetijdseconomie. In “Erfgoed met toekomst – Succesfactoren voor de herbestemming van erfgoed in de vrijetijdseconomie” wordt beschreven hoe erfgoedherbestemming kan bijdragen aan cultureel toerisme, werkgelegenheid, sociale cohesie en het creëren van laagdrempelige ontmoetingsplekken. Ook in de kansenkaart van Noord-Drenthe, een overzicht van belangrijke toeristische en erfgoedkansen in de regio, wordt de STAR als kansrijk erfgoed gezien, specifiek voor een betere toeristische verbinding tussen Drenthe en Groningen. Uit deze kansenkaart volgen een aantal concrete aanbevelingen:

- Creëer een duidelijke visuele identiteit en een duidelijk verhaal, verspreid via sociale media, campagnes en fysieke locaties;
- Ontwikkel toeristische routes rondom grote Groningse verhalen;
- Breng eigendom en onderhoud van erfgoed in kaart om zicht te krijgen op leegstand en pilotlocaties te kiezen.



### 3. Evenementen en levendige kernen

De gemeente beschouwt evenementen als middel om kernen te verbinden, leefbaarheid te versterken en het imago van Stadskanaal te verbeteren. In het Evenementenbeleid Stadskanaal wordt benadrukt dat evenementen bijdragen aan ontmoeting, noaberschap en trots, en dat ze de dorpen en het centrum van Stadskanaal profileren als plekken waar iets te beleven valt. Concreet gebeurt het volgende:

- Het beleid bevat een beoordelingskader waarmee o.a. wordt afgewogen of evenementen passen bij de directe omgeving;
- Er wordt aangegeven waar en wanneer welke evenementen passend zijn, om een goede spreiding zowel in ruimte als tijd te waarborgen;
- De gemeente speelt geen rol in de promotie van specifieke evenementen, wel publiceren ze een evenementenkalender.

Ook regionaal wordt ingezet op evenementen. De Strategische Visie Vrijtijdseconomie Oost-Groningen 2030 noemt grote en kleine evenementen, zoals de Stoomdagen van Museumspoorlijn STAR, als trekkers die iconen en attracties versterken en bezoekers naar de regio halen. Op provinciaal niveau wordt in het Uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie 2024–2027 “Groeidend Gastvrij” een aparte opgave voor evenementen benoemd, met een structureel budget voor een subsidieregeling evenementen en extra middelen voor grote terugkerende evenementen.

### 4. Impuls aan de bereikbaarheid door routes en ov

Routes worden in meerdere beleidsdocumenten als fundament van de vrijtijdseconomie gezien. De provincie benoemt routes expliciet als één van de vijf pijlers in de Baanbreker en zet stevig in op het verbeteren en

uitbreiden van fiets- en wandelnetwerken, waaronder nieuwe themaroutes, ontbrekende schakels in het fietsnetwerk en aansluiting op Duitse routenetwerken. Ook waterrecreatie krijgt een impuls door investeringen in het toervaartnet en betere voorzieningen voor aanmeren, brugbediening en doorvaart.

In de Strategische Visie Vrijtijdseconomie Oost-Groningen 2030 worden wandelen en fietsen gezien als de meest kansrijke vormen van recreatie, waarbij routes fungeren als verbindende structuur tussen dagattracties. Deze recreatieve verbindingen sluiten aan bij een bredere regionale opgave: het verbeteren van de algehele bereikbaarheid in Oost-Groningen. In het Masterplan Oost-Groningen wordt bereikbaarheid namelijk gezien als een voorwaarde voor brede welvaart. Een robuust netwerk van verbindingen versterkt de leefbaarheid en het vestigingsklimaat. De komst van de Nedersaksenlijn (de geplande spoorlijn tussen Veendam en Groningen) verbetert straks de verbindingen tussen kernen als Veendam, Stadskanaal en Ter Apel én met stad Groningen. Daarnaast wordt vanuit dit masterplan ingezet op een dekkend netwerk van openbaar vervoer, betere vaarwegen, mobiliteitshubs en deelvervoer in centrale kernen. Concrete activiteiten die hierbij kansrijk worden gezien, zijn:

- Deelvervoer stimuleren nabij stationslocaties (van o.a. de Nedersaksenlijn);
- Transferia in alle centrale kernen;
- Verbeteren en uitbreiden van snelle fietsverbindingen tussen de centrale kernen van Oost-Groningen en stations;
- In de gehele regio realiseren van snelle digitale verbindingen.



## 3.2 Trends en ontwikkelingen in de sector

We zien de volgende relevante trends en ontwikkelingen in de toerisme- en recreatiesector:

- **De kracht van het platteland: agrotourisme als kans én uitdaging**  
Agrotourisme, van slapen bij de boer tot meedraaien op het erf, groeit sterk in populariteit. Bezoekers zoeken de rust, authenticiteit en volledige plattelandsbeleving, wat bijdraagt aan herwaardering van streek en landschap (NBTC, 2023).  
Tegelijkertijd staan veel agrariërs midden in de transitie naar een duurzamere bedrijfsvoering. Toerisme kan voor hen een waardevolle nevenactiviteit en inkomstenbron zijn, maar het brengt ook uitdagingen met zich mee. Recreatie en landbouw komen soms met elkaar in botsing: bezoekers en landbouwvoertuigen delen dezelfde wegen en toeristische activiteiten kunnen beperkingen opleggen aan de dagelijkse agrarische werkzaamheden. Bovendien zijn agrotouristische initiatieven niet altijd makkelijk ruimtelijk te realiseren.
- **Maatwerk en authenticiteit met streekproducten.** Consumenten zoeken steeds vaker maatwerk en authenticiteit wanneer ze uit eten gaan. Ze willen een unieke ervaring met producten die aansluiten bij hun persoonlijke voorkeuren, of die nu duurzaam, vegetarisch of gewoon bijzonder zijn. Dit verklaart onder andere de groeiende populariteit van foodtruckfestivals (Horecamagazine, 2024). Daarnaast hecht men veel waarde aan authenticiteit: lokale kenmerken en het gebruik van streekproducten zijn gewild. Een duidelijke link tussen de locatie en de activiteit, horecagelegenheid, het evenement of de verblijfsaccommodatie wordt daarbij steeds belangrijker.
- **Erfgoed steeds populairder.** Volgens de Cultuurmonitor bracht in 2022 maar liefst 67% van de Nederlanders een bezoek aan een

erfgoedplek (Cultuurmonitor.nl, 2024). Ook zien we dat industrieel erfgoed, zoals windmolens en fabrieksgebouwen, populaire plekken zijn om te bezoeken vanwege de culturele waarde en fotogenieke, recreatieve beleving. Deze plekken krijgen dan ook steeds vaker een sociale of recreatieve invulling.

- **Kamperen en campers in de lift.** Het kamperen in 2023 groeide met 13,3% ten opzichte van 2022. Van de kampeergasten kwam in 2022 71% uit Nederland en 29% uit het buitenland. In 2023 bereikte Nederland een recordaantal van bijna 590.000 geregistreerde campers en caravans. Een groei van ongeveer 7% ten opzichte van 2020 (NRIT, 2023). Naast de traditionele campers en caravans, zien we steeds meer andere typen voertuigen de kampeerterreinen oprijden. Jongeren kopen veel kleine busjes die ze vervolgens zelf ombouwen naar een kleine camper. Hiermee kunnen ze zowel in de natuur als in de stad goed kamperen. Onder ouderen zien we juist een toename in campers die van alle gemakken voorzien zijn, de vaak wat grotere en luxere campers.
- **Sociaal verantwoord ondernemen populairder.** In Nederland zijn sociale ondernemingen sterk aan het toenemen. Zo ook in de sectoren logies-, maaltijd- en drankverstrekking en kunst, amusement en recreatie zijn bedrijven bezig met sociaal ondernemen. De omzet en winst van sociale ondernemingen is de laatste jaren ook toegenomen. Sociale ondernemingen zien hun winst niet als doel maar als middel om te investeren in sociale of ecologische doelen of te doneren (Jan Bockma, 2024).
- **Wandelen en fietsen ongekend populair.** Wandelen en fietsen zijn de meest ondernomen activiteiten. 79% van de Nederlanders onderneemt een wandeling en 58% een fietstocht (NVTO, 2023). In de provincie Groningen wordt wandelen als activiteit vaker dan gemiddeld ondernomen. Routegebonden activiteiten, zoals



wandelen, fietsen, hardlopen en paardrijden, worden het meest ondernomen in eigen wijk of dorp, bosgebied of landelijkgebied.

### Lokale ontwikkelingen

Naast landelijke ontwikkelingen zien we ook regionale en gemeentelijke ontwikkelingen die relevant zijn voor de toeristisch-recreatieve sector in Stadskanaal.

- **Komst Nedersaksenlijn:** de provincie Groningen heeft in het verleden ingezet op het verlengen van de bestaande spoorverbinding tussen Groningen en Veendam naar Stadskanaal voor reizigersvervoer. Parallel hieraan heeft het Rijk besloten tot de aanleg van de Nedersaksenlijn, een nieuwe spoorverbinding die via Emmen doorloopt richting Twente. De provincie Groningen heeft besloten het project voor een zelfstandige spoorverbinding tussen Veendam en Stadskanaal niet verder uit te voeren, maar onder te brengen in de bredere ontwikkeling van de Nedersaksenlijn. Deze keuze leidt in de regio tot zorgen en twijfel. Enerzijds biedt de Nedersaksenlijn kansen voor een sterkere en bredere verbinding, maar anderzijds leeft de verwachting dat een directe spoorverbinding naar Stadskanaal hierdoor later gerealiseerd wordt en afhankelijker wordt van besluitvorming op rijksniveau. Hoewel de Nedersaksenlijn op termijn een impuls kan geven aan de bereikbaarheid, werkgelegenheid en leefbaarheid in het zuidoosten van Groningen, is het vooralsnog onduidelijk wanneer Stadskanaal daadwerkelijk op het spoor zal worden aangesloten. Volgens de huidige planning zal het nog minimaal 10 tot 15 jaar duren voordat de eerste reizigers gebruik kunnen maken van (delen van) de Nedersaksenlijn.
- **De invloed van de Nedersaksenlijn op de STAR:** de STAR heeft de ambitie om zich verder te ontwikkelen als geregistreerd museum, met meer beleving en themaritten. De mogelijke komst van de

Nedersaksenlijn kan daarbij kansen bieden door een betere bereikbaarheid en een groter bezoekerspotentieel. Tegelijkertijd brengt de ontwikkeling van de spoorinfrastructuur onzekerheden met zich mee voor de toekomstige situatie van de STAR. De precieze inpassing en gevolgen voor de huidige exploitatie zijn op dit moment nog niet duidelijk. Het is daarom van belang om de verdere uitwerking van de Nedersaksenlijn in samenhang met de positie en ontwikkeling van de STAR te blijven volgen.

- **Verhuizing van het Museum van de Streek:** het voormalige Streekhistorisch Centrum is verhuisd naar het centrum en deelt samen met de bibliotheek een locatie. Naast dat het lokale archief in het centrum aanwezig is, is er ook een museum: Museum van de Streek. Op de nieuwe locatie wil het museum het verhaal van de Kanaalstreek op een interactieve manier presenteren, met korte teksten, luister- en beeldmateriaal.
- **Ontwikkeling van het voormalige Phillipsterrein:** onder de Regio Deal Oost-Groningen transformeert Stadskanaal het voormalige Philips-terrein (Mercurius-terrein) van een industriële locatie naar een levendig gebied met maatschappelijke en economische functies. Het terrein biedt onder meer Museum Philips Stadskanaal en een audiowandeling, die de cultuurhistorische beleving versterken. Hoewel de focus van de transformatie ligt op innovatie, onderwijs en bedrijvigheid, bieden deze culturele elementen kansen om het terrein ook toeristisch te benutten. Door het Phillips-terrein te verbinden met andere attracties in de gemeente en regio kan het bijdragen aan een diverser en aantrekkelijker recreatief aanbod voor de regio.



### 3.3 Vraag-aanbod

In deze paragraaf onderzoeken we welke wensen en behoeften er leven bij inwoners en bezoekers van Stadskanaal, en of het huidige aanbod daar goed op aansluit. We kijken naar welke doelgroepen zich aangesproken voelen door wat er nu beschikbaar is, en of dit overeenkomt met de doelgroepen die we in de stad willen bereiken. Voor dit onderzoek maken we gebruik van De Leefstijlvinder.

Voor deze analyse kijken we alleen naar commerciële voorzieningen. Stadskanaal bezit ook niet-commerciële recreatieve voorzieningen, zoals wandel- en fietspaden. Deze zijn zeker van waarde, maar zijn in dit onderzoek niet meegenomen omdat deze doorgaans minder belevingselementen bevatten en daardoor minder goed te koppelen zijn aan specifieke doelgroepen. In totaal zijn er 30 bedrijven meegenomen: 14 horeca, 4 dagrecreatie en 12 verblijfsrecreatie.

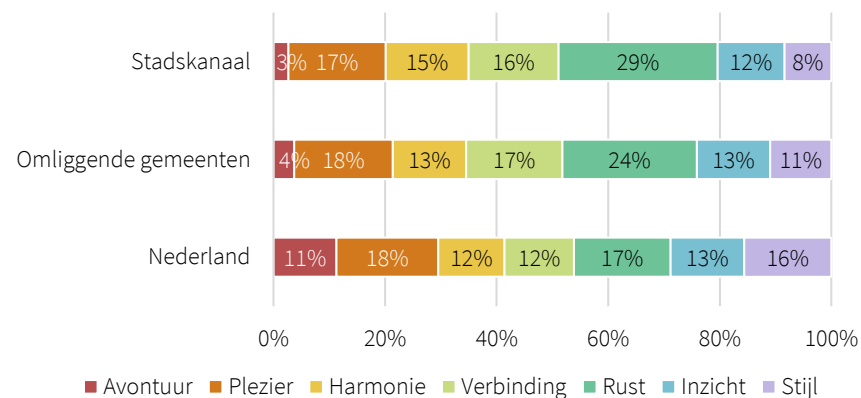
#### Vraag

Figuur 3.2 laat de leefstijlprofielen van het Nederlands gemiddelde, de omliggende gemeenten en Stadskanaal zien. Onder de omliggende gemeenten vallen de gemeenten Veendam, Westerwolde, Aa en Hunze, Pekela en Borger-Odoorn.

Vergeleken met de omliggende gemeenten, en zeker met het landelijk gemiddelde, telt Stadskanaal relatief veel rustzoekers. Dit is de meest voorkomende leefstijl binnen de gemeente. Ook het aandeel harmoniezoekers en verbindingszoekers ligt in Stadskanaal hoger dan het Nederlands gemiddelde.

Daarentegen komen avontuurzoekers en stijlzoekers zowel in Stadskanaal als in de omliggende gemeenten minder vaak voor. Het aandeel plezierzoekers en inzichtzoekers is in Stadskanaal ongeveer gelijk aan het landelijk gemiddelde.

**Figuur 3.2 Leefstijlprofiel van de inwoners van Stadskanaal, omliggende gemeenten en Nederland**



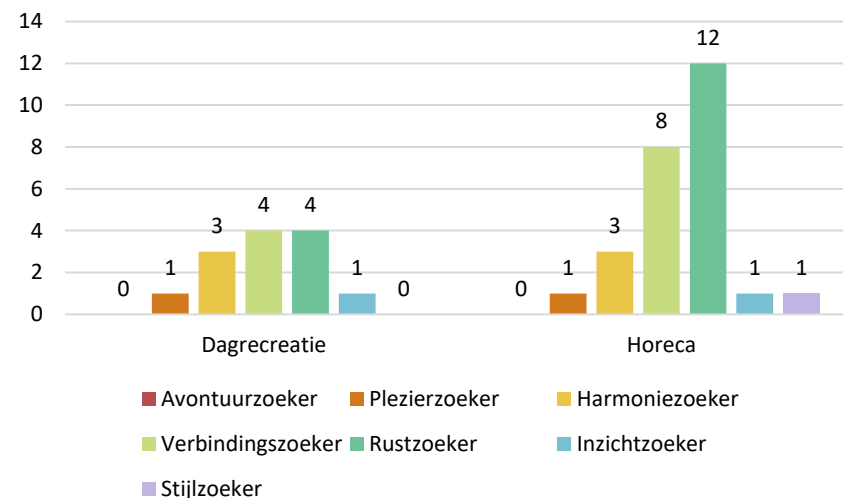
## Aanbod

De horeca in Stadskanaal is veelal kleinschalig. Het menu bestaat op de meeste plekken uit bekende klassiekers, en de sfeer en beleving zijn meestal laagdrempelig en vertrouwd. Hierdoor spreekt het aanbod vooral de rustzoeker en verbindingszoeker aan (zie figuur 3.3). Ook in de dagrecreatie worden deze doelgroepen voornamelijk bediend. Daarnaast wordt de harmoniezoeker op verschillende locaties bediend door een levendige sfeer, laagdrempelige gezelligheid en een aanbod met voor ieder wat wils.

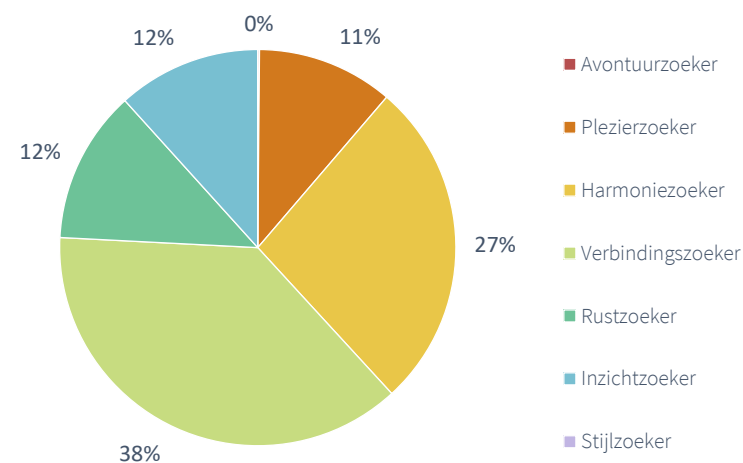
De verblijfsrecreatie richt zich voornamelijk op de verbindingszoeker en harmoniezoeker (zie figuur 3.4). De harmoniezoeker voelt zich vooral thuis op enkele campings of vakantieparken, terwijl de verbindingszoeker zich in bijna alle verblijfsrecreatie kan vinden, waardoor deze doelgroep veruit de meeste keuzemogelijkheden heeft.

Voor de avontuurzoeker is er geen aantrekkelijk aanbod in de gemeente qua dagrecreatie en horeca. Het aanbod aan verblijfsrecreatie is voor deze leefstijl ook zeer beperkt. Ook het aanbod voor de plezierzoeker, inzichtzoeker en stijlzoeker is beperkt.

**Figuur 3.3 Aantal horeca en dagrecreatieve mogelijkheden per leefstijl.**

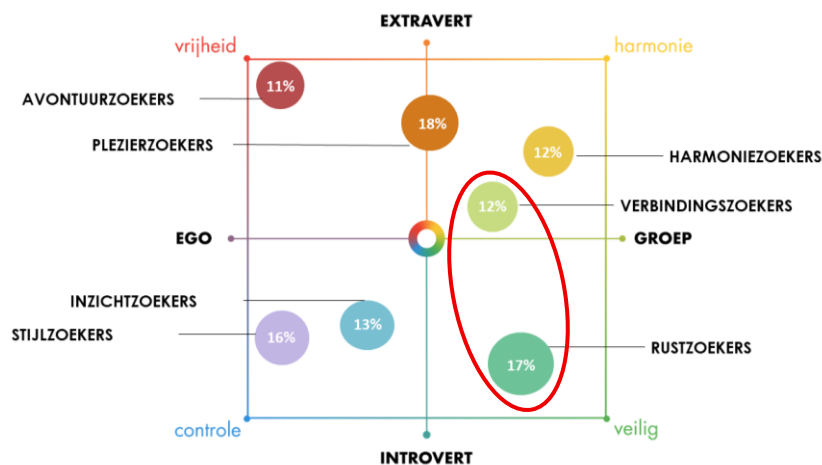


**Figuur 3.4 Aandeel slaapplaatsen per leefstijl**

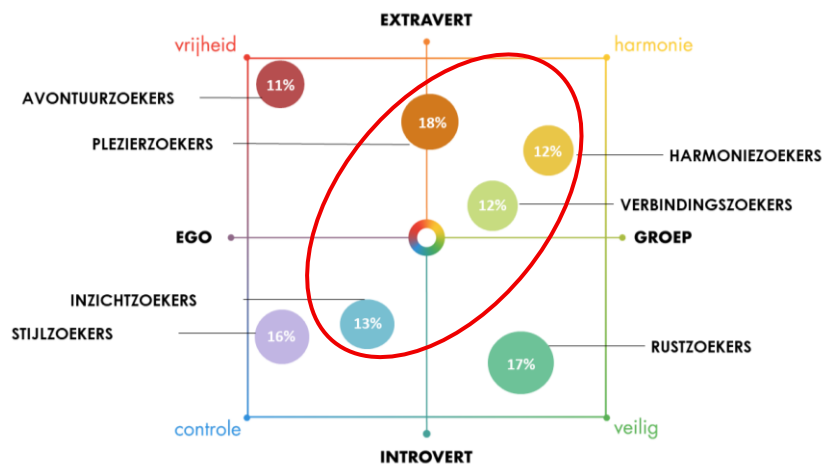


## Vraag en aanbod

**Figuur 3.5 Leefstijlen waarvoor het huidige aanbod voornamelijk aantrekkelijk is**



**Figuur 3.6 Kansrijke leefstijlen voor nieuw aanbod**



De harmoniezoeker vormt een relatief grote doelgroep in de gemeente en omliggende gemeenten. Qua verblijfsrecreatie is er al relatief veel aanbod, zowel in Stadskanaal als op de Hondsrug, maar qua dagrecreatie en horeca vindt de harmoniezoeker nog beperkt aantrekkelijk aanbod. Ook de plezier- en inzichtzoeker vinden beperkt aantrekkelijk dagrecreatief en horeca aanbod, terwijl zij een groot deel van de inwoners in de regio vormen. Dit biedt kansen om nieuwe dagrecreatie en horeca te richten op harmonie-, plezier- en inzichtzoekers. Door meer aanbod voor deze doelgroepen te ontwikkelen, ontstaat een gevarieerder recreatief aanbod in de gemeente.

Daarnaast biedt het toevoegen van gevarieerde en kwalitatieve verblijfsrecreatie mogelijkheden om verschillende doelgroepen beter te bedienen. Investerings in verblijfsrecreatie zijn waardevol, omdat toeristen bijdragen aan het behoud van voorzieningen en daarmee aan de versterking van de leefbaarheid in de gemeente. Omdat er voor de harmoniezoeker al relatief veel verblijfsrecreatief aanbod bestaat in Stadskanaal en op de Hondsrug, is het advies om bij de ontwikkeling van nieuw verblijfsrecreatief aanbod de focus vooral te leggen op de plezierzoeker en inzichtzoeker. Zo kan in samenhang met horeca en dagrecreatie een aantrekkelijk en gevarieerd recreatief aanbod ontstaan dat meerdere doelgroepen aanspreekt (zie figuur 3.6).

Voor de stijlzoeker en avontuurzoeker is geen tot beperkt aantrekkelijk aanbod aan verblijfsrecreatie, dagrecreatie en horeca in de gemeente. De geboden sfeer en beleving in het huidige aanbod staan ver af van wat deze leefstijlen aanspreekt, waardoor zij niet eenvoudig te bedienen zijn. Deze doelgroepen zijn bovendien relatief klein. Om deze redenen worden zij in dit advies buiten beschouwing gelaten. De kaders hierna bieden inspiratie voor de harmoniezoeker, plezierzoeker en inzichtzoeker.



### Harmoniezoeker

De harmoniezoeker is hartelijk, gemoedelijk en sociaal. Vrije tijd staat voor hen in het teken van samen genieten met familie en vrienden, in een gemoedelijke omgeving waar voor ieder wat wils is.

Harmoniezoekers gaan graag met het gezin, familie en/of vrienden een dagje winkelen of naar het zwembad, dierentuin of pretpark. In de horeca voelen zij zich het meest op hun gemak bij informele, gastvrije gelegenheden, met aandacht voor comfort, betaalbaarheid en keuze voor iedereen. Op het menu zijn de klassiekers in trek, maar ook thematische horeca), groepsgerechten (zoals fondue en bbq) en 'all you can eat' aangelegenheden spreken hen aan. In de verblijfsrecreatie geven harmoniezoekers de voorkeur aan bungalowparken en campings waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn en een gezellige, knusse sfeer hangt.



Bron: Italiaanse meren, Brinks Pannenkoeken

### Plezierzoeker

De plezierzoeker is spontaan, sociaal en gericht op gezelligheid en vermaak. Vrije tijd draait om samen leuke dingen doen, ontspannen en geëntertaind worden, bij voorkeur in een levendige omgeving. Voor dagrecreatie trekken evenementen, attracties en andere dynamische uitjes hen het meest aan. In de horeca zoeken plezierzoekers een informele, bruisende sfeer, bijvoorbeeld bij foodfestivals of restaurants met muziek, live cooking of shared dining. In de verblijfsrecreatie geven zij de voorkeur aan eigentijdse accommodaties met veel faciliteiten en activiteiten, zoals hotels, campings of bungalowparken, zodat er voor iedereen iets te beleven is.



Bron: De Boterlap, Waterloopbos



### Inzichtzoeker

Inzichtzoekers zijn bedachtzaam, serieus en intelligent. Vrije tijd staat in het teken van zelfontwikkeling, reflectie en betekenisvolle ervaringen, bij voorkeur in rust en privacy. Dagrecreatie sluit aan als deze educatief en inspirerend is, zoals musea, erfgoedlocaties, thematische wandelingen of natuurgebieden met mogelijkheden tot verdieping (bijvoorbeeld met educatieve informatie of een diepere betekenis). In de horeca waarderen zij rustige, authentieke en kwalitatieve locaties met aandacht voor ambacht en herkomst. In de verblijfsrecreatie kiezen inzichtzoekers bij voorkeur voor kleinschalige, duurzame accommodaties die in een natuurlijke omgeving liggen en vertrouwd aanvoelen. Ze verblijven het vaakst in hotels en geven daarbij de voorkeur aan luxe hotels of natuurhotels/ecolodges.



*Bron: Marveld Recreatie, Markt5*



### 3.4 Onderzoek individuele gemeenten in provincie Groningen

In een onderzoek naar de vrijetijdseconomie van provincie Groningen (Ginder, 2025) worden de tien gemeenten in de provincie met elkaar vergeleken op enkele parameters. Hierna volgen de opvallendste resultaten uit het inwonersonderzoek voor de gemeente Stadskanaal.

In figuur 3.7 zien we de reacties van de inwoners op een aantal stellingen. Inwoners uit Stadskanaal staan erg positief tegenover toerisme en recreatie en zien vooral de voordelen ervan.

**Figuur 3.7 Reacties van inwoners uit Stadskanaal op een aantal stellingen**

| Gemeente Stadskanaal                                                                                                | (Zeer) Oneens | Neutraal | (Zeer) Mee eens | Weet niet |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-----------------|-----------|
| 5.1 We hebben meer voorzieningen (zoals cafés, restaurants, winkels, bakkers etc.) dankzij toerisme en recreatie.   | 42%           | 29%      | 24%             | 5%        |
| 5.2 Dankzij toerisme zijn er meer recreatieve mogelijkheden voor de inwoners.                                       | 37%           | 27%      | 31%             | 4%        |
| 5.3 Toerisme en recreatie zijn goed voor onze lokale economie.                                                      | 6%            | 6%       | 86%             | 2%        |
| 5.4 Toerisme en recreatie helpen om onze cultuur in stand te houden en historische gebouwen te behouden/restaureren | 11%           | 20%      | 64%             | 5%        |
| 5.5 Door toerisme ben ik trots een inwoner van onze gemeente te zijn                                                | 27%           | 38%      | 33%             | 2%        |
| 5.6 Door toerisme krijgt onze gemeente een positiever imago                                                         | 10%           | 19%      | 69%             | 2%        |
| 5.7 Toerisme zorgt ervoor dat we als inwoners meer verbonden zijn met elkaar                                        | 27%           | 34%      | 35%             | 5%        |
| 5.8 Toerisme zorgt ervoor dat ik leuke contacten heb met bezoekers                                                  | 20%           | 32%      | 44%             | 3%        |
| 5.9 Ik steun toerisme en wil dat mijn gemeente een toeristische bestemming blijft                                   | 6%            | 15%      | 78%             | 1%        |
| 5.10 De voordelen van toerisme in mijn gemeente vind ik groter dan de nadelen                                       | 9%            | 24%      | 63%             | 4%        |
| 5.11 Toerisme moet actief aangemoedigd worden in mijn gemeente                                                      | 6%            | 10%      | 81%             | 3%        |
| 5.12 Nieuwe ontwikkelingen in toerisme in mijn gemeente moeten door de gemeente zelf worden gestimuleerd            | 6%            | 18%      | 73%             | 4%        |
| 5.13 De gemeente moet maatregelen nemen waardoor inwoners meer profiteren van toerisme                              | 8%            | 20%      | 68%             | 4%        |

#### Algemene houding t.o.v. toerisme en recreatie

We vergelijken Stadskanaal op enkele onderdelen met de andere gemeenten, het volgende valt op:

- 66% van de inwoners van Stadskanaal mist voorzieningen voor vrijetijdsactiviteiten in hun gemeente, dit is het hoogste aandeel van alle gemeenten. Inwoners missen vooral horeca en terrassen;
- 70% van de inwoners zou graag (veel) meer toeristen willen in de gemeente. Dit is een van de hoogste percentages in vergelijking met de andere gemeenten, gemiddeld ligt dit op 50%;
- 71% van de inwoners vindt het (redelijk) rustig qua bezoekers in de gemeente Stadskanaal, gemiddeld is dit 45%;
- 91% van de inwoners ervaart geen negatieve effecten van toerisme, alleen gemeente Pekela scoort hoger met 96%;



Figuur 3.8 toont hoeveel procent van de overnachtingen in de provincie in Stadskanaal plaatsvindt. Dit is met 3% een van de laagste percentages, na gemeenten Pekela en Veendam. Figuur 3.9 toont de verdeling tussen dag- en verblijfs gasten en hierin valt op dat er relatief weinig verblijfs gasten naar Stadskanaal komen. Vervolgens zien we in figuur 3.10 dat daggasten relatief kort in Stadskanaal verblijven: het gemiddelde van 3.1 uur is de kortste verblijfsduur in de provincie. Het aantal nachten dat bezoekers gemiddeld in Stadskanaal verblijven is dan weer relatief hoog met 5,5 nachten.

Op de volgende pagina's staan in figuur 3.11 en 3.12 de meest ondernomen dagactiviteiten, eerst voor inwoners en daarna voor bezoekers. Hierbij valt op dat inwoners vooral wandelen, fietsen, horeca bezoeken, markten/braderieën bezoeken en winkelen. Relatief weinig bezoekers wandelen en fietsen in vergelijking met andere gemeenten, ze bezoeken juist vaker de winkels en horeca.

**Figuur 3.8 Aantal overnachtingen per gemeente**

| Gemeente         | Aantal overnachtingen | Aandeel |
|------------------|-----------------------|---------|
| Eemsdelta        | 163.000               | 7%      |
| Groningen        | 715.000               | 32%     |
| Het Hogeland     | 415.000               | 19%     |
| Midden-Groningen | 211.000               | 10%     |
| Oldambt          | 78.000                | 4%      |
| Pekela           | 13.000                | 1%      |
| Stadskanaal      | 77.000                | 3%      |
| Veendam          | 32.000                | 1%      |
| Westerkwartier   | 139.000               | 6%      |
| Westerwolde      | 370.000               | 17%     |
| Totaal           | 2.214.000             |         |

**Figuur 3.9 Aandeel dag/verblijfs gasten per gemeente**

| Verblijfsduur per gemeente | 1 dag | Meerdere dagen |
|----------------------------|-------|----------------|
| Gemeente Eemsdelta         | 30%   | 70%            |
| Gemeente Groningen         | 60%   | 40%            |
| Gemeente Het Hogeland      | 27%   | 73%            |
| Gemeente Midden-Groningen  | 39%   | 61%            |
| Gemeente Oldambt           | 50%   | 50%            |
| Gemeente Pekela            | 65%   | 35%            |
| Gemeente Stadskanaal       | 68%   | 32%            |
| Gemeente Veendam           | 67%   | 33%            |
| Gemeente Westerkwartier    | 67%   | 33%            |
| Gemeente Westerwolde       | 45%   | 55%            |
| Provincie Groningen        | 51%   | 49%            |
| Ommelanden                 | 47%   | 53%            |

**Figuur 3.10 Gemiddelde verblijfsduur per gemeente**

| Gemiddelde verblijfsduur per gemeente | In uren | In nachten |
|---------------------------------------|---------|------------|
| Gemeente Eemsdelta                    | 4,2     | 4,3        |
| Gemeente Groningen                    | 5,2     | 4,7        |
| Gemeente Het Hogeland                 | 4,0     | 6,0        |
| Gemeente Midden-Groningen             | 4,2     | 5,9        |
| Gemeente Oldambt                      | 5,9     | 5,4        |
| Gemeente Pekela                       | 3,4     | 4,8        |
| Gemeente Stadskanaal                  | 3,1     | 5,5        |
| Gemeente Veendam                      | 4,1     | 4,0        |
| Gemeente Westerkwartier               | 4,1     | 4,8        |
| Gemeente Westerwolde                  | 4,0     | 5,4        |
| Provincie Groningen                   | 4,6     | 5,1        |
| Ommelanden                            | 4,2     | 5,2        |



**Figuur 3.11 Ondernomen activiteiten door inwoners**

| Activiteit                                  | Gemeente Eemdelta | Gemeente Groningen | Gemeente Het Hogeland | Gemeente Midden-Groningen | Gemeente Oldambt | Gemeente Pekela | Gemeente Stadskanaal | Gemeente Veendam | Gemeente Westerkwartier | Gemeente Westerwolde |
|---------------------------------------------|-------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------|------------------|-----------------|----------------------|------------------|-------------------------|----------------------|
| Recreatief fietsen                          | <b>62%</b>        | <b>64%</b>         | <b>73%</b>            | <b>70%</b>                | <b>72%</b>       | <b>61%</b>      | <b>60%</b>           | <b>66%</b>       | <b>78%</b>              | <b>74%</b>           |
| Recreatief wandelen                         | <b>68%</b>        | <b>77%</b>         | <b>81%</b>            | <b>72%</b>                | <b>77%</b>       | <b>69%</b>      | <b>73%</b>           | <b>73%</b>       | <b>77%</b>              | <b>78%</b>           |
| Bezoek natuurgebied                         | 45%               | <b>67%</b>         | <b>63%</b>            | <b>70%</b>                | <b>69%</b>       | <b>35%</b>      | 50%                  | <b>61%</b>       | <b>63%</b>              | <b>61%</b>           |
| Watersport                                  | 34%               | 25%                | 32%                   | 31%                       | 33%              | 11%             | 10%                  | 24%              | 16%                     | 14%                  |
| Bezoek dorp                                 | 43%               | 40%                | <b>61%</b>            | 34%                       | 41%              | <b>42%</b>      | 51%                  | 46%              | <b>53%</b>              | <b>61%</b>           |
| Bezoek horeca/terrasje                      | <b>77%</b>        | <b>80%</b>         | <b>75%</b>            | <b>63%</b>                | <b>73%</b>       | 27%             | <b>76%</b>           | <b>70%</b>       | <b>68%</b>              | <b>64%</b>           |
| Winkelen/funshoppen                         | <b>52%</b>        | 53%                | 43%                   | <b>50%</b>                | <b>57%</b>       | 33%             | <b>66%</b>           | <b>53%</b>       | 44%                     | 34%                  |
| Dierenpark/aquarium                         | 8%                | 4%                 | 8%                    | 7%                        | 2%               | 4%              | 3%                   | 6%               | 3%                      | 6%                   |
| Wellnesscentrum/sauna                       | 10%               | 14%                | 6%                    | 7%                        | 27%              | 1%              | 4%                   | 7%               | 12%                     | 5%                   |
| Markt/braderieën                            | 48%               | 48%                | 47%                   | 42%                       | 44%              | <b>38%</b>      | <b>55%</b>           | 42%              | 45%                     | 54%                  |
| Theater/concert                             | 37%               | <b>66%</b>         | 32%                   | 41%                       | 48%              | 7%              | 46%                  | 48%              | 27%                     | 19%                  |
| Bezoek erfgoedlocatie of bezienswaardigheid | 27%               | 36%                | 39%                   | 31%                       | 30%              | 8%              | 12%                  | 15%              | 31%                     | 30%                  |
| Bezoek museum/culturele instelling          | 27%               | 57%                | 33%                   | 23%                       | 22%              | 10%             | 12%                  | 30%              | 37%                     | 26%                  |
| Bezoek attractie                            | 6%                | 13%                | 8%                    | 8%                        | 7%               | 3%              | 6%                   | 10%              | 9%                      | 10%                  |
| Bezoek evenement                            | <b>57%</b>        | 50%                | 42%                   | 36%                       | 50%              | 19%             | 33%                  | 38%              | 36%                     | 42%                  |
| Anders, namelijk:                           | 4%                | 6%                 | 4%                    | 3%                        | 2%               | 8%              | 5%                   | 6%               | 3%                      | 6%                   |



**Figuur 3.12 Antwoorden van bezoekers op de vraag: welke activiteiten heeft u vandaag ondernomen?**

| Activiteit                                  | Gemeente Eemdelta | Gemeente Groningen | Gemeente Het Hogeland | Gemeente Midden-Groningen | Gemeente Oldambt | Gemeente Pekela | Gemeente Stadskanaal | Gemeente Veendam | Gemeente Westerkwartier | Gemeente Westerwolde |
|---------------------------------------------|-------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------|------------------|-----------------|----------------------|------------------|-------------------------|----------------------|
| Recreatief fietsen                          | 38%               | 10%                | 39%                   | 32%                       | 25%              | 29%             | 22%                  | 24%              | 15%                     | 33%                  |
| Recreatief wandelen                         | 32%               | 23%                | 27%                   | 20%                       | 10%              | 15%             | 16%                  | 21%              | 18%                     | 25%                  |
| Bezoek natuurgebied                         | 16%               | 6%                 | 25%                   | 20%                       | 4%               | 8%              | 11%                  | 14%              | 5%                      | 12%                  |
| Watersport                                  | 4%                | 2%                 | 12%                   | 8%                        | 5%               | 5%              | 7%                   | 6%               | 5%                      | 2%                   |
| Bezoek dorp                                 | 38%               | 16%                | 45%                   | 23%                       | 13%              | 17%             | 28%                  | 19%              | 12%                     | 30%                  |
| Bezoek horeca/terrasje                      | 47%               | 56%                | 47%                   | 31%                       | 14%              | 18%             | 48%                  | 34%              | 35%                     | 40%                  |
| Winkelen/funshoppen                         | 24%               | 45%                | 16%                   | 25%                       | 20%              | 32%             | 62%                  | 26%              | 12%                     | 15%                  |
| Dierenpark/aquarium                         | 2%                | 2%                 | 3%                    | 0%                        | 0%               | 1%              | 1%                   | 2%               | 1%                      | 0%                   |
| Wellnesscentrum/sauna                       | 0%                | 0%                 | 0%                    | 1%                        | 21%              | 1%              | 1%                   | 8%               | 1%                      | 1%                   |
| Markt/braderieën                            | 10%               | 18%                | 2%                    | 4%                        | 6%               | 3%              | 4%                   | 3%               | 2%                      | 2%                   |
| Theater/concert                             | 3%                | 1%                 | 1%                    | 1%                        | 0%               | 1%              | 3%                   | 3%               | 0%                      | 1%                   |
| Zakelijk bezoek                             | 0%                | 5%                 | 0%                    | 0%                        | 1%               | 7%              | 7%                   | 5%               | 0%                      | 4%                   |
| Bezoek erfgoedlocatie of bezienswaardigheid | 2%                | 6%                 | 4%                    | 11%                       | 8%               | 3%              | 2%                   | 1%               | 3%                      | 14%                  |
| Bezoek museum/culturele instelling          | 3%                | 30%                | 6%                    | 13%                       | 0%               | 6%              | 7%                   | 5%               | 2%                      | 14%                  |
| Bezoek attractie                            | 2%                | 7%                 | 1%                    | 0%                        | 0%               | 2%              | 2%                   | 0%               | 32%                     | 2%                   |
| Bezoek evenement                            | 2%                | 0%                 | 1%                    | 7%                        | 20%              | 1%              | 2%                   | 14%              | 2%                      | 10%                  |
| Anders, namelijk:                           | 18%               | 21%                | 28%                   | 20%                       | 11%              | 38%             | 18%                  | 21%              | 24%                     | 19%                  |





## 3.6 Balanstafel

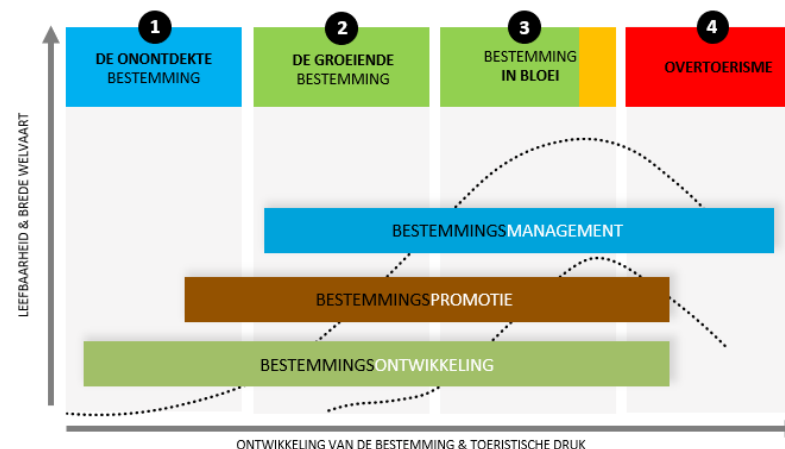
Recreatie en toerisme kunnen idealiter bijdragen aan de leefbaarheid, gezondheid en brede welvaart van inwoners. Naarmate een gebied zich recreatief en toeristisch ontwikkelt, nemen deze positieve effecten doorgaans toe, zolang de draagkracht van het gebied niet wordt overschreden. In een optimale situatie is er sprake van voldoende reuring en voorzieningen, terwijl rust, ruimte en natuur behouden blijven. In theorie doorloopt een bestemming hierbij verschillende ontwikkelfasen, zoals te zien in figuur 3.14, van een nog weinig ontdekte bestemming tot een situatie waarin overbelasting kan optreden.

Tijdens de balanstafel is met medewerkers uit verschillende beleidsdomeinen gesproken over de kansen en aandachtspunten van recreatie en toerisme in de gemeente Stadskanaal. Deze paragraaf geeft een samenvatting van de belangrijkste inzichten uit dat gesprek.

Voor Stadskanaal geldt dat de gemeente zich volgens de ambtenaren momenteel in een vroege ontwikkelfase bevindt. De aanwezige kwaliteiten, zoals het kanaal, het omliggende landschap en het erfgoed, zijn nog onvoldoende beleefbaar. Van negatieve effecten of overtoerisme is geen sprake. De focus ligt daarom op het versterken van de basis: het verbeteren van dagrecreatie, routes, ontmoetingsplekken en de beleefbaarheid van het kanaal, met behoud van rust en kwaliteit voor inwoners.

Door de aanwezige ambtenaren werden vooral kansen gezien voor nieuw aanbod en het verbeteren van de bestaande situatie. Hierna volgt een korte samenvatting van de besproken onderwerpen.

Figuur 3.14 Ontwikkeelfasen van een toeristische bestemming



### Kanaal als kenmerkend element van Stadskanaal

Het kanaal wordt gezien als een belangrijk en tegelijk onderbenut element in de gemeente. De beleving is nu minimaal door gebrek aan horeca, terrassen, aanlegplekken en verbindingen met het centrum, terwijl de gemeente haar naam te danken heeft aan het kanaal. De drukke weg langs het kanaal vormt een barrière, omdat dit het lastig maakt om veilig over te steken als er bijvoorbeeld een terras aan het water zou zijn. Een autoluwe inrichting en meer horeca en andere voorzieningen aan het kanaal worden vanuit toeristisch-recreatief perspectief als wenselijk gezien.

### Ontmoetingsplekken en voorzieningen

In meerdere dorpen is er volgens de ambtenaren behoefte aan laagdrempelige ontmoetingsplekken. Ook zou er vraag zijn naar één vaste, goed uitgeruste evenementenlocatie voor grotere en diverse evenementen (bijv. ijsbaanterrein, Pagedal, Raadhuisplein).



### **Routes, sport en dagrecreatie**

Er ligt potentie om het netwerk van wandel-, fiets-, water- en sportroutes (bijv. kanaal, Pagedal, Pageplas, Pagediep, Onstwedde, Smeerling) te versterken door ontbrekende schakels aan te vullen en bestaande routes beter te onderhouden en bekend te maken. Watersportactiviteiten zoals kanoën, suppen en vissen, buitensport en kinder- en themaroutes kunnen daarnaast actiever worden ingezet om het aanbod aantrekkelijker en completer te maken.

### **Cultuur, erfgoed en identiteit**

De gemeente heeft een rijke cultuur- en industriële geschiedenis (o.a. kanaal, verveners, Philips-terrein, monumentale panden), maar deze is onvoldoende zichtbaar. Erfgoed- en cultuurroutes kunnen bijdragen aan trots, identiteit en aantrekkingskracht.

### **Eerst dagrecreatie, daarna verblijf**

Aanwezigen benadrukken het belang om eerst de dagrecreatie en basis op orde te brengen, met behoud van rust en natuur, voordat wordt ingezet op verblijfsrecreatie.

## **3.7 Verkennende gesprekken**

Er zijn elf gesprekken gevoerd met betrokkenen uit de vrijetijdssector van Stadskanaal, denk hierbij aan ondernemers, maatschappelijke organisaties en culturele instellingen. Uit deze gesprekken kwam het volgende beeld naar voren:

### **Huidige positie en kernkwaliteit**

Stadskanaal beschikt over een aantal kwaliteiten, zoals Museumspoorlijn STAR, het kanaal, de veenkoloniale geschiedenis, het industrieel erfgoed,

Theater Geert Teis en de ligging nabij Westerwolde. Deze kwaliteiten worden echter nog onvoldoende benut, onderling verbonden en als één samenhangend verhaal gepresenteerd.

### **Aanbod en beleving**

Er ontbreekt een duidelijke toeristische kernkwaliteit. Het aanbod is versnipperd en wordt als beperkt ervaren, waardoor de gemeente vooral wordt gezien als een plek met onbenutte potentie in plaats van als een herkenbare bestemming. Zowel voor bezoekers als voor eigen inwoners wordt het aanbod als onvoldoende ervaren.

Daarnaast kent het huidige aanbod weinig samenhang en onderscheidend vermogen voor bezoekers en inwoners, en laat de kwaliteit hier en daar te wensen over. Stadskanaal beschikt niet over een dagvullend programma; het centrum is weinig aantrekkelijk en kent veel leegstand; het kanaal is onderbenut; het horeca- en verblijfsaanbod is beperkt; er zijn weinig evenementen; de openbare ruimte heeft onvoldoende belevingswaarde en bovendien ontbreekt een duidelijke grote trekker.

Door de gesprekspartners wordt aangegeven dat er veel nodig is om Stadskanaal een recreatief-toeristische impuls te geven. Hoewel de noodzaak tot actie breed wordt gedeeld, bestaat er nog geen eenduidig beeld van wat er precies nodig is om te komen tot een succesvolle en duurzame impuls voor de gemeente.

### **Samenwerking en regie**

De samenwerking met de gemeente wordt wisselend ervaren. Er is waardering voor het open contact, maar ondernemers missen een helder toekomstperspectief, ambitie, regie en uitvoeringskracht. Van de gemeente wordt een actievere rol verwacht in het maken van keuzes,



het verbinden van partijen en het ondersteunen en versnellen van initiatieven. De samenwerking met lokale en regionale partners wordt als noodzakelijk gezien om Stadskanaal in de toekomst op de kaart te zetten en te houden.

### **Kansen en ontwikkelingen**

De grootste kansen liggen in het versterken en verbinden van het bestaande aanbod met het regionale aanbod (Westerwolde, Veenkoloniën, Hondsrug en Drenthe). Door regionaal in te zetten op combinatiebezoeken en arrangementen worden meer bezoekers naar zowel de regio als Stadskanaal getrokken.

Toekomstige ontwikkelingen bieden kansen om de bereikbaarheid, dagrecreatie en verblijfsrecreatie te verbeteren. Zo kan de Nedersaksenlijn ervoor zorgen dat er meer bezoekers komen en met de ontwikkeling van het Phillipsterrein kan dagrecreatie of verblijfsrecreatie meegekoppeld worden. Toekomstige ontwikkeling kunnen ook bijdragen aan de levendigheid van het centrum.

### **Risico's en aandachtspunten**

Belangrijke risico's zijn het ontbreken van samenhang en regie, aanhoudende leegstand, beperkte horeca, demografische ontwikkelingen, zoals vergrijzing, en een negatief imago van Stadskanaal en de regio.

### **Trends in recreatie en toerisme**

Respondenten zien de vraag verschuiven, naar een behoefte aan een totaalbeleving en regionale verhalen die gemeentegrenzen overstijgen. Volgens hen worden bereikbaarheid per openbaar vervoer, zichtbaarheid, marketing en evenementen steeds belangrijker om meer

bezoekers te trekken. Ook het versterken van trots en eigenaarschap onder inwoners is volgens hen een cruciale randvoorwaarde.

### **Toekomstbeeld**

Het gewenste toekomstbeeld is Stadskanaal als een levendige, herkenbare en regionaal verbonden gemeente, waar toerisme en recreatie bijdragen aan zowel aantrekkingskracht voor bezoekers als leefbaarheid voor inwoners. De kern ligt in het verbinden van erfgoed, cultuur, landschap en voorzieningen tot één beleefbaar verhaal, vertaald naar routes, arrangementen, evenementen en verblijf. Een duidelijke identiteit en een herkenbare trekker of icoon kunnen daarbij helpen. De gemeente vervult hierin een actieve, regisserende en verbindende rol. Het doel is dat Stadskanaal wordt ervaren als een aantrekkelijke bestemming: groen, gastvrij en met een duidelijk profiel.



# SWOT-analyse, ambitie & speerpunten

---



## 4 SWOT-analyse

In dit hoofdstuk omschrijven we de SWOT (sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen). Deze is gebaseerd op uitgevoerde onderzoeken.

### Sterkten

1. **Veel bezochte dagattractie STAR.** Met 30.000 bezoekers heeft gemeente Stadskanaal een belangrijke dagattractie met de STAR, de museumspoorlijn tussen Stadskanaal en Veendam.
2. **Landschap aan de oostzijde van de gemeente.** Aan de oostzijde van Stadskanaal is een rustig en gevarieerd landschap dat onderdeel is van het gebied Westerwolde. Het gebied heeft bossen, beekdalen en open stukken en is daarmee aantrekkelijk voor recreanten om te wandelen en fietsen.
3. **Ligging nabij de Hondsrug en vesting Bourtange.** Met de Hondsrug en vesting Bourtange heeft de gemeente Stadskanaal twee aantrekkelijke toeristische trekpleisters in de buurt.
4. **Beschermd dorpsgezicht Smeerling.** Smeerling is een aantrekkelijk groen buurtschap met authentieke streekboerderijen dat beschermd is bij nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen. Het is een populair wandel- en fietsgebied binnen de gemeente.

### Zwakten

1. **Beperkte aantrekkelijkheid van het centrum.** Het centrum van Stadskanaal is momenteel beperkt aantrekkelijk vanwege leegstand, weinig diverse horeca en een algemene uitstraling die niet erg uitnodigend is.
2. **Diversiteit aan horeca beperkt.** Het horeca-aanbod is momenteel erg eenzijdig, vooral in het centrum te vinden en het zijn

voornamelijk zaken die fastfood aanbieden. Restaurants van hogere kwaliteit en restaurants in het buitengebied zijn beperkt.

3. **Beperkte mogelijkheden voor een dagje uit.** Er zijn niet veel dagrecreatieve voorzieningen in de gemeente en de voorzieningen die er zijn, zijn beperkt open. Een dagvullend programma, naast wandelen en fietsen, is momenteel lastig te realiseren in Stadskanaal.
4. **Aantal slaapplekken beperkt.** Het aantal accommodaties en de diversiteit van deze accommodaties is beperkt in Stadskanaal. Dit maakt het lastig om verblijfsgasten aan te trekken die ook bij kunnen dragen aan de instandhouding van basisvoorzieningen en horeca.
5. **Onderhoud, beleving en voorzieningen van routes beperkt.** Er liggen wel routes in Stadskanaal, maar de ondersteunende voorzieningen (bankjes, prullenbakken, etc.) zijn beperkt. Ook de beleving en onderhoud van de routes zijn beperkt, waardoor het potentieel van de routes niet volledig benut wordt.
6. **Een duidelijk verhaal ontbreekt.** Er is geen samenhangend verhaal of herkenbare identiteit voor Stadskanaal als bestemming, waardoor het voor bezoekers onduidelijk is wat de plek uniek maakt en wat er te beleven valt.
7. **Huidige marketing beperkt.** In de huidige regiomarketing is de zichtbaarheid van Stadskanaal minimaal. Dit hangt samen met het beperkte aanbod: er is momenteel weinig om te vermarkten.
8. **Lastige bereikbaarheid met het openbaar vervoer.** Stadskanaal, en zeker de dorpen in het buitengebied, is moeilijk te bereiken met het openbaar vervoer. Hierdoor is het voor bezoekers zonder auto moeilijk om Stadskanaal te bereiken.
9. **Beperkte beleefbaarheid van het kanaal.** Het kanaal, waar de gemeente haar naam aan te danken heeft, is momenteel beperkt beleefbaar. Dit komt mede door een gebrek aan voorzieningen en



de drukke weg die er direct naast ligt. Deze vormt een barrière richting het centrum.

### Kansen

1. **Ontwikkeling van het Philips-terrein.** Onder de Regio Deal Oost-Groningen transformeert Stadskanaal het voormalige Philips-terrein van een industriële locatie naar een gebied met meerdere functies. De focus ligt op innovatie, onderwijs en bedrijvigheid, maar er zijn kansen om het terrein ook toeristisch te benutten.
2. **Provinciale aandacht voor de vrijetijdseconomie.** De provincie Groningen richt zich met de economische agenda 'Nij begun' sterk op de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie, waardoor er kansen ontstaan voor Stadskanaal om ondersteuning en subsidies te ontvangen voor toeristische ontwikkelingen.
3. **Populariteit van streekproducten.** De groeiende belangstelling voor lokale en streekproducten biedt kansen voor Stadskanaal om het lokale aanbod beter te promoten en bezoekers te trekken naar bijvoorbeeld markten, boerderijwinkels en boerenbelevingen.
4. **Komst van de Nedersaksenlijn.** Ondanks dat het nog even duurt voordat de Nedersaksenlijn er komt, wordt Stadskanaal straks wel beter bereikbaar voor bezoekers en inwoners als de verbinding gerealiseerd wordt.
5. **Positieve houding van inwoners richting meer bezoekers.** 70% van de inwoners staat positief tegenover een toename van het aantal bezoekers. Deze open houding vergroot de kans dat nieuwe initiatieven en toeristische ontwikkelingen in de gemeente goed worden ontvangen.
6. **Potentie van Duitse bezoekers.** Door de ligging nabij de Duitse grens is er potentieel om Duitse toeristen aan te trekken. Dit kan bijdragen aan een grotere bezoekersstroom en een breder afzetgebied voor lokale ondernemers.

### Bedreigingen

1. **Onzekerheid over de toekomstige ontwikkeling van de STAR**  
De verdere uitwerking van de Nedersaksenlijn brengt onzekerheid met zich mee over de toekomstige positie en ontwikkeling van de STAR.
2. **Zonder impuls ligt afglijding op de loer.** Zonder nieuwe initiatieven of investeringen bestaat het risico dat Stadskanaal achteruitgaat in ontwikkeling, waardoor de leefkwaliteit verder in het geding komt. Er is behoefte aan ontwikkelingen van voldoende kwaliteit om andere initiatieven te stimuleren en zo de bredere ontwikkeling van Stadskanaal op gang te brengen.
3. **Risico op achterlopen in de regio.** Als Stadskanaal onvoldoende investeert en onvoldoende gebruik maakt van de provinciale impuls, bestaat het risico dat de gemeente achterblijft bij omliggende gemeenten, waardoor bezoekers, ondernemers en investeerders naar andere plekken gaan.



## 5 Ambitie & speerpunten

Onze ambitie voor de vrijetijdssector van Stadskanaal is als volgt:

Stadskanaal streeft naar een fijne leefomgeving voor inwoners en ziet toerisme en recreatie als middel om daaraan bij te dragen. Enerzijds zijn voldoende vrijetijds mogelijkheden belangrijk voor onze inwoners: zij moeten plekken hebben waar ze elkaar kunnen ontmoeten, groene ruimte om in te recreëren en activiteiten waarmee ze zich kunnen vermaken. We moedigen activiteiten aan die het fysieke en mentale welzijn van onze inwoners ondersteunen. Anderzijds willen we bezoekers aantrekken om daarmee een impuls te geven aan onze basisvoorzieningen; bezoekers maken ten slotte ook gebruik van bijvoorbeeld onze winkels, routes en horeca. Op deze manier willen we waarborgen dat Stadskanaal een gemeente is waar ze graag hun vrije tijd doorbrengen en trots op zijn. We beseffen ons dat we als bestemming nog aan de start staan, maar vinden het juist daarom van groot belang om ontwikkelingen te stimuleren die iets bijdragen, aan onze lokale economie én leefbaarheid.

Deze ambitie willen we bereiken door in te zetten op de volgende vier speerpunten. Kort wordt per speerpunt toegelicht wat het speerpunt inhoudt en waarom het belangrijk is.

### Speerpunt 1: de basis op orde

Bij dit speerpunt staat het op orde brengen en versterken van de basis voor inwoners centraal. Het gaat om een aantrekkelijke leefomgeving met voldoende ruimte én mogelijkheden voor recreatie, ontmoeting en ontspanning. We willen activiteiten stimuleren die het fysieke en mentale welzijn van inwoners bevorderen. Denk hierbij aan een levendig en uitnodigend centrum van stad en dorpen, goed onderhouden en beleefbare wandel- en fietsroutes, een aantrekkelijk buitengebied en laagdrempelige plekken waar inwoners elkaar kunnen ontmoeten. Ook een gevarieerder en kwalitatief goed horeca-aanbod maakt hier onderdeel van uit, zowel in het centrum als in het buitengebied. De provincie zet ook stevig in op het verbeteren en uitbreiden van fiets- en wandelnetwerken. Hier kan Stadskanaal op aansluiten.

Door te investeren in uitstraling, kwaliteit en gebruikswaarde van de openbare ruimte ontstaat een gemeente waar inwoners zich thuis voelen, graag verblijven en trots op zijn. Dit vraagt niet alleen om fysieke verbeteringen, maar ook om ruimte voor initiatieven van inwoners en ondernemers die bijdragen aan een levendig en aantrekkelijk Stadskanaal.

#### Waarom is dit belangrijk?

Een sterke en aantrekkelijke basis voor inwoners is de randvoorwaarde voor verdere ontwikkelingen. Wanneer inwoners hun gemeente als prettig, levendig en aantrekkelijk ervaren, versterkt dit de sociale cohesie en de lokale betrokkenheid. Daarnaast is een aantrekkelijke gemeente voor inwoners, ook aantrekkelijker voor bezoekers. Een sterke basis vormt daarmee het fundament voor een vitale vrijetijdssector.



## Speerpunt 2: uitbreiding van het aanbod voor bezoekers

Dit speerpunt richt zich op het uitbreiden en diverser maken van het aanbod voor bezoekers. In de omgevingsvisie is de ambitie vastgelegd om het aantal overnachtingen in de gemeente te vergroten (middels kleinschalige verblijfsaccommodaties). Momenteel is er voor bezoekers weinig reden om bewust voor Stadskanaal te kiezen of er langer te verblijven. Door te investeren in nieuwe en bestaande dagattracties, verblijfsrecreatie, evenementen en onderscheidende horeca ontstaat een completer en aantrekkelijker aanbod dat elkaar versterkt. Vanuit de Omgevingsvisie wordt er daarnaast ook ingezet op basisvoorzieningen, zoals sterkere recreatieve netwerken (waaronder TOP's) en beter beleefbare natuur.

Belangrijke aandachtspunten zijn onder meer de betere benutting van het kanaal en het Philips-terrein, het toevoegen van verblijfsaccommodaties voor verschillende doelgroepen en het ontwikkelen van belevingen rondom streekproducten, cultuur en natuur. Het doel is om Stadskanaal te ontwikkelen tot een bestemming waar bezoekers niet alleen langskomen, maar ook blijven en terugkeren.

### Waarom is dit belangrijk?

Een aantrekkelijk en gevarieerd aanbod vergroot de verblijfsduur en bestedingen van bezoekers. Dit heeft een directe positieve impact op het behoud van lokale ondernemingen en andere voorzieningen. Daarnaast draagt een sterker bezoekersaanbod bij aan een levendiger straatbeeld en meer reuring, wat ook de leefbaarheid voor inwoners ten goede komt. Zonder uitbreiding van het aanbod blijft het potentieel van Stadskanaal onbenut.

## Speerpunt 3: een duidelijk en gedragen toeristisch profiel

Bij dit speerpunt draait het om het ontwikkelen van een helder, herkenbaar en onderscheidend toeristisch profiel voor Stadskanaal. De gemeente beschikt over verschillende bouwstenen (zoals het kanaal, het industrieel erfgoed en de veenkoloniale geschiedenis), maar deze zijn nu nog niet samengebracht in één helder verhaal.

Het doel is om te komen tot een duidelijk profiel dat richting geeft aan ontwikkeling en marketing. Dit profiel moet zichtbaar zijn voor inwoners en bezoekers, ondersteund worden door passende voorzieningen en beleefbaar zijn. Daarbij is het essentieel dat het een profiel is dat breed wordt gedragen door inwoners en ondernemers. Het toeristisch profiel wordt na vaststelling van dit toekomstperspectief stapsgewijs uitgewerkt, samen met ondernemers, culturele instellingen, evenementenorganisaties en regionale partners. Daarbij wordt bepaald welke verhalen, plekken en kwaliteiten Stadskanaal herkenbaar wil uitdragen.

### Waarom is dit belangrijk?

Zonder een duidelijk profiel is Stadskanaal voor bezoekers moeilijk te onderscheiden van andere bestemmingen in de regio. Een herkenbare identiteit vergroot de aantrekkingskracht, maakt marketing effectiever en biedt houvast voor toekomstige keuzes. Het moet antwoord geven op de vraag: wat maakt Stadskanaal bijzonder? En daarmee ook op de vraag: wat past bij onze gemeente en wat niet? Het profiel zorgt daarmee voor een kader waarbinnen Stadskanaal als bestemming vorm krijgt.



## **Speerpunt 4: een betere regionale aansluiting**

Dit speerpunt richt zich op het versterken van de regionale inbedding van Stadskanaal. Stadskanaal maakt deel uit van een regio met sterke toeristische trekkers, zoals de Hondsrug, Westerwolde en vesting Bourtange. Er is vanuit verschillende partijen veel aandacht voor het versterken van deze economie: de provincie Groningen via initiatieven zoals Nij Begun, Oost-Groningen met een eigen visie op toerisme, en vanuit de Drentse kant met de focus op de Veenkoloniën.

Door beter aan te sluiten op regionale netwerken, routes en infrastructuur (waaronder de toekomstige Nedersaksenlijn) kan Stadskanaal een rol spelen in het beter spreiden van (te veel) bezoekers naar andere plekken in de regio. Daarnaast kan Stadskanaal door nauwe samenwerking met omliggende gemeenten en regiopartners deel uitmaken van gezamenlijke projecten op het gebied van toerisme en recreatie. Dit versterkt het imago van Stadskanaal, zorgt voor meer bezoekers en stimuleert de lokale economie. Voor de zichtbaarheid van Stadskanaal is de samenwerking met ZO Groningen belangrijk.

### **Waarom is dit belangrijk?**

Goede regionale aansluiting vergroot de bereikbaarheid, zichtbaarheid en het economisch potentieel van Stadskanaal. Het voorkomt dat de gemeente een bijbestemming wordt waar toeristen alleen even doorheen reizen. Door actief aan te sluiten bij regionale initiatieven en netwerken kan Stadskanaal optimaal profiteren van provinciale aandacht en gezamenlijke marketing, en zich duurzaam positioneren binnen de vrijetijdseconomie van Groningen. Naast een goede regionale

aansluiting, blijft het ook van belang om goede verbindingen te behouden binnen de gemeente.



## 6 Uitvoeringsagenda

Voorgaande speerpunten zijn vertaald in acties om de uitvoering te borgen. In deze uitvoeringsagenda geven we antwoord op de vraag: wat gaan we de komende jaren concreet doen? In de uitvoeringsagenda geven we op hoofdlijnen aan welke acties prioriteit hebben en op welke termijn ze worden opgepakt. Daarmee wordt richting gegeven aan de eerste uitvoering. In het uitvoeringsprogramma werken we de acties op een later moment verder uit in concrete stappen, inclusief planning, betrokken partijen en benodigde middelen.

In de uitvoeringsagenda kiezen we bewust voor een combinatie van kleinere, samenhangende acties. Stadskanaal staat nog aan het begin van toeristisch-recreatieve ontwikkeling. Juist daarom is het nodig om op meerdere onderdelen tegelijk vooruitgang te boeken: routes, aanbod, samenwerking, profiel, zichtbaarheid en verblijfskwaliteit. Deze acties versterken elkaar en zorgen samen voor een stevigere basis voor recreatie en toerisme. Bij de uitvoering koppelen we acties voor recreatie en toerisme waar mogelijk aan bestaande projecten, gebiedsontwikkelingen en initiatieven van partners.

Bij de acties staan de volgende twee zaken aangegeven:

- Belang: hoe belangrijk is het dat deze actie wordt uitgevoerd? Deze beoordeling is mede gebaseerd op een bijeenkomst met ondernemers uit de vrijetijdssector en de gemeente.
- Termijn: binnen welke termijn kunnen we als gemeente deze actie uitvoeren? Er zit bij sommige acties overlap tussen 'termijn' en 'belang'. Acties met een hoog belang willen we als gemeente sneller uitvoeren, maar sommige acties zijn nu eenmaal ingewikkelder dan andere. Daarom houden we bij de inschatting van termijn ook

rekening met zaken zoals de gemeentelijke capaciteit en het budget die nodig zijn voor de actie, aangezien die ook mede de termijn bepalen waarbinnen iets uitgevoerd kán worden. We maken daarbij gebruik van drie termen:

- Kort = binnen twee jaar
- Middellang = binnen twee jaar tot vijf jaar
- Lang = binnen vijf tot tien jaar



## Speerpunt 1: de basis op orde

| Actie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Belang | Termijn    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------|
| <b>Ontwikkelen van een aanpak voor horeca.</b> We brengen in beeld op welke plekken horeca een rol kan spelen bij het versterken van recreatie en verblijfskwaliteit, bijvoorbeeld langs routes, bij het kanaal of in het centrum. Op basis hiervan verkennen we samen met ondernemers en initiatiefnemers de mogelijkheden voor nieuwe of vernieuwende horecaconcepten.                                                               | Hoog   | Kort       |
| <b>Bestaande wandel- en fietsroutes verbeteren.</b> We brengen samen met de provincie en het Routebureau in kaart waar routes beter kunnen worden onderhouden, duidelijker bewegwijzerd of aantrekkelijker gemaakt. Op basis hiervan stellen we een overzicht op van verbeterpunten die we de komende jaren stapsgewijs oppakken.                                                                                                      | Hoog   | Kort       |
| <b>Opstellen van een plan voor de recreatieve ontwikkeling van het kanaal.</b> We werken een plan uit voor het kanaal en de directe omgeving, waarin we vastleggen hoe het kanaal aantrekkelijker en beter beleefbaar kan worden voor inwoners en bezoekers. In het plan besteden we aandacht aan de verbinding met het centrum, verblijfskwaliteit langs het water, mogelijkheden voor recreatievaart en de inrichting van de oevers. | Midden | Middellang |
| <b>Aansluiten bij centrumontwikkeling en tijdelijke invulling van leegstand.</b> We sluiten vanuit toerisme en recreatie aan bij de centrumaanpak binnen het Masterplan Regiocentra en het Toekomstperspectief Stadskanaal-Musselkanaal. Daarbij kijken we waar tijdelijke publieksgerichte invullingen, activiteiten of recreatieve functies kunnen bijdragen aan meer levendigheid en verblijfskwaliteit in het centrum.             | Midden | Kort       |
| <b>Ontmoetingsplekken en groenvoorzieningen versterken.</b> We brengen in beeld waar in de gemeente behoefte is aan aantrekkelijke groenvoorzieningen en ontmoetingsplekken en verbeteren waar mogelijk de inrichting en verblijfskwaliteit. Daarmee zorgen we voor plekken waar inwoners kunnen recreëren, wandelen en elkaar kunnen ontmoeten.                                                                                       | Midden | Middellang |
| <b>Inrichten van een aanspreekpunt voor recreatieve initiatieven.</b> We zorgen voor een duidelijk aanspreekpunt binnen de gemeente voor inwoners en ondernemers met ideeën voor recreatieve initiatieven. Daarmee maken we het eenvoudiger om plannen te bespreken, te begeleiden en waar mogelijk te realiseren.                                                                                                                     | Midden | Kort       |
| <b>Realiseren van een pilotlocatie langs het kanaal.</b> We verbeteren op één locatie langs het kanaal de recreatieve kwaliteit en verblijfskwaliteit, bijvoorbeeld door betere toegankelijkheid, meer verblijfsmogelijkheden en een sterkere relatie met de omgeving. Op basis van de ervaringen bepalen we of en waar vergelijkbare verbeteringen op andere plekken langs het kanaal wenselijk zijn.                                 | Laag   | Lang       |



## Speerpunt 2: uitbreiding van het aanbod voor bezoekers

| Actie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Belang | Termijn |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|
| <b>Programmering van evenementen en activiteiten versterken.</b> We maken samen met lokale organisaties en initiatiefnemers een overzicht van bestaande evenementen en activiteiten die ook bezoekers van buiten trekken en bekijken waar uitbreiding of versterking mogelijk is. Daarmee ontstaat meer continuïteit en samenhang in het aanbod van activiteiten in de gemeente.                                                           | Hoog   | Kort    |
| <b>Samenwerking tussen recreatieve ondernemers, culturele instellingen en evenementenorganisaties organiseren.</b> We faciliteren één keer per kwartaal een netwerkoeverleg met ondernemers uit verschillende sectoren om afstemming en samenwerking te versterken. Daarmee ontstaan meer verbindingen tussen plekken, activiteiten en initiatieven.                                                                                       | Hoog   | Kort    |
| <b>Opstellen ontwikkelkader verblijfsrecreatie en dagrecreatie.</b> Als gemeente hebben we onvoldoende vastgelegd welke recreatieve ontwikkelingen we wel en niet willen. Hiervoor is een ontwikkelkader nodig waarin staat wat er mag, welke omvang en schaalgrootte passend zijn, waar dit mag en onder welke voorwaarden. Daarmee ontstaat duidelijkheid voor initiatiefnemers en kan de gemeente initiatieven consistenten beoordelen. | Midden | Lang    |
| <b>Het Philips-terrein ontwikkelen tot recreatieve locatie.</b> Het Philips-terrein biedt kansen voor een vernieuwende invulling met vrijetijdsvoorzieningen. We willen onderzoeken welke combinaties van dagrecreatie, evenementen, horeca en mogelijk verblijfsrecreatie hier passend zijn.                                                                                                                                              | Laag   | Lang    |



### Speerpunt 3: een duidelijk en gedragen toeristisch profiel

| Actie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Belang | Termijn    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------|
| <b>Toeristisch profiel van Stadskanaal vaststellen.</b> We bepalen welk toeristisch profiel Stadskanaal wil uitdragen binnen de regio en welke kenmerken daarbij centraal staan, zoals het kanaal, het industrieel erfgoed en de veenkoloniale geschiedenis. Daarmee ontstaat een duidelijke basis voor verdere ontwikkeling en communicatie.                                         | Hoog   | Kort*      |
| <b>Het profiel zichtbaar maken in de openbare ruimte.</b> We werken uit hoe het toeristisch profiel zichtbaar kan worden gemaakt in de gemeente, bijvoorbeeld via informatiepunten, routes, erfgoedlocaties en herkenbare plekken in het centrum en langs het kanaal. Daarmee wordt het profiel niet alleen verteld, maar ook beleefbaar voor inwoners en bezoekers.                  | Hoog   | Middellang |
| <b>Het toeristisch profiel benutten in regionale marketing.</b> We werken samen met de regionale marketingorganisatie (ZO Groningen) om het toeristisch profiel te gebruiken in de promotie van de regio. Daarmee krijgt Stadskanaal binnen de Veenkoloniën een scherper en herkenbaarder gezicht.                                                                                    | Hoog   | Middellang |
| <b>Ondernemers en organisaties uitdagen het profiel beleefbaar te maken.</b> We gaan met recreatieve ondernemers, culturele instellingen en evenementenorganisaties in gesprek over hoe zij het toeristisch profiel kunnen gebruiken en vertalen naar activiteiten, producten en beleving voor bezoekers. Daarmee ontstaat aanbod dat beter aansluit bij het profiel van de gemeente. | Midden | Middellang |
| <b>Toeristisch profiel gebruiken bij nieuwe initiatieven.</b> We gebruiken het toeristisch profiel als uitgangspunt bij nieuwe recreatieve initiatieven en projecten in de gemeente. Daarmee zorgen we dat nieuwe ontwikkelingen bijdragen aan een herkenbaar en samenhangend profiel.                                                                                                | Laag   | Middellang |

*\* Het ontwikkelen van een toeristisch profiel is een doorlopend traject. In deze fase wordt gestart met het bepalen van de hoofdlijnen en richting (basis op orde).. De verdere uitwerking, aanscherping en toepassing van het profiel vindt stapsgewijs plaats en groeit mee met de ontwikkeling van het aanbod, de samenwerking in de regio en de positie van Stadskanaal binnen de vrijetijdseconomie.*



## Speerpunt 4: een betere regionale aansluiting

| Actie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Belang | Termijn |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|
| <b>Aansluiten op regionale routenetwerken.</b> We werken samen met provincie en Routebureau Groningen aan een betere aansluiting van wandel- en fietsroutes in Stadskanaal op regionale netwerken. Daarmee wordt Stadskanaal beter onderdeel van bestaande routes in de regio.                                                                                                               | Hoog   | Kort    |
| <b>Samenwerking met Westerwolde versterken.</b> We zoeken samen met de gemeente Westerwolde en organisaties in Westerwolde naar mogelijkheden om bezoekersstromen beter te verbinden, bijvoorbeeld via routes, informatie en activiteiten. Daarmee kan Stadskanaal sterker profiteren van bezoekers die al in de regio zijn.                                                                 | Hoog   | Kort    |
| <b>Samenwerking met ZO Groningen organiseren.</b> We maken afspraken met ZO Groningen over de rol van Stadskanaal binnen de regionale marketing en promotie.                                                                                                                                                                                                                                 | Midden | Kort    |
| <b>Samenwerking binnen de Veenkoloniën versterken.</b> We werken met gemeenten en organisaties in de Veenkoloniën aan gezamenlijke projecten en een herkenbare positionering van de regio. Daarmee wordt de regio als geheel aantrekkelijker voor bezoekers en zetten we Stadskanaal op de kaart als onderdeel van de Veenkoloniën.                                                          | Midden | Kort    |
| <b>Vorbereiden op de Nedersaksenlijn als toekomstige toegangspoort.</b> We stellen een plan op over hoe we het station, het centrum en belangrijke trekkers in Stadskanaal goed met elkaar verbinden. We onderzoeken hoe we bezoekers van verderaf straks kunnen motiveren om Stadskanaal te bezoeken. Daarmee kan het station een rol krijgen als toegangspunt tot de gemeente en de regio. | Midden | Lang    |

