

Toeristen leren regio kennen met Grone

BOUKE NIELSEN

GRONINGEN The Grone gaat in maart rijden. Het is de bus die vooral buitenlandse toeristen naar de mooie plaatsen van Groningen moet brengen.

Er is door de initiatiefnemers Haskia Kramer, Date Hoiting en Peter Doorn jaren gewerkt aan dit plan: een belevingsbus die toeristen, ouders van studenten, ondernemers, expats en noem maar op, langs fraaie karakteristieke plekken in het Groninger land moet brengen. „Het gaat eerst om ongeveer twee bussen per week”, zegt Kramer. „We beseffen dat die bussen niet direct helemaal vol zullen zitten, maar laten we vooral eerst eens beginnen.”

De aanpak is bescheiden. Hoiting: „Maar als je gaat rekenen, dan kan het af en toe toch flink druk worden

‘Buitenlanders vragen hoe lang ze kunnen blijven als dijken doorbreken’

voor de kleinere locaties.” Want, zo hebben Kramer en Hoiting vastgesteld, Groningen beschikt niet over talrijke grote voorzieningen waar in een keer 50 gasten kunnen worden opgevangen. Het is allemaal kleinschalig. Kramer: „Maar we weten inmiddels dat buitenlanders juist dat als heel prettig ervaren.”

Er is een serie ‘kleine plekjes met mooie verhalen’ (zoals Verhildersum en Noordpolderzijk) bij elkaar gezocht die het mogelijk maken de bezoekers variatie te bieden. Er wordt ook gezocht naar thema’s die

voor een langere periode als inspiratie voor een tocht kunnen dienen, zoals bijvoorbeeld een expositie van De Ploeg of de Kerstvloed. Er moeten wel verhalen te vertellen zijn, vindt het duo.

Maar de kern van alles is misschien wel dat The Grone als een bedrijf wordt opgezet. „Toen we begonnen was er wel 20 centimeter aan rapporten over toerisme beschikbaar”, zegt Hoiting, „maar uiteindelijk gaat het om de ondernemer die het oppakt. Je moet zoiets ook als een bedrijf opzetten. Zo staan we er ook in. We steken onze nek uit. We gaan nu eerst rijden met de bus en zien wat het wordt.” En Kramer: „Het moet zichzelf bedruipen. Dus moeten we doorpakken.” Ze voelen zich bovendien gesteund door professor Jouke van Dijk (voorzitter SER Noord-Nederland) die het toerisme in Noord-Nederland grote kansen toedicht.

Tijdens Let’s Gro in november hebben ze testritten met The Grone uitgevoerd. De eerste dag met bedrijven, de tweede dag met buitenlanders. Kramer: „De informatiebehoefte bleek heel verschillend. Buitenlanders vroegen zich af hoe lang we konden blijven staan als de dijken zouden doorbreken. En vaak werd gevraagd waar ze iets konden kopen. De buitenlanders hebben ook geen behoefte aan tv-schermen in de bus, ze vonden het veel te mooi naar buiten te kijken.”

Thema’s als agri, energie en water zullen worden opgenomen in het Grone-programma. En de ondernemers hopen door mooi vertelde verhalen de bezoekers met een andere blik naar Groningen te laten kijken.



The Grone op de Grote Markt in Groningen.

FOTO STELLA DEKKER