

A man and a woman are standing in a field filled with sheep. The woman, on the left, is wearing a white cardigan, a white tank top, bright yellow trousers, and a light-colored cap. The man, on the right, is wearing a light blue button-down shirt and dark trousers. They are both looking down at a sheep in front of them. The background shows a large tree and a blue sky with some clouds.

Drenthe

Oerprovincie van Nederland

Actieplan Wandelpatform Drenthe

1 september 2020



Inhoud

1. Inleiding	3
2. Vertrekpunten	6
3. Speerpunt – Goede kwalitatieve infrastructuur	10
4. Speerpunt – Productontwikkeling; gastvrij onthaal en gevarieerde beleving	12
5. Speerpunt - Communiceren en profileren	13

1. Inleiding

Begin 2020 is het Wandelplatform Drenthe opgericht. Dit platform richt zich op het versterken van de aantrekkelijkheid en de vitaliteit van Drenthe als wandelprovincie. Deze ambitie is vastgelegd in het Wandelkompas Drenthe (2018). Voorliggend Actieplan gaat in op de activiteiten van het Wandelplatform voor de komende jaren om de ambitie in het Wandelkompas samen met alle betrokken partijen te realiseren.

Wat is een aantrekkelijke en vitale wandelprovincie?

Dit betekent een provincie met een breed wandelnetwerk, aantrekkelijke routes voor uiteenlopende doelgroepen, een sterke mix van belevingen van natuur, cultuur en avontuur, fysiek en digitaal goed ontsloten informatie en een doordachte aansluiting van routes en startpunten op horeca, recreatiebedrijven, dorpen en steden.

Voor de realisatie van de ambitie in het Wandelkompas staan drie speerpunten centraal:

1. Bouwen en borgen van een goede kwalitatieve infrastructuur (zowel paden als routes);
2. Productontwikkeling: gastvrij onthaal en gevarieerde beleving;
3. Communiceren en profileren.

De activiteiten in dit actieplan sluiten aan bij deze drie speerpunten.





Samenstelling Wandelplatform

In dit platform zijn vertegenwoordigd de belangrijkste/grotere partijen die betrokken zijn bij het wandelaanbod in Drenthe:

- Koninklijke Wandel Bond Nederland (KWBN)
- Wandelnet
- Gastvrij Drenthe
- ANWB
- Het Drents Landschap
- Natuurmonumenten
- Staatsbosbeheer
- Marketing Drenthe
- Waterschap Drents Overijsselse Delta
- Provincie Drenthe
- Gemeenten in Drenthe
- Recreatieschap Drenthe

Werkwijze

Het platform brengt overleg, afstemming en samenwerking tussen de deelnemers tot stand. Door vanuit een gezamenlijke ambitie regelmatig met elkaar te overleggen weten de partijen elkaar beter te vinden en komt samenwerking gemakkelijker tot stand.

Buiten de scope van het platform valt de totstandkoming en uitvoering van projecten en activiteiten die nodig zijn om de ambitie van het platform te realiseren. Hiervoor zijn de deelnemers aan het platform en hun achterban zelf verantwoordelijk. Dit geldt ook voor het werven van fondsen en creëren van financiële dekking voor projecten en activiteiten. Het platform beschikt niet over uitvoeringsbudget en verstrekt geen subsidies.

Organisatie

Het Wandelplatform Drenthe is opgericht als één van de eerst uitgevoerde actiepunten uit het rapport 'Wandelkompas'. Dit rapport is opgesteld in 2018 als resultaat van diverse gesprekken met deelnemende organisaties.

De voorzittersfunctie wordt bij voorkeur ingevuld door één van de deelnemende partijen die geen overheid is om inbreng en betrokkenheid vanuit de samenleving te borgen. Het platform is organisatorisch ondergebracht bij Recreatieschap Drenthe. Recreatieschap zorgt voor beleidsmatige en secretariële ondersteuning.

Leeswijzer

Alvorens in te gaan op het actieplan is het belangrijk om de gezamenlijke uitgangspunten oftewel vertrekpunten voor alle activiteiten van het platform vast te stellen. Deze vertrekpunten komen in hoofdstuk 2 aan de orde. Hoofdstuk 3, 4 en 5 bevatten het actieplan met de activiteiten voor de drie speerpunten.

2. VERTREKPUNTEN

Leidend voor de activiteiten van het Wandelplatform zijn het Wandelkompas Drenthe (2018), de positionering van Drenthe als toeristisch-recreatieve bestemming en de kansrijke doelgroepen (zoals vastgesteld door Marketing Drenthe). Op basis hiervan hanteren we de volgende drie vertrekpunten voor dit plan.

2.1 Passend bij het merk Drenthe

Alles wat we doen en ontwikkelen op het gebied van wandelen moet passend zijn bij de aard van Drenthe. Marketing Drenthe heeft in het afgelopen jaar het merkhuis voor Drenthe ontwikkeld. Hieronder een toelichting daarop.



Oorspronkelijk

Oorspronkelijk, de meest kenmerkende waarde. Authentiek, no-nonsense en puur. Van onze mentaliteit tot het landschap. Gewoon zoals het is. We doen niet aan opsmuk. Ons gebied met authentieke brink- en esdorpen en uitgestrekte natuur heeft dat simpelweg niet nodig.

Robuust

Een van de stoerste provincies van Nederland. Krachtig en ongepolijst. Een robuust gebied vol avonturen. Van klimbossen tot zwemplassen en van paardrijden tot mountainbiken. Met grote stukken natuur waar je nog echt in kunt verdwalen.

Doordacht

Doordacht is een waarde waar we alsmaar beter in worden. Denk aan mooie restaurants en hotels die goed eten en cultuurhistorie combineren. Strak georganiseerde evenementen, fiets-wandelroutes en aantrekkelijke arrangementen waarmee we steeds meer terugkerende bezoekers trekken. Onze vele verhalen en rijke geschiedenis zorgen voor extra inhoud.

Hartelijk

We zijn hartelijk op de typisch Drentse manier. Iets minder uitbundig dan in andere provincies en daar zit juist onze kracht. We zijn gastvrij en altijd oprecht. Dat merk je in alles. Van de manier waarop we onze gasten ontvangen tot hoe we onderling met elkaar omgaan. Zo wordt je bij ons nog gewoon begroet op straat.

Ongedwongen

Ruimte om echt te ontspannen. Een ongedwongen gevoel door de mentaliteit en de rust. Met een informele sfeer waarbij alles kan, maar niks hoeft. Daarom staan we over het algemeen onbezorgd in het leven, we zorgen wel dat het goed komt.

Meer Merk Drenthe

Via onderstaande link vind je alles over het merk Drenthe en de wijze waarop het toegepast wordt.





Wat betekenen deze merkwwaarden van Drenthe voor het wandelaanbod?

Voor wandelen in Drenthe betekent dit dat alle routes doordacht zijn, dus langs goede voorzieningen gaan (eten, drinken, sanitair) waar men hartelijk wordt ontvangen en onderweg de schoonheid en weidsheid van het Drentse landschap tonen (robuust & ongedwongen). De wandelaar kan vertrouwen op het op orde zijn van de infrastructuur en de wijze waarop de routes worden ontsloten, zowel digitaal als fysiek (doordacht). Daarnaast betekent het doordacht zijn ook dat er goed georganiseerde wandelevenementen worden aangeboden en dat er mooie (gethematiseerde) arrangementen rondom wandelen worden aangeboden. We blijven bij alles wat we ontwikkelen trouw aan wie we als Drenten zijn en wat er past bij onze omgeving en geschiedenis (oorspronkelijk). Voorbeelden van dergelijke routes zijn:

- Blotevoetenpaden
- Pixipad
- Sterrenbosroute

2.2. We ontwikkelen voor de recreatieve wandelaar

Het tweede vertrekpunt van het Wandelplatform is de focus op een brede doelgroep: de recreatieve wandelaar die tochten maakt tot ongeveer 15 km (Wandelkompas 2018). Wanneer faciliteiten en voorzieningen voor deze doelgroep op orde zijn, wandelen en verblijven ook andere wandelaars aangenaam in de provincie. Met routes tot 15 km ontwikkelen we producten voor het overgrote deel van wandelende inwoners en toeristen. Routes tot deze afstand kunnen redelijk gemakkelijk ongetraind gelopen worden. Daarnaast hebben we oog voor het belang van de lange afstandswandelaar of durloper.

2.3 Kansrijke doelgroepen voor de marketing van Drenthe

Binnen de brede doelgroep 'recreatieve wandelaar' uit voorgaande paragraaf richten we ons op de doelgroepen in de meerjarenstrategie van Marketing Drenthe. Dit is het derde vertrekpunt. Dit betekent dat we ons op de binnenlandse markt met name richten op stellen van 35 plus en daarnaast op gezinnen met jonge kinderen. De gezinnen met kinderen in de basisschoolleeftijd komen vooral tijdens de (zomer)vakantie naar Drenthe. Als we vervolgens kijken naar de leefstijl binnen deze doelgroepen dan ligt voor Drenthe de focus op gasten die genieten van natuur, cultuur en het samenzijn met familie en vrienden. Dit zijn de 'leefstijlen' harmoniezoekers, verbindingzoekers en inzichtzoekers. Met name de inzicht- en verbindingzoekers zijn van belang voor dit actieplan. Dit zijn doelgroepen die graag en veel wandelen. Deze specifieke doelgroepen definiëren we met behulp van een handige tool; de Leefstijlvinder. Daarnaast richt Marketing Drenthe zich op de Duitse en Belgische toeristen en natuurlijk de eigen inwoners. Ook deze doelgroepen zijn van belang voor dit actieplan.



3. Speerpunt – Goede kwalitatieve infrastructuur

3.1 Wandelknooppunten netwerk

De basis van een goede kwalitatieve infrastructuur is het wandelknooppuntennetwerk. Het is zeer wenselijk dat dit netwerk provincie breed wordt uitgerold. Het wandelknooppuntennetwerk zorgt voor een goede navigatie mogelijkheid langs de paden. Ook draagt het bij aan een vereenvoudiging van het digitaal navigeren, routes opstellen en routes ontsluiten op de gebruikelijke websites. Als laatste punt zorgt het uitrollen van het wandelknooppuntennetwerk ervoor dat er minder paaltjes en bordjes nodig zijn. Hierdoor ontstaat meer rust, uniformiteit en minder verrommeling in het landschap.

3.2 Slim aanleggen

Het versterken van de lokale economie door recreatie te bevorderen is een belangrijk beleidsdoel van partijen zoals provincie en gemeenten. Door het wandelknooppuntennetwerk op een vergelijkbare wijze aan te leggen als het huidige fietsknooppuntennetwerk is aangelegd, worden wandelaars ook door de dorpen en steden geleid. Daar kunnen ze gebruikmaken van de aangeboden voorzieningen. Dit zorgt voor bestedingen bij de bedrijven.

3.3 Behoud en uitbouw aantrekkelijke paden

Wandelaars waarderen goed onderhouden paden door een fraai landschap. Slingerende paden worden meer gewaardeerd dan lange rechte paden. De deelnemers van het Wandelplatform Drenthe zetten zich in voor het behouden en uitbouwen van aantrekkelijke paden.

3.4 Routes op orde

Het is belangrijk om routes altijd up-to-date te houden, zodat wandelaars niet verdwalen of hinder op hun route ervaren. We werken hiervoor met _____ voor alle misstanden op de routes. Daarnaast heeft het Recreatieschap Drenthe een enthousiast team vrijwilligers bereid gevonden routes regelmatig te controleren.

Van grote toegevoegde waarde en vrij uniek in Nederland zijn de bordjes met overzichtskaarten op de palen bij elk wandelknooppunt. Deze kaarten geven wandelaars die navigeren op de knooppunten de mogelijkheid om spontane veranderingen van de route te maken.

3.5 Actiepunten voor het Wandelplatform

1. Stimuleren van het uitrollen van het wandelknooppuntennetwerk in elke gemeente in Drenthe door een lobby bij ondernemersgroepen, plaatselijke belangengroepen en overheden.

Regisseur: Recreatieschap Drenthe

Betrokken partij: Leden Wandelplatform Drenthe

2. Verbeteren en verfraaien van wandelverbindingen tussen en om dorpen en van aansluiting van dorpen en natuurgebieden, waarbij ook bestaande infrastructuur, zoals bestaande zandwegen, beter benut en ontsloten worden.

Regisseur: Recreatieschap Drenthe

Betrokken partij: Grondeigenaren

3. Regelmatig controleren van bestaande routes op misstanden.

Regisseur: Recreatieschap Drenthe

Betrokken partij: Wandelnet + overige leden van het Wandelplatform en vrijwilligers

4. Delen informatie over meldpunt voor misstanden routes en het optimaliseren van het meldproces.

Regisseur: Wandelnet

Betrokken partij: Recreatieschap Drenthe





4. Speerpunt – Productontwikkeling; gastvrij onthaal en gevarieerde beleving

Dit speerpunt richt zich op productontwikkeling omtrent het wandelen. Waar laten we routes starten en eindigen en wat willen we gasten laten zien/beleven onderweg? Het aanbod aan wandelpaden en wandelroutes is groot genoeg, maar op basis van verrijking en verbijzondering kunnen bestaande doelgroepen beter worden bediend en eventueel nieuwe doelgroepen worden aangetrokken*.

4.1. Actiepunten voor het Wandelplatform

1. Verenigingen van ondernemers of Plaatselijk Belang werken aansprekende themaroutes uit of verbeteren bestaande routes op verschillende niveaus voor verschillende doelgroepen rond thema's als kunst, cultuur, landschap etc.

Regisseur: Marketing Drenthe

Betrokken partij: Toeristisch regisseurs

2. Inventariseer waar bestaande routes extra beleving kunnen gebruiken (doe-dingen, spelvormen, inspiratie, speelbossen, multimediatoeepassingen etc. etc.) en ontwikkel deze in lijn met het Marketing Drenthe en binnen de thema's die Marketing Drenthe promoot.

Regisseur: Marketing Drenthe

Betrokken partij: Toeristisch regisseurs

* Door de impact van de huidige coronacrisis op de recreatiebranche was dit niet het moment om ondernemers om input te vragen. Dit blijft als actiepunt voor de toekomst staan.

5. Speerpunt - Communiceren en profileren

Bij het uitdragen van de kwaliteiten van Drenthe als wandelprovincie is de rol van Marketing Drenthe van essentieel belang. Het Wandelplatform volgt daarom de keuzes van Marketing Drenthe als het gaat om uitstraling en communicatiekanalen. Daarnaast is samenwerking met de onderliggende regio's en hun toeristisch regisseurs die op hun beurt weer zijn aangesloten bij de aanpak van Marketing Drenthe belangrijk.

5.1 Digitale gegevens uitwisseling

Naast het fysieke navigeren, met de kaart en het wandelknooppuntennetwerk, is het belangrijk dat de belangrijkste routeaanbieders digitaal goed met elkaar communiceren, zodat de informatie die bij wandelaars terechtkomt altijd up-to-date is.

Hiervoor is het belangrijk om informatie van Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten, Het Drentse Landschap, Wandelnet en Recreatieschap Drenthe te kunnen importeren naar de database waarop de informatie van Drenthe.nl en de Drenthe Route app is gebaseerd.

5.2 Campagnes en thema's

Marketing Drenthe promoot zaken die passen bij de merkbeleving en de jaarlijks wisselende thema's. Samen met Marketing Drenthe zetten we ons in om de gast te verleiden te gaan wandelen in Drenthe. Het is zaak om met het aanbod van wandelingen goed aangehaakt te zijn bij de geplande themacampagnes. Daarbij moet het aanbod dat past in de thema's proactief gedeeld worden met Marketing Drenthe, als potentiële inbreng voor de campagnes.

5.3 Kanalen

Het Wandelplatform Drenthe ontwikkelt zelf geen nieuwe websites/apps etc. om routes te promoten. We maken gebruik van Drenthe.nl en de Drenthe route app. Dezelfde kanalen worden ook ingezet om evenementen onder de aandacht te brengen.

Het Recreatieschap heeft een handleiding laten maken voor ondernemers/verenigingen om zelfstandig routes toe te voegen aan de database van Drenthe.nl en de Drenthe route app.

Naast bovengenoemde kanalen kunnen de wandeltochten etc. ook worden gedeeld op ander media zoals: wandel.nl, route.nl, wandelnet.nl, ANWB, wandelzoekpagina.nl, wandelmagazines en de sites van de wandelbloggers e.d. Het uitgangspunt voor het Wandelplatform is dat content breed en gratis verspreid kan worden. Hiervoor is het praktisch om te werken met GPX bestanden. Dat maakt het gemakkelijker om de systemen van de verschillende pagina's met elkaar te laten communiceren. Op deze wijze hoeft de aanbieder gegevens maar één keer in te voeren en te wijzigen.



5.3 Actiepunten voor het Wandelplatform

1. Organiseer inbreng van het Wandelplatform op de thema's en campagnes van Marketing Drenthe.

Regisseur: Marketing Drenthe/Recreatieschap Drenthe

Betrokken partij: Toeristisch regisseurs

2. Stimuleer aandacht voor invoeren van wandelevenementen en -activiteiten op Drenthe.nl bij wandelclubs en evenementorganisatoren.

Regisseur: Recreatieschap Drenthe

Betrokken partij: Toeristisch regisseurs

3. Plan maken voor het versterken van het imago van Drenthe als oerprovincie en het jaarrond opnemen van wandelen in de campagnes voor de doelgroepen van Drenthe.

Regisseur: Marketing Drenthe

Betrokken partij: Toeristisch regisseurs

4. Stimuleren van het beter digitaal communiceren van de systemen van de grondeigenaren op gebied van routes om ervoor te zorgen dat de informatie voor wandelaars altijd up-to-date is.

Regisseur: Recreatieschap Drenthe

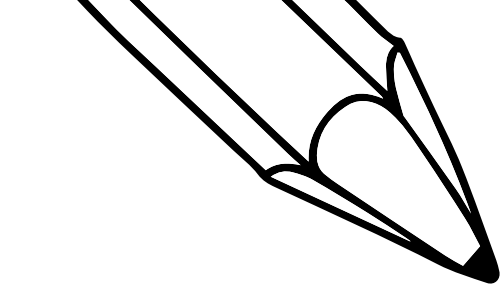
Betrokken partij: Aanbieders van routes + Provincie Drenthe

5. Verbeteren informatievoorziening wandelroutes en knooppunten, digitaal en fysiek/print. Vraaggericht en in afstemming met ondernemers (bijv. panelen, doeken, op maat gemaakte routeflyers etc.).

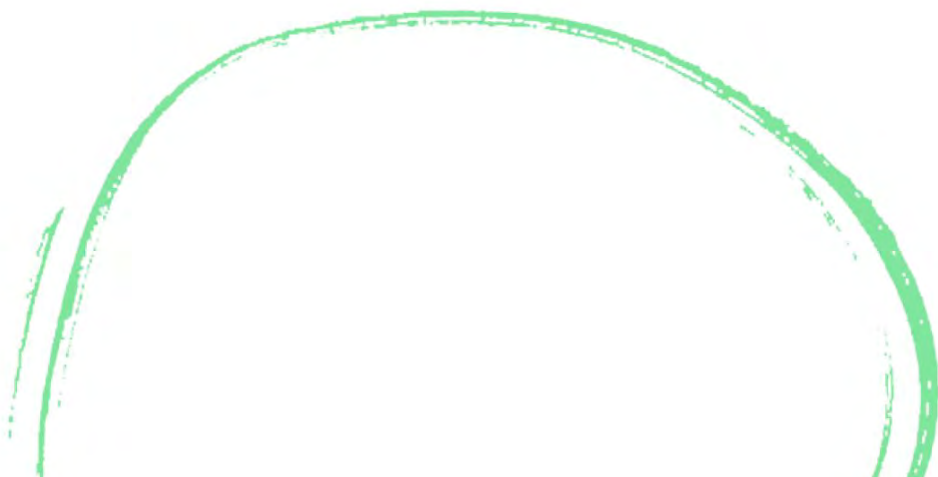
Regisseur: Recreatieschap Drenthe

Betrokken partij: Marketing Drenthe + Toeristisch regisseurs





Notities



Drenthe

Oerprovincie van Nederland

