



## **Levend Bezoekersnetwerk 2.0**

**Bezoekersmanagementplan voor  
ontvangst en beleving met allure  
van Nationaal Park Drentsche Aa**

# Inhoud

1 Inleiding.....	4	3.3 Communicatie en informatie .....	28	6 Richtlijnen voor uitvoering .....	52
1.1 Aanleiding.....	4	3.4 Verbinding.....	29	6.1 Inleiding .....	52
1.2 Doel .....	5	3.5 Het Levend Bezoekersnetwerk .....	29	6.2 Recreatieve ruimten .....	52
1.3 Visitor's journey .....	6	3.6 Organisatie en belangen .....	30	6.3 Opmaat naar uitvoering .....	53
1.4 Leeswijzer .....	7	3.7 Samenvatting .....	30	6.4 Organisatie van de uitvoering.....	58
2 Het huidige gebruik .....	10	4 Visie op ontvangst en beleving .....	34	6.5 Financiering .....	58
2.1 Inleiding.....	10	4.1 Inleiding .....	34	I Literatuur.....	60
2.2 De gasten.....	11	4.2 Doelgroepen .....	35	II Trends.....	62
2.3 Het beleid .....	13	4.3 Marketing en promotie.....	36	III Toegangspoorten en overige startpunten....	64
2.4 Het aanbod.....	16	4.4 Gastheerschap en informatie .....	37	Colofon .....	66
2.5 Organisaties in en om het park .....	17	4.5 Beleving en ervaren .....	38		
2.6 Marketing van de Drentsche Aa .....	18	4.6 Samenwerking en verbinding .....	40		
2.7 Analyse en beoordeling.....	20	4.7 Monitoring .....	42		
3 Evaluatie Levend bezoekersnetwerk.....	25	5 Ruimte voor ontvangst en beleving .....	44		
3.1 Inleiding.....	25	5.1 Inleiding .....	44		
3.2 Beoordeling van het oorspronkelijk plan ....	26	5.2 Leidende principes .....	45		
3.2 Cursus .....	27				







# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

Alweer meer dan vijftig jaar is het enthousiasme voor het beek- en esdorpenlandschap, de flora en fauna van de Drentsche Aa, bron van inspiratie geweest voor het behoud en de bescherming ervan, resulterend in 2002 in de titel van nationaal park met een verbrede doelstelling: 'het Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa'. Vijf jaar later is het gehele stroomgebied onder deze noemer geplaatst en vervolgens in 2013 vastgelegd in het Beheer- en Inrichtings- en Ontwikkelingsplan Drentsche Aa 2.0 (BIO-plan 2012 - 2020). Het Nationaal Park Drentsche Aa neemt daarmee een bijzondere positie in. In tegenstelling tot alle andere nationale parken in Nederland is Drentsche Aa het enige en daarmee unieke park waarin de dynamische samenhang tussen mens, beeklandschap en natuur geëtaleerd en beheerd wordt. En met succes want uit het NBTC-NIPO onderzoek, uitgevoerd in opdracht van de provincie Drenthe, Recreatieschap Drenthe en Staatsbosbeheer, blijkt dat het nationaal park op jaar basis zo'n 1,5 miljoen maal bezocht wordt door vooral bezoekers woonachtig of verblijvend in

Drenthe (63%) en Groningen (22%). Belangrijke bestemmingen voor bezoek zijn toeristische grootheden als het Herinneringscentrum Kamp Westerbork, Astron, het Boomkroonpad, Nije Hemelriek en het attractiepark Drouwenezand, allemaal gelegen in met name het zuidelijke deel van het Nationaal Park Drentsche Aa.

Voor het onthaal en begeleiding van het bezoek is indertijd gekozen voor een vernieuwende, bezoekersgerichte aanpak door niet te opteren voor één bezoekerscentrum maar de ontvangst te spreiden over gastheren en andere informatiepunten<sup>1</sup>. Het doel van het Levend Bezoekersnetwerk is kortgezegd het ontvangen van bezoekers en hen het nationale park laten beleven.

Zo wordt via de digitale media (website, facebook, instagram, etc.) promotie bedreven en informatie verspreid over het park. Minstens zo gewaardeerd wordt de 'analoge', papieren Op Stap-krant met kaart en activiteitenagenda die jaarlijks wordt geproduceerd en verspreid onder de verblijfsrecreanten.

---

<sup>1</sup> Plan van Aanpak Levend bezoekersnetwerk Drentsche Aa. 2004.



Verder wordt er ieder jaar weer een uitgebreid excursie- en activiteiten-programma opgesteld. Voornoemde werkzaamheden worden uitgevoerd door IVN, onder auspiciën van de parkorganisatie. In deze organisatie hebben in het bijzonder de toeristisch-recreatieve ondernemers als ‘gastheer’, een ‘vooraanstaande’ rol toegemeten gekregen. Zij zijn immers het eerste contact en vraagbaak voor vele bezoekers aan het gebied. Anno 2019 mag worden gesteld dat die rol met verve is vervuld maar dat er tegelijkertijd mogelijkheden tot verbetering zijn. Vanuit de toeristische ondernemers klinkt het signaal dat het lastig is om hun gasten ‘De Drentsche Aa beleving’ mee te geven.

Daarnaast vinden verschillende ontwikkelingen plaats die eveneens van invloed zijn op de wijze waarop gasten van het Nationaal Park Drentsche Aa ontvangen kunnen worden. Landelijk worden ingezet op nationale parken als een sterk merk. In de eerste helft van 2019 wordt ook voor de Drentsche Aa het merk opnieuw gedefinieerd (traject Merkontwikkeling NP Drentsche Aa). De provincie Drenthe zet actief in op het versterken van de recreatief-toeristische sector met het beleidsprogramma Vrijtijdseconomie + Op Fietse. Marketing Drenthe speelt daarin een grote rol. Nationaal Park De Drentsche Aa is een van de iconen in het toeristisch-recreatieve aanbod en wenst wijze deel te nemen aan het programma.

## 1.2 Doel

Als doel van het Plan van Aanpak Levend Bezoekersnetwerk 2.0, visie bezoekersmanagement voor de Drentsche Aa, is geformuleerd het ‘opstellen van een geactualiseerde visie op het bezoekersmanagement in het Nationaal Park Drentsche Aa’, vertaald in de vraag ‘hoe laten we (potentiële) bezoekers het Drentsche Aa-gebied beleven en met het Drentsche Aa verhaal naar huis gaan?’

## Aanpak

In drie fases zijn stappen gezet om tot een onderbouwd bezoekersmanagementplan voor de Drentsche Aa te komen. De drie fases waren:

1. Inventarisatie, analyse en evaluatie
2. Gedragen wensbeeld en visie
3. Uitwerking en terugkoppeling

### *Fase I. Inventarisatie, analyse en evaluatie*

Bestuderen van het beschikbare rapporten en ander materiaal, verkenning van het gebied, voeren van (groeps)gesprekken met betrokkenen.

In deze fase is een zo goed mogelijk beeld verkregen van de ontvangst van en informatie-verstrekking aan bezoekers (bewoners, dagtoeristen en vakantiegangers), de wensen, knelpunten, de ruimtelijke zonering als ook het effect ervan.

De eerste fase is afgesloten met een evaluatie en een eerste analyse en discussienotitie in de vorm van een praatplaat

### *Fase II. Gedragen wensbeeld en visie*

De bevindingen uit de eerste fase vormden de input tijdens het Atelier Levend Bezoekersnetwerk 2.0. Met de uitkomsten van deze discussie is de visie opgesteld en uitgewerkt naar concrete projecten, acties en belevenwaardige ontvangst (locaties.)

### *Fase III. Uitwerking en terugkoppelingen*

Na de derde fase is het concept bezoekersmanagementplan Levend Bezoekersnetwerk 2.0 verder in detail uitgewerkt, incl. visualisaties waaronder een kaartbeeld.

Het Levend Bezoekersnetwerk 2.0, zijnde het wensbeeld en de visie is tijdens verschillende bijeenkomsten besproken met belanghebbende personen, ondernemers en organisaties. Na verschillende besprekingen is het rapport op 6 mei 2019 door het overlegorgaan vastgesteld.



In het verlengde van voornoemd doel zijn de volgende doelstellingen benoemd:

- Een duidelijke omschrijving van (nieuwe)rol Levend bezoekersnetwerk Drentsche Aa als communicatie en educatienetwerk Nationaal Park Drentsche Aa in relatie tot marketinginspanningen Marketing Drenthe en de samenwerkingsovereenkomst met De Hondsrug UNESCO Global Geopark
- Versterken samenwerking met alle partners van het Nationaal Park Drentsche Aa
- Uitgewerkte zonering: waar doen we wat wel/niet
- Een overzicht van activiteiten/plekken die (potentiele) bezoekers en mensen die in het gebied wonen, verblijven (dag- en verblijfsgasten) het Drentsche Aa-gebied kunnen ervaren. Dat je niet alleen vanwege de borden weet dat je in het Nationaal Park Drentsche Aa verblijft/komt maar ook de bijzonderheid op een “snelle” manier kunt beleven zodat je gestimuleerd wordt direct of op later tijdstip diverse plekken in het gebied (verder) te gaan ontdekken.
- Nieuwe activiteiten en/of plekken voor Drentsche Aa ‘Experience’.

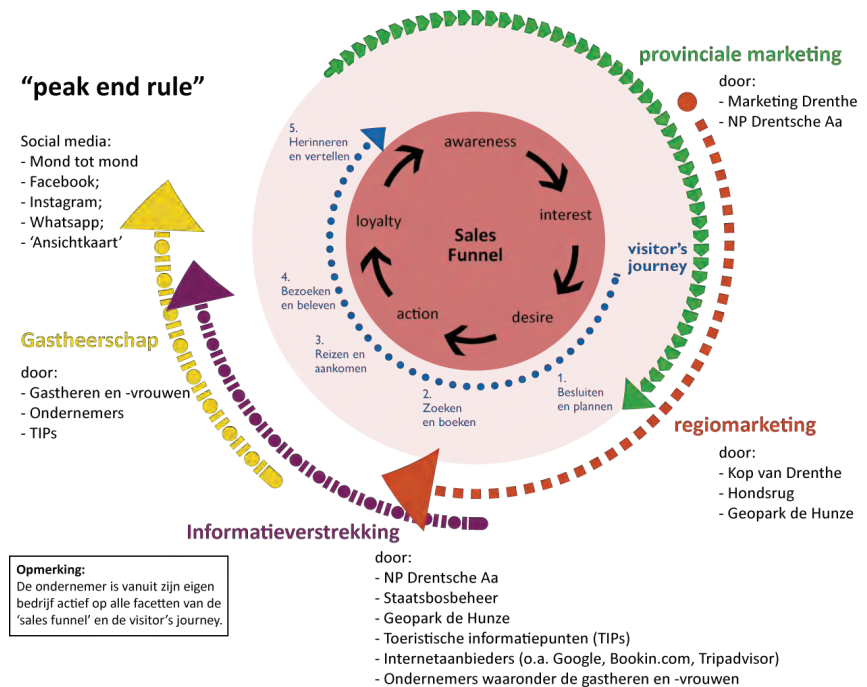
Enkele uitgangspunten daarbij zijn:

- Een door het Overlegorgaan Drentsche Aa gedragen visie op het bezoekersmanagement
- Een inspirerend document om gesprek over recreatie in het Drentsche Aa-gebied met initiatiefnemers te kunnen voeren

### 1.3 Visitor's journey

Om bezoekers goed te kunnen ontvangen, is het van belang het proces te begrijpen dat leidt tot een komst naar het Nationaal Park Drentsche Aa. Dit proces wordt weergegeven in de 'visitor's journey', de vijf stappen waarvan het bezoek aan het park er één is (zie afbeelding). Het proces is vergelijkbaar met dat van de 'sales funnel'; het proces van aankoop van goederen/-diensten. De aankoop begint met een bewustwording die zich

Bezoekers zijn doorgaans een blijk van erkenning en daarmee een 'indicatorsoort' van bijzondere landschappelijke kwaliteit. Daarbij gaat het niet persé om 'grootse belevingen', de spreekwoordelijke heroïsche top van de berg, maar ook het kleine, het oorspronkelijke en authentieke in natuur en landschap worden gezocht en gewaardeerd.





vertaald en doorontwikkeld naar belangstelling (interest). Vanuit een doorgegroeide belangstelling wordt tot actie; de aankoop van het product overgegaan. Met de aankoop is er ook een zekere mate van loyaliteit ontwikkeld jegens het product en de fabrikant ervan. Met after sales acties en reclame probeert de fabrikant deze loyaliteit te voeden. De visitor's journey kent een vergelijkbaar proces; vijf stappen met daarachter de organisaties die daar een rol in vervullen:

1. Besluiten en plannen (Marketing Drenthe, NP Drentsche Aa (website, Facebook), De Hondsrug Unesco Global Geopark, ondernemers, TBO's)
2. Zoeken en boeken (Ondernemers, Marketing Drenthe, TIP's)
3. Reizen en aankomen (TIP's, gastheren<sup>2</sup>, ondernemers)
4. Bezoeken en beleven (gastheren, ondernemers, boswachters)
5. Herinneren en vertellen. (social media, mond-tot-mond, ondernemers, Marketing Drenthe)

'Peak-end-rule' is een neuro-marketing regel (door psychologisch onderzoek bewezen) die stelt dat positieve herinneringen worden gedragen door een of enkele positieve piekmomenten tijdens het bezoek/verblijf en een vriendelijk, memorabel afscheid. Een extra argument om aandacht te besteden aan het einde van het bezoek aan de Drentsche Aa en de follow-up ervan.

In de navolgende rapportage zal voortdurend vanuit de optiek van de bezoeker, het 'natuur-toeristisch' aanbod van het park worden beschouwd.

#### 1.4 Leeswijzer

In het rapport wordt in het volgende hoofdstuk een bondige beschrijving gegeven van de gasten, het aanbod en de context waarbinnen het Nationaal Park Drentsche Aa opereert als mede een overzicht van belanghebbende

<sup>2</sup> Wanneer er wordt gesproken over 'gastheren' worden daar zowel de gastheren als -vrouwen



1. Het Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa is de formele titel van het nationale park. Navolgend zal in de tekst enkel worden gesproken over het Nationaal Park Drentsche Aa conform het alledaagse gebruik tijdens gesprekken en bijeenkomsten. Het advies luidt op voorhand om deze titel de standaard te laten zijn voor alle uitingen.
2. In de tekst wordt gesproken over het Drentsche Aa-gebied. Daarmee wordt bedoeld het park en de omringende zone van bedrijven en woonplaatsen waar vandaan eveneens vele bezoekers komen; het toeristisch-recreatief 'verzorgingsgebied' van het park.

mee bedoeld.



organisaties en de wijze waarop de marketing in Drenthe is georganiseerd. Het derde hoofdstuk behelst een evaluatie van het Levend Bezoekersnetwerk gerelateerd aan de oorspronkelijke ambities. In het vierde hoofdstuk is de stip op de horizon gezet in de visie op de ontvangst en beleving van gasten in de bijzondere werkelijkheid die het nationale park is. Deze visie krijgt in het vijfde hoofdstuk zijn vertaling naar ruimte en locaties, in het zesde en laatste hoofdstuk gevolgd door voorstellen voor de realisatie van de visie.

De rapportteksten staan doorgaans op de linkerkzijde van de pagina met in blauwe blokken teksten om een en ander te onderbouwen en toe te lichten. Een groen tekstblok is een uitgangspunten voor de visie.

#### In verhouding tot.....

Het voorliggend rapport beschrijft de doorontwikkeling van het levend bezoekersnetwerk en de verbetering in ontvangst van bezoekers en de beleving van de waarden en kwaliteiten van het Nationaal Park Drentsche Aa. (Ruimtelijke) locaties zijn aangewezen waar dit kan plaatsvinden. Bij het maken van deze keuzes is ten dele rekening gehouden met andere functies zoals natuur, landschap, historie en landbouw. Een zorgvuldige afweging en inpassing van functies ('het op elkaar leggen van de kaarten') dient in de volgende versie van het BIO-plan te geschieden. Dit plan is een van de bouwstenen in dat planproces.







Moodboard essentie NP Drentsche Aa



## 2 Het huidige gebruik

### 2.1 Inleiding

Het Nationaal Park Drentsche Aa vormt met de nationale parken het Drents-Friese Wold en Dwingelderveld belangrijke pijlers van het toeristisch-recreatieve aanbod van de provincie Drenthe. In de Omgevingsvisie 2018 van de provincie Drenthe wordt de volgende beschrijving gegeven voor de Drentsche Aa: 'De gave beekdalen van de Drentsche Aa zijn de drager van het kleinschalige esdorpenlandschap met de karakteristieke essen, dorpen en beplantingen. Het is een informeel gegroeid, samenhangend landschap dat zijn huidige karakter al min of meer in de middeleeuwen heeft gekregen, maar met een ontwikkelingsgeschiedenis die teruggaat tot in de prehistorie. Dit uit zich in een grote verzameling van hunebedden, grafheuvels, celtic fields, karrensporen, kerktorens, boerderijen en houtwallen'.

Het nationaal park behelst vanaf 2013 het hele stroomgebied van het bekenstelsel van de Drentsche Aa, naar oppervlakte een van de grootste nationale parken van Nederland (340 km<sup>2</sup>), ruim 12,5% van de provincie Drenthe. Het gebied is van oudsher gevormd door de boeren en bestaat nog steeds voor

#### Gasten

- Ca. 1,5 - 2 miljoen bezoekers per jaar
- 25% afkomstig uit gebied zelf
- Drenthe en Groningen belangrijkste provincie van herkomst
- 37% is 55 jaar en ouder
- Gezellig lime, uitbundig geel en ingetogen aqua belangrijkste leefstijlen onder bezoekers
- Gemiddeld rapportcijfers voor gehele NP Drentsche Aa is hoog: 8,0
- Wandelen (79%) en fietsen (37%) belangrijkste activiteiten
- Hond uitlaten (13%)
- Grote bekendheid onder bewoners, resp. in en om het park (98 - 88%)
- Ca. 133 miljoen aan bestedingen per jaar (Ecorys, 2018)
- 2.228 arbeidsplaatsen



50% uit landbouwgrond. Het park is bovendien bijzonder omdat er gewoond (21 dorpen), gewerkt en gerecreëerd wordt.

De titel van 'nationaal park' bevestigt de bijzondere werkelijkheid die het park is en die zich duidelijk onderscheidt van de 'alledaagse werkelijkheid' van wonen en werken. De parkwerkelijkheid wordt gedragen door natuur, landschap en cultuurhistorie, haar verschijningsvorm in wegen, wandel- en fietspaden als mede de symbolen van bewegwijzering, bebording en informatieverstrekking. Een andere werkelijkheid markeert zich ook door een herkenbare entree/poort die 'binnen en buiten' nadrukkelijk scheidt.

In dit hoofdstuk wordt een beknopte beschrijving gegeven van de context waarbinnen het park functioneert als ook een inkijk in het parkbezoek.

## 2.2 De gasten

Het Nationaal Park Drentsche Aa en omgeving biedt een keur aan toeristisch-recreatieve activiteiten en mogelijkheden. Gelijk andere regio's in de provincie is het gebied een gewaardeerde bestemming om te wandelen en te fietsen. Daarnaast herbergt het park verschillende gerenommeerde toeristische attracties waaronder het Herinneringscentrum Kamp Westerbork, Astron, het Boomkroonpad, Nije Hemelriek en attractiepark Drouwenerzand.

In totaal komen ca. 1,5 - 2 miljoen bezoekers jaarlijks naar het Drentsche Aa-gebied. Het bezoek aan voornoemde attracties vormt daarvan met ruim een half miljoen bezoekers een belangrijk onderdeel. Ongeveer 11% van de toeristische omzet in Drenthe wordt in en om het nationale park gegenereerd. Voor een belangrijk deel zijn het de inwoners uit de provincie Drenthe en Groningen die hier zorg voor dragen. Ongeveer eenkwart van het bezoek is afkomstig uit het gebied zelf. Het zijn de meest frequente gebruikers; wandelaars, fietsers, joggers en honden uitlaters.

## Toekomstbeeld

Uitgangspunt voor de toekomst van het NP Drentsche Aa is het behouden en het versterken van de identiteit van het beek- en esdorpenlandschap. De ontwikkeling van het landschap met haar bijzondere kenmerken en specifieke betekenis geldt daarbij als een overkoepelende beleidsstrategie, met 'behoud door vernieuwing' en de cultuurhistorie als inspiratiebronnen en als leidend principes. Bij het uitwerken hiervan worden alle sectoren in het gebied actief betrokken, in het bijzonder de landbouw en de dorpsbewoners. Hierdoor wordt de leefbaarheid bevorderd en ontstaan nieuwe vormen van samenwerking. Het doel is een evenwichtige en harmonieuze ontwikkeling van het gebied die aansluit bij de karakteristieke identiteit. De integratie van functies, bijvoorbeeld van landbouw en natuurbeheer, draagt hier aan bij.

Het algemene toekomstbeeld voor het gebied is een duurzaam functionerend beek- en esdorpenlandschap. Duurzaam heeft hierin de driedelige betekenis van economisch vitaal, ecologisch houdbaar en sociaal aanvaardbaar. De diverse gebruiksfuncties (natuur, landbouw, recreatie) ontwikkelen zich in onderlinge samenhang en in overeenstemming met de structuur van het gebied. Ook de voorstellen en oplossingsrichtingen in dit BIO-plan 2.0 dienen levensvatbaar, op termijn houdbaar en sociaal aanvaardbaar te zijn. (Uit Het Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa BIO-plan 2.0 (2012 - 2020). Vastgesteld door het Overlegorgaan Drentsche Aa op 4 februari 2013).

### **Omgevingsvisie Drenthe 2018**

Het Nationaal Park is gericht op een duurzaam functionerend beek- en esdorpenlandschap, dat wil zeggen ecologisch houdbaar, economisch vitaal en sociaal aanvaardbaar. Het Drentsche Aa-gebied is een bijzonder Nationaal Park en heeft een zogenaamde verbrede doelstelling; er is ook ruimte voor landbouw en leefbaarheid in de dorpen. Er liggen 21 dorpen in het gebied. De formele titel is 'Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa'. De inzet is gericht op het totale stroomgebied (34.000 ha): van brongebied tot benedenloop, inclusief het Hart van Drenthe. Het gebied kent een kwalitatief grote ecologische kwaliteit in een samenhangend landschap, waarbinnen meerdere internationaal aantrekkelijke natuurgebieden zijn gelegen. Deze natuurgebieden onderscheiden zich binnen Nederland én internationaal in kwaliteit (diversiteit aan soorten binnen één samenhangend ecosysteem), aanwezigheid van natuurlijke processen en schaalgrootte. De natuurlijke, landschappelijke en culturele erfgoedwaarden hebben unieke kenmerken in internationaal opzicht en worden ook als zodanig uitgedragen.

#### *Ambitie*

Wij zetten in op behoud en ontwikkeling van de kernkwaliteiten landschap, natuur, cultuurhistorie, rust, archeologie en aardkundige waarden, met als doel de samenhang en de ontwikkeling van afzonderlijke kernkwaliteiten te versterken. Wij streven naar een optimale inrichting van het gebied voor ecologie en toerisme, waarbij internationaal hoogwaardige water- en natuurkwaliteit (KRW en Natura 2000) voorop staan. Dit levert een inspirerende en dynamische omgeving op, waar cultuurhistorie, natuur en landschap hun verhaal vertellen. Hier kun je wonen, werken en recreëren in een bijzonder aantrekkelijk landschap. De ambities in Drentsche Aa dragen bij aan een robuust natuur- en watersysteem als schone bron voor drinkwaterwinning en het versterken van de Uitwerking ruimtelijke kwaliteit.

De opgaven voor een duurzaam functionerend beek- en esdorpenlandschap zijn uitgewerkt en voorzien van gewenste ontwikkelrichting in het Beheer-, inrichtings- en ontwikkelingsplan Drentsche Aa 2.0.

Het Overlegorgaan Drentsche Aa geeft gevraagd en ongevraagd advies aan Gedeputeerde Staten over de ontwikkeling in het Drentsche Aa-gebied.

De samenwerking van het Nationaal Park Drentsche Aa en het UNESCO Global Geopark De Hondsrug is vastgelegd in een samenwerkingsovereenkomst (2017).

Dit onderwerp heeft doorwerking in de Provinciale Omgevingsverordening.  
(Bron: Omgevingsvisie Drenthe 2018)



Gelijk de landelijke ontwikkeling, neemt ook het openluchtrecreatieve gebruik (met name wandelen en fietsen) in de regio Drentsche Aa toe. Zowel de aantallen wandelaars en fietsers neemt toe maar ook de verscheidenheid in vooral soorten fietsers zoals toerfietsers, e-bikers, racefietsers en MTB-ers. Omdat de snelheden en gedragingen nogal uiteenlopen van deze pedaleurs, worden in toenemende mate recreatieve gebruikersconflicten gemeld.

Uitgedrukt in leefstijlen, vormen ‘Gezellig lime’, ‘uitbundig geel’ en ‘ingetogen aqua’ de voornaamste leefstijlen. Het is niet helemaal het profiel dat hoort bij een nationaal park maar weerspiegelt voor een deel de gasten van de verblijfsrecreatieve accommodaties als ook de bezoekers aan de verschillende toeristische attracties die in het nationaal park liggen.

De waardering voor het Nationaal Park Drentsche Aa is groot en met 8,0 het hoogst voor alle onderzochte natuurgebieden in Drenthe.

### 2.3 Het beleid

Zonder in detail in te gaan op het beleid dat is geformuleerd voor het Nationaal Park Drentsche Aa, kan in hoofdlijnen worden gesteld dat het doel is om dit bijzondere beekdalsysteem met al haar landschappelijke gradiënten zo goed mogelijk in stand te houden. Naast de geomorfologische oorsprong, is er nadrukkelijk oog voor de duizenden jaren symbiose tussen mens en omgeving die mede heeft bijgedragen aan de huidige verschijningsvorm (zie kader ‘Toekomstbeeld’). Ook in de omgevingsvisie van de provincie Drenthe is dit vastgelegd (zie tekstkaders vorige pagina).

Voor de provincie Drenthe is de sector Toerisme en Recreatie een belangrijke economische pijler. Binnen de kaders van het beleidsprogramma Vrijetijdseconomie en Op Fietse investeert de provincie in de volgende speerpunten:

#### Trends

In de tweede bijlage worden de belangrijkste recreatief-toeristische trends in Nederland weergegeven. Samengevat voor het Nationaal Park Drentsche Aa betekent dit:

- Nederlandse bevolking blijft toenemen, vergriest en blijft langer gezond en actief. Voor Drentsche Aa betekent dit dat de publieke belangstelling voor het park eveneens zal toenemen.
- Overnachtingen in kampeerterrinen en bungalowparken staan onder druk terwijl de goede, innoverende en investerende bedrijven zich uitstekend kunnen handhaven. De stroom aan gasten afkomstig van deze logiesverstrekkers zal ongeveer constant blijven.
- Wandelen, fietsen en winkelen zijn sinds jaar en dag de favoriete activiteiten. Gezien de aandacht voor gezondheid, bewegen als ook de toename in vrijetijd en de fietsinnovaties zal deze recreatieve activiteiten ook in en om Drentsche Aa verder groeien. Conflicten, o.a. gemeld in interviews, over het gebruik van fietspaden wijzen hier reeds op.
- Circulaire landbouw in balans met de bodem, de omgeving en het landschap is de koers voor agrarische ontwikkeling. Het Drentsche Aa gebied kan hierin voorop lopen en daarmee het landschap nog aantrekkelijker maken.
- Nationale parken als iconen van de Nederlandse natuur, vormen bij uitstek bezienswaardige bestemmingen. Deze mogen zich verheugen op een groeiende belangstelling onder het groeiende publiek dat op zoek is naar authentieke ervaringen en hoogwaardige beleving.

- Betere routenetwerken voor fietsen en wandelen, de basis van het toeristisch product.
- Deelprogramma 'Op Fietse' met als streven om dé Fietsprovincie van Nederland te blijven.
- Betere zichtbaarheid; betere marketing en ontsluiting van informatie
- Ruimte voor ondernemerschap waaronder meer ruimte voor het beleven en benutten van natuur.

Het recreatief-toeristisch bezoek (dagjesmensen, vakantiegangers) resulteert in een bovengemiddelde bijdrage aan de regionale economie van meer dan 20% van de totale werkgelegenheid. Dit betreft niet alleen banen bij toeristische ondernemers maar in de gehele keten waaronder de bakker, supermarkt, horeca, openbaar vervoer, installatiebedrijf etc. in het gebied.

Provincie Drenthe onderzoekt en ondersteunt de levensvatbaarheid van recreatieparken in de provincie (vitaliteitsonderzoek). Enkele bedrijven in het noordelijk deel van het park zitten in een omvormings-/saneringstraject.

In 2009 is de interpretatie-analyse verricht voor het Nationaal Park Drentsche Aa. In het tekstvak 'essentie', in het vierde hoofdstuk staan de voornaamste conclusies met het pallet aan 'essentiële belevingen' (sleutelervaringen, zie tabel 2.1) voor een goed begrip van het bijzondere van het park.

In 2017 is in opdracht van het Overlegorgaan de Landschapvisie Drentsche Aa 2.0 opgesteld. Geredeneerd vanuit de kwaliteiten van het landschap, wordt hierin het kader aangeboden voor de wijze waarop natuur en landschap zich verder kunnen ontwikkelen en verschillende andere functies waaronder landbouw en recreatie een plaats kunnen krijgen.

Samenvattend kan worden gesteld dat beleidsmatig voldoende ruimte is om de beleving van het park en het onthaal van de bezoekers door te





**Tabel 2.1 Interpretatiematrix NP Drentsche Aa**

niveau	Bezoekers begrijpen dat:	Bezoekers voelen:	Bezoekers hebben/kunnen:
I A	Het Nationaal Park Drentse Aa het grootste en meest gave bekensysteem van Nederland is	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dat de Drentse Aa niet één rivier is maar een fijn vertakt netwerk is van kleine waterloopjes die samenkomen in de Drentse Aa, op weg naar de Waddenzee.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Het waaivormige patroon van beekjes herkennen.</li> <li>– Een stukje langs de meanders gelopen of gefietst.</li> </ul>
I B	De samenhang in het landschap tussen het beekstelsysteem en het omringende esdorpenlandschap hier nog aanwezig is	<ul style="list-style-type: none"> <li>– De kleinschaligheid en afwisseling.</li> <li>– De rijkdom van de natuur.</li> <li>– De harmonie en idylle.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– In het gebied onderscheiden of ze zich in het beekdal op de overgang of op de hogere esgronden bevinden.</li> </ul>
C	Dat de samenhangen sinds de prehistorie in de loop van vele duizenden jaren menselijke bewoning langzaam vorm hebben gekregen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– De duizenden jaren oude bewoningsgeschiedenis.</li> <li>– Dat ze terug in de tijd zijn gegaan naar zo'n 100 jaar geleden.</li> <li>– Dat overal in dit landschap mensenhanden aan het werk zijn (geweest).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Overblijfselen en cultuurhistorische monumenten uit de prehistorie en middeleeuwen in het landschap gezien.</li> <li>– Over oude (historische) wegen gelopen en gefietst.</li> </ul>
II A	Het Nationaal Park het hele beekstelsysteem omvat, van de plek waar het regenwater in de bodem wordt gevangen, via de bronnen, de beken tot en met waar het water via de Drentse Aa rivier in het Noord-Willemskanaal komt, op weg terug naar de Waddenzee.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– De omvang van het gebied.</li> <li>– Dat hier overal water ontspringt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Op een hoog punt over een groot stuk beekdal heengekeken.</li> <li>– Bronwater gedronken; 10.000 jaar oud 'oerwater'.</li> <li>– Een plek bezocht waar het grondwater uittreedt en een van de beken van de Drentsche Aa begint.</li> <li>– Een ijzervlies op het water gezien en gebroken.</li> </ul>
II B	De verschillende stukjes natuur zijn ontstaan door het werk van boeren die op allerlei verschillende manieren voedingstoffen oogsten uit de natuur.		<ul style="list-style-type: none"> <li>– Een dwarsdoorsnede door het beekdal gemaakt, vanuit het dorp via de hogere esgronden tot aan (in) de beek.</li> <li>– De geur van gemaaid gras en drogend hooi, hennep teelt, grazende schapen (mest), vers gehakt of gezaagd hout, geploegde aarde in hun neus.</li> </ul>
II C	De mensen die dit gebied beheren, die hier wonen en die hier werken zich samen inzetten om de bijzondere natuurlijke en culturele waarden van dit gebied in stand te houden en verder te ontwikkelen, omwille van de natuur zelf en voor mensen om er nog lang van te kunnen genieten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zich verbonden met dit landschap.</li> <li>– Dat ze welkom zijn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Eén van de informatiepunten bezocht.</li> <li>– Een streekproduct geproefd.</li> </ul>
III A	Het Drentsche Aa gebied in de voorlaatste ijstijd zijn ruwe vorm kreeg doordat het ijs een laag keileem met grote stenen achterliet, ijstongen grote dalen uitschuurden en het smeltwater het fijnere patroon van beekdalen schiep.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– De kracht van het ijs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Keileem in hun handen gehad en een grote zwerfsteen gezien en aangeraakt.</li> </ul>
III B	Dat hier nog veel bijzondere planten en dieren voorkomen door de grote afwisseling in het landschap.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– De spanning om een bijzondere planten of dieren te zien (orchideeën, beekjuffer, vissen, zandhagedis)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stil gezeten langs een beekje, op de heide en aan een es en aandachtig gekeken en geluisterd naar de natuur.</li> </ul>

(Bron: Interpretatie Analyse Nationaal Landschap Drentsche Aa. 2009)

ontwikkelen. Gezien het economische belang van het park-gerelateerde toerisme, heeft het park hierin ook een verantwoordelijkheid. Het interpretatieplan biedt uitstekend houvast voor het doorontwikkelen en vergroten van de mogelijkheden tot beleving van het park.

## 2.4 Het aanbod

Het natuurlijke en landschappelijke aanbod van het Nationaal Park Drentsche Aa is hoegenaamd bekend. Om de bezoekers te ontvangen, zijn de volgende voorzieningen gerealiseerd:

- 4 toegangspoorten (Deurzerdiep (Deurze), Onder de molen (Rolde), Wedbroeken (Tynaarlo) en Homanshof (Anloo))
- 8 Hoogtepunten (allemaal voorzien van infozuil; zie bijlage 3)
- Minimaal 16 overige startpunten.
- 6 Belvédères, deels gelegen op de hoogtepunten.
- Het Drentsche Aa-gebied regio is opgenomen in het fietsknooppunten systeem zodat in principe een grote variatie aan fietsroutes mogelijk is.
- Rondje Drentsche Aa; fietsroute van 32 km.
- Smaak Fietsroute Drentsche Aa, fietsroute van 2 x 28 km langs streekproductleveranciers Drentsche Aa
- Op de website worden verschillende wandelroutes aangeboden startend op diverse locaties in het park.
- Staatsbosbeheer biedt eveneens een keur aan wandelroutes in het nationale park aan.
- De LAW's Pieterpad en Groot Frieslandpad en het streekpad Drenthepad door het Nationaal Park Drentsche Aa
- Verschillende ruiter-buitenrij-routes.

Voor de informatieverstrekking is de website van het nationale park in de lucht ([www.drentscheaa.nl](http://www.drentscheaa.nl)) met veel informatie. Daarnaast biedt de website van Marketing Drenthe een keur aan tips, trips, routes voor wandelen,



### Overzicht aangesloten gastheren en -vrouwen

Aard onderneming	aantal
– Campings (reguliere terreinen, minicampings)	16
– Eten, drinken en zaalverhuur	15
– Verblijfsaccommodaties (hotels, bungalowparken, B&B's, groepsaccommodaties)	28
– Diverse informatiepunten	18
– Fietsen, verkoop, onderhoud en verhuur	3
<b>Totaal Gastheren en -vrouwen</b>	<b>80</b>

(bron: website [www.drentscheaa.nl](http://www.drentscheaa.nl))



fietsen, paard rijden en een kalender met actuele overzichten van hetgeen er is te doen in de verschillende regio's. De nationale parken vormen daar een verbijzonderd onderdeel van.

In en om het Nationaal Park Drentsche Aa is een keur aan horeca- en verblijfsrecreatieve accommodaties, welhaast letterlijk in alle soorten en maten. Van B&B accommodaties, kleine groene campings tot grote bungalowparken en hotels, al dan niet onderdeel zijnde van een landelijke keten. Door 12 verschillende agrarische bedrijven worden Drentsche Aa streekproducten aangeboden.

Van alle toeristische en agrarische ondernemers en hun medewerkers/-collega's heeft tot dusverre zo'n 150 personen de IVN cursus gastheerschap NP Drentsche Aa gevolgd en zijn er per 1 januari 2019 80 bedrijven/-ondernemers aangesloten en weergegeven op de site van het nationale park.

## 2.5 Organisaties in en om het park

In het Overlegorgaan Drentsche Aa zijn de volgende organisaties vertegenwoordigd:

- Provincie Drenthe
- Gemeenten Aa en Hunze, Assen, Groningen en Tynaarlo
- Waterschap Hunze en Aa's,
- Staatsbosbeheer (namens terreinbeherende organisaties)
- Recreatiesector (RECRON, Recreatieschap)
- Natuur- en milieufederatie Drenthe
- Noordelijke Land- en Tuinbouw Organisatie (LTO-Noord)
- Brede Overleggroep Kleine Dorpen
- Waterbedrijf Groningen
- Ministerie van EZ (Adviseur)

### Marketing en merkontwikkeling

Philip Kotler en Gary Armstrong hebben in 2013 in hun marketingbijbel 'The Principles of Marketing (15th Edition)' het begrip 'marketing' als volgt omschreven: "Marketing is de kunst en de wetenschap van het creëren van waarde voor de klant om daar waarde van de klant voor terug te krijgen."

Het NIMA werkt met een meer algemene definitie: Marketing bestaat uit alle activiteiten verricht door ruilsubjecten, die erop gericht zijn om ruiltransacties te bevorderen, te vergemakkelijken en te bespoedigen. Ruil bestaat uit vrijwillige uitwisseling van ruilobjecten tussen minstens twee partijen. Ruilobjecten zijn de dingen die geruild worden: goederen, diensten of geld. De ruilsubjecten zijn mensen: aanbieders en afnemers.

Anno dit voorjaar (2019) wordt in het kader van de Merkontwikkeling Nationale Parken in Nederland, het merk van de Drentsche Aa beschreven. De uitkomst daarvan is de basis en vertrekpunt waarmee vervolgens het park zijn merk, positionering en 'marktprofiel' kan opbouwen. De eerste stap is het opstellen van een strategisch plan van aanpak om dat vervolgens consequent, continue en met veel herhaling uit te voeren. Het uitdragen van het park-merk geschiedt langs zoveel mogelijk kanalen ('duizend bloemen laten bloeien'). De parkorganisatie stuurt dit proces aan, faciliteert het en doet dit vooral met heel veel andere belanghebbende partijen samen.

In en om het Nationaal Park Drentsche Aa zijn daarnaast nog meer partijen actief. Zonder uitputtend te zijn, zijn dat onder meer Koninklijke Horeca Nederland (afgekort KHN), Toeristisch Platform Aa en Hunze (TOEPLAH), een B&B associatie in de gemeente Aa en Hunze, EIP Operational Group Bio-economie Drentsche Aa, Natuurmonumenten, Het Drents Landschap, Landschapsbeheer Drenthe en Agrarische Natuur Drenthe.

Aan gebruikerszijde zijn verschillende landelijke en regionale organisaties actief waaronder Wandelnet, Fietsersbond en de KNHV.

Via een gemeenschappelijke regeling hebben de gemeenten in Drenthe het beheer, onderhoud en ontwikkelen van recreatieve voorzieningen en structuren ondergebracht in de organisatie Recreatieschap Drenthe.

## 2.6 Marketing van de Drentsche Aa

De marketing van Drenthe wordt door Marketing Drenthe verzorgd. Voor het verkrijgen van regionale input, onderscheidt Marketing Drenthe verschillende regio's in de provincie. Nationaal Park Drentsche Aa ligt in twee van die regio's; Kop van Drenthe en de Hondsrug. De medewerkers toerisme van de desbetreffende gemeenten vormen de 'linking-pin' met Marketing Drenthe.

Voor het besluit tot een bezoek aan het NP Drentsche Aa dient de toekomstige bezoeker te worden voorzien van argumenten. Social media-uitingen, mond tot mond reclame door andere bezoekers, algemene bekendheid en promotie campagnes door Marketing Drenthe zijn de voornaamste strategieën in deze. Ter ondersteuning zijn e-learning cursussen ontwikkeld die bijdragen in de kennis over en ontvangst van gasten. De eerste twee uitingen zijn het resultaat van een eerder bezoek en liggen rechtstreeks in de beïnvloedings-sfeer van de gastheren als ook de ondernemers in de regio. De inhoud van de

### Nationaal Park Drentsche Aa en marketing

Het dragen van de titel 'nationaal park' is een marketingactie bij uitstek. Het verheft het Drentsche Aa-gebied, tezamen met de andere 20 nationale parken, boven alle andere natuurgebieden en is voor toeristen een belangrijke zoekterm en argument om hun bezoek op te baseren. Dat verplicht enerzijds tot het goed ontvangen en laten beleven (het waarmaken van de titel) EN een goed beheer en bescherming van het gebied. De waarden en kwaliteiten van het gebied moeten onverminderd overeind blijven en beleefbaar zijn voor volgende generaties bezoekers.

UNESCO Global Geoparks are single, unified geographical areas where sites and landscapes of international geological significance are managed with a holistic concept of protection, education and sustainable development. A UNESCO Global Geopark uses its geological heritage, in connection with all other aspects of the area's natural and cultural heritage, to enhance awareness and understanding of key issues facing society, such as using our earth's resources sustainably, mitigating the effects of climate change and reducing natural disasters-related risks. By raising awareness of the importance of the area's geological heritage in history and society today, UNESCO Global Geoparks give local people a sense of pride in their region and strengthen their identification with the area. The creation of innovative local enterprises, new jobs and high quality training courses is stimulated as new sources of revenue are generated through geotourism, while the geological resources of the area are protected. At present, there are 140 UNESCO Global Geoparks in 38 countries.

(Bron:

<http://www.unesco.org/new/en/naturalsciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/>)

cursus helpt de gastheren om deze rol goed inhoud te geven. Daarmee dragen de gastheren/ondernemers dus bij aan de promotie van het park.

Algemene bekendheid wordt door Samenwerkende Nationale Parken (SNP) en/of het 'Nationale Parken Bureau' gegenereerd door nieuwsberichten, merkontwikkeling, informatie over nationale parken, enz. en is over het algemeen maar ten dele beïnvloedbaar. Zonder meer negatief is het effect van de terugtrekkende Rijksoverheid. Deze weigert de laatste jaren haar verantwoordelijkheid jegens 'nationale' parken te nemen. Algemener gesteld heeft het Rijk nimmer noemenswaardige moeite gedaan om de nationale parken tot iconen van onze samenleving te maken zoals dat bijvoorbeeld in Amerika wel het geval is. Hopelijk komt daar op korte termijn verbetering in.

Een tweede organisatie die zich nadrukkelijk bezighoudt met de promotie van onder meer het Drentsche Aa-gebied, is stichting De Hondsrug UNESCO Global Geopark. Naast bescherming van de geologische waarden van de Hondsrug, zet de stichting nadrukkelijk in op het versterken van de toeristische werkgelegenheid, onder meer door meer regionale promotie te verzorgen. In het masterplan staat als ambitie genoteerd het gebied nog aantrekkelijker te maken voor bewoners, bedrijven en bezoekers met een toekomstbeeld bestaand uit vijf thema's:

1. Een goed bewaard ijstijdenlandschap
2. Prettig wonen en werken
3. Toerisme als motor
4. Een gastvrij onthaal
5. We doen het samen

Het Levend Bezoekersnetwerk vervult een rol in de vermarkting van het Nationaal Park Drentsche Aa. Door een gastvrije ontvangst en het zorgen voor een aangenaam verblijf leggen de ondernemers/gastheren wel de basis voor het herhalingsbezoek en verbinding met het park.

### **De toegangspoorten**

Een poort is meer dan een deur, het is een transitieruimte. De poort heeft een aantal functies:

- het maakt de missie duidelijk van de plaats
- het maakt de centrale boodschap van de plaats duidelijk
- het geeft een krachtig beeld van de plaats
- het geeft het gevoel een andere wereld te betreden

Deze poorten en knooppunten zijn de centrale punten in het Drentsche Aa-gebied waar de bezoeker in contact kan komen met de mensen die het Nationaal Park Drentsche Aa vertegenwoordigen.

Bij de aankomstplaatsen -in ieder geval bij de poorten- treft de bezoeker een fietsenstalling en parkeerterrein aan met een aantrekkelijke (loop-)verbinding naar de informatievoorziening(en) en horecavoorziening (met openbaar toegankelijk sanitair). Op de parkeerplek is een eerste oriëntatie nodig, die zich op deze plek moet beperken tot het bieden van oriëntatie op de volgende keuzes:

- Informatie en activiteiten (bijvoorbeeld 'informatiecentrum', 'speelbos')
- Eten en drinken
- Toilet
- Een plek om even te zitten (picknickbanken e.d.)
- Startpunt (wandel)routes

(Bron: Interpretatie Analyse Nationaal Landschap Drentsche Aa. 2009)



Een bijzondere vermarkting is het feit dat dagelijks tienduizenden mensen naar en van werk en school door het Nationale Park Drentsche Aa reizen via A28, N33, N34 en het spoor

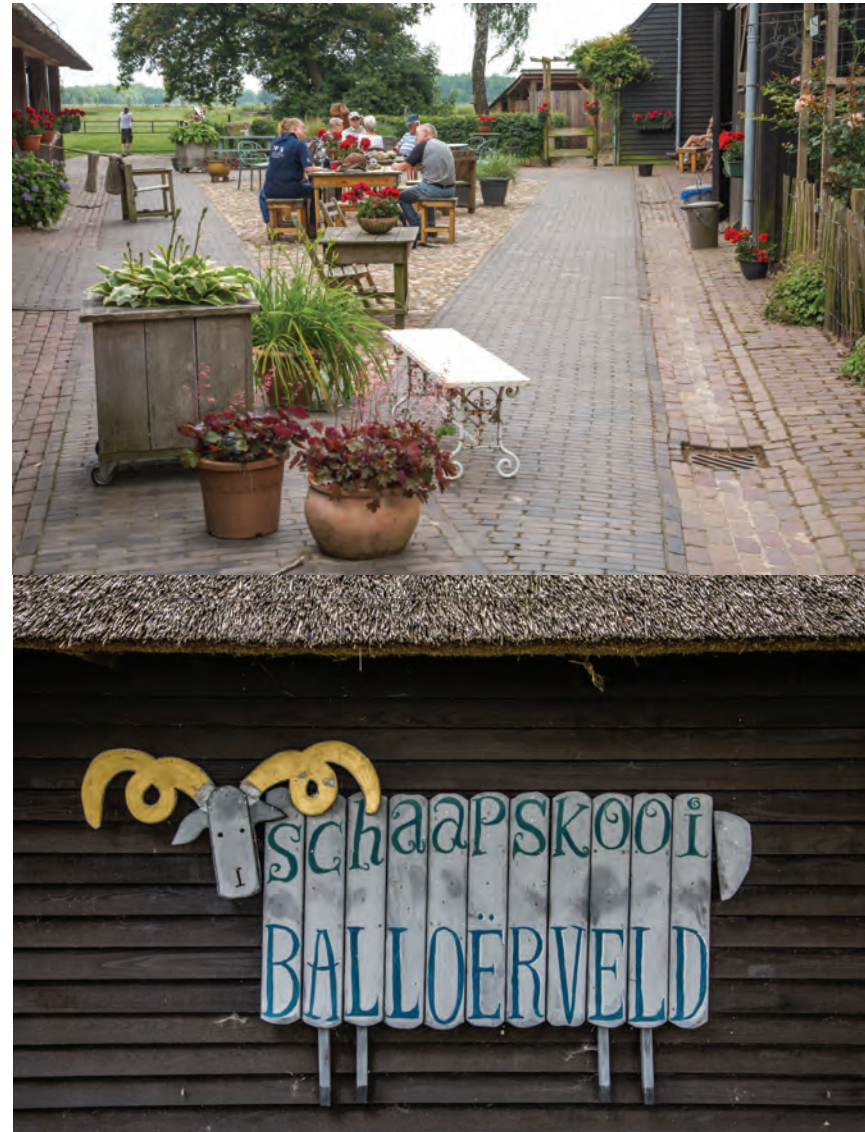
## 2.7 Analyse en beoordeling

Op basis van de gesprekken en discussies tijdens verschillende bijeenkomsten als mede het kijken door de bril van de nietsvermoedende bezoeker, is een analyse gemaakt van het toeristisch-recreatieve aanbod van het Nationaal Park Drentsche Aa. In deze analyse wordt stilgestaan bij de ruimtelijke hardware en voorzieningen van het park. Over het gastheerschap, de communicatie en informatie wordt in het volgende hoofdstuk verhaald.

De Drentsche Aa is in het stelsel van nationale parken een unieke en eigenstandige werkelijkheid met het behoud en beschermen van de duizenden jaren oude dynamiek tussen mens en natuur dat een bijzonder beeklandschap heeft opgeleverd met hoge waarden en kwaliteiten.

Er heerst ambivalentie over het aantrekken van bezoekers. Aan de zijde van bewoners, beheerders en de Nationaal Parkorganisatie wordt een terughoudende koers voorgestaan terwijl verschillende ondernemers (natuurlijk) hun bezettingsgraden zo hoog mogelijk willen hebben. Ook in verschillende dorpen wordt van alles ondernomen. Er is geen kwantitatieve norm bepaald over het maximum aantal bezoekers noch is vastgelegd wanneer het recreatieve gebruik een te grote aantasting van natuur en landschap zou zijn.

Terecht is de duizenden jaren lange symbiose van mens en natuur in het bekenlandschap de centrale boodschap van het park. Dit krijgt doorgaans zijn vertaling in landbouw, natuur en landschap maar de cultuurhistorie en de menselijke invloed voert veel verder dan enkel het agrarische gebruik.



Daarnaast valt in het landschap op dat het levend landschap ook zijn sporen van de hedendaagse landbouw meekrijgt zoals grote schuren en monocultures op de grootschalige akkers. Een bedreiging voor het landschap aangezien de schaal van gebouwen en gebruik veel groter is dan hetgeen het pittoreske landschap aankan.

Tevens is afgelopen jaren sprake geweest van intensivering van het recreatief gebruik van het nationaal park met de eerste tekenen van 'drukke'

Bescheidenheid karakteriseert de wijze waarop het nationale park naar buiten treedt. Het weerspiegelt de voornoemde ambivalentie en bemoeilijkt de samenwerking met de ondernemers. Het geeft de bezoekers van het park niet de ontvangst en begeleiding die ze op grond de status 'nationaal park' zouden mogen verwachten. Bezoekers dienen te ervaren en voelen dat ze in een nationaal park zijn met een bijzonder karakter. Niet groots en schreeuwerig, wel intens en passend.

Wandelen is de voornaamste en meest gebezigde activiteiten in het park. Het fysieke aanbod aan wandelroutes is groot en naar het zich laat aanzien, voldoende maar ze bieden onvoldoende parkbeleving (zie sleutelervaringen interpretatie-analyse).

Een bijzondere vorm van wandelen is het ommetje; de 'er-even-tussenuit' wandeling vanuit de woning (voor een definitie, zie paragraaf 5.2). Tal van dorpen liggen in het nationale park en een scan leert dat niet alle dorpen goed zijn uitgerust voor het maken van een ommetje.

Hondenuitlaters zijn doorgaans ook alledaagse ommettes makers. In of nabij nagenoeg geen enkel dorp zijn faciliteiten (losloopveldje, natte neuzenroute, hondenspeelplek, etc.) aanwezig voor het uitlaten van de hond. Er liggen wel hondenloslooplegebieden in vooral het zuidelijke deel van het park maar die





noodzaken tot een tocht met de auto om er te komen hetgeen niet aansluit bij het dagelijks gedrag en bovendien zoveel mogelijk dient te worden voorkomen vanuit gewenst duurzaam recreatief gedrag.

Het fietsen is goed gefaciliteerd middels vrijliggende fietspaden en het fietsknooppuntenstelsel. Getuige meldingen van recreatieconflicten, is het aanbod aan fietspaden te gering (naar kilometers en breedte) met oog op de toekomstige ontwikkelingen rond fietsen. Het fietsen is sedert jaar en dag populair en met de komst van de mountainbike en de elektrische fiets, neemt het aantal fietsers toe als ook hun wensen voor een aantrekkelijke fietstocht. Een blik op de Op Stap-krant leert dat meer dan de helft van de fietspaden weliswaar vrij liggen van de autoweg maar nog steeds langs de autoweg liggen en aldaar maar beperkt toegevoegde belevingswaarde hebben.

De toegangspoorten zijn aangewezen en ontwikkeld als de entrees van het nationale park. Geen enkele entree is 'af' omdat er overall functies ontbreken. Wedbroeken bij Tynaarlo kent geen horeca-faciliteit, noch info- en toiletvoorziening noch een uitgebreid scala aan routes voor parkbeleving. De 'Asser' poort van Deurze mist een indrukwekkend landschap en daarmee het gevoel voor de bezoeker 'er te zijn', amper informatie, een dominante weg en een gedateerde horecavoorziening. Anloo heeft als poort de meeste potentie met een infocentrum en enkele horecavoorzieningen maar verdient upgradering in de opvang en begeleiding van toeristen en een betere inrichting van de ontvangst. Tot slot is Rolde een ongelukkige keuze geweest want geen enkele bezoeker zal de plek ervaren als begin van een verblijf in het park. De TIP 'Onder de Molen' is inmiddels ook verdwenen. Aan de zuidzijde van het park is geen entree.

Het park kent verschillende toeristische hoogtepunten zoals Herinneringscentrum Kamp Westerbork, Astron, het Boomkroonpad, Attractiepark Drouwenerzand en de recreatieplas Nije Hemelriek. Dat zijn allemaal locaties



#### **Enkele voorbeelden verbeterpunten in het wandelnetwerk**

Op verschillende plekken lopen wandelroutes over (drukke) autowegen zoals een deel van de 'Rondje van Anderen' of van de parkeerplaats Kymmelsberg naar het restaurant De Liefde van de Drentsche Aa. Daarnaast ontbreken verschillende logische verbindingen om een volledige en/of meer gevarieerde dag- of rondwandeling te maken zoals een wandelpad van Toegangspoort Deurzerdiep, oostelijk van de beek naar het Tumulibos en de Kampsheide. Startplaatsen van hoogtepunten, belvédères of de wandeltochten zijn niet altijd even helder en goed gemarkeerd.

(Bron: eigen waarnemingen en signalen afgegeven tijdens de interviews)



met veel bezoekers die niet direct op zoek zijn naar een Drentsche Aa beleving. Voor de werkelijke Drentsche Aa beleving zijn verschillende hoogtepunten benoemd; op de kaart meer dan op de website maar in het veld zijn ze moeilijk te vinden.







### 3 Evaluatie Levend bezoekersnetwerk

#### 3.1 Inleiding

Het Levend Bezoekersnetwerk bestaat uit een 'getrapt' infosysteem met een 'vast' deel: de toegangspoorten, knooppunten en informatiepunten waaronder de gastheren en een flexibel deel waar de Nationaal Park gidsen en onder vallen. De gastheren en gidsen zijn een belangrijk 'eerstelijns' communicatienetwerk voor het nationaal park. Zij vertellen het verhaal van het park aan de bezoekers en bewoners.

Voor de evaluatie van het levend bezoekersnetwerk is allereerst het oorspronkelijke 'Plan van Aanpak voor een Levend Bezoekersnetwerk in het Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa' tegen het licht gehouden. In aanvulling is vervolgens met verschillende gastheren uitgebreid gesproken over de volgende onderwerpen:

- cursus
- communicatie en informatie
- verbinding
- belangen
- wensen





### 3.2 Beoordeling van het oorspronkelijk plan

Het oorspronkelijk plan voor het levend bezoekersnetwerk, zoals in het plan van aanpak beschreven, is voor een overgroot deel uitgevoerd. Gerelateerd aan de acties, kunnen de volgende conclusies worden getrokken.

1. Het netwerk van gastheren en gidsen is ontwikkeld en zij hebben zich ontwikkeld tot vaardige eerstelijns ambassadeurs van het nationale park.
2. Gastheren en gidsen zijn bij elkaar gebracht en hebben met cursussen hun kennis over het park aanzienlijk kunnen vergroten.
3. Het netwerk van gastheren en -vrouwen is ontwikkeld in samenspraak/overleg met de verschillende standsorganisaties.
4. De regie van het bezoekersmanagement ligt bij de nationaal park organisatie en IVN. De uitvoering is niet naar de TIP gedelegeerd maar in voornoemde handen gebleven.
5. De jaarprogramma's zijn opgesteld en worden jaarlijks uitgevoerd. De specifieke wisselwerking met gastheren is (nog) niet van de grond gekomen.
6. De instrumenten voor het zijn van gastheer zijn ontwikkeld. In het bijzonder de website en de 'Op Stap-krant' zijn de pijlers onder het functioneren als gastheer. Daarover wordt verderop in deze paragraaf meer geschreven.
7. Het 'wie, wat en waar' wordt uitgebreid weergegeven in de Op Stap-krant. 'Wat en waar' suggereren activiteiten en evenementen maar die zijn niet zo expliciet genoemd.
8. Het toeristisch informatiesysteem zoals beschreven in het Plan van Aanpak en de samenwerking met de VVV's zoals die destijds nog functioneerden, is er niet gekomen. Inmiddels is heel veel praktische toeristische informatie op de website [www.Drenthe.nl](http://www.Drenthe.nl) te vinden.
9. In het plan van aanpak worden ook de potentiële gastheren als een knooppunt gezien die ruimtelijk gezien voldoende ver van elkaar moesten liggen en niet te veel concurreren met de bestaande gastheren c.q. knooppunten. Dit diende te geschieden op basis van de toegevoegde waarde die een potentieel knooppunt voor het netwerk zou kunnen hebben. Deze definitie is ook losgelaten en de knooppunten zijn niet op de voorgestelde

manier gekomen. Wel vervullen de meest gastheren die rol met hun kennis, kranten en andere informatiematerialen.

10. De kwaliteitsbeoordeling en borging voor voornoemde knooppunten c.q. beoordeling van toetredende gastheren is er niet gekomen. Naar verluidt, is er evenmin een 'exit-strategie' voor minder presterende gastheren. Uitzondering is bedrijfsbeëindiging waarbij automatisch het lidmaatschap van het gastherennetwerk komt te vervallen.
11. Zie commentaar bij actie 9. De selectie van knooppunten waarmee indertijd ook de gastheren werden bedoeld, is niet uitgevoerd op de voorgestelde manier. Eenieder die zich meldde of meldt, kan meedoen aan de cursus.
12. Inherent aan het zijn van een nationaal park, is dat de Drentsche Aa ook als A-merk gepositioneerd, in lijn met de wijze waarop de nationale parken in Nederland zijn gebrand.
13. In de uitingen zijn streekeigen kenmerken vervlochten met de inrichting en bebording van de parken.
14. De monitoring naar gebruik is uitgevoerd, deels zelf en deels door bij het park betrokken organisaties waaronder Staatsbosbeheer. Voorgesteld is een ritme van vijf jaar. Dat is niet gehaald. Evenmin is een goede monitoring gebeurd die de relatie tussen natuurlijke waarden en recreatief gebruik goed in beeld brengt.

De vier toegangspoorten zijn gerealiseerd als ook de knoop- of hoogtepunten en de informatiepunten. Het aantal hoogtepunten is uitgebreid naar 8 en daarnaast zijn er de belvédères toegevoegd. Ook op diverse andere plaatsen zijn informatieborden geplaatst. Het informatienetwerk is naar behoren tot ontwikkeling gekomen met uitgebreide informatie over de dagrecreatieve en toeristische attracties, de routes en/of pleisterplaatsen.

Er zijn verspreid in het park 13 hoogtepunten (waarvan 8 vermeld op de website), 8 startpunten met informatiezuil, 2 startpunten met Staatsbosbeheer informatiepanelen c.q. een centrum, 16 startpunten

zonder informatievoorzieningen en 6 belvédères (zie bijlage III). Nagenoeg alle startpunten zijn uitgerust met een parkeerplaats of -gelegenheid. De begrippen zijn niet eenduidig. Sommige hoogtepunten zijn ook startpunt met infozuil en sommige belvédères markeren ook weer de soms letterlijke hoog(s)tepunten.

Er wordt een jaarkalender gepubliceerd van activiteiten die door de NP-gidsen worden georganiseerd maar de overige evenementen in en om het park, al dan niet gekoppeld aan de beleving van de natuur en landschap, blijven buiten beeld. Voor zover dat beeld juist is, wordt op het vlak van theater/toneel en/of andere kunstvormen wel veel gedaan in het parkgebied maar niet via de NP organisatie.

### 3.2 Cursus

Zoals in het vorige hoofdstuk reeds gemeld, de gastheren hebben veel waardering voor de cursus, de inhoud en het doel er van. Zoals door verschillende geïnterviewden werd gesteld, het heeft hen vele inzicht gegeven in het verhaal van het park, de wording, de historie, de relatie mens en natuur, de bezienswaardigheden, etc.. Door de cursus zijn alle gastheren beter in staat om hun gasten welkom te heten en het hen wegwijs te maken in het Nationaal park.

De cursus wordt aangeboden aan - doorgaans - de eigenaar/beheerder van een vakantieaccommodatie maar ook aan de medewerkers van het bedrijf. In het geval van kleiner georganiseerde bedrijven zoals een landbouwbedrijf of een B&B, pakt dat goed uit. De cursist is ook degene die de gasten te woord staat. Grotere bedrijven zoals hotels, campings en bungalowparken hebben hun ontvangst anders geregeld. De contacten met de gasten verloopt via balie-medewerkers die deze cursus niet persé hebben gevolgd. Bovendien is



er zeker tijdens de wisseldagen geen tijd om 'ns uitgebreid te verhalen over het Drentsche Aa-gebied.

Over de verschillende onderdelen van de cursus is geen nader commentaar gegeven. Bij verschillende geïnterviewden is behoefte aan verdieping als ook onderricht in de didactische vaardigheden van het gastheerschap.

### 3.3 Communicatie en informatie

Het eerste wat opvalt is dat er twee titels naast elkaar worden gehanteerd: het Nationaal Park Drentsche Aa en de formele titel Nationaal beek - en esdorpenlandschap Drentsche Aa. Daar komt vervolgens nog de titel van het Geopark de Hondsrug bij die vanaf Emmen naar Groningen over nagenoeg hetzelfde gebied heen ligt.

Ter ondersteuning van de communicatie en het verstrekken van informatie, heeft de parkorganisatie een website in de lucht met veel informatie over het nationale park. De site wordt gepresenteerd in drie talen (NL, D, En) en in het Drentse dialect. Naast informatie over de verschillende recreatieve mogelijkheden, routes om te wandelen, te fietsen en de locaties van de toegangspoorten, wordt ook veel verteld over ontstaansgeschiedenis van het gebied als ook over de natuurlijke en landschappelijke kwaliteiten. Eveneens valt veel informatie te verkrijgen over het beleid en de organisatie van het park. In stijl en aanbod is de site vergelijkbaar met hetgeen andere nationale parken in Nederland eveneens aanbieden. Goed verzorgd informatief maatwerk. Dat is ook de algemene mening van de geïnterviewden. De kritische kanttekening hierbij is dat het de aspirant bezoeker nog niet onderdompelt in beleving door filmpjes, verhalen, etc..

Een tweede bijzonder product is de Op Stap-krant; een A2 formaat folder twee maal gevouwen tot A4 formaat die alle gastheren in voldoende oplage

ontvangen en mee kunnen geven aan hun gasten. Aan de buitenzijde van de krant worden alle gastheren vermeld als ook een jaarkalender met activiteiten. De binnenzijde bestaat uit een grote kaart van het nationale park met 13 hoogtepunten (vijf meer dan op de website!) en een duiding van de vier toegangspoorten en de overige startpunten weergegeven als parkeerplaatsen.

De kaart van de Op Stap-krant is in zijn aard en schaal vooral een fietskaart. Automobilisten en wandelaars kunnen met de kaart amper uit de voeten omdat de wegen slecht waarneembaar en wandelpaden niet op zijn weergegeven. Info van de wandelroutes in het Nationaal Park zijn volgens het format van [www.eindjeominDrenthe.nl](http://www.eindjeominDrenthe.nl). Wandelaars kunnen hun gewenste informatie downloaden van deze of andere websites of hebben de mogelijkheid om een van de twee Falkplan-wandelkaarten van Het Drentsche Aa-gebied te kopen. Voor deze hoofdcategorie van gebruik van het park is er niet één site (al dan niet ondersteund door een app) waarop alle wandelmogelijkheden gebundeld worden aangeboden.

Voorvoemde website biedt ook de nodige informatie voor fietsers maar deze doelgroep zal bovenal veel baat hebben van het knooppuntensysteem en de kaart uit de Op Stap-krant. Ruiters worden op de site niet bediend en moeten elders hun informatie vergaren.

Voor recreatieve automobilisten is er geen specifieke kaart of anderszins informatie beschikbaar.

Voor de lokale bevolking en ondernemers verschijnt periodiek 'Doorstroom' (oplage 27.500), een informatiebulletin met achtergrondinformatie over actuele kwesties die aan de orde zijn in en om het park. Er wordt eveneens een digitale nieuwsbrief vier maal jaarlijks verzonden naar zo'n 1.000 e-adressen.



Informatie wordt ook verstrekt via de verschillende toeristische informatiepunten die de regio rijk is. In ongeveer 10 plaatsen in en om het Drentsche Aa gebied waaronder het Drents Museum en het Hunebedcentrum in Borger, kan informatie worden verkregen.

### **3.4 Verbinding**

Gastheren kennen een divers pluimage; verblijfsrecreatieondernemers, zorginstellingen, streekproductenleveranciers, landbouwers, fruitteler, horeca, streekproductenverkopers, fietsmakers etc. De verbinding met het nationale park gebied en daarbinnen hun eigen leefomgeving is groot bij de gastheren. Men is betrokken en betoont zich daarin ook een goed gastheer. Als vanzelf komen er de verhalen over de omgeving, al dan niet gesteund door de kennis uit de cursus.

Door IVN getrokken, wordt jaarlijks, vanuit het netwerk van gastheren, volgers van de cursus, een terugkomdag georganiseerd. De behoefte aan meer netwerkmomenten is maar beperkt aanwezig. De beperkende factor 'tijd' is voor de meeste ondernemers de grootste barrière. Verder is een goede, interessante agenda of spreker dan wel het ontbreken daarvan ook beslist een factor die meespeelt.

Enkele ondernemers/gastheren zijn bezig om een coöperatief verband in het leven te roepen om met name de streekproducten van het nationale park beter onder de aandacht te brengen (eigen naam, betere afzet in en om het park, etc.).

Ofschoon het oorspronkelijke Plan van Aanpak ruimte bood voor initiatieven vanuit het 'gastheren- c.q. ondernemerswerkveld' zijn deze mondjesmaat tot ontwikkeling gekomen. Ook uit de gesprekken met parkorganisatie en ondernemers blijkt er over en weer ongenoegen te zitten over beperkte

betrokkenheid en samenwerking, het afhouden en het feit dat er in praktijk weinig gezamenlijke initiatieven echt duurzaam van de grond komen.

### **3.5 Het Levend Bezoekersnetwerk**

Het Levend Bezoekersnetwerk kent een tamelijk eenvoudige opzet qua organisatie. IVN, namens en in opdracht van de parkorganisatie is de uitvoerende organisatie. IVN administreert de cursisten, voorziet hen van een plakkaat naast de voordeur na met goed gevolg de cursus te hebben doorlopen, verzorgt jaarlijks de vernieuwde editie van Op Stap-krant, stuurt wekelijks persberichten en de op de inwoners gerichte nieuwsbrief Doorstroom rond, organiseert de jaarkalender aan excursies en roept minimaal een maal per jaar de gastheren bijeen.

Het Levend Bezoekersnetwerk kan worden beschouwd als een sociaal maatschappelijk ecosysteem. Gelijk ieder ander systeem, functioneert dit bij de gratie van de energie, tijd en middelen die er in gestoken kan worden. Afgepeld tegen alle taken (voorlichting, educatie) die het IVN in opdracht uitvoert voor het nationale park, is er ongeveer 0,5 fte inzet beschikbaar voor het onderhouden en uitbouwen van het netwerk. Dit is heel weinig tijd voor deze omvangrijke taak. Ter vergelijking. In het verleden werd voor ieder nationaal park een bezoekerscentrum gefinancierd door het ministerie. Een vast onderdeel daarvan was een werkeenheid en bezetting van 3 fte voor een beheerder en twee boswachter VPR. Dat was ook nodig voor de publieke ontvangst en begeleiding vanuit het centrum.

Een aparte categorie gastheren zijn de IVN-Nationaal Park gidsen, eveneens zeer betrokken bij het park. Zij verzorgen jaarlijks ca. 150 al dan niet thematische excursies, in belangstelling variërend van 1 - 175 deelnemers. Jaarlijks wordt in oktober een avond georganiseerd waarop het jaarprogramma invulling wordt gegeven. Op afroep worden er ook maatwerk-

excursies verzorgd op verzoek van verblijfsrecreatieve accommodaties.

Het met goed gevolg afleggen van de cursus gastheerschap wordt door de parkorganisatie ook beschouwd als een soort erkenning van betrokkenheid bij het nationale park. Dat is ook logisch en begrijpelijk. Tegelijkertijd blijven alle overige ondernemers evengoed belangrijke partners voor samenwerking op het vlak van ontvangst, opzetten van arrangementen en het ondersteunen van een goede beleving van het park.

De gastheren voelen zich wel tot elkaar geroepen maar er is verder nog weinig reuring om pro-actief zaken op te pakken. Enkele geïnterviewden meldt dit wel gedaan te hebben maar hun ideeën niet verder hebben gekregen. Veel initiatieven komen vanuit het IVN, al dan niet afgestemd binnen de werkgroep ECR. Ze komen niet echt tot wasdom.

### **3.6 Organisatie en belangen**

In de context van een nationaal park spelen uiteraard vele belangen die tot behartiging, actie en bemoeienis leiden (zie overzicht par. 2.5). Een deel van deze belangen hebben een plaats gekregen in het overlegorgaan. Van de terreinbeherende organisaties neemt Staatsbosbeheer als grootste terreinbeheerder in het nationaal park deel aan het overlegorgaan. Dit is formeel namens andere terreinbeherende organisaties. Echter, uit de inventarisatie blijkt dat de vertegenwoordiging uit de toeristische sector geen recht doet aan de diversiteit van de sector. Verschillende deelbelangen zitten niet aan tafel en worden er ook niet vertegenwoordigd. De R&T-sector is redelijk georganiseerd in de gemeente Aa en Hunze maar de ondernemers uit de andere gemeenten hebben geen vertegenwoordiging. De horeca, dagrecreatieve en/of kleinschalige sector (B&B bedrijven) vallen ook in voornoemde gemeente buiten de boot. Evenmin zijn vertegenwoordigers aan de vraagzijde (wandelaars, fietsers, ruiters) vertegenwoordigd. Daarentegen is

wel het Recreatieschap van de partij maar dit is een uitvoerende organisatie, een gemeenschappelijke regeling van de Drentse gemeenten. De belanghebbende gemeenten zijn reeds eigenstandig vertegenwoordigd. De landbouwsector heeft met LTO twee vertegenwoordigers maar LTO is wel een representant van het traditionele boerenbedrijf terwijl in het NP Drentsche Aa juist veel innoverende agrariërs actief zijn die zich niet direct vertegenwoordigd weten door de LTO. Dit werd in enkele gesprekken aangegeven en sluit aan bij het algemene landelijke beeld van LTO.

### **3.7 Samenvatting**

Over de inhoud van de cursus, de Op Stap-krant en de nieuwsbrief Doorstroom heerst alom tevredenheid. Verschillende gesprekspartners geven aan een verdieping van het cursusmateriaal wenselijk te vinden als ook om meer didactische lesstof te krijgen over het omgaan met groepen bezoekers.

De vermelding van de hoogte- en startpunten en belvédères op de parksite en in de Op Stap-krant is niet eenduidig.

Het Levend Bezoekersnetwerk is nog geen netwerk van gastheren en -vrouwen. In het netwerk zit weinig dynamiek en onderling verband. Spontaan wordt er weinig ondernomen door en vanuit de achterban. Over en weer wordt frustratie geuit over het niet van de grond komen van samenwerking dan wel het afhouden van ideeën.

Met 0,5 fte inzet om het Levend Bezoekersnetwerk te laten functioneren, is er sprake van een structurele onderbezetting.

De drukte aan de balie van de grotere verblijfsaccommodaties noodzaakt tot een andere manier van overdracht van informatie over het park. De kennis is weliswaar bij verschillende medewerkers aanwezig maar er is in de routine

van de ontvangst doorgaans te weinig tijd om met verve de rol van gastheer te vervullen. Dit vraagt om een maatwerk invulling van een goed welkom en info passend bij de aard en schaal van het bedrijf. Het afleggen van de cursus wordt vanuit de parkorganisatie beschouwd als een commitment van betrokkenheid bij de directe omgeving c.q. het park. Dit is op zichzelf terecht maar het blijft van belang om ook de overige ondernemers als regionaal partner in samenwerkingsverbanden te behouden.









Tabel 4.1 Leefstijlen nader uiteengezet

Leefstijl	Significante trefwoorden (top 3)	Beschrijving	Ondernomen dag-recreatieve activiteiten laatste jaar (top 3)	Significante stellingen vrije tijd (top 3)	Passende stellingen dagrecreatie (top 3)	Omgevings-kwaliteiten	Gewenste beleving
<b>Inzicht-zoekers</b>	Rust en stilte, vrijheid	Aanwezig zijn in natuur en landschap voor zintuiglijk ervaren van gebied, en aanvullend (cultuur-)historie, verhalen en bijzondere natuurverschijnselen mee te krijgen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wandeling maken,</li> <li>– natuurgebied bezoeken (44,9%),</li> <li>– museum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Doen en laten wat je zelf wilt</li> <li>– Nuttige dingen doen</li> <li>– Tijd voor zelfontwikkeling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Drukke plekken vermijd ik liever, als het kan</li> <li>– Lekker buiten, in de natuur zijn vind ik fijn</li> <li>– Ik trek graag mijn eigen plan</li> </ul>	Rust; stilte; natuurlijk, variatie in meerdere dimensies, oorspronkelijk, toegankelijk,	De essentie met alle dimensies van het beeklandschap
<b>Verbinding-zoekers</b>	Ontspanning, genieten, gezelligheid	Lekkere dagtocht wandelen, fietsen en in de natuur zijn. Afstand 4 tot 75 km.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wandeling maken,</li> <li>– fietsen,</li> <li>– natuurgebied bezoeken (43,9%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sport en bewegen</li> <li>– Samen zijn</li> <li>– Je inzetten voor een ander</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lekker buiten, in de natuur zijn vind ik fijn</li> <li>– Ik kan heel erg genieten van kleine dingen</li> <li>– Het is het leukst, als dingen ongepland gebeuren</li> </ul>	Gescheiden van autoverkeer, rust, stilte, veilig, verlichting hier en daar, verharding afgestemd op gebruik	Landschap Drentsche Aa als verademing en zuurstofbron. Belangstelling voor Drentsche Aa omgeving
<b>(Rust-zoekers)</b>	Rust en stilte	Even bijkomen van alle dagelijkse beslommingen; compensatie en zuurstof zoeken in een groene omgeving	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wandelen,</li> <li>– fietsen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rustig aan doen</li> <li>– Tijd voor rust en ruimte</li> <li>– Even geen gedoe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ik kan heel erg genieten van kleine dingen</li> <li>– Drukke plekken vermijd ik liever, als het kan</li> <li>– Ik blijf liever dicht bij huis, dan dat ik ver weg ga</li> </ul>	Afwisselend, landschappen, rust, stilte en relatieve en vertrouwde eenzaamheid.	Geen focus op waarden en kwaliteiten natuur en landschap Drentsche Aa
<b>(Harmonie-zoekers)</b>	Gezelligheid, ontspanning, genieten,	Met vrienden, familie en/of bekenden even gezellig samen naar buiten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uit eten gaan,</li> <li>– winkelen voor plezier, dieren-park/safaripark bezoeken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tijd voor mijzelf</li> <li>– Doen en laten wat je zelf wilt</li> <li>– Samen zijn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Het belangrijkste is, dat het gezellig is</li> <li>– Ik kan heel erg genieten van kleine dingen</li> <li>– Het is belangrijk dat er voor iedereen wat te doen is</li> </ul>	Vertrouwd, veilig, toegankelijk, gezellig, transparant bos- c.q. natuurgebied, (toe)zicht op speelplaats	Recreatie gericht op vermaak en samen zijn met het landschap Drentsche Aa als decor

## 4 Visie op ontvangst en beleving

### 4.1 Inleiding

De essentie van beleving van het Nationaal Park Drentsche Aa is 'een oud keileemplateau ingesneden door laaglandbeken, waar duizenden jaren mensenwerk nog zichtbaar zijn' (zie volgende pagina, een herbevestiging van de conclusies uit de Interpretatie Analyse). Een min of meer harmonieus samengaan van mens en natuur in een levend en ontwikkelend landschap. Dit vertaalt zich in het beleven van het gehele dynamische en zich ontwikkelende ensemble van beken, hunebedden, de graslanden, essen en brinkdorpen.

Deze essentie vormt de basis voor de visie en de wijze waarop het Nationaal Park haar bewoners en gasten wil informeren, ontvangen en parkbeleving aanbieden.

Allereerst beschrijven we de doelgroepen. Vervolgens werken we de visie uit in vier hoofdthema's van belang voor goede ontvangst en beleving.

- Marketing en promotie
- Informatie en gastheerschap
- Beleving en ervaren
- Samenwerking en verbinding.

#### Essentie

Een oud keileemplateau ingesneden door laaglandbeken, waar duizenden jaren mensenwerk nog zichtbaar zijn

#### Kernboodschap

In een uitzonderlijk gaaf gebelevd waaier van beken creëerden boeren gedurende duizenden jaren een grote rijkdom aan natuur

#### 'Gateway message'

Duizenden jaren cultuur in een waaier van slingerende beken

#### Sleutelervaringen

De Drentsche Aa biedt een aantal bijzondere ervaringen, die kunnen helpen om de essentie van het gebied te ervaren. Sleutelervaringen zijn die ervaringen, die je het liefst alle bezoekers zou willen laten meemaken:

- van de beek naar een esdorp lopen over grotendeels onverharde wegen
- de bloeiende graslanden langs de beek zien, met orchideeën, ratelaar
- de paaiende rivierprikken op de beekbodem zien
- langs de meanderende beek lopen
- het (kwel) water uit de grond zien komen
- de graslanden gemaaid en gehooïd zien worden, of meehelpen met hooien.
- de oogst op de essen van graan, suikerbieten en aardappelen
- een hunebed aanraken
- struinen en (bijna) verdwalen door het omvangrijke gebied
- over de zandpaden op de Balloërheide lopen
- De Rolder kerktoren als baken in het landschap zien
- het uitzicht vanaf de Kymmelsberg
- op een zonnige dag door een brinkdorpje slenteren



Bij elk thema zijn strategische acties benoemd die nadere uitwerking krijgen in hoofdstuk 6; de uitvoering.

#### 4.2 Doelgroepen

Gebaseerd op de recente onderzoeken onder de bezoekers van het Nationaal Park Drentsche Aa als ook de hernieuwde indeling in leefstijlen, worden de 'inzichtzoeker' en de 'verbindingzoeker' aangewezen als de voornaamste twee leefstijl- annex doelgroepen voor het Nationaal Park Drentsche Aa. Het zijn de categorieën die alle twee een sterke trek naar buiten en naar de natuur hebben, weliswaar vanuit verschillende motieven maar met eenzelfde groene bestemming (zie overzicht vorige pagina voor een karakterisering van deze leefstijlgroepen).

Naast voornoemde belangrijkste leefstijlgroepen, de ware natuur- en landschapsliefhebbers, ontvangt het nationale park ook rustzoekers en harmoniezoekers. Voor hen zijn de bijzondere kwaliteiten van natuur en landschap in het park niet het voornaamste motief tot bezoek. Maar vormt de kwalitatieve omgeving wel een belangrijk decor voor gezellige uitstapjes. Deze doelgroepen wacht eveneens een gastvrij onthaal door op enkele punten gerichte voorzieningen ter realiseren.

Beide doelgroepen bevinden zich zowel onder bewoners als bezoekers. De eerste groep bestaat vooral uit een deel van de lokale bevolking voor wie hun directe leefomgeving hun grootste waarde is voor een wandel- of fietstocht.

De harmoniezoekers zitten onder meer op verschillende verblijfsrecreatieve accommodaties.

Naast de leefstijldoelgroepen vormen kinderen een belangrijke doelgroep. Niet alleen komen veel gezinnen met kinderen voor een korte of langere



vakantie naar de regio. Kinderen vormen een prioritaire groep (educatie) voor terreinbeherende organisaties en het IVN.

Marketing Drenthe voert campagnes uit om Duitse en Belgische gasten aan te trekken. De parkorganisatie sluit aan bij deze keuze.

#### 4.3 Marketing en promotie

Het Nationaal Park Drentsche Aa is zich bewust van de aantrekkingskracht en economische waarde van het gebied en wil het nationaal park met haar kwaliteiten voor het voetlicht brengen. Primair wil het Nationaal Park op basis van de uitgevoerde merkontwikkeling een goed fundament neerzetten waarmee diverse partijen de marketing en promotie ter hand kunnen nemen. Daarmee kan het Nationaal Park Drentsche Aa goed in de landelijke en provinciale etalage zichtbaar gemaakt worden. Aldus kan eigenstandig op aantrekkelijke digitale en analoge wijze pracht en de kwaliteiten van dit gebied onder de aandacht gebracht worden. Daarvoor zal actief tijd en middelen gestoken worden in een goede basis om het Nationaal Park te vermarkten. De basis is onder andere een eenduidige huisstijl te gebruiken door ondernemers en marketingpartijen, aantrekkelijk beeld te gebruiken in campagnes en acties. De inzet van de marketing is om minimaal een met de jaren 2017 - 2018 vergelijkbaar aantal bezoekers te trekken.

##### *Strategische acties*

- Consequent hanteren van de naam 'Nationaal Park Drentsche Aa' waartoe reeds op 1 februari 2016 in het Overlegorgaan is besloten.
- Het traject Merkontwikkeling Nationaal Park Drentsche Aa leidt tot een definitie van kernkwaliteiten en propositie. Volgende stappen zijn een vertaling van het merk in een eenduidige huisstijl (logo, brochures, vlaggen, infoborden, bewegwijzering, etc.) en het opstellen van een strategie voor vermarkting.

#### **Het OER-gevoel van de Drentsche Aa**

De Drentsche Aa is een uitzonderlijk gaaf gebleven stroomgebied waarin vele beken kronkelend hun weg zoeken door het boerenlandschap. Al duizenden jaren zijn mens en natuur hier onlosmakelijk met elkaar verbonden. Onder invloed van het vrij stromende water ontstond een beekdal dat gonst van het leven. Uniek in kwaliteit en vol cultuurhistorie.

Vanaf de brongebieden stroomafwaarts word je telkens weer verrast door de grote afwisseling en schoonheid van vloeiend in elkaar overgaande landschappen, ingebedde dorpen en (cultuur)historische ontdekkingen. Het landschap ademt een tijdloze historie, waar je ook komt. Het gevoel van oorsprong en harmonie, dat is de Drentsche Aa. Een oeroud landschap dat continu verandert en toch zichzelf blijft.

Ervaar de herkomst van het uitzonderlijk schone water en het best bewaarde esdorpenlandschap van West-Europa. Loop over de eeuwenoude karresporen naar grafheuvels, hunebedden en galgenbergen. Struin over rustige weggetjes of banjer dwars door de modder. Beleef het water, de heidevelden en de vennen of juist de uitgestrekte bossen met hun zandmeren en strandjes. De kleuren en geluiden van de natuur, de vogels, de vlinders. Weidebeekjuffers dansend boven de beek. Maak een spannende tocht in het pikkedonker of fiets ontspannen door de beekdalen. Ontdek de heidekoeien en de schaapskuddes, rondtrekkend met hun herder. Proef de natuur in de streekproducten langs de smaakroute.

Kortom, laat je meeslepen door al het moois dat ons landschap en onze mensen te bieden hebben. Onze gastheren en gastvrouwen ontvangen je gastvrij en delen met liefde de geheimen van het gebied. Je komt even los van het dagelijkse leven, even helemaal terug naar je oer. Welkom in Nationaal Park Drentsche Aa, neem de tijd het te ontdekken... (bron: Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa. Positionering 2019. Business Openers.)

- Onder het mom van ‘duizend bloemen laten bloeien’, vraagt de vermarkting van het nationale park inzet en aanwezigheid op tal van digitale podia. Om te beginnen wordt de eigen parkwebsite verbeterd om de aspirant-bezoekers hun eigen digitale parkpoort te bieden met beleving en to-the-point informatie.  
Binnen de landelijke samenwerking van nationale parken, zal de Drentsche Aa zich blijven inzetten voor een hogere politieke waardering door het Rijk van nationale parken en een sterkere landelijke positionering en promotie van de bijzondere natuurgebieden.
- De parkorganisatie zoekt op provinciaal niveau nadrukkelijk de samenwerking met de ondernemers in de regio als ook met de professionele organisaties waaronder Marketing Drenthe, Marketing Groningen en Geopark De Hondsrug. Gegeven deze samenwerking zal actief input worden geleverd aan relevante campagnes van Marketing Drenthe.
- Om ondernemers, gastheren in het bijzonder, actiever via hun eigen media ook exposure te laten creëren voor het park wordt in samenwerking met ondernemerscollectieven gewerkt aan de ontwikkeling van een marketing toolbox (foto's, teksten, filmpjes. etc.)

#### 4.4 Gastheerschap en informatie

Het streven van het gastheerschap en informatieverstrekking is om van iedere bewoner en bezoeker een ambassadeur van de Drentsche Aa te maken. Aan de basis staat het ‘mensenwerk’; de interactie tussen gastheren en -vrouwen en de bezoekers van het nationale park, ondersteund door goede en toegankelijke informatie voor iedere doelgroep.

##### *Strategische acties*

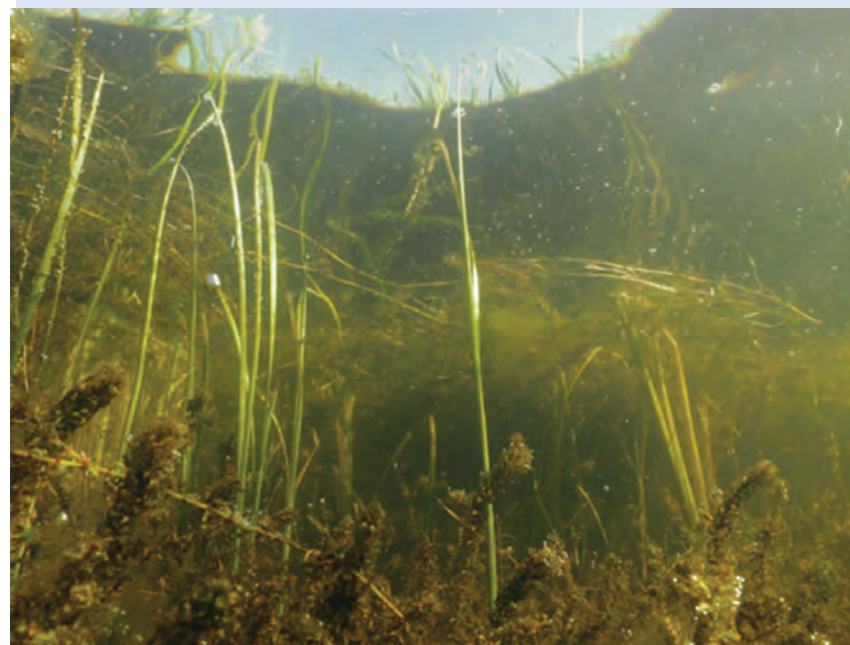
- Werving van gastheren en -vrouwen onder bewoners en bedrijven in het Nationaal Park Drentsche Aa.

Het merk



#### Beekbeleving

Een bijzondere vorm van beekbeleving is een onderwaterkijkhut. Een glazen constructie, onder water, waarmee het leven in de beek kan worden waargenomen. Een andere optie is om een glazen wandel- en fietstunnel onder de beek door te leggen.





- Voortzetting en doorontwikkeling van de cursus ‘gastheerschap Drentsche Aa’, uitgevoerd door het IVN. Extra accent wordt gegeven aan de verdieping op de bestaande kennis als ook in de didactiek van de omgang met gasten.
- Voor en in samenspraak met grotere toeristische bedrijven wordt een aangepast programma ontwikkeld om zo mogelijk iedere medewerker die een actieve rol vervult in de ontvangst en begeleiding van gasten, kennis over het nationale park en de bijzondere kwaliteiten en mogelijkheden bij te brengen.
- De Op Stap-krant, de nieuwsbrief ‘Doorstroom’ en de digitale variant ervan zullen blijven verschijnen in actuele formats en verspreid via de gebruikelijke media. Voor de buitenlandse gasten worden Duitse en Engelse ‘tijdlozere’ varianten van de Op Stap-krant gemaakt.
- Volgend op de Merkontwikkeling en de daaruit voortvloeiende huisstijl van het park, wordt de bebording en vermelding met logo’s op de site consequent en eenduidig in huisstijl uitgevoerd.
- Voor de verschillende doelgroepen wordt de relevante en actuele informatie over routes, evenementen en anderszins mogelijkheden goed toegankelijk en gebundeld op de parksite vermeld en/of doorverwezen naar de juiste sites waaronder die van [www.drenthe.nl](http://www.drenthe.nl). Informatiemateriaal, kaarten, symbolen en aanwijzingen zijn in huisstijl en komen overeen met de duidingen en bebordingen in het veld.

#### 4.5 Beleving en ervaren

We ambiëren dat bewoners en bezoekers zich bewust zijn dat ze aanwezig zijn in een Nationaal Park en hen laten onderdompelen in karakteristieke parkbelevingen. Aan de basis van de transformatie van bezoeker naar parkambassadeur staan een of meerdere indringende belevingen in de Drentsche Aa. De eerste stap in deze is het extravert, goed zichtbaar markeren van de eigen werkelijkheid tegenover die van bijvoorbeeld het Drentse platteland. Tweede stap is tijdens het verblijf in het park middels enkele uitzonderlijke typische Drentsche Aa belevingen de essentie van het



Nationaal Park te beleven en ervaren. En de derde stap is bij het verlaten van het Nationaal Park het park 'mee te nemen'.

#### *Strategische acties*

- Het verbijzonderen van het landschap en recreatieve infrastructuur en faciliteiten naar herkenbaarheid, geborgenheid en cultuurhistorische waarden teneinde het contrast met de alledaagse werkelijkheid van het Drentse platteland te vergroten.  
Goed herkenbare, strategisch geplaatste borden staan langs de grote snel- en provinciale wegen. Zodra je deze verlaat, dienen welkomst- en afscheidsborden te staan zodra je het park binnenkomt en/of verlaat. Daarmee wordt de werkelijkheid van het park gemarkeerd.
- Uniform gebruik van verwijzende borden en andere symbolen in het park.
- (Door)ontwikkelen goede toegangspoorten die onmiskenbaar duidelijk maken dat men in de Drentsche Aa is gearriveerd en die ruimte en faciliteiten biedt voor mentale transitie voor het bezoek aan het park; oriëntatie in tijd en ruimte, voorbereiding, kleding en uitrusting aanpassen, etc.
- Goede regie voeren op het beleven en ervaren van Drentsche Aa hoogtepunten. Daarvoor worden vanuit de toegangspoorten de start van beleefroutes en excursies aangeboden, voor verschillende doelgroepen. Deze worden actief gepland en gemanaged gedurende de verschillende seizoenen
- Hoogtepunten worden goed gemarkeerd in het veld en voorzien van de juiste vorm en mate van ontsluiting en mogelijkheid tot beleving. Door zonering, de juiste capaciteit van wandel-, fiets- en ruiterspaden en een goede ontsluiting en toegankelijkheid van de toegangspoorten en de hoogtepunten, wordt beleving aangeboden van de parkessenties in de juiste balans met natuur en landschap.
- Uit principe worden duurzame vormen van vervoer gestimuleerd waaronder het reizen met openbaar vervoer. Waar mogelijk worden busverbindingen sterker benut als de Qliner 300 (N34) die in Anloo een halte heeft. Een ruimtelijke, groen-blauwe verbinding, goed herkenbaar met 'look & feel' van





het park, wordt vanaf de NS-stations Assen aangelegd.

- De organisatie van het vertrek en het opbouwen van loyaliteit is een pijler onder het te ontwikkelen ambassadeurschap en vraagt een actieve rol van gastheren en -vrouwen en overige ondernemers. Deze, ook voor de promotie belangrijke rol zal worden ondersteund door de parkorganisatie in samenwerking met de marketingorganisaties. In gezamenlijkheid zal een 'programma van vertrek' worden ontwikkeld waarin de vraag wordt beantwoord hoe het vertrek wordt ingekleed en op welke wijze de binding met het park kan worden ondersteund en versterkt.

#### 4.6 Samenwerking en verbinding

Het ontvangen van gasten en het bieden van beleving in het Nationaal Park Drentsche Aa loopt over tal van schijven. Het vraagt om verbinding om dit proces van ontvangst en gastvrijheid goed te laten verlopen. De parkorganisatie zal zich actief inzetten om tot een goede samenwerking met toeristische, agrarische en anderszins ondernemers te komen. Oog is er voor de diversiteit van de sectoren; groot en klein, dag- en verblijfsrecreatie, traditioneel en duurzaam. De ondernemers worden uitgedaagd en gestimuleerd zich te verenigen om beter georganiseerd deel te kunnen nemen aan verschillende nieuwe en/of bestaande overleggen. Via een 'coalition of willing' zal een aanzet gemaakt worden om ondernemers te mobiliseren en activeren. De ambitie is structureel enthousiasme en betrokkenheid in het park te realiseren.

##### *Strategische acties*

- Aan het netwerk van gastheren en -vrouwen (incl. Nationaal Park gidsen) zal deelname worden gevraagd om een actieve (werk)groep te vormen die samen met het IVN als uitvoerende organisatie de nieuwe lijnen gaat uitzetten voor het netwerk. De voornaamste opdracht is om het netwerk

De Roosevelt Gate van NP Yellowstone markeert een scherpe grens tussen het park en z'n omgeving. Binnen en buiten het park zijn landschap, informatie, borden en tal van andere symbolen duidelijk verschillend.





meer dynamisch te maken en er voor te zorgen dat met elkaar de gastvrije dienstverlening voortdurend extra impulsen krijgt. Mogelijk kan deze zich doorontwikkelen naar een gilde maar dit is een afgeleide van de primaire uitdagingen.

- Bij nieuwe collectieven van toeristische ondernemers wordt verkend hoe deze - al dan niet getrap - te vertegenwoordigen in het overlegorgaan.
- Met beschikbare vertegenwoordigers van de al dan niet opgerichte ondernemerscollectieven wordt vanuit de parkorganisatie het gesprek opgestart over de marketing en promotie van de regio. Hierbij hebben Marketing Drenthe en Geopark de Hondsrug een belangrijke rol zodat met elkaar op effectieve wijze en in samenwerking de promotie voor het gebied gestalte kan worden gegeven. In principe zijn het de ondernemers die hierbij uiteindelijk de leiding dienen te krijgen. Zij zijn - meer dan de andere organisaties - belanghebbend in een goede marketing en promotie.
- Grenzend aan en binnen de contouren van het nationale park liggen verschillende grotere toeristisch-recreatieve bestemmingen, te weten: Herinneringscentrum Kamp Westerbork, Astron, Boomkroonpad, Nije Hemelriek, Dagattractie Drouwenerzand, en het Hunebedcentrum te Borger. Uitgezonderd het Hunebedcentrum, bieden deze 'attracties' een eigenstandig product dat niet en/of zeer beperkt verwantschap heeft met het nationale park. Het is desalniettemin een voor de hand liggende en efficiënte optie om deze bezoekersstromen, die zich reeds in het park bevinden, deelgenoot te maken van het bestaan van het park en hen te interesseren voor een bezoek. Met dat doel wordt samenwerking gezocht en gecontinueerd met voornoemde organisaties.
- Specifiek het Hunebedcentrum sluit naar inhoud en collectie aan bij de essenties van het nationale park. In samenspraak met het centrum zal worden nagegaan op welke manier de bezoekers aan het centrum gericht een bezoek kunnen brengen aan het park voor een op maat beleving ervan en de productontwikkeling daarvoor. Daartoe kunnen bijv. arrangementen, een virtual reality-route en excursies worden ontwikkeld.



#### **Advies bestendigen kwaliteit van het landschap**

Engelse nationale parken beschikken over planologische bevoegdheden om de kwaliteiten van natuur, landschap en architectuur te bewaken en beschermen. Nederlandse parken, waaronder de Drentsche Aa, ontberen dit instrument. Desalniettemin is het beschermen van de landschappelijke en omgevingskwaliteit aan bijzonder belangrijke functie. Vanuit de Omgevingsvisie Drenthe geniet het Nationaal Park Drentsche Aa reeds een zekere mate van bescherming in de Provinciale Omgevingsverordening. Op grond van de kwetsbare waarden van in het bijzonder het landschap, wordt geadviseerd om het overlegorgaan meer bevoegdheden en betere positie te geven om gevraagd en ongevraagd te adviseren over ontwikkelingen die invloed hebben op de kwaliteit van het landschap en haar intrinsieke waarden.

#### 4.7 Monitoring

Voor het efficiënt uitvoeren van het bezoekersmanagementplan is het van groot belang om de ontwikkelingen met betrekking tot natuur en recreatie en het recreatief gebruik onderling goed te volgen en te meten. Het doel van de monitoring is om de waardering voor het park in beeld te brengen, om de ontwikkeling in bezoekersaantallen te kunnen volgen en om na te gaan of drempelwaarden in natuurlijke of sociale draagkracht en leefbaarheid van het gebied worden overschreden.

Goede monitoring is de enige manier om gefundeerd een einde te maken aan de ambivalentie over bezoekersaantallen. Alleen door het opzetten en uitvoeren van een goed monitoring programma dat zich dus zowel richt op die natuur als op de recreatie, kan dit bereikt worden. Het monitoren van natuurwaarden vindt thans in het kader van Natura 2000-opgaven al intensief plaats. Monitoring van recreatie moet structureel onderdeel moeten worden in het Nationaal Park. Uit het (recente) verleden zijn weinig accurate cijfers beschikbaar over het recreatieve gebruik van het gebied.

##### *Strategische acties*

- Iedere vijf jaar met Staatsbosbeheer en Provincie Drenthe een algemeen gebruikers- en waarderingsonderzoek uit laten voeren.
- Goede opzet monitoring relatie natuur, landschap en recreatie ontwikkelen en nulmeting opzetten en uitvoeren (zie pilot meten bezoekersstromen bij toegangspoort Deurzerdiep)
- Vergelijkbare metingen laten plaatsvinden eens in de 5 jaar plaatsvinden.
- Bijhouden van een 'incidenten- en klachten' register zoals overlast van parkeren e.d. te monitoren.









## 5 Ruimte voor ontvangst en beleving

### 5.1 Inleiding

In het verlengde van de visie op de ontvangst van de bezoekers en het laten beleven van de essentie van het Nationaal Park Drentsche Aa, wordt vanuit de verkozen doelgroepen een vertaling gemaakt naar ruimten; vlakken, lijnen en locaties en voorzieningen.

De basisgedachte achter de toekenning van ruimten is dat met een goede begeleiding van het bezoek door het aanwijzen van locaties waar de bezoeker de essentie van het nationaal park kan beleven, de bezoeker een betere en intense beleving van het park kan ondergaan. Afgeleid, maar niet onbelangrijk neveneffect is dat met het aanwijzen van deze locaties, in andere delen van het Drentsche Aa-gebied de rust beter gewaarborgd kan worden als ook de kwaliteiten van natuur en landschap.

Voor een concrete invulling van voor ruimtelijke invulling van ontvangst en beleving van locaties in het NP zijn navolgend leidende principes benoemd Dit zijn richtlijnen van basis naar een meer intensievere ontvangst en beleving. Bij locaties waar wordt ingezet op een intensievere ontvangst en beleving is

evident dat sprake is van een sterkere recreatieve concentratie en verdichting. Aan de hand van de leidende principes worden specifieke locaties nader uitgewerkt. Hiervoor wordt een richtinggevende aanzet in kaartbeeld gegeven in hoofdstuk 6.

### Driedeling

Van oudsher wordt binnen de parkgrenzen een ruimtelijke driedeling aangehouden; cultuurhistorie, recreatieve natuur en wilde natuur. In dit bezoekersmanagementplan wordt de driedeling verder verfijnd naar voorstel voor 'ruimten voor ontvangst en beleving'. Cultuurhistorie is een waarde die nagenoeg op alle locaties in meer en mindere mate aanwezig is, soms duizenden jaren oud. Het onderscheid tussen recreatieve en wilde natuur is vervangen door een indeling in meer of mindere mate van recreatieve verdichting en beleving van de essentie van het nationaal park. De basis is een ontsluiting en een beleving van het gehele park waarbij uiteraard een balans gezocht moet worden met andere waarden zoals natuur, stilte en landbouw.

## 5.2 Leidende principes

Om tot een goede ontvangst en beleving te komen, worden hieronder de principes en uitgangspunten van locaties en voorzieningen.

- *Het gehele Nationale Park Drentsche Aa goede basis ontvangst en belevingsmogelijkheden*  
Voor het gehele park geldt een aantrekkelijk basis aanbod voor ontvangst en beleving. Focus van activiteiten is gericht op generieke landschapsbeleving. Voor het hele park geldt:
  - Goede informatie en eenduidige bebording aan de invalswegen en in het park
  - Aantrekkelijke inrichting en toegankelijkheid via een goed stelsel verschillende paden in het park (zie paden).
  - Wandelen en fietsen de voornaamste activiteiten.
- *Paden*  
Gegeven het doel van beleving worden paden zoveel mogelijk aangelegd, vrijliggend van bestaande wegen en voor wandelpaden bij voorkeur onverhard, behoudens de ‘doelgroep-paden’ voor minder mobiele bezoekers (rolstoelers, kinderwagens). Het padenstelsel dient op sommige plaatsen ook nadrukkelijk over en door het agrarisch land te lopen.
  - Het grit (maaswijdte) en de breedte van de paden is toegerust op de intensiteit van gebruik. Vanaf de toegangspoorten betekent dit per definitie meer en/of bredere paden om dieper in het park de paden te versmallen tot zelfs het niveau van de ‘olifantenpaadjes’, zo ongeveer een schoen- of dubbele hoefmaat breedte.
  - Voor de gemiddelde fietser is het prettig om twee aan twee te kunnen fietsen en passeren.

In de landschapsvisie 2.0 zijn voor de ligging en inpassing reeds verschillende voorstellen gedaan.

## – *Toegangspoorten*

Gegeven de bijzondere werkelijkheid van het park, zijn toegangspoorten aangewezen. Deze entrees vormen concentratie-plekken voor opvang van bezoekers én voor beleving van de essentie van het park. Binnen de marges van het zijn van de entree tot het park, kan aan een poort een thema worden gegeven maar noodzakelijk is dit niet. Het gehele programma van eisen wordt er voltooid om grote aantallen bezoekers te kunnen ontvangen. Focus van activiteiten is gericht op beleving van de essentie van het park.

In het tweede hoofdstuk is reeds een definitie van enkele functies van de toegangspoort gegeven. In aanvulling hieronder een opsomming van voorzieningen die bij iedere toegangspoort aanwezig zou moeten zijn; het programma van eisen voor ontvangst en beleving:

- Multifunctionele horecavoorziening (toilet, koffie/thee, parkinfo, streekproducten, etc) ontwikkelen
- Parkinformatie a la Homanshof bij Anloo
- Padennetwerk vanuit parkeerplaatsen verder en fijnmazig ontwikkelen door alle gradiënten van het landschap, zowel essen, akkers als natuurgebieden
- Routes (wandelen, fietsen, ruiteren) evalueren en opnieuw uitzetten over nieuwe paden en goed markeren.
- Duidelijke bebording en vermelding in Op Stap-krant en op website
- Actuele informatieborden met dagprogramma’s
- Wegen en dorpen herinrichting zodat het onmiskenbaar een arriveren in de essentie van het park wordt en de locatie veilig en aantrekkelijk worden voor voetgangers, fietsers en ruiters.
- Bijzondere beek- en esbeleving mogelijk maken
- Beek- en/of parkspeelplaats
- Plateaus voor uitkijken (beekbeleving uit de hoogte) in de nabijheid plaatsen zodat bezoekers worden uitgedaagd om een eindje te lopen.

– *Hoogtepunten*

Een hoogtepunt is een locatie in het park met een bijzondere, cultuurhistorische, landschappelijke en/of natuurlijke kwaliteit en om die reden het bezoeken waard. Voor ieder hoogtepunt geldt:

- Beleving van een of meerdere parkervaringen
- Herkenbare duiding en bebording en vermelding in Op Stap-krant en op website
- Parkeerplaats van voldoende omvang
- Goede ontsluiting, minimaal voor een entree te voet op maximaal 1 km van een parkeerplaats.
- Maatvoering van voorzieningen hangt af van de draagkracht van de locatie als ook de aantallen bezoekers die er op af komen.

– *Startpunten*

Een startpunt is een beginpunt van wandel-, fiets-, ruiters- en of anderszins themaroutes door het park. Focus van activiteiten is gericht op generieke landschapsbeleving. Startpunten kennen een volgende basale uitrusting:

- Eenvoudige bebording en vermelding in Op Stap-krant en op website
- (Auto)parkeerplaats
- Een infopaneel
- Goed gemarkeerde beginpunten van routes.

– *Bronbeleving*

De kop van de beek wordt op subtiele wijze geduid en gemarkeerd. Waar mogelijk wordt de bron ontsloten om het opborrelende water van dichtbij te kunnen waarnemen en beleven.

– *Woonplaatsen*

In en rondom de woonplaatsen manifesteert zich de alledaagse behoefte aan het ommetje, in tal van vormen waaronder het wandelen, hond uitlaten, joggen en 'mijmeren over het leven'. Dat gaat niet over parkbeleving maar is

vooral een 'benen-strekken' in de alledaagse leefomgeving. Focus van activiteiten is gericht op 'het-er-uit-en-buiten-zijn' en de 'benen-strekken' en invulling geven aan een uitloopbehoefte.

- Ruimte in en direct om het dorp in een fijnmazig grid, niet alleen in de natuur maar ook om en door de akkerlanden heen. De maaswijdte van dit padenstelsel bedraagt grofweg 100 x 100 meter, afhankelijk van de landschappelijke structuur.
- Voorzieningen zijn een hondenloslooproute en/of terrein, bankjes op mooie uitzichtplekken maar geen routeduiding omdat de lokale bewoner zelf zijn weg wel weet te vinden.

– *Verblijfsaccommodaties*

Rondom verblijfsaccommodaties doet zich in principe een vergelijkbare behoefte voor tot uitlopen. Veel meer dan vanuit de woonplaats is dit afhankelijk van de formule van de desbetreffende accommodatie. Maatwerk is geboden om de ruimtelijke behoefte vanuit iedere accommodatie te ontwikkelen. Het ommetjes-grid is daarbij de basis, aangevuld met of aansluitend op de regionale en langeafstandswandelpaden. Het wandelen kan gefaciliteerd worden met een enkele themawandeling vanuit de accommodatie.

– *Musea en attracties in het park*

Grote aantallen bezoekers komen voor een bezoek aan grotere attracties en musea als Herinneringscentrum Kamp Westerbork, het Boomkroonpad, Nije Hemelriek, Attractiepark Drouwenezand en Astron. Focus van bezoek ligt bij specifieke museum en/of attractie. Bezoekers worden op deze 'natuurlijke' concentratie van bezoekersstromen geattendeerd op de aanwezigheid en mogelijkheden van het NP.

- Parkinformatie
- Startpunt van een parkwandeling



– *Evenementen*

Verschillende festivals (Festival der Aa, Bluesfestival, Hippisch Holtrijk, Korenfestival Annen, Superprestige, de Ronde van Drenthe etc.) worden reeds georganiseerd. Afhankelijk van schaal en grootte kunnen natuurgerichte evenementen in principe in alle toegankelijke en daartoe geschikte locaties plaatsvinden. De grotere evenementen vinden vooral hun plek in of nabij de toegangspoorten dan wel het Gasselterveld. Niet natuurgerichte evenementen vinden hun plek in de woonplaatsen en geschikte terreinen/voorzieningen in het park. Een en ander vindt plaats in overleg met de 'omgeving'.

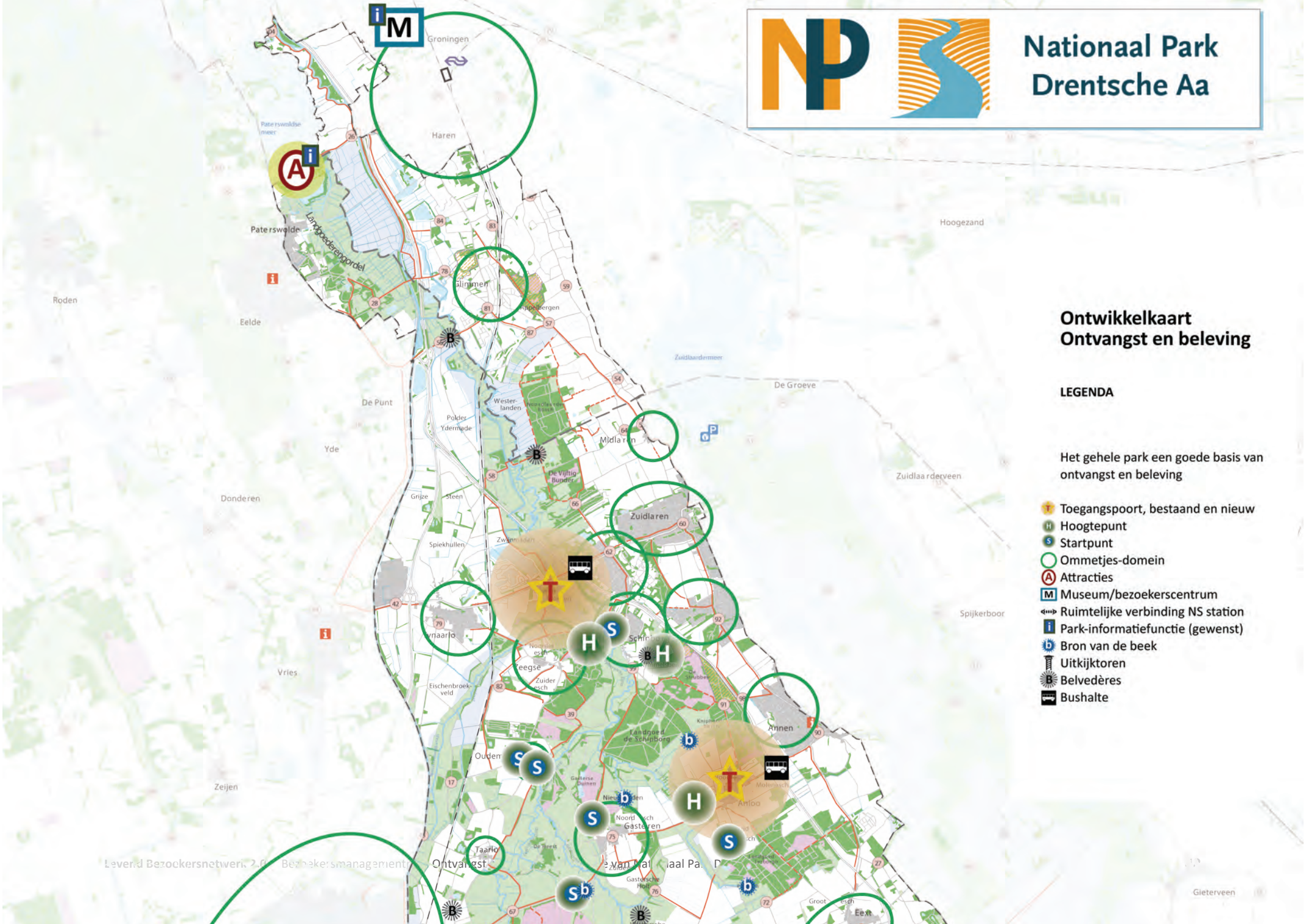


## Ontwikkelkaart Ontvangst en beleving

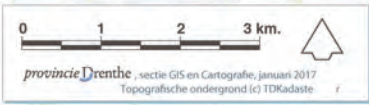
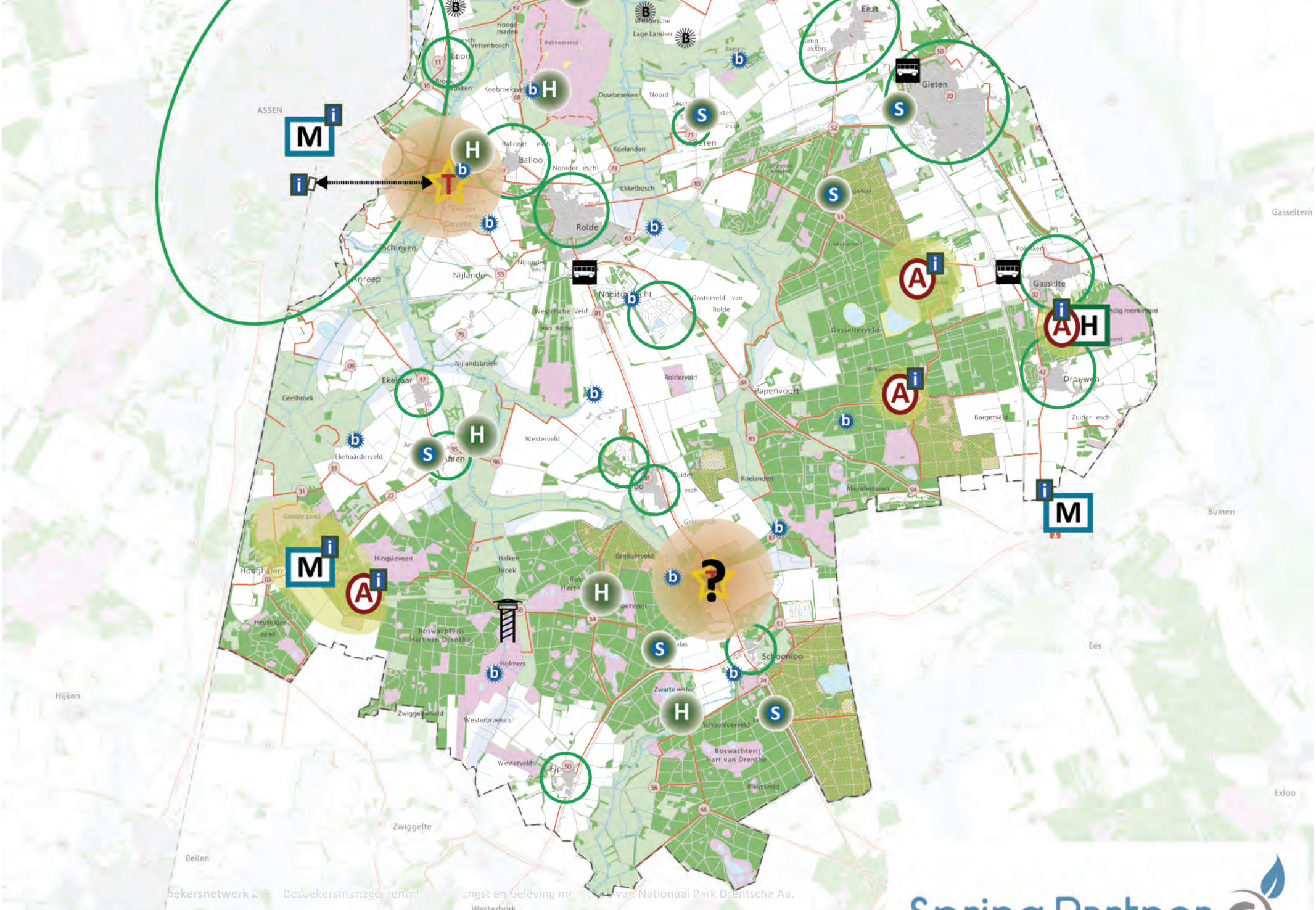
### LEGENDA

Het gehele park een goede basis van  
ontvangst en beleving

-  Toegangspoor, bestaand en nieuw
-  Hoogtepunt
-  Startpunt
-  Ommetjes-domein
-  Attracties
-  Museum/bezoekerscentrum
-  Ruimtelijke verbinding NS station
-  Park-informatiefunctie (gewenst)
-  Bron van de beek
-  Uitkijktoren
-  Belvédères
-  Bushalte







Bezoekersnetwerk van Nationaal Park Drentsche Aa. Bezoekersmanagementplan. Aangestemd door de Provincie Drenthe en de Vereniging van Nationaal Park Drentsche Aa. Westerbork



**Tabel 5.1 Omschrijving verschillende locaties NP Drentsche Aa**

	<b>Basis ontvangst en beleving NP Drentsche Aa</b>	<b>Toegangspoorten</b>	<b>Museum en attracties</b>	<b>Hoogtepunten</b>	<b>Startpunten</b>	<b>Ommetjesdomein</b>
<b>Leefstijlen</b>	Inzichtzoeker Verbindingszoeker	Inzichtzoeker Verbindingszoeker Harmoniezoeker	Harmoniezoeker Inzichtzoeker	Inzichtzoeker Verbindingszoeker	Inzichtzoeker Verbindingszoeker	Rustzoeker
<b>Type recreatie</b>	Wandelen, fietsen, paard rijden, mountainbiken, excursies	Wandelen, fietsen, mountainbiken, paard rijden, evenementen, excursies, spelen, verblijven.	Bezoek aan bestemming.	Wandelen, excursies	Wandelen, excursies	Wandelen, hond uitlaten, spelen
<b>Toegankelijkheid</b> (buiten wegen en paden)	Paden toegankelijk. Overige delen van het park enkel onder begeleiding van gastheren	Paden toegankelijk, Struinlocaties. Tijdens evenementen en activiteiten op puntlocaties flexibele toegankelijkheid	In desbetreffende attractie geregeld. Geen NP-taak	Paden toegankelijk.	Paden toegankelijk	Paden toegankelijk
<b>Infrastructuur (routes)</b>	Onverhard stelsel van paden. Grid variëren van 1.000 m afhankelijk afstand tot startpunt. Onderdeel van knooppunten en langeafstandswandelpaden	Fijnmazig stelsel van bredere wandel-, fiets- en ruiterspaden, goede variatie in mate van verharding. Themapaden waaronder kabouterpad, blote voetepad, familiepad, rolstoelpad. Grid variërend van 100 naar 500 m afhankelijk afstand tot startpunt.	Rondom desbetreffende voorziening is een verdichting van bezoekers waarvan een aantal nog wat gaat wandelen.	Grofmazig stelsel van verharde en onverharde wandel-, fiets- en ruiterspaden. Grid variëren van 500 naar 2.000 m afhankelijk afstand tot startpunt)	Grofmazig stelsel van onverharde wandelpaden. Grid variëren van 500 naar 2.000 m afhankelijk afstand tot startpunt)	Fijnmazig stelsel van wandel- en ruiterspaden. Grid variërend van 100 naar 500 m afhankelijk afstand tot plaats.
<b>Activiteiten en evenementen</b>	Wandelen, fietsen, paardrijden	Excursies, educatie, passende evenementen, kunstmanifestaties, spelen, genieten	In desbetreffende attractie geregeld. Geen verdere NP-taak	Bezoek aan hoogtepunten, excursies, landschapsbeleving, kunstroutes	Wandelen, fietsen	Wandelen, paardrijden.

**Tabel 5.1 Omschrijving verschillende locaties NP Drentsche Aa (vervolg)**

	<b>Basis ontvangst en beleving NP Drentsche Aa</b>	<b>Toegangspoorten</b>	<b>Museum en attracties</b>	<b>Hoogtepunten</b>	<b>Startpunten</b>	<b>Ommetjesdomein</b>
<b>Voorzieningen</b>	Kijkschermen, observatieplekken	Info/studiecentrum, infoborden, webcam, markering; routeinformatie, webcam vanuit rustgebieden in centrum of horeca, speelplekken, start/parkeerplaats, goede bebording en bewegwijzering, gemarkeerde routes, horeca-uitspanning voor verfrissing, toiletten. Voorziening in of naast de beek en essen.	In desbetreffende attractie geregeld. Geen parktaak	Observatiehutten, uitkijktoren, kijkschermen, kijkheuvels, infoborden, markering, Voorzieningen in nabijheid van de beek en essen.	Route(s)	Hondenlosloopgebied, natte neuzenroute, 'speel-aanleiding'.
<b>Periode van openstelling</b>	Hele jaar	Hele jaar	In desbetreffende attractie geregeld. Geen parktaak	Hele jaar	Hele jaar	Hele jaar
<b>Honden</b>	Geen loslopende honden	Geen loslopende honden	In desbetreffende attractie geregeld. Geen parktaak			Geen loslopende honden uitgezonderd losloopgebied en natte neuzenroute
<b>Verbijzondering</b>	Behoudens upgradage van bestaande padennetwerk en bewegwijzering (opheffen missing links, capaciteit vergroten), geen extra voorzieningen.	De locaties voor de beleving van het park en een onderdompeling in de bijzondere kwaliteiten.	In desbetreffende attractie geregeld. Geen parktaak	Geen toeters en bellen. Geen horeca wel goede ontvangst en begeleiding.	Geen toeters en bellen. Geen horeca wel goede ontvangst en begeleiding.	Een straal van ca. 2 km rondom plaats.



## 6 Richtlijnen voor uitvoering

### 6.1 Inleiding

Volgend op de visie is tijdens de interviews en verschillende bijeenkomsten de vraag gesteld wat er moet gebeuren om vanuit de visie tot werkelijk implementatie van het bezoekersmanagement te komen.

Dit heeft zijn vertaling gekregen in een duiding van locaties voor ontvangst en beleving in het nationale park nader beschreven in 6.2 recreatieve ruimten. Daarnaast zijn tal van voorstellen verzameld die in de tabellen op de volgende pagina's zijn weergegeven, verdeeld over de vier thema's van de visie:

- Marketing en promotie
- Informatie en gastheerschap
- Beleving en ervaren
- Samenwerking en verbinding

Deze zijn weergegeven in een opmaat tot uitvoering in 6.3

Waarna ook een advies volgt voor organisatie en financiering.

### 6.2 Recreatieve ruimten

Op basis van eerder toegelichte principes, zijn in het NP verschillende ruimten en locaties aangewezen; van basis naar meer intensievere ontvangst en beleving. Bij locaties waar wordt ingezet op een intensievere ontvangst en beleving is evident dat sprake is van een sterkere recreatieve concentratie en verdichting. Onderstaand is richtinggevend weergegeven in bijgevoegd kaartbeeld.

1. **Gehele NP goede basis ontvangst en beleving.** Voor het gehele park geldt - als basisuitgangspunt - een aantrekkelijke inrichting en toegankelijkheid via een goed stelsel van verschillend soortige paden. Focus van activiteiten is gericht op generieke landschapsbeleving.
2. **Toegangspoorten.** De entrees tot het Nationaal Park Drentsche Aa waar de focus van activiteiten is gericht op beleving van de essentie van het park. Van alle ambities zijn de doorontwikkeling van de toegangspoorten de meest ingrijpende. Op de vier locaties in het park worden deze entrees ontwikkeld om ter plekke de essentie van het park te kunnen ervaren. Daarmee wordt op die locaties het grootste deel van de bezoekersstroom opgevangen en

ondergedompeld in parkbeleving. Een belangrijk instrument van publieke ontvangst in het veld en daarmee ook voor de zonering in het park. In het vorige hoofdstuk is een globaal programma van eisen weergegeven voor de verschillende toegangspoorten om deze in hun functioneren te verbeteren. Het vraagt op ieder locatie maatwerk om de kwaliteiten van de locatie verder door te ontwikkelen tot een ware entree voor het park.

Voor het park zijn vier toegangspoorten aangewezen.

- Bestaand: Deurzerdiep, Wedsbroeken, Anloo
- Te ontwikkelen: Toegangspoort in het zuiden
- Voor de toegangspoort Anloo wordt gewerkt aan de Stroomdalboerderij; een multifunctioneel centrum waar onder andere een winkel met streekproducten, informatie en horeca een plaats in gaan vinden.

3. **Musea en attracties in het park.** Grote aantallen bezoekers zijn bij Herinneringscentrum Kamp Westerbork, het Boomkroonpad, Nije Hemelriek, Attractiepark Drouwenezand en Astron. Focus van bezoek ligt bij specifieke museum en/of attractie. Bezoekers worden op deze 'natuurlijke' concentratie van bezoekersstromen geattendeerd op de aanwezigheid en mogelijkheden van het NP
4. **Hoogtepunten.** Een bijzondere plaats voor een beleving en bijzondere parkervaring. Belvédères horen hier ook bij.
5. **Startpunten.** Begin en einde van wandel-, fiets, ruiters- en of anderszins themaroutes door het park. Focus van activiteiten is gericht op generieke landschapsbeleving.
6. **Ommetjesdomein.** Rond woon- en verblijfplaatsen wordt de uitloopbehoefte gefaciliteerd. Focus van activiteiten is gericht op 'het-er-uit-en-buiten-zijn' en de 'benen-strekken'

### 6.3 Opmaat naar uitvoering

De thema's zijn vertaald naar streefbeelden en speerpunten. Dit zijn de pijlers voor het nieuwe Levend Bezoekersnetwerk 2.0 uitgewerkt naar eerste voorstellen voor projecten en maatregelen. Deze voorstellen zijn geordend en geven richting aan de uitvoering maar verdienen nadere uitwerking alvorens opgepakt te worden. De voorstellen zijn niet in beton gegoten en kunnen op basis van nieuwe inzichten aangepast worden.

	Thema's		Streefbeelden/speerpunten		Projecten en maatregelen
I	Marketing en promotie	a	Duidelijke marketingstrategie opstellen	1	Opstellen marketing strategie waarin rekening wordt gehouden met alle aspecten van het NP zoals natuur (kwetsbaarheid) leefbaarheid (bewoners) recreatiemogelijkheden en de mooie verhalen van het gebied een hoofdrol krijgen en met wie en de wijze waarop wordt samengewerkt in de uitvoering.
		b	NP meer als totaalbestemming positioneren met stevige 'look en feel'	1	Herkenbare bestemming door sfeer en stijl. Zodat overal terugziet in horeca, hotel, camping en supermarkt en websites. Diversiteit en uniciteit van NP DA benadrukken. Dorpen zijn belangrijk onderdeel van NP.
				2	Op basis merkontwikkeling aantrekkelijk huisstijl ontwikkelen met kwalitatieve eenduidige sferbeelden voor in het veld en op website
		c	NP sterker positioneren in provinciale marketing	1	NP zichtbaar met duidelijke uitstraling op Drenthe.nl en in campagnes. Op basis merkontwikkeling goede basis zodat Marketing Drenthe en Geopark De Hondsrug kunnen vermarkten
				2	Verbinden met Groningen; promotioneel en financieel
		d	Stap visitor's journey; herinneren en vertellen invulling geven.	1	Programma van vertrek ontwikkelen: Doel: terugkerende bezoekers, promotie via ambassadeurs, loyaliteit (maakt het meetbaar) verzamelt adressen. Fotoboekje koppelen aan de big five met eigen foto's, rapakivi meegeven, 5 euro of cadeau thuis gestuurd, pluk schapenwol
e	Landelijke samenwerking verstevigen	1	Steviger landelijke positionering en vermarkting door rijksoverheid.		



	Thema's		Streefbeelden/speerpunten		Projecten en maatregelen
II	Gastheerschap en informatie	a	Stroomlijnen toeristische informatie Drentsche Aa gebied	1	Op Stap-krant voortzetten.
				2	Duidelijke landingspagina inrichten op Drenthe.nl of NP. Droom: elke fiets en wandeltocht in 1 klik te vinden op Drenthe.nl Op N.P. App. Ook offline beschikbaar
				3	NP app-info op 'maat' voor gasten en voor de ondernemers. 1 app omarmen bij voorkeur Drents landschap (www.eindjeomindrenthe.nl)
				4	Wandelinformatie bundelen en centraal beschikbaar stellen.
				5	Systeem van informatievoorziening groot en klein & diverse info. Grote centra algemeen (hunebedcentrum, Boomkroonpad, herinneringscentrum) Kleine centra specifiek
		b	Narratieve waarde vergroten; verhalen van het gebied voor het voetlicht	1	Verhalen van het gebied professioneel uitwerken zodat door meerdere gebruikers aan hun gasten en bezoekers digitaal (VR) en analoog aangeboden kan worden
				2	Het verhaal van het Drentsche Aa gebied naar boven halen; analoog en digitaal bundelen.
		c	Toeristische tips en ervaringen van gebruikers delen als inspirerende bron	1	Digitaal gastenboek openen waar bezoekers de mooie plekjes, locaties en ervaringen kunnen delen.
		d	Gastvrij onthaal	1	Voortzetten cursus en verdiepen.
				2	Voortdurend nieuwe gastheren en vrouwen werven onder ondernemers en bevolking
				3	7 dagen open zijn in gezamenlijke acties en onderlinge afspraken van ondernemers, vrijwilligers en lokale gastheren
				4	Warm welkom met koffie, Drents gebak en info (mondeling, digitaal, analoog afhankelijk van gast, activiteit of verblijfsaccommodatie)
				5	'Attracties' in het park voorzien van informatie over nationaal park
				6	Meer toilet voorzieningen
		e	Aandacht verschillende doelgroepen	1	Verkennen en aansluiten op behoefte Belgische en Duitse gasten. Oa aanbieden meertalige info voor buitenlandse gasten zowel ondernemers als NP.
				2	Programma voor schoolgroepen maken

	Thema's	Streefbeelden/speerpunten	Projecten en maatregelen		
III	Beleving en ervaring	a	Routestructuren op orde	1	Routes structuren kwalitatief op orde; schelpenpaden verbreden, fietssignalering openbare weg buiten de bebouwde kom, ontwikkelen op parkbeleving, toekomstbestendig en met aandacht voor verschillende subdoelgroepen. Gericht op zoek naar uitbreiding bij essen en agrarisch landschap. Recreatieve uitlooptmogelijkheden rond dorpen op orde (ommetjes, honden uitlaat)
				2	Fietspad Hunebedstraat Tynaarlo gevaarlijk
				3	Missing links wandelen opheffen. Meer routes over onverharde wegen en langs/over/door water.
				4	Fietspaden scootmobiel proof
				5	Doelgroepspaden ontwikkelen: kinderen, minder validen, routes vanaf verblijfsaccommodaties
				6	Goed nadenken over het hele wandelnetwerk in de Drentsche Aa. Ook duidelijk de gast bij de hand nemen dat hij/zij het weet te vinden. En dat kwalitatief op orde en toekomstbestendig.
		b	Doorontwikkelen toegangspoorten, hoogte- en startpunten	1	Doorontwikkelen bestaande toegangspoorten Deurzerdiep, Anloo, Wedbroeken.
				2	Stroomdalboerderij Drentsche Aa ontwikkelen.
				3	Toegangspoort zuidelijk deel van het park ontwikkelen
				4	Toegangspoort Rolde opheffen
				5	Hoogtepunten goed markeren, voorzien van goede routes, informatiepanelen startend vanaf p-plaats
				6	Goede startplekken, Duidelijke plekken met info waar kan ik starten, wat kan ik doen, waar kan ik onverharde paden vinden. Ruimte om in eigen tijd het park te ontdekken blijft aanwezig
		c	Water en beken zichtbaar en beleefbaar	1	Meer wandelmogelijkheden en uitzichtpunten bij beken en water bijv. in ontwikkeling bij toegangspoorten zoals Anloo.
				2	Hunebed op de bodem van het Veenmeer - Duiken naar een Hunebed of een uitkijkpunt onder water
				3	Meer Belvédères?
				4	Beekontdekplaats creëren waar scholieren de loop van de beek kunnen beïnvloeden
		d	Drentsche Aa beleving vanuit de lucht	1	Meerdere kleine uitkijktorens over goed gekozen locaties
				2	Vliegbeleving bijv tussen twee torens real life en VR
		e	Totaalgebiedsbeleving aanbieden	1	Routes die de diversiteit benadrukken en totale Drentse Aa beleving bevatten en meer verbinden. Beek, dorp, es, horeca en hei. Afwisseling van elementen, natte voeten en bezoek gebouw, natuurlandpunt.
2	Een totaalbeleving die mensen enthousiast maakt het gebied te bezoeken. Gebieds (Dr Aa beleving + Hondsrug) op plekken waar veel mensen zijn. Een cabine met 3d film +geluid. Op VR bij (dag) recreatiebedrijven Saksen.				
3	Beleef paden (blote voeten, modder). Doe dingen avontuur, spannende verhalen via VR, verhalen (geluid en beeld) aardlagen, VR brillen etc.				
f	Verbijzonderen NP beleving door kunst en cultuur.	1	Evenementen stimuleren op snijvlak kunst en natuur.		
g	Evenementen	1	Met gemeenten en terreinbeherende organisaties een evenementenbeleid opzetten.		

	Thema's		Streefbeelden/speerpunten	Projecten en maatregelen	
IV	Samenwerking en verbinding	a	Organisatiegraad versterken	1	Ondernemers regio Drentsche Aa beter organiseren, als groep of per gemeente
				2	Sterkere samenwerking NP- ondernemers, Geopark de Hondsrug en Marketing Drenthe. Marketing Drenthe moet veel sterkere partner zijn. Bijvoorbeeld verbinden met Fietsprovincie ook jeugd!
				3	Werelden van verschil: natuurbeheerders doen hun ding, recreatieondernemers doen hun ding. Meer samen opgaan.
				4	Meer verbinding NP -Hunebed Highway en Geopark de Hondsrug
				5	Alle bloedgroepen vertegenwoordigd in de NP structuur
				6	Ook ondernemers (niet gastheren) om het Drentsche Aa-gebied blijven betrekken bij samenwerking en gezamenlijke acties
		b	Ontwikkeling gilde van gastheren	1	Netwerk van betrokken ondernemers en gidsen die samenwerking aan en in een actief nationaal park informatie netwerk.
				2	Netwerkbijeenkomsten met thema's verdieping. Nog meer bewustwording van de unieke eigenschappen en waarden van het Drentse Aa gebied.
		c	Betrekken en faciliteren toeristische ondernemers (niet gastheren) bij NP. Oor te luisteren wat heeft ondernemer nodig om te ondernemen.	1	Verbinding toeristische ondernemers (niet gastheren) en gastheren en gidsen
				2	Toolbox ontwikkelen met diverse mogelijkheden aanbieden info aan gasten. Maatwerk info, groepsinfo, edutainment voor animatieteams. Belangrijk is een soort checklist welkome aankomst voor nieuwe gasten: koffie Drents streekeigen gebakje en what to do passende bij gast/accommodatie
				3	Samenwerking met bedrijven/evenementen waar (potentiele) bezoekers zijn binnen/net buiten het gebied
				4	Elkaar en het gebied beter leren kennen. Samenwerken begint met samen op reis gaan. Meer het eigen gebied en de partijen leren kennen. Drentsche Aa safari.
		d	Streekproducten sterker verbinden met NP	1	Via streekproducten verbinden Koren-malen-terrasje, krachtig herhaling. Ontwikkeling 'graan' fietsroute
		e	Meer uitvoeringskracht	1	Meer handen aan de ploeg in uitvoering
f	Financieringsstructuren/ mogelijkheden	1	Samenwerken. Belangrijk dat ondernemers betrokken zijn en zich ook zo voelen door ook bv financieel bij te dragen. Bijv. financieel bijdragen aan stroomdalboerderij. Gasten van financieel bijdragende bedrijven ontvangen dan bijvoorbeeld €1 korting op de aankoop van een pond eerlijk Drents Koeienvlees (streekproduct)		
		2	Bijdrage aan Stichting Gebiedsfonds Drentsche Aa		
g	Monitoring	1	Goede methodiek recreatieonderzoek ontwikkelen en nulmeting uitvoeren		
		2	In hetzelfde ritme als natuurmonitoring herhalen op relevante onderdelen.		



#### **6.4 Organisatie van de uitvoering**

Het Nationaal Park Drentsche Aa heeft 15 jaar terug een bewuste stap gezet om niet langs traditionele weg bezoekers te ontvangen. Het concept gastheerschap in de vorm van het 'Levend Bezoekersnetwerk' is inmiddels in alle nationale park de standaard voor het betrekken van toeristische ondernemers bij de desbetreffende natuurgebieden. Deze lijn van innoveren en doorontwikkelen vraagt om een goed vervolg. Gegeven de ambities van dit bezoekersmanagementplan is het meer dan aanbevelenswaardig de projectorganisatie eveneens uit te breiden en door te ontwikkelen met als voornaamste taak het uitvoeren van het Levend Bezoekersnetwerk 2.0.

Allereerst wordt door het parkoverlegorgaan een werkgroep 'parkbeleving en bezoekersmanagement' samengesteld, bestaand uit vertegenwoordigers van de terreinbeheerders, toeristische en agrarische ondernemers, IVN en de parkorganisatie. Deze werkgroep gaat met mandaat en middelen leiding geven aan de uitvoering van het managementplan. De werkgroep koppelt periodiek terug naar het overlegorgaan. Naar aard en doel heeft deze werkgroep 'bezoekersmanagement' een andere taak dan de werkgroep ECR. Laatstgenoemde werkgroep adviseert de parkorganisatie met name op het vlak van educatie, communicatie en voorlichting.

Voor de uitvoering wordt bij voorkeur een team van twee personen aangetrokken die parttime aan de slag kunnen met de realisatie van de voorstellen zoals hiervoor zijn opgeschreven. Competenties en kennis worden gevraagd op het vlak van:

- Samenwerken en verbinden
- Gevoel voor verhoudingen
- Pro-actief en creatief in het bereiken van doelen.
- Promotie en marketing
- Initiëren en begeleiden van projecten
- Toerisme, recreatie, natuur en landbouw

Op dit moment bedraagt de inzet van de gehele parkorganisatie 1,5 fte voor het uitvoeren van alle voorliggende taken. Gegeven de ambitie van dit bezoekersmanagementplan en de uitvoering ervan, is extra inzet en middelen een noodzaak. Op basis van een vergelijking met de andere trajecten van uitvoering en de personele inzet daarbij, zal naar schatting een inzet van 1fte geleverd moeten worden gedurende een periode van vijf jaar. Deze inzet is bij voorkeur verdeeld over 2 personen (0,5 fte) met complementaire competenties op het vlak van verbinden, marketing en projectmanagement. Samenwerking vergroot bovendien de creativiteit en slagkracht tijdens de uitvoering.

#### **6.5 Financiering**

De kosten voor extra personele inzet en de financiële ondersteuning voor de organisatie van de uitvoering zijn nog niet doorgerekend.

Het investeringsbudget voor uitvoering van de projecten vraagt een nadere uitwerking, prioritering en voorbereiding. Dat is op dit moment een pm-post.

Om ondernemers uit te dagen mee te investeren in projecten en ontwikkelen, kan een 'aanklikfonds' in het leven worden geroepen. Voor iedere euro die ondernemers in projecten investeren die bijdragen aan de beleving van de essentie van het park, stelt het park eveneens eenzelfde bedrag beschikbaar.





# Bijlagen



# I Literatuur

Beijer, K. et. al., 2010. Nulmeting bekendheid nationale parken.

Bourgonje, K., 2016. Hét Levend Bezoekersnetwerk. Een onderzoek naar de mogelijkheden om het netwerk van gastheren en –vrouwen te verbeteren binnen het Nationaal Park Drentsche Aa.

Bureau De Hondsrug UNESCO Global Geopark. 2017. Masterplan Geopark De Hondsrug 2017 - 2027.

Bureau Van Gent Van der Reest, 2004. Plan van Aanpak Levend Bezoekersnetwerk Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa.

Geopark De Hondsrug. Hoofdlijnen van het actuele beleid.

Huizinga, E. 2015. Gastheerschap 2.0. Een onderzoek naar de wensen en inzichten van de gastheren en gastvrouwen van Nationaal Park en Nationaal Landschap Drentsche Aa

Jongsma, M., 2010. Rapportage Bewonersonderzoek Nationaal Landschap Drentsche Aa. Kien Groningen

Latour, J., et. al., 2014. Monitoring Drentsche Aa Meting 2012. 3dTransition, Apeldoorn in samenwerking met: Provincie Drenthe, Staatsbosbeheer en Waterschap Hunze en Aas

Most, K. van der, M. de Vries. 2015. Bezoekersonderzoek natuurgebieden Drenthe 2015. NBTC-NIPO Research plus bewerkingen.

Plan van Aanpak voor een Levend Bezoekersnetwerk in het Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa  
Provincie Drenthe, 2017. Programma Vrijtijdseconomie en Fietsen 2015-2019

Provincie Drenthe, 2018. Omgevingsvisie 2018. Assen

Provincie Drenthe, 2018. Wandelkompas Drenthe. Stap voor stap Drenthe



aantrekkelijker maken als wandelprovincie.

Secretariaat Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa. Op Stap-krant, editie 2018-2019

Secretariaat Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa. Diverse folders wandel- en fietsroutes.

Arcadis. 2013. Het Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa BIO-plan 2.0 (2012 - 2020)

Overlegorgaan Drentsche Aa. 2016. Programma Nationale Parken Nieuwe Stijl. Bidboek Nationaal Park Drentsche Aa 'Stroomgebied van bron tot benedenloop'

Overlegorgaan Drentsche Aa, 2018. Communicatieplan Drentsche Aa 2.0 2014-2018. Beleving, betrokkenheid en participatie

Secretariaat Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa. Nieuwsbrief Doorstroom. Diverse edities.

Secretariaat Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa. 2002. Omdat er maar één Drentsche Aa is.

Secretariaat Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa, 2017. Samenwerkingsovereenkomst Nationaal Park Drentsche Aa en De Hondsrug UNESCO Global Geopark

Secretariaat Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa. 2018. Monitoring Drentsche Aa 2018 eindconcept.  
Staatsbosbeheer, 2010. De hoog(s)te punten van de Drentsche Aa

Steeghs, M en O. Gjaltema, augustus 2009. Nationaal Landschap Drentsche Aa – Interpretatie Analyse - Steeghs Advies, Amsterdam

Strootman Landschapsarchitecten. 2017. landschapsvisie Drentsche Aa 2.0

Triple E. 2010. De groene toegevoegde waarde. Over de economische kansen van de Drentsche Aa

Tuuk, B. van der, O. Gjaltema, 2012. Poorten Zuidwest Drenthe

Winter, G, T. Verver, 2010. Nationaal Landschap Drentsche Aa Recreantenonderzoek 2009

Geraadpleegde websites:

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

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

[www.unesco.org/new/en/naturalsciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks](http://www.unesco.org/new/en/naturalsciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks)

## II Trends

In de verschillende trendrapportages van het NRIT worden vele trends opgesomd. Hierna worden de meeste markante ontwikkelingen beknopt benoemd, geordend naar de zogenaamde 'DESTEP'-volgorde (demografisch, economisch, sociaal-maatschappelijk, technologisch, ecologisch/omgeving en politiek-juridisch).

Deze trends doen zich voor in heel Nederland.

### Demografisch

- De Nederlandse bevolking zal de komende decennia blijven groeien, tot ruim 18,4 miljoen inwoners in 2060. Nederland telt in de toekomst meer ouderen en meer personen met een migratieachtergrond. Het aandeel 65-plussers groeit van 19 procent nu naar 26 procent rond 2040. In 2040 telt ons land 4,8 miljoen inwoners van 65 jaar of ouder, nu zijn dat er 3,2 miljoen. Drenthe, waaronder het nationaal park, kan profiteren van deze ontwikkeling.
- De groei vindt vooral plaats in en om grote steden. Het platteland (waaronder het noorden) houdt rekening met een krimp-scenario.
- Mede door de toenemende vergrijzing, neemt het gebruik en de betekenis van de directe leefomgeving en eigen land voor vrijetijdsbesteding toe.

- De babyboomers gaan nu met pensioen en kennen een actief en uithuizig vrijetijdspatroon.
- Vrijetijdsbesteding en zorg gaan de komende tijd hand in hand. Met de vergrijzing en het toenemend aantal mobiele, welvarende ouderen zal zorg ook in de vrije tijd een rol spelen. Een belangrijk aandachtspunt hierbij is het wegnemen van beperkingen. Ouderen willen niet graag in een hokje gestopt worden, maar willen hun vrije tijd graag met anderen doorbrengen.

### Economisch

- Het optimisme over de economie is groot met als gevolg dat vakantie-uitgaven weer toenemen, meer vakantie en dagtochten worden ondernomen in binnen- en buitenland.
- ABN AMRO ziet in 2018 en 2019 veel deelsectoren van de Nederlandse gastvrijheidseconomie harder groeien dan de totale Nederlandse economie
- De gemiddelde bezettingsgraad van verblijfsaccommodaties is gestegen in de afgelopen jaren. De hogere bezettingsgraden zijn te danken aan een toename van het aantal toeristen en een afname van het aandeel zakenreizigers.
- De bungalowparken worden gemiddeld groter maar de sector maakt zich op

voor een stevige 'shake-out' van de karakterloze bedrijven.

- In de kampeersector neemt zowel het aantal terreinen als het aantal slaapplekken af. Over de afgelopen vijf jaar is 8% van het totale aanbod verdwenen (200 terreinen!).
- Het aantal toeristische kampeervakanties nam af met 1,5%, het aantal overnachtingen daalde met 2%.
- Glamping (samenvoeging van glamorous en camping) is de trend, waarbij luxe en kamperen samen worden gebracht.

#### Sociaal-maatschappelijk

- Over het algemeen waarderen Nederlanders hun leven met een 7,8 als rapportcijfer en dit is in de afgelopen 10 jaar niet veranderd. Het opleidingsniveau stijgt en na economisch roerige tijden neemt de werkloosheid af en herstelt de koopkracht. Verder voelt bijna 80 procent van de Nederlanders zich gezond, ruim de helft sport wekelijks en de levensverwachting stijgt door.
- Gemiddeld besteedt een Nederlander 42,4 uur per week aan vrijetijdsactiviteiten. De tijd besteed aan uitstapjes groeit van 1,7 uur per week naar 1,9 uur per week. Een ruime meerderheid van de Nederlanders (70 procent) vindt dat hij of zij voldoende vrije tijd heeft maar ook hier zien we grote verschillen tussen de bevolkingsgroepen
- Kleinschalige, losse en informele verbanden worden steeds belangrijker voor het ondernemen van toeristisch-recreatieve activiteiten, zoals korte, thematische vakanties en dagrecreatieve activiteiten met vrienden of met verschillende leden uit één familie.
- Top 3 van meest populaire uithuizige vrijetijdsactiviteiten: wandelingen voor plezier, winkelen in binnenstad en fietstocht voor plezier.
- Het thema gezondheid wordt steeds belangrijker. Dit leidt tot meer bewegen, maar ook tot een groeiende behoefte aan tot rust komen, ontspannen en onthaasten. De groei van de buitensporten is hiervan een voorbeeld.
- Sterke groei van het e-biken, racefietsen en ATB-en.

#### Technologisch

- Mobiel internet heeft een grote toevlucht genomen waarbij de telefoon een steeds centralere rol heeft gekregen.
- Organisaties moeten investeren in een goed werkende mobiele website. QR-codes, check-ins, apps en promoties via location based services zijn geschikt om in kort tijdbestek op een prettige manier met de doelgroep te communiceren en diensten aan te bieden.
- Gamification biedt kansen voor de vrijetijdssector.

–

#### Ecologisch/omgeving

- Groeiende vraag naar authenticiteit en 'identiteit' in samenhang met meer vraag naar kwalitatief hoogwaardige beleving. Zo onderkent een toenemend aantal burgers de waarde van bijzondere natuur-fenomenen en locaties in Nederland. Eveneens groeit de belangstelling voor streekproducten als ook voor evenementen met een combinatie van cultuur en natuur.
- De spreiding van de binnenlandse vakanties over het jaar neemt verder toe. Hierdoor neemt ook het gebruik van de natuurterreinen door het jaar toe.

#### Politiek-juridisch

- Rijksoverheid is teruggetreden uit de financiering van natuur- en openlucht recreatief beheer.
- Financiering van voorlichting en educatie is onduidelijk.



### III Toegangspoorten en overige startpunten

#### Toegangspoorten

1. 'Wedbroeken' bij Tynaarlo (Zuidlaarderweg 37).
2. Toegangspoort 'Homanshof' in Anloo (Lunshof 20).
3. Toegangspoort 'Onder de Molen' in Rolde (Zuides 50).
4. Toegangspoort 'Deurzerdiep' in Deurze (Achter Cafe Restaurant 'De Aanleg', Asserstraat 63 in Rolde)

#### Startpunten, allen met informatiezuil:

1. Nationaal Park parkeerplaats bij het informatiecentrum naast de Schaapskooi van Balloo - voorzien van onbemand infocentrum
2. Nationaal Park parkeerplaats 'Molenteeg' aan de Molenteeg te Oudemolen (aan de weg Oudemolen-Gasteren).
3. Brink in Zeegse
4. Nationaal Park Parkeerplaats Gasterse duinen aan de weg Gasteren-Oudemolen.
5. Nationaal Park parkeerplaats 'Galgenriet' tussen Gasteren en Loon, voorzien van picknickbanken.
6. Nationaal Park parkeerplaats 'Kniphorstbosch' in Anloo.

7. Nationaal Park parkeerplaats 'Hagenbrink' even ten noorden van Anderen, aan de weg Anderen-Anloo.
8. Nationaal Park parkeerplaats 'Kymmelsberg' in Schipborg.

#### Startpunten met andere informatievoorziening

1. Parkeerplaats bij het Boomkroonpand - voorzien van bemand informatiecentrum
2. Parkeerplaats 'De Strubben' aan de Borgweg tussen Anloo en Schipborg. Voorzien van een SBB informatiepaneel

#### Overige startpunten

1. Parkeerplaats 'Molenveld' t/o het militaire mobilisatiecomplex Oudemolen aan de weg Oudemolen-Zeegse
2. Parkeerplaats bij het Pinetum, aan de weg Anloo-Anderen
3. Parkeerplaats 'Galgwandering' bij Eext
4. Parkeerplaats 'Kampsheide' bij Balloo
5. Parkeerplaats bij CR De liefde van de Drentsche Aa bij Schipborg
6. Bij het hunebed van Loon, tussen Loon en Taarlo

7. Bij het Noordlaarderbosch van Natuurmonumenten, ten westen van Noord- en Midlaren
8. In Amen is in het centrum parkeergelegenheid bij het begin van de Staatsbosbeheer-wandelroute 'De Acht van Amen'
9. Carpool parkeerplaats bij de op- en afrit van de A28 aan de weg Vries-De Punt-Glimmen-Groningen (fietsknooppunt).
10. Parkeerplaats bij het Herinneringscentrum Westerbork te Hooghalen
11. Parkeerplaats bij het Nije Hemelriek bij Gasselte
12. Parkeerplaats 'zandspeelplaats' aangegeven langs de weg Schoonloo - Elp N374
13. Parkeerplaats Zwattepad, aangegeven langs de weg Schoonloo - Elp N374
14. Parkeerplaats 'Wolvenspoor' aan de Olle Hullenweg bij Schoonloo

#### **Belvédères**

1. Westersche Lage Landen
2. Eexterveld
3. Kymmelsberg
4. De Punt
5. Westerlanden
6. Looner Esch

#### **Hoogtepunten**

- *Website:*

  1. Siepelveen en Zeegserduinen
  2. Beekdal Anlooër diepje
  3. De Strubben - Kniphorstbosch
  4. Kymmelsberg
  5. Vogelkijkhut Friescheveen
  6. Ballooërveld

7. Boomkroonpad
8. Grollooërveen
  - *Op Stap-krant:*
9. Kampsheide - Tumulibos
10. Aardkundig monument Drouwenezand
11. Rondwandeling Acht van Amen
12. Uitkijktoren Holmers-Halkenbroek
13. Vogelscherp Halkenbroek

#### **Bebording Nationaal Park Drentsche Aa**

1. 5 grote ANWB-borden (2 op A28, 2 op N33 en 1 langs N34)
2. 4 Toegangspoorten die vanaf doorgaande weg zijn bewegwijzerd:
  - Wedbroeken bij Tynaarlo: vanaf A28 – afslag Tynaarlo en vanaf N34 – afslag Zuidlaren
  - Homanshof in Anloo: vanaf N34 – afslag Anloo/Annen
  - Onder de Molen in Rolde: vanaf afslag N33
  - Deurzerdiep in Deurze: Vanaf ringweg Assen
3. 22 welkomst borden aan rand oude grens Nationaal Park Drentsche Aa
4. 11 Nationale Parken zuilen (Anderen, Anloo (2x), Gasteren (2x), Schipborg, Deurze, Oudemolen, Wedbroeken, Rolde, Balloo)

## Colofon

### Titel

Levend Bezoekersnetwerk 2.0. Bezoekersmanagementplan Ontvangst en Beleving met allure van Nationaal Park Drentsche Aa

### Datum

Mei 2019

### Opdrachtgever

Overlegorgaan Nationaal Park Drentsche Aa.

### Opdrachtnemer

SpringPartner, zijnde  
Hanneke Schmeink RECREATIE: Hanneke Schmeink  
IDBBO: Theo de Bruin

### Begeleiding

Tienke Zingstra, Camping De Berenkuil  
Greet Oosterhuis, Camping Zwanenmeer

Jean-Paul de Rek, Staatsbosbeheer  
Gerda Kamps, Gemeente Aa en Hunze  
Sonja Puite, Gemeente Tynaarlo  
Dirk Lont, Nationaal Park Gids  
Klaas Paasman, Balloohoeve  
André Brasse, IVN  
Kees Folkertsma, opdrachtgever namens Overlegorgaan Nationaal Park Drentsche Aa

### Foto's

Nationaal Park Drentsche Aa



© SpringPartner

Niets uit dit rapport of bijbehorende tekeningen mag worden veelevoudigd en/of openbaar gemaakt op welke wijze dan ook zonder schriftelijke vermelding van Nationaal Park Drentsche Aa en SpringPartner, noch mag het zonder bronvermelding worden gebruikt voor enig ander doel dan waarvoor het is vervaardigd.