

Poorten Zuidwest Drenthe

Visie

Concept

Recreatieschap Drenthe
Werkgroep Poorten

Grontmij Nederland B.V.
Assen, 7 mei 2012

Verantwoording

Titel : Poorten Zuidwest Drenthe

Subtitel : Visie

Projectnummer : 314709

Referentienummer :

Revisie :

Datum : 7 mei 2012

Auteur(s) : Bertus van der Tuuk, Oebele Gjaltema

E-mail adres : bertus.vandertuuk@grontmij.nl, oebele@verbeelder.nl

Gecontroleerd door :

Paraaf gecontroleerd :

Goedgekeurd door :

Paraaf goedgekeurd :

Contact : Grontmij Nederland B.V.
Stationsplein 12
Postbus 29
9400 AA Assen

T +31 592 33 88 99

F +31 592 33 06 67

www.grontmij.nl

Inhoudsopgave

Voorwoord	5	
1	Inleiding..... 6	
1.1	Het managen van bezoekersstromen: een nieuwe uitdaging..... 6	
1.2	Zuidwest Drenthe	6
1.3	Wat willen we bereiken?	7
1.4	Probleemstelling	7
1.5	Randvoorwaarden.....	7
1.6	Opzet van dit rapport	8
2	Huidig gebruik van het gebied	9
2.1	Om hoeveel bezoekers gaat het?	9
2.2	Wat levert het op?	10
2.3	Waar komen de bezoekers vandaan?	10
2.4	Hoe reizen de bezoekers?	11
2.5	Doelgroepen: wat zoeken de mensen?	12
2.6	Hoe ziet de toekomst er uit?	13
2.7	Conclusie	14
3	De huidige toegangen.....	15
3.1	Inleiding.....	15
3.2	Spier.....	15
3.3	Ruinen.....	15
3.4	Diever.....	16
3.5	Havelterberg/Holtingerveld	16
3.6	Terwisscha/Appelscha	16
3.7	Overige (mogelijke) poorten.....	17
3.8	Conclusie	18
4	Benchmark.....	19
4.1	Utrechtse Heuvelrug	19
4.2	Drentsche AA	19
4.3	Nationaal Park De Hoge Kempen.....	20
4.4	Noord-Brabant	21
4.5	Midden Delfland	22
4.6	Conclusies.....	23
5	Functies en locatie van een poort.....	24
5.1	Functies.....	24
5.1.1	Gastheerschap.....	24
5.1.2	Visitor management en verkeersveiligheid	24
5.1.3	Informatie	24
5.1.4	Verblijfsgebied	25
5.1.5	Economische bedrijvigheid	25
5.1.6	Zonering recreatiedruk.....	25
5.2	Locatie.....	25
5.3	Conclusies.....	25

6	Uitdrukken van gebiedsessentie	26
6.1	Van begrijpen naar waarderen.....	26
6.2	De essentie van het gebied Zuidwest Drenthe	26
6.3	Poort als uiting van de gebiedsessentie	27
6.4	Bezoekfasen	28
6.5	Conclusies.....	28
7	Visie	29
7.1	Poort als element van 'supply change management'	29
7.2	Zuidwest Drenthe als mobility product.....	29
7.3	Poort als managementinstrument.....	30
7.4	Poort als instrument voor branding Zuidwest Drenthe	31
7.5	Poortniveaus	31
7.6	Locaties.....	31
7.7	De boodschap	32
7.8	Aansluiten bij leefstijlen.....	32
7.9	De poort als verblijfsplaats.....	33
7.10	Publiek-privaat samenspel.....	33
7.11	Het verdienmodel: een vingeroefening	33
8	Streefbeeld.....	35
8.1	Huidige situatie	35
8.2	Onze visie	35
8.3	Zuidwest Drenthe.....	35
8.3.1	Mobility product.....	35
8.3.2	Onderscheidende formule.....	35
8.3.3	Branding.....	35
8.3.4	Locaties.....	36
8.3.5	Verdienmodel.....	36
8.3.6	Kwartiermaker.....	36
8.3.7	Vervolgstappen	36

Bijlage 1: Kenmerken entrees Heuvelrug

Bijlage 2: Samenvatting Interpretation Zuidwest Drenthe

Bijlage 3: Verdienmodel Poort Zuidwest Drenthe

Bijlage 4: Huidige toegangen tot het gebied

Voorwoord

Dit rapport is het verslag van een verkenning naar de mogelijkheden om de Regio Zuidwest Drenthe recreatief en toeristisch beter te ontsluiten door het inrichten van aantrekkelijke toegangspoorten. De regio Zuidwest Drenthe wordt gevormd door de gemeenten Meppel, De Wolden, Hoogeveen en Westerveld, inclusief kleine gedeelten van Midden-Drenthe en Ooststellingwerf. De status van dit stuk is een 'praatnotitie' op basis waarvan de bij dit gebied betrokken stakeholders zich een oordeel kunnen vormen.

De provincie Drenthe en de betrokken gemeenten hebben Zuidwest Drenthe uitgeroepen tot speerpunt van hun toeristisch-recreatieve beleid. In de Voorjaarsnota van 2011 geeft het College van Gedeputeerde Staten aan dat Zuidwest Drenthe prioriteit krijgt waar het gaat om de ontwikkeling van een sterk toeristisch-recreatief profiel. Uit dit rapport blijkt dat op de juiste manier ingerichte en gesitueerde poorten het profiel van dit gebied aanzienlijk kunnen versterken. Poorten zijn een bouwsteen voor de gebiedsbranding, ze dragen bij aan het ontwikkelen van Zuidwest Drenthe tot een sterk en aantrekkelijk merk. Wij doen dan ook een beroep op de politiek om een keuze te maken voor dit concept en daarmee de toeristisch-recreatieve profilering van Zuidwest Drenthe een flinke duw in de rug te geven.

In onze visie is een poort een instrument om de bezoekersstromen naar Zuidwest Drenthe op een moderne en innovatieve manier integraal te managen. Met 'managen' bedoelen we zowel het stimuleren als het geleiden van het bezoek. Tevens kan een poort een belangrijke rol spelen in de discussies om te komen tot nieuwe verdienmodellen voor natuur, cultuur en het landschap, mede omdat er een belangrijke rol kan zijn weggelegd voor lokale ondernemers.

Het is belangrijk dat de poorten 'geladen' worden met een duidelijke formule en een onderliggende basisgedachte die verwijst naar datgene wat Zuidwest Drenthe in essentie onderscheidt van alle andere toeristische bestemmingsgebieden in Nederland. Elke poort dient herkenbaar te zijn als 'Poort van Zuidwest Drenthe', met binnen elke poort een specificatie naar het deelgebied waarop deze poort betrekking heeft. Elke poort krijgt een bepaald accent binnen het grotere geheel, het geheel wordt meer dan de som der delen.

Tijdens de totstandkoming van dit rapport hebben wij een aantal keren feedback gehad van een begeleidingsgroep:

Provincie Drenthe	Wolter Werkman	Gemeente De Wolden	Lydia Huisman
Recreatieschap Drenthe	Hans Hartog		Ingeborg de Groot
	Roland Marechal	Gemeente Midden-Drenthe	Evy Goessen
Staatsbosbeheer	Henk Post	Gemeente Ooststellingwerf	Siepie de Groot
Natuurmonumenten	Andre Donker	Gemeente Noordenveld	Christa Boersen
Gemeente Meppel	Gerrie Ebbeling	Gemeente Hoogeveen	Jaap Gernaat
Gemeente Westerveld	Bernard Stikfort	Maatschappij van Weldadigheid	Jan Mensink
	Sylvie Uenk		

Wij danken de begeleidingsgroep voor het kritisch en constructief meedenken tijdens soms pittige discussies op het kantoor van het Recreatieschap te Diever.

Bertus van der Tuuk
Oebele Gjaltema

1 Inleiding

1.1 Het managen van bezoekersstromen: een nieuwe uitdaging

De overgangen in cultuur en natuur zijn onderscheidend voor Zuidwest Drenthe. Prachtige natuur en een aansprekend cultuurhistorisch aanbod wisselen elkaar af. Vooral de Nationale Parken Dwingelderveld en het Drents Friese Wold zijn gezichtsbepalend voor het toeristisch-recreatieve kernaanbod in deze regio. Echter, in het beleid van de rijksoverheid waait een nieuwe wind. De huidige staatssecretaris stelt bijvoorbeeld voor dat de rijksoverheid zich voor een groot deel terugtrekt uit de financiering van de natuur. De betaalbaarheid van de beheeren onderhoudskosten staat in het middelpunt van de belangstelling. Hier en daar wordt al serieus gesproken over het heffen van entree voor natuurgebieden.

Voor de gebruiker is dit geen goed nieuws. De onzekerheid over de financieel-economische situatie maakt hem voorzichtiger in de bestedingen. De consument begint de economische teruggang daadwerkelijk in de portemonnee te voelen, het ziet er naar uit dat situatie van vóór 2008 voorlopig niet meer terugkeert. Dat dit gevolgen zal hebben voor het vrijetijdsgedrag lijkt evident. Zo zou er wel eens een spanning kunnen ontstaan tussen enerzijds een toenemende (financiële) noodzaak om het in de vrije tijd dichterbij huis te zoeken en anderzijds de toenemende bekostigingsproblemen bij het in stand houden van de natuur en het landschap. Met andere woorden: komt er minder geld voor de natuur en meer trek naar de natuur?

Een toename van het toerisme biedt kansen voor de economische ontwikkeling en voor de instandhouding van voorzieningen op het platteland. Anderzijds kan een ongebreidelde toename ook nadelige gevolgen hebben: de druk op natuur, milieu en landschap neemt toe, de verkeersveiligheid kan in het gedrang komen met alle gevolgen van dien voor de toeristische waarde van een gebied. Gegeven deze ontwikkelingen is het wenselijk om bezoekersstromen goed te managen. We spreken dan over zoning, geleiding en regulering van bezoekersstromen. Hier doemt een nieuwe uitdaging op: *“Hoe kan de recreatiemobiliteit zodanig geleid worden dat de mensen duurzaam kunnen genieten van een gevarieerd en aantrekkelijk toeristisch-recreatief aanbod?”*

1.2 Zuidwest Drenthe

Dit rapport gaat over de toeristisch-recreatieve eenheid Zuidwest Drenthe, één van de subregio's binnen de 'provincie Drenthe'. Wanneer we in dit rapport over Zuidwest Drenthe spreken, dan bedoelen we deze geografische entiteit: het toeristisch bestemmingsgebied Zuidwest Drenthe, inclusief het Reestdal en het Friese gedeelte van het Drents Friese Wold.

Binnen Zuidwest Drenthe vinden we een aantal belangrijke 'hotspots'. Dit zijn locaties en terreinen waar relatief veel bezoekers komen, zoals de Nationale Parken Dwingelderveld en Drents

Friese Wold. Gezamenlijk trekken deze parken bijna 3 miljoen bezoeken per jaar: het Dwingelderveld circa 1,5 à 2 miljoen¹, het Drentse Friese Wold ruim 1 miljoen².

Ook de gebieden Havelterberg/Holtingerveld, het Reestdal en de Maatschappij van Weldadigheid te Frederiksoord trekken jaarlijks meer dan 100.000 bezoekers. Zowel dagtoeristen, als ook eigen inwoners van het gebied en uit de wijde omgeving. Verreweg de meeste van de bezoekers van deze gebieden komen met de auto (80%).

1.3 Wat willen we bereiken?

Het doel van dit rapport is het opstellen van een ´praatnotitie´ waarin we verkennen hoe het toeristisch-recreatieve aanbod en het verhaal van Zuidwest Drenthe beter ontsloten kan worden door het inrichten van een aantal aantrekkelijke toegangspoorten. De achterliggende doelstellingen luiden als volgt:

- Het beter beleefbaar maken van het toeristische gebiedsprofiel van Zuidwest Drenthe.
- Het verbeteren van de bereikbaarheid en toegankelijkheid van de toeristische voorzieningen in het gebied.
- Het geleiden en zoneren van de recreatiestromen en de daarmee gepaard gaande verkeer- en vervoermobiliteit.
- Het vergroten van de verkeersveiligheid.

1.4 Probleemstelling

Het plan is om de bezoekers van Zuidwest Drenthe op te vangen op een aantal speciaal daarvoor ingerichte locaties, de zogenaamde poorten. Vanuit zo'n poort kan men dan verder het gebied in. In deze notitie gaan we de huidige poorten naar de belangrijkste bestemmingen in Zuidwest Drenthe tegen het licht houden en geven we een eerste visie op de mogelijkheden voor de toekomst.

We geven antwoord op de volgende vragen:

- Hoe functioneren de huidige poorten in het gebied?
- Welke ontwikkelingen spelen op dit moment ten aanzien van de poorten in het Drents-Friese Wold/Dwingelderveld?
- Wat kunnen we leren van voorbeelden elders?
- Hoe kunnen de poorten optimaal een rol spelen in de essentie van het gebied Zuidwest Drenthe zoals uitgewerkt in het rapport gebiedsprofilering Zuidwest Drenthe³?
- Welke rol kunnen lokale ondernemers spelen in het opgestelde poortenmodel?

1.5 Randvoorwaarden

Bij het beantwoorden van de probleemstelling houden we rekening met:

- de reeds ontwikkelde gebiedsprofilering van Zuidwest Drenthe;
- de bijdrage die het model levert aan de kwaliteit van het toeristisch-recreatief product in Zuidwest Drenthe;
- de plekken waar en de wijze waarop de bezoekersstromen het meest effectief opgevangen kunnen worden, vooral ook in relatie tot de grotere kernen als Meppel, Hoogeveen en Steenwijk;
- het belang van de toegangspoorten voor de regionale economie.

¹ <http://www.nationaalpark-dwingelderveld.nl/documents/documents/veldspraak/veldspraak-2011-1.pdf> en http://www.natuurzonderdrempels.nl/nzd/index.php?option=com_content&view=article&id=118&Itemid=95

² Recreatie in het Nationaal Park Drents-Friese Wold, P.A.M. Visschedijk, Instituut voor Bos- en Natuuronderzoek, Wageningen, 1999.

³ Gebiedsprofilering Zuidwest Drenthe, Verbeelders I Oebele Gjaltema, 2011.

1.6 Opzet van dit rapport

In de komende twee hoofdstukken beschrijven we het huidige gebruik van Zuidwest Drenthe (hoofdstuk 2) en de huidige toegangen naar het gebied (hoofdstuk 3). Vervolgens voeren we een benchmark uit van andere poorten en andere poortformules in Nederland en België (hoofdstuk 3).

Mede op basis van deze inventarisatie gaan we in op de wenselijke functies (hoofdstuk 4) en inhoud van een poort (hoofdstukken 5 en 6). We sluiten het rapport af met onze visie op de mogelijke uitwerking van de poorten in Zuidwest Drenthe (hoofdstuk 7) en een streefbeeld voor de toekomst (hoofdstuk 8).

2 Huidig gebruik van het gebied

2.1 Om hoeveel bezoekers gaat het?

Zoals gezegd worden de beide Nationale Parken gedurende het jaar ruim 2,5 miljoen keer bezocht. Op basis van CBS cijfers schatten we in dat ca. 1 á 1,5 miljoen bezoeken afkomstig zijn uit de eigen bevolking in de regio (zie tabel 2.1). Circa de helft hiervan komt uit de grotere woonkernen: Hogeveen, Meppel, Steenwijk, Beilen en Oosterwolde (zie tabel 2.2).

Ruim 1 miljoen bezoeken komt van verder weg, of het zijn vakantiegangers die vanuit hun verblijfsaccommodatie een dagtocht maken, of het zijn bezoeken van verder weg gelegen plaatsen.

Tabel 2.1 Aantal bezoeken vanuit regiobevolking aan Drents-Friese Wold/Dwingelderveld, uitgesplitst naar wandelen, fietsen en natuurbezoek⁴.

Gemeente	Aantal inwoners	wandelen 2,61	fietsen 2,98	natuur 0,93	totaal potentieel	75%
Hogeveen	54.183	141.607	161.432	50.625	353.663	265.248
Meppel	32.500	84.938	96.830	30.366	212.134	159.101
Steenwijk	38.308	100.117	114.134	35.793	250.044	187.533
Midden Drenthe	29.160	76.209	86.879	27.245	190.333	142.750
Ooststellingwerf	26.012	67.982	77.500	24.304	169.786	127.339
Westerveld	19.350	50.571	57.651	18.079	126.301	94.726
De Wolden	23.507	61.435	70.036	21.963	153.435	115.076
Totaal	223.020	582.863	664.463	208.377	1.455.696	1.091.773

Tabel 2.2 Aantal bezoeken vanuit grotere kernen aan Drents-Friese Wold/Dwingelderveld, uitgesplitst naar wandelen, fietsen en natuurbezoek.

Grootste plaats	Aantal inwoners	wandelen 2,61	fietsen 2,98	natuur 0,93	totaal potentieel	75%
Hogeveen	38.389	100.329	114.375	35.868	250.573	187.930
Meppel	27.841	72.762	82.949	26.013	181.724	136.293
Steenwijk	17.002	44.435	50.655	15.886	110.975	83.232
Beilen	9.030	23.600	26.904	8.437	58.941	44.205
Oosterwolde	10.026	26.203	29.871	9.368	65.442	49.081
	102.288	267.328	304.754	95.572	667.654	500.741

Bezoekerscentra

Op dit moment functioneren drie bezoekerscentra als entree tot het gebied: Ruinen met gemiddeld 170.000 bezoeken, Terwisscha langs de N381 bij Appelscha met 180.000 bezoeken en het Oriëntatiecentrum bij Spier met ca. 125.000 bezoeken. In totaal komen dus een kleine 500.000 mensen het gebied binnen via een bezoekerscentrum (= ca. 20%). Gemiddeld (landelijk) worden bezoekercentra bezocht door ca 5 tot max 10% van de bezoekers van het gebied.

⁴ De cijfers in de tabellen 2.1 en 2.2. zijn ontleend aan het CBS onderzoek 'Dagrecreatie'. De laatste kolom is een veronderstelling van de auteurs: 75% van het potentieel aan dagtochten op het gebied van wandelen, fietsen en natuur vanuit de genoemde kernen gaan richting Drents-Friese Wold en het Dwingelderveld.

2.2 Wat levert het op?

Voor de gemeente Westerveld is uitgerekend dat de beide Nationale Parken gezamenlijk een direct economisch rendement opleveren van € 13 miljoen⁵. Het economische effect van alleen het toerisme in de gemeente Ooststellingwerf bedraagt ruim € 9 miljoen⁶, daar moeten nog de overige baten bij opgeteld worden (WOZ waarde, belastingen, jacht- en bosbouw e.a.)⁷.

Wanneer we deze gegevens kapitaliseren voor het totaal van de zeven gemeenten in Zuidwest Drenthe, komen we naar schatting op een totaal economisch rendement van € 60 á € 70 miljoen.

2.3 Waar komen de bezoekers vandaan?

Herkomstgebieden zijn gebieden van waaruit de meeste bezoekers hun dagtocht naar of in het plangebied beginnen. Dit kan het woonadres zijn maar ook het tijdelijke adres in een verblijfsaccommodatie. Bij vertrek van het woonadres kan gedacht worden aan de woning in het gebied (eigen bevolking), woning in de regio en woning buiten de regio (bovenregionaal).

Bevolking in het gebied

De bevolking in het gebied is in eerste instantie afhankelijk van de recreatiemogelijkheden in de directe woonomgeving. Het blijkt namelijk dat 60% van de dagrecreanten binnen een afstand van 10 kilometer van de plaats van vertrek recreëert, terwijl driekwart niet verder reist dan 20 kilometer. Naarmate het inwonertal van een woonkern groter is, zal het 'uitvliegerpercentage' voor een recreatieve dagtocht tot een grotere druk op het gebied leiden (hoe meer inwoners, hoe meer dagtochten in de directe omgeving). In het plangebied heeft de omgeving van Hoogeveen met de meeste dagtochten te maken, gevolgd door Meppel en Steenwijk.

Tevens blijkt dat bij 55% van de dagtochten de auto als belangrijkste vervoermiddel wordt gebruikt. Voor recreatieve dagtochten is het dus van belang dat men via het infrastructurele netwerk adequaat naar de gewenste bestemmingen wordt 'geleid', bij voorkeur over wegen met een stroomfunctie. Lastig hierbij is dat de dagrecreant de omgeving vaak goed kent en daarom moeilijk geleid kan worden.

Vanuit de grotere plaatsen komen de inwoners in grote lijnen als volgt het gebied binnen:

Hoogeveen:	A28 – Pesse – Eursinge – Kraloërweg/Kraloo of Anholterweg – Anholt A28 – Spier – Spieringerweg – Oriëntatiecentrum
Beilen/Assen:	N381-Hoogersmilde-Terwisscha A28 – Spier – Spieringerweg – Oriëntatiecentrum
Beilen:	Smalbroek – Lheebroek
Meppel:	N375 - Pesse – Eursinge – Kraloërweg/Kraloo of Anholterweg – Anholt N275 – Echtenseweg – Ruinen – De Benderse Buitenvaart – Havelte – Holtinge N851 - Reestdal
Steenwijk:	A32 – Ruiteweg – Darperkerkweg – Holtinge Eesveenseweg – Nijensleek – Frederiksoord – Vledder – Doldersum Eesveenseweg – Nijensleek – Frederiksoord – Vledder – Wapse – Diever
Oosterwolde:	N381 – Terwisscha N381 – Terwisscha - Appelscha

⁵ De groene impact op de lokale economie van gemeente Westerveld, de huidige baten van groen in Westerveld in kaart gebracht, Triple E, januari 2008

⁶ Toeristisch Recreatieve Ontwikkelingsmonitor (TROM) gemeente Ooststellingwerf, Grontmij, 2009.

⁷ De groene impact op de lokale economie van gemeente Westerveld, de huidige baten van groen in Westerveld in kaart gebracht, Triple E, januari 2008, blz. 23

Regionale bevolking

De bevolking in de wijdere omgeving (Zwolle, Drachten, Heerenveen, Assen) maken in mindere mate gebruik van de recreatiemogelijkheden in het plangebied. In deze gemeenten wonen bijna 250.000 mensen. Een deel hiervan zal in het plangebied recreëren. Met name bestemmingen aan de randen trekken veel regionale dagrecreanten, bijvoorbeeld de bezoekerscentra Dwingelderveld (vanuit Assen, Zwolle) en Terwisscha en Duinen Zathe in Appelscha (vanuit Drachten, Heerenveen). Vanuit Assen is tevens een trek richting Norg/Veenhuizen, richting het Drentsche Aa gebied en richting de bossen van Hooghalen.

De dagrecreant, die frequent in het gebied komt recreëren is, qua kennis over en gebruik van het gebied, vergelijkbaar met de bevolking van het plangebied. Ook hier is het van belang dat men via het infrastructurele netwerk adequaat naar de gewenste bestemmingen wordt geleid.

Bovenregionale bezoekers

Vooraf de nationale parken hebben een bovenregionale uitstraling. Ze trekken bezoekers uit heel Nederland of zelfs uit het buitenland. Deze bezoekers zullen in het algemeen met de auto komen, een zeer klein percentage zal een trein- en/of (georganiseerde) busreis ondernemen.

Deze dagrecreanten kennen het gebied meestal niet en zullen via bewegwijzering en/of routebeschrijving naar de bestemming reizen. Een goede '(be-)geleiding' via het infrastructurele netwerk is in dit geval zeer belangrijk. Voor deze recreanten hebben bovenregionale transferpunten een belangrijke betekenis.

Verblijfsrecreanten

Er zijn twee soorten mobiliteitstromen die verband houden met verblijfsrecreatie: de reis naar de vakantiebestemming toe en de dagtochten vanaf het vakantieadres. De eerste soort komt eigenlijk maar twee keer per vakantie voor en zal zich voornamelijk toespitsen op autoverkeer. De tweede soort mobiliteitstroom, dagtochten vanaf het vakantieadres, kent een piek in juli en augustus.

Gemiddeld maakt de vakantieganger 1,5 dagtocht per vakantie. De laatste jaren neemt het aantal korte binnenlandse vakanties toe, ook buiten het hoofdseizoen, onder andere als gevolg van de vergrijzing en als gevolg van de economische crisis. Hierdoor zal er ook meer spreiding komen in de dagtochten van verblijfsrecreanten

In zijn algemeenheid is het wel zo dat de recreatieve druk op aantrekkelijke gebieden voornamelijk veroorzaakt wordt door de eigen inwoners en in heel bescheiden mate door toeristen en recreanten. Ter vergelijking: een gebied als de Veluwe trekt op jaarbasis 28 miljoen dagbezoekers en 1,7 miljoen vakantiegangers aan.

2.4 Hoe reizen de bezoekers?

In zijn algemeenheid is de auto verreweg het favoriete vervoermiddel bij dagtochten. In 55% van alle dagtochten wordt van dit vervoermiddel gebruik gemaakt. De fiets is een goede tweede met 25% en het openbaar vervoer scoort 8%. De fietser vertrekt meestal direct vanaf het huisadres, wandelaars daarentegen gebruiken eerst de auto om naar het wandelgebied toe te rijden. Het collectief vervoer wordt weinig gebruikt voor dagtochten. Op lange afstanden kan de trein nog wel eens concurreren met de auto.

Ongeveer 75% van de dagrecreanten recreëert binnen een straal van maximaal 20 kilometer vanaf het huisadres. Slechts 5% legt een afstand van 80 kilometer of meer af. Fietsers blijven voor 65% binnen een afstand van 5 km, auto's voor 22%.

Een dagtocht kan worden opgesplitst in een reistijd en een verblijftijd. De totale reistijd is de heen- en terugreis samen, inclusief wachttijden. De automobilist reist gemiddeld zo'n 52 minuten tijdens z'n dagtocht. Korte reistijden worden gevonden bij dagtochten met als belangrijkste

vervoermiddel de fiets of bromfiets. Langere reistijden worden gevonden bij de motor en de touringcar; meer dan 60% reist meer dan 2 uur.

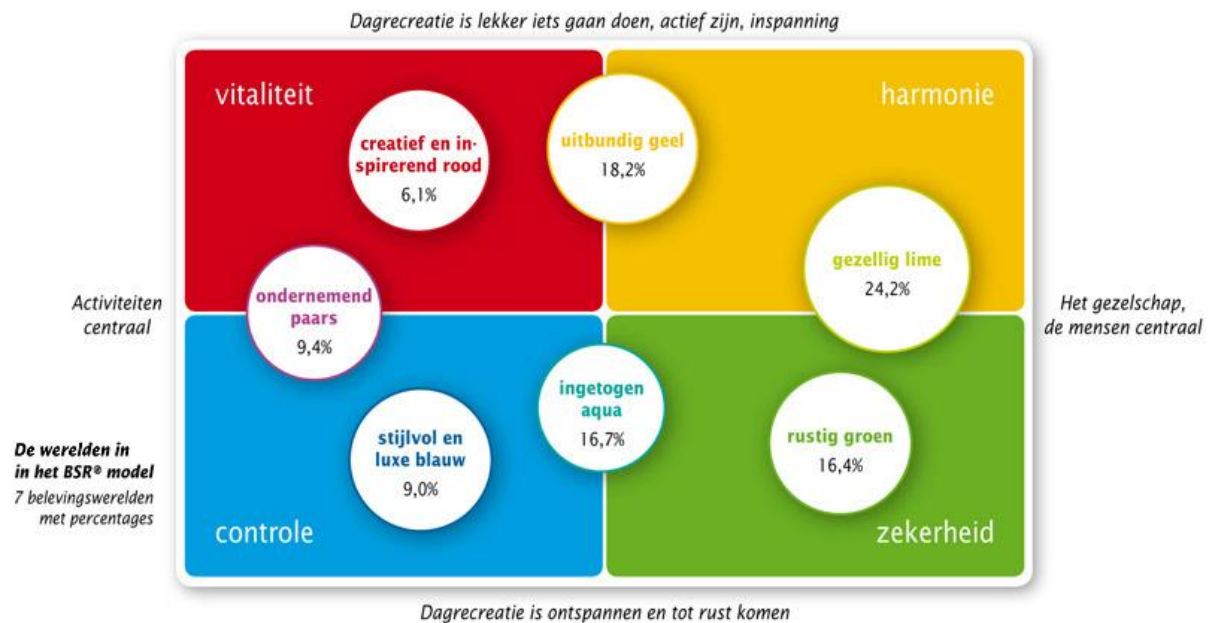
Belangrijkste activiteit tijdens een dagtocht vanaf een vakantieadres is een bezoek aan een attractiepunt, bezienswaardigheid of evenement. Hiervoor wordt vaak de auto gebruikt. Verblijfsrecreanten gebruiken echter ook vaak de fiets. Omdat de verblijfsrecreant de omgeving van zijn verblijfplaats vaak minder goed kent, is hij beter te 'leiden'. Een goede informatie, bewegwijzering en eventueel het aanbod van alternatief vervoer vanaf bijvoorbeeld de camping kan tot een vermindering van de recreatieve druk leiden.

2.5 Doelgroepen: wat zoeken de mensen?

Algemeen

De Recron heeft - samen met een aantal provincies - de Nederlandse doelgroepen in de dagrecreatie in kaart gebracht. De achterliggende gedachte is dat kenmerken als leeftijd, opleiding, geslacht en inkomen minder goed in staat zijn om de consument van vandaag te typeren en te verklaren. Daarom zijn ook de meer psychologische kenmerken van de consument in kaart gebracht zoals karakterkenmerken, waarden, leefstijlen. Dit geeft zicht op de wensen, motieven, behoeftes en interesses die mensen hebben. Deze kenmerken zijn volgens de Recron in toenemende mate verklarend voor het feitelijk gedrag van recreanten.

Schema 2.1 Leefstijlen dagrecreatie bij de Nederlandse bevolking



In totaal onderscheidt Recron zeven belevingswerelden, elke belevingswereld wordt aangeduid met een eigen kleur. De twee grootste groepen zijn:

1. Mensen die in gezelschap van anderen enige mate actief willen zijn en dingen willen doen (42,4% van de bevolking: geel + lime);
2. mensen die meer kiezen voor rust en ontspanning, in meerdere of mindere mate in gezelschap van anderen (33,1%: aqua + groen).

Tenslotte zijn er nog drie kleinere categorieën ('niches') die meer specifiek kiezen voor luxe en stijl (9%), veel dingen individueel ondernemen (9,4%) of mensen die creativiteit en inspiratie zoeken (6.1%). De cultuurliefhebbers vallen binnen de categorieën Ingetogen Aqua, Stijlvol en Luxe Blauw en Creatief en Inspirerend Rood.

Zuidwest Drenthe

In Zuidwest Drenthe zijn de belevingsgroepen als volgt verdeeld. De leefstijlen Gezellig Lime (30%) en Rustig Groen(18%) zijn relatief meer aanwezig dan het landelijk gemiddelde. Samen vormen deze twee leefstijlen bijna de helft van de inwoners. De Gele (19%) en Rode leefstijlen (6%) zijn evenredig vertegenwoordigd en de Blauwe (8%) en Paarse (7%) leefstijlen zijn licht ondervertegenwoordigd in de regio. De Aqua (13%) groep blijft verder achter.

Opvallend is dat de inwoners in Zuidwest Drenthe relatief weinig culturele activiteiten doen. Ook het bezoek aan attracties is laag. Dit is te verklaren door het feit dat de leefstijlen Aqua, Blauw en Paars ondervertegenwoordigd zijn. Wel wordt in het gebied veel gewandeld (met name Lime) en gefietst (met name Groen). Verder bezoekt men vaker sportwedstrijden en markten (rommelmarkten, kerstmarkt). Een bezoek aan monumenten, oudheidkundige of archeologische objecten (zoals hunebedden) wordt ook relatief vaak gedaan, onder andere Groen is daar in geïnteresseerd. Opvallend is dat de gemeente Meppel een grote oververtegenwoordiging kent van de Creatief en Inspirerend Rode leefstijl en Hogeveen juist van de Gezellig Lime leefstijl.

Volgens de provincie Fryslân zijn van de Friese gemeenten nog geen leefstijlen bekend. Wel is bekend dat de blauwe doelgroep oververtegenwoordigd is onder de bevolking in het gebied van de Friese Wouden.

Bij de inrichting van de toegangspoorten naar de toeristische hotspots van Zuidwest Drenthe kan rekening gehouden worden met deze variëteit aan leefstijlen. De gele, groene en lime leefstijlen zijn sterker op mensen gericht en maken vaker gebruik van voorzieningen waar veel andere mensen komen. Bij het ontwerp en de inrichting van de grotere toegangspoorten kan hiermee rekening gehouden worden. Dan is de kans op grotere bezoekersaantallen het grootst.

De groepen in het blauwe en rode spectrum zijn individualistischer en zoeken vaker hun eigen weg. Ze laten zich moeilijker geleiden en verzamelen en maken vaker gebruik van kleinere, meer bijzondere voorzieningen.

2.6 Hoe ziet de toekomst er uit?

Verwacht wordt dat de personenmobiliteit (auto en openbaar vervoer) tot 2040 met 10 tot 15 procent groeit. Het aandeel van de auto neemt verder toe en de vraag naar openbaar vervoer concentreert zich op het woon-werkverkeer in de spits en in de Randstad⁸. Verschillende trends in de maatschappij liggen hieraan ten grondslag: vergrijzing, verstedelijking, meer korte vakanties in eigen land, flexibilisering van arbeidstijden ('het nieuwe werken'). Dit betekent voor het plangebied, dat recreanten (nog) meer behoefte hebben aan extensieve routegebonden recreatie, zoals fietsen en wandelen.

Recreanten hebben ook in de toekomst behoefte aan rust, ruimte en 'platteland'. Misschien wel meer dan nu vanwege de druk die de werkende generatie van de toekomst gaat voelen om de verzorgingsstaat betaalbaar te houden. Ook de vraag naar natuurgerichte recreatie neemt toe. Tevens is er in toenemende mate behoefte aan vrijheid, ongebondenheid en flexibiliteit. Een steeds meer diverse en variërende invulling van dagtochten en vakanties en de toenemende behoefte aan rust, ruimte, platteland en natuurbeleving zal ook gevolgen hebben voor de recreatiemobiliteit.

Het is de vraag in hoeverre de in de afgelopen jaren regelmatig door deskundigen geconstateerde behoefte aan meer luxe afgeremd wordt als gevolg van de bezuinigingen en de economische crisis. Wel zal er door de vergrijzing een blijvende en toenemende behoefte zijn aan meer comfort, aan meer beleving en aan meer betekenisgeving.

⁸ Welvaart en Leefomgeving, een scenariostudie voor Nederland in 2040, Janssen, L.H.J.M., V.R. Okker en J. Schuur. (2006, Centraal Planbureau, het Milieu- en Natuurplanbureau, het Ruimtelijk Planbureau.

2.7 Conclusie

Voor de recreatiemobiliteit betekent het voorgaande:

- meer recreatiebewegingen naar het buitengebied;
- meer behoefte aan goed en comfortabel ingerichte plekken, waar recreanten van vervoerswijze kunnen veranderen en waar ze meerdere activiteiten kunnen ontplooiën;
- meer recreatiemobiliteit die niet aan weekenden of vakanties is gebonden;
- meer verkeersdeelnemers die niet aan de spitsuren zijn gebonden;
- meer verplaatsingen met recreatief motief;
- recreatie 'om de hoek' wordt belangrijker;
- een meer gespreid patroon in het seizoen door seizoensverlenging;
- meer behoefte aan beleving en betekenisvolle ervaringen.

Mensen met de leefstijlen Gezellig Lime en Rustig Groen zijn relatief veel aanwezig in het gebied. Samen vormen deze twee leefstijlen bijna de helft van de inwoners. De Gele en Rode leefstijlen zijn evenredig vertegenwoordigd en de Aqua, Blauwe en Paarse leefstijlen zijn ondervertegenwoordigd in de regio. Hieruit kan geconcludeerd worden dat bij de bevolking in het gebied geen bovenmatige interesse is voor zaken als cultuur, inspiratie en (cultuur)historie. Wel is het zo dat in zijn algemeenheid de belangstelling voor (cultuur)historie en nostalgie aan het toenemen is vanwege de met de vergrijzing samenhangende herinneringen uit het autobiografische geheugen⁹.

Door strategisch gelegen toegangspoorten adequaat in te richten kan de toenemende recreatiemobiliteit in goede banen worden geleid. Door de inrichting van de poorten af te stemmen op de leefstijlen van de bevolking uit de toeleverende plaatsen wordt voorkomen dat niet overal hetzelfde wordt aangeboden. Door zo te werk te gaan kan een toegangspoort functioneren als marketinginstrument voor het achterliggende bestemmingsgebied, een sturingsinstrument om bezoekers er toe te verleiden zich daar te begeven waar de draagkracht van het gebied het grootst is.

⁹ Waarom het leven sneller gaat als we ouder worden, Douwe Draaisma, 2001.

3 De huidige toegangen

3.1 Inleiding

In de volgende paragrafen bespreken we kort de huidige toegangen tot Zuidwest Drenthe. We spreken hier bewust niet van 'poorten' omdat later in dit rapport zal blijken dat bij alle toegangen één of meerdere kenmerken van een poort ontbreken (zie hoofdstukken 4 en 5). Het zijn ingangen naar het gebied, die in een aantal gevallen als hoofdingang gezien kunnen worden (Spier, Appelscha, Ruinen). In bijlage 4 geven we een overzicht van de huidige toegangen tot het gebied.

3.2 Spier

Het Oriëntatiecentrum Dwingelderveld in Spier is gelegen aan de Oude Postweg, nabij de afslag van A28, aansluitend aan de locatie van Motel van der Valk. Jaarlijks trekt dit punt ongeveer 125.000 bezoekers.

Het centrum is eigendom van Staatsbosbeheer. Het bestaat uit een informatieruimte met een grote maquette van het Dwingelderveld en een kleine snackbar met terras en fietsverhuur. De exploitatie van het Oriëntatiecentrum wordt vanaf dit jaar (2012) geëxploiteerd door het naastgelegen Motel Van der Valk.



3.3 Ruinen

Bij Ruinen ligt het Bezoekerscentrum Dwingelderveld, eigendom van Natuurmonumenten. In het bezoekerscentrum is veel informatie krijgen over het Dwingelderveld. In een winkeltje zijn leuke dingen te koop, zoals boeken over de natuur of knuffels. Tevens is er een maquette van het Dwingelderveld. In de buitenruimte is een pad dat in het water loopt met aan de zijkanten glazen wanden, waardoor men onder water kan kijken. Tevens zijn hier de kantoren van Natuurmonumenten gevestigd.

Het bezoekerscentrum trekt gemiddeld 170.000 bezoeken per jaar, 30% van de bezoekers komt uit de regio, 70% komt van verder weg, meestal als vakantieganger. Deze bezoeken vinden voornamelijk plaats in de acht weken van het hoogseizoen.

Natuurmonumenten heeft in de nabijheid een boerderij aangekocht. Hier worden in de toekomst de kantoren en de opslag van materialen (nu nog in Dieverbrug) gevestigd.

Er zijn plannen om het heidegebied direct te laten aansluiten op het bezoekerscentrum. Er is een plan om door dit toekomstige heidegebied een wandelpad aan te leggen, dat via de nabijgelegen Schaapskooi het Dwingelderveld in loopt. Buurtbewoners hebben tegen deze plannen bezwaar gemaakt.



3.4 Diever

Aan de Bosweg in Diever is een Toeristisch Informatiepunt (TIP) gevestigd. Hier kan men terecht voor informatie, kaarten en folders/routes over het Nationaal Park Drents Friese Wold.



In feite is dit punt de zuidelijke satelliet van de twee Bezoekerscentra naar het Drents-Friese Wold. De andere, meer aan de noordkant, is gelegen in Terwisscha in Zuidoost Fryslân, langs de N381 nabij Appelscha. Tot nu toe heeft het centrum in Diever zich niet kunnen ontwikkelen tot een volwaardig bezoekerscentrum, van waaruit tal van activiteiten in de natuur kunnen worden ondernomen. Bij de beheerders is wel ambitie om er een volwaardig bezoekerscentrum van te maken.

3.5 Havelterberg/Holtingerveld

Een deel van dit gebied, de Havelterberg, wordt door recreanten en toeristen bijzonder veel bezocht. De natuur, het reliëf, de aanwezigheid van hunebedden en andere toeristische voorzieningen en horeca zorgen er voor dat het gebied jaarlijks rond de 200.000 bezoekers trekt. De afwikkeling van het verkeer is hier echter niet goed geregeld. Mede door de toeloop naar het theehuis/café-restaurant ontstaan hier verkeersonveilige situaties.

De gemeente Westerveld heeft een terrein met een dagrecreatieve bestemming in eigendom. Hierop zijn een dagrecreatief steunpunt (speelterrein) en het vlinderparadijs 'Papiliorama' gevestigd en er is een ruime parkeergelegenheid aanwezig.



Op enige afstand in Uffelte ligt de schaapskooi van de Stichting Holtinger Schaapskudde (ca. 3.500 bezoekers per jaar). Er ligt een advies aan de Provincie Drenthe om initiatieven die gericht zijn op nieuwbouw van de kooi op het dagrecreatieve steunpunt Havelterberg positief te benaderen¹⁰.

Om zowel het toerisme als het in stand houden van de natuur naast elkaar te kunnen laten verlopen en om het recreatief gebruik van de Havelterberg te laten reguleren, is de gemeente van plan om hier een recreatieve 'toegangspoort' te maken. De bedoeling is om de recreatieve druk in dit gebied te concentreren, om de rest van het gebied, een Natura 2000 gebied, te ontlasten. Op de toegangspoort en in de directe omgeving er van worden themaroutes ontwikkeld, gericht op de belangrijkste vormingsprocessen van het gebied: ijs en oorlog.

Om de voorgenomen plannen te kunnen realiseren is het bestemmingsplan Toegangspoort Oerlandschap Holtingerveld opgesteld. Het naastgelegen vlinderparadijs heeft bezwaar gemaakt.

3.6 Terwisscha/Appelscha

Zoals reeds opgemerkt, kent het Nationaal Park twee formele toegangspoorten: het Bezoekerscentrum Drents-Friese Wold nabij Terwisscha aan de Friese kant en het Steunpunt Diever aan de Drentse kant. Bij Terwisscha kunnen de gasten hun auto parkeren, informatie krijgen over het Nationaal Park, er is een tentoonstelling en er is horeca. Vanuit hier worden ook de activiteiten georganiseerd. Op dit moment



¹⁰ Uitbreiding/verplaatsing/nieuwbouw schaapskooi t.b.v. c van de provincie Drenthe, 2009.

komen hier zo'n 180.000 bezoekers per jaar.

Staatsbosbeheer (SBB) verwacht dat de bezoekersaantallen zullen blijven stijgen tot circa 260.000 in 2015. De jaarlijkse bestedingen bedragen op dit moment circa € 200.000 tot € 250.000, gemiddeld € 1,- á € 1,35 per bezoeker.

Het huidige bezoekerscentrum kampt met problemen, zoals een te grote druk op de natuur in de omgeving, een te kort aan parkeergelegenheid, een krappe ontvangstruimte en horeca, en sanitaire voorzieningen die aan uitbreiding en restauratie toe zijn. Bij stijgende bezoekersaantallen zullen deze problemen nijpender worden.

Om deze reden heeft de Stuurgroep Ontwikkelagenda Appelscha e.o op 12 januari 2012 besloten om het bezoekerscentrum te verplaatsen van Terwisscha naar de Boerestreek, mits het financieel en planologisch haalbaar is, duurzaamheid een item is en voor de huidige locatie een goede invulling is gevonden. Hiermee worden naar verwachting twee vliegen in één klap gevangen. Enerzijds ontstaat er een verminderde druk op de kwetsbare natuur in de omgeving van de huidige locatie, anderzijds kan een mogelijke verplaatsing de sleutel zijn tot revitalisatie van de Boerestreek.

Onder het mom "natuur mag je benutten" is Staatsbosbeheer een nieuw 'poortconcept' aan het ontwikkelen, de zogenaamde Buitencentra: centrale plekken voor diverse activiteiten (natuurbeleving, overnachting, educatie, B2B, ontspanning). De Buitencentra worden de retail- en horecapunten van Staatsbosbeheer (resp. 200 m² en 150 m²). Ze krijgen een eenduidig en herkenbaar productassortiment, er worden arrangementen verkocht en ze worden de vertrek- en eindpunt van excursies. De centra moeten kostendekkend geëxploiteerd worden.

Op dit moment wordt de haalbaarheid van de verplaatsing in beeld gebracht. Deze haalbaarheid heeft betrekking op drie elementen:

1. De financiële haalbaarheid: medio februari 2012 worden de resultaten hiervan verwacht.
2. De planologische haalbaarheid: in een nieuw bestemmingsplan voor de Boerestreek wordt rekening gehouden met de komst van het bezoekerscentrum naar de Boerestreek. De verwachting is dat het voorontwerp bestemmingsplan rond de zomer van 2012 in de inspraak komt.
3. Invulling huidige locatie: er zijn gesprekken gevoerd met ondernemers die geïnteresseerd zijn in de huidige locatie van het bezoekerscentrum.

3.7 Overige (mogelijke) poorten

Lhee

In Lhee is een informatieschuur van Staatsbosbeheer. Hier wordt informatie verschaft over het onderhoud van het Dwingelderveld. Dit wordt gedaan door middel van een film en touchscreen schermen. Deze informatieschuur wordt op termijn gesloten.

Pesse

In Pesse is een ondernemer – eigenaar van een tankstation – die plannen heeft om een toegangspoort naar het Dwingelderveld in te richten.

Frederiksoord en Veenhuizen

De Maatschappij van Weldadigheid denkt over het inrichten van een toegangspoort naar het Drents Friese Wold en mogelijk het Holtingerveld vanuit Frederiksoord, bijvoorbeeld aansluitend op het museum Koloniehof.

De Stichting Veenhuizen Toerisme & Recreatie en de Maatschappij van Weldadigheid te Frederiksoord hebben een gemeenschappelijk 'kolonieverleden'. Het in oktober 2011 in gebruik genomen Pauperpad onderstreept deze band.

Beide gebieden zijn voorgedragen voor de voorlopige – Nederlandse - lijst van UNESCO Werelderfgoed. Zowel in Frederiksoord als in Veenhuizen wordt nagedacht hoe de poortfunctie naar de omgeving versterkt kan worden met informatie op het gebied van de cultuurhistorie.

Hoogersmilde

Bij de campings De Horrebieter en de Reeënwissel zijn plannen om de toegang tot het Drents Friese Wold te versterken.

Dorp Spier

De inwoners van het dorp Spier – gelegen aan de andere kant van de snelweg als het Oriëntatiepunt Spier – denken na over de mogelijkheid om hun dorp als totaliteit in te richten als toegangspoort naar het Dwingelderveld.

NS stations

De plaatsen Beilen, Hoogeveen, Meppel en Steenwijk beschikken over een NS station. Een zeer beperkte groep bovenregionale toeristen en recreanten zal met de trein naar één van deze stations rijden om van daaruit Zuidwest Drenthe te bezoeken. Aan deze toeristen kan informatie verstrekt worden over de meest geschikte toegangen naar Zuidwest Drenthe.

Dieverbrug

Dieverbrug ligt tussen beide Nationale Parken in. Er is sprake om in combinatie met de ontwikkeling van de jachthaven en enkele camperplaatsen hier tevens een informatiepunt over het gebied te creëren. Deze plek kan dan dienen als een 'stapsteen' of 'knooppunt' tussen beide Nationale Parken.

De Wijk / Havikshorst

Binnen het project Reestdal op de Kaart is bijgedragen aan enkele voorzieningen bij de Havikshorst, als ontsluiting naar het Reestdal. Maar ook de werkzaamheden die op dit moment in het centrum van de Wijk plaatsvinden, bieden wellicht mogelijkheden om samenwerkend met ondernemers te komen tot het verder uitbouwen van deze locatie als poort naar het gebied.

3.8 Conclusie

Elk toegangspunt is vanuit een vaak geheel eigen ontstaansgeschiedenis gegroeid naar de huidige verschijningsvorm. Zodoende is in Zuidwest Drenthe nog geen sprake van 'echte' poorten, met een duidelijke formule en een onderliggende basisgedachte. Ze zijn niet het resultaat van een overkoepelende integrale visie op vorm, inhoud en functie in relatie tot de specifieke kenmerken van het gebied en de wensen, behoeften en gedragingen (leefstijlen) van de bevolking.

4 Benchmark

4.1 Utrechtse Heuvelrug

Op de Utrechtse Heuvelrug is een systeem ontwikkeld van poorten, groene entrees en informatievoorzieningen (zie bijlage 1 voor de kenmerken). Daarvoor gelden de volgende criteria:

Zonering

De basis van het systeem is de zonering van natuur en recreatie. Doel daarvan is enerzijds de waarden van samenhang en rust te waarborgen, anderzijds om voldoende mogelijkheden te bieden aan recreatief medegebruik. Deze zonering is het belangrijkste criterium waaraan de opvang van bezoekers moet voldoen.

Mobiliteit

Een ander belangrijk criterium is het terugdringen van de automobiliteit binnen het Nationaal Park. Het stimuleren van het gebruik van het openbaar vervoer vormt een deel van de oplossing. Het grootste effect mag echter worden verwacht door de realisering van uitnodigende poorten en groene entrees direct aan de A12. Dit is bij veel locaties in strijd met de gewenste zonering.

Beleving en informatie

Om het Nationaal Park een onverwisselbaar gezicht te geven, wordt in het informatietraject nadrukkelijk gewezen op de kwaliteiten van het gebied (natuur, rust, grandeur, geologie, archeologie, cultuurhistorie, tabaksteelt, landgoederen, engen, grafheuvels, kasteel Amerongen en Huize Doorn). Dit wordt voor de bezoekers toegankelijk en beleefbaar gemaakt. Naast de terreingebonden informatie kunnen de bezoekers uiteraard ook op Internet en in de verschillende informatiecentra kennis maken met het gebied en zijn kwaliteiten.

Exploitatie

De budgetten voor de realisatie zijn niet bedoeld voor de dekking van de exploitatielasten van het centrum. Naast financiering door natuur- en landschapsorganisaties en gemeenten wordt gezocht naar combinatiemogelijkheden met andere functies, zoals horeca- en recreatiebedrijven. Aanname hierbij is dat beide functies elkaar kunnen versterken en dat daarom, bijvoorbeeld in de vorm van levering van faciliteiten of personeel, een bijdrage in de exploitatie mag worden verwacht.

4.2 Drentsche AA

Levend netwerk

Het Nationaal beek- en esdorpenlandschap Drentsche Aa kenmerkt zich door een netwerk van informatiepunten en activiteiten verspreid over het gebied, een 'levend bezoekersnetwerk'. Het idee daarbij is dat de dorpen samen het netwerk vormen en dat de bewoners een grote rol spelen bij de invulling. In het voorjaar zijn twee bijeenkomsten over de uitwerking van dit plan gehouden waarvoor alle bewoners en andere betrokkenen waren uitgenodigd.

Een van de redenen om niet voor een centraal bezoekerscentrum te kiezen is dat het gebied van veel kanten toegankelijk is; er is niet één duidelijke 'ingang'. Het vaste deel van het netwerk zal bestaan uit een aantal informatiepunten. Op de ene plek kan een theeschenkerij of een winkel het informatiepunt vormen, ergens anders bijvoorbeeld een VVV-kantoor of een landbouwbedrijf. Elk punt kan zijn specialisme inbrengen; samen geven de informatiepunten het totale

palet. Daarnaast krijgt het netwerk een 'flexibel' deel, bestaande uit activiteiten van en door mensen uit het gebied, zoals wandelingen, vertellingen, voorstellingen en kunstworkshops.

Vast en flexibel deel

Het netwerk bestaat uit vier toegangspoorten aan de rand van het gebied en diverse knoop- en informatiepunten met Drentsche Aa gastheren en gastvrouwen, verspreid over het Nationaal Park. Toegangspoorten bestaan uit parkeerlocaties voorzien van gebiedsinformatie. Gebiedsbezoekers worden via bewegwijzering langs de hoofdinvalswegen naar de Toegangspoorten geleid. Ter plekke worden ze uitgenodigd om wandelend en fietsend het landschap verder te verkennen. Elke toegangspoort is voorzien van een Nationaal Park informatiezuil waarop de gebiedsbezoeker zich kan oriënteren en informeren.

Rolde

De eerste toegangspoort ligt in het centrum van het dorp Rolde. De rijke historie van het cultuurhistorische Drentsche Aa landschap is het centrale thema van de Toegangspoort Rolde. Vanuit de toegangspoort lopen diverse cultuurhistorische wandel- en fietsroutes door het dorp en omliggende landschap.

Anderen

Aan de Anlooërweg, even ten noorden van de bebouwde kom van Anderen is een nieuw knooppunt aangelegd op een oude vervallen picknickplaats. Deze parkeervoorziening is opgeknapt en uitgebreid naar in totaal 10 parkeerplaatsen, met een mogelijkheid voor een verdere uitbreiding in de toekomst met nog 10 parkeerplaatsen. De parkeerplaats wordt voorzien van een informatiezuil met informatie over de omgeving. Het nieuwe knooppunt krijgt de naam Hagenbrink als verwijzing naar de oude streeknaam.

Tynaarlo

De toegangspoort "Wedbroeken" voorziet in parkeerruimte voor vijftig auto's (uitbreiding naar honderd is mogelijk in toekomst), een informatiepunt en (in de toekomst toiletten). Ook zijn er speelmogelijkheden voor kinderen. Het terrein past goed in de bestaande langwerpige kavelstructuur met houtwallen en heeft een groen uiterlijk. Rond de parkeerplaats zijn aarden wallen aangelegd met gras en verspreide boomgroepen. De wallen zijn steil aan de binnenkant en glooiend aan de buitenzijde. Bij de inrichting van deze toegangspoort is gekozen voor het thema landbouw. Op dit moment is het perceel achter de parkeerplaats ingezaaid met een mengsel "bloemrijke akker".

4.3 Nationaal Park De Hoge Kempen

Missie

Het systeem in het Nationaal Park De Hoge Kempen in België kan niet los worden gezien van de missie van deze organisatie: "*Duurzame streekontwikkeling op basis van de actuele én potentiële kwaliteiten van natuur, landschap en streekidentiteit*". De organisatie is actief op het snijvlak tussen natuurbehoud & landschapszorg en duurzame recreatie en toerisme. Door middel van duurzame en concrete projecten en een gericht doelgroepenbeleid beoogt men het draagvlak ten aanzien van natuurbehoud en landschapszorg te verhogen.

Hoofdpoort en lokale poorten

In de Hoge Kempen zijn vijf lokale poorten ontwikkeld, die de stroom bezoekers opvangen. Herkenbare parkeervoorzieningen en boeiende onthaalcentra zorgen er voor dat de natuurgegunde recreant na aankomst meteen op het juiste spoor gezet wordt. Alle vijf lokale poorten hebben een eigen identiteit, met elk een eigen beeldmerk, gebaseerd op de datgene wat het gebied in de omgeving van die poort te bieden heeft¹¹:

1. Kattevennen: dromen van de kosmos.
2. Lieteberg: insectenleven op blote voeten.

¹¹ <http://www.visitnationaalpark.be/>

3. Mechelse Heide: wandelen op grote hoogte.
4. Pietersheim: Prins Heerlijk spelen door de tijd.
5. Station As: sporen en fietsen door mijnstreek.

Ondernemers

Bij het realiseren van de toegangspoorten is samenwerking gezocht met ondernemers. Zo kent de poort Mechelse Heide drie instapplaatsen: Café de Statie te Eisdien, camping Kikmolen te Opgrimbie en camping Salamander te Mechelen a/d Maas. Bij elke instapplaats is informatie te verkrijgen over het Nationaal Park Hoge Kempen. Ook zijn ze de startplaats van diverse wandel- en fietsroutes.

Voorbeeld: thema Kattevennen

In Kattevennen staat de poort in het teken van de macrokosmos, met de Cosmodrome als markantste oriëntatiepunt. In het 'bezoekersonthaal' kan men terecht voor informatie over activiteiten die plaats vinden aan de toegangspoort, over de fiets- en wandelmogelijkheden. Ook kan men er een ticket kopen voor het bijwonen van een voorstelling in de Cosmodrome. Bovendien is er een permanente interactieve tentoonstelling en een shop met hebbedingen.

Verslag werkbezoek

In oktober 2011 brachten ondernemers en andere organisaties uit het Drentsche Aa gebied een bezoek aan dit Nationale Park. Enkele conclusies uit dit verslag: pleisterplaatsen voor paarden creëren, poorten op zichtlocatie, hoe ga je om met bestaande horeca, toegangspoorten gerund door aparte stichtingen met eigen begroting/exploitatie, combinaties zoeken met bestaande bedrijven, Nationaal Park is gratis, voor de extra's moet betaald worden, visitor pay back systeem, opt out regeling (consument mag zelf bepalen of hij een extra bedrag op de rekening betaalt voor gebiedsfonds), branding en herkenbaarheid, elke toegangspoort eigen thema en eigen doelgroep, monitoren van bezoekers.

Op 29 maart 2012 is vanuit het Nationale Park Drents Friese Woud, aangevuld met vertegenwoordigers van het Nationale Park Sallandse Heuvelrug, een werkbezoek gebracht aan de Hoge Kempen. Enkele waarnemingen:

- De organiserende partij is geheel overheidsgefinancierd en heeft geen eigen belangen in de poorten. Er wordt 'gebruik' gemaakt van de bestaande ondernemers en vrijwilligersorganisaties. Ook de promotie en de marketing worden zoveel mogelijk overgelaten aan de daarvoor bestaande organisaties. Deze onafhankelijkheid versterkt de regiefunctie die de organiserende partij vervult.
- De poorten liggen allemaal op soms vrij grote afstand van het bestemmingsgebied zelf. Door het aanbieden van attracties en activiteiten in de poorten, komt het vaak voor dat mensen na een bezoek zeggen dat ze in de Kempen zijn geweest, maar daadwerkelijk nooit een stap hebben gezet in het Nationale Park.
- De boodschappen en het verhaal van de poort wordt vooral bepaald door het aanbod in de nabijheid van de poort. De link naar het bijzondere van het natuurgebied is echter vaak moeilijk te vinden. In de toekomst wil men hier nog aan werken.
- Door een uniforme inrichting, kleurgebruik en uitstraling, ontstaat er een sterke samenhang tussen de poorten. Bovendien is gebruik gemaakt van de lokaal aanwezige (mijn-)steen, wat het lokale karakter versterkt en onderstreept.
- Door het ontwikkelen van een sterk en aansprekend concept, hebben vele partijen zich achter de initiatieven geschaard en werden vele subsidie- en sponsorgelden gestroomlijnd.

4.4 Noord-Brabant

Criteria 40 natuurpoorten

Gedeputeerde Staten van Noord-Brabant heeft de wens uitgesproken en financiële middelen gereserveerd om in de periode tot 2016 een 40-tal Natuurpoorten te realiseren. Een Natuurpoort vormt de ingang van een bos- of natuurgebied waar de bezoeker de auto kan parkeren en vervolgens te voet, per fiets of te paard het gebied in kan gaan om te recreëren. Om in aanmerking te komen voor Brabants netwerk van Natuurpoorten moet een locatie tenminste aan vijf basiscriteria voldoen:

- Ligging binnen 300 meter van een natuurgebied met een bijdrage aan een betere zonering van het gebied (geleiden van bezoekersstromen en dus beïnvloeding van de aard en omvang van het recreatief gebruik in en nabij het gebied);
- Startpunt van diverse routestructuren. In elk geval is er een volwaardig wandelproduct aanwezig in de directe omgeving van de recreatieve poort en vormt de locatie een onderdeel van het fietsproduct in de regio. Andere vormen van routes zijn wenselijk, maar gelden niet als minimale eis (zoals ruiterroutes en skateroutes);
- Goed bereikbare en ruime parkeermogelijkheden. Een poort biedt de bezoeker de mogelijkheid zijn/haar auto te parkeren en vervolgens te voet, per fiets of te paard het gebied te verkennen;
- Aanwezigheid van een horecavoorziening;
- Voldoende ruimte om informatie over het natuurgebied en de routes aan te bieden.

Uniform en herkenbaar

De poortlocaties sluiten zich aan bij Brabantbrede marketing en promotie. De toepassing van een uniforme naam, informatievoorziening en huisstijl zorgen voor herkenbaarheid. Als onderdeel van het netwerk krijgen poortlocaties de beschikking over:

- een herkenbaar logo van het netwerk van Natuurpoorten en een uniforme huisstijl in communicatie-uitingen;
- een landmark op een centrale plek op de poortlocatie, die als blikvanger en herkenningspunt dient;
- een uniforme informatievoorziening op locatie over wandel- en fietsroutes in de omgeving en andere Natuurpoorten in Brabant;
- uniforme informatievoorziening over de cultuurhistorie en natuur van het gebied;
- opname van de poortlocaties op de nieuwe website <http://www.routesinbrabant.nl/>;
- regionale, provinciale en landelijke promotiemogelijkheden.

Gebiedseigen identiteit

De gebiedseigen communicatie (zoals naam en logo) blijft bij de poortlocaties te allen tijde in tact. Het netwerk van Natuurpoorten is een toevoeging, met het karakter van een 'kwaliteitskeurmerk'. De exacte invulling wordt per locatie toegespitst op het type gebied, de bestaande informatievoorziening, de natuur- en cultuurwaarden in de omgeving en de mogelijkheden die het gebied biedt. In samenwerking met onder meer ondernemers, landschappen, natuurbeherende organisaties en gebiedsmakelaars wordt deze invulling vastgesteld.

4.5 Midden Delfland

Poorten

Midden Delfland is een prachtig veenweidegebied omringd door grote bevolkingsconcentraties: Rotterdam, Delft, Den Haag, Schiedam, Vlaardingen en Maassluis. Voor de bewoners van de omliggende steden vormt Midden Delfland een aantrekkelijk en dichtbij gelegen ruimte om te verblijven en te recreëren. Om de fysieke en mentale drempels tussen stad en land te verlagen is hier het volgende concept ontwikkeld: *“Poorten van waaruit bezoekers het landschap kunnen beleven en waar informatievoorziening, recreatieve en economische activiteiten elkaar ontmoeten. De poorten functioneren als transferium met parkeervoorzieningen vanwaar bezoekers het gebied in kunnen per fiets, boot of te voet”*.

Fysieke, mentale en routepoorten

Men maakt een onderscheid tussen fysieke, mentale en routepoorten. Een fysieke poort is duidelijk één plek, een gebouw waar mensen naar toe gaan. Een poort heeft een mentale betekenis als bezoekers beseffen dat ze hier het gebied binnengaan, in dit geval hoeft een poort geen fysiek gebouw te zijn, maar is het een beleving: van de dichte stad naar het open landschap. Een routepoort is startpunt voor routes, de poort wordt in deze situatie gevormd door de route naar het buitengebied: de poort zorg voor verbinding en toegankelijkheid.

Thema's en criteria

Elke van de zes of zeven geplande poorten krijgt een eigen thema: bijvoorbeeld cultuurhistorie, water, natuureducatie, voedsel, ambachtelijk, sport/welzijn. De criteria zijn als volgt:

- poorten zijn bereikbaar voor verschillende vervoersmodaliteiten;
- poorten zijn onderling verbonden met een recreatief netwerk;
- poorten hebben een esthetische overeenkomst waardoor ze herkenbaar zijn;
- poorten spelen een rol in de informatievoorziening over het gebied;
- poorten bieden een minimaal niveau aan voorzieningen;
- een poort is meer dan een restaurant en een informatiepaneel.

4.6 Conclusies

Er is een grote verscheidenheid aan poorten in het land. Vooral als we daar ook nog de zogenaamde Toeristische Overstap Plaatsen (TOP's) aan toevoegen. In een aantal situaties fungeert een NS station als toegangspoort naar een bestemmingsgebied, echter meer in bestemmingsgebieden voor stedelijk toerisme (bijvoorbeeld Centraal Station Amsterdam, Groningen) dan voor toerisme naar het landelijk gebied. Bij het NS station in Steenwijk is een ondernemer die pogingen onderneemt om toeristen en recreanten naar het omliggende gebied te krijgen (verhuur van fietsen en tuktuks).

Bijna alle poorten zijn ingericht vanuit bepaalde ideeën over doelgroepen, bezoekersstromen, vervoersmodaliteiten, gebiedsmarketing, zonering en economisering. Nergens is een consequente invulling gezocht vanuit de essentie van het gebied waar de poort toegang tot verschaft.

Zuidwest Drenthe kan zich onderscheiden van alle andere gebieden in Nederland door elke poort zo in te richten dat de bezoeker onmiddellijk de essentie van deze regio op zijn netvlies krijgt. Deze essentie is wat Zuidwest Drenthe onderscheidt van alle andere gebieden. En wanneer de bezoeker dit begrijpt, gaat hij het ook waarderen. Dit leidt weer tot terugkomgedrag en meer bezoeken (zie hoofdstuk 6).

5 Functies en locatie van een poort

Er is behoefte om de bezoekers aan Zuidwest Drenthe op te vangen op een aantal daarvoor speciaal ingerichte locaties, de poorten (§ 1.4). Een poort vervult een aantal functies.

5.1 Functies

5.1.1 *Gastheerschap*

Primair is belangrijk dat de bezoeker zich welkom voelt in Zuidwest Drenthe. Gastheerschap wordt wel eens omschreven als "*gulheid in het onthalen van gasten*". Het gaat om het waarmaken van de verwachtingen van de bezoeker, door deze te onthalen en te verzorgen, door in te spelen op zijn wensen en behoeftes. Gastvrijheid is niet tastbaar, het is een beleving: wat wil de bezoeker, waar komt hij voor en wat wenst hij te gaan doen.

Een belangrijk onderdeel van gastheerschap is 'service', de toegevoegde waarde van het product of de dienst die aangeboden wordt.

5.1.2 *Visitor management en verkeersveiligheid*

Om grotere hoeveelheden mensen met de auto op te vangen is in eerste instantie een goede en voldoende parkeer gelegenheid nodig. Zo'n parkeergelegenheid moet goed bereikbaar zijn vanaf de hoofdaanvoerroutes en zo nauw mogelijk aansluiten bij het te bezoeken gebied. Een goede bewegwijzering is daarbij essentieel. Er vindt verwijzing plaats naar het gebied (hoofddoel van bezoek) en de voorzieningen die men in zo'n poort kan vinden (vervullen van behoeften).

In de poort zelf vindt een vermenging van verkeersstromen plaats. Automobilisten worden wandelaars of fietsers. En wandelaars en fietsers van elders bewegen zich eveneens door dit gebied. Aansluiting op openbaar vervoer is over het algemeen moeilijk realiseerbaar in het gebied, maar als er een aansluiting is dan geeft het meerwaarde (zoals bij Spier). Een duidelijke en veilige interne geleiding is noodzakelijk.

5.1.3 *Informatie*

De poort geeft op verschillende niveaus informatie, onderscheiden naar inhoud, ruimte en tijd:

- Locatie-informatie: welke voorzieningen kun je hier vinden, waar is wat in de poort, openingstijden, fietsverhuur mogelijkheden, interne bewegwijzering, etc.
- Gebiedsinformatie: wat is bijzonder aan dit gebied, waar zie je dat in het gebied terug, wat is er verder in dit gebied te vinden, waarom liggen bepaalde elementen juist in dit gebied en niet ergens anders en wat valt er te beleven, hoe kom je daar, etc. Wat is de relatie van deze poort ten opzichte van de andere poorten, wat is er nog meer in de regio te doen, enzovoort.
- Wat zijn de openingstijden van het bezoekerscentrum, hoe laat is de excursie, op welke dag is er een bijzondere activiteit, etc.

5.1.4 *Verblijfsgebied*

De poort is niet alleen een transitie gebied, maar ook een plek waar mensen kortere of zelfs langere tijd kunnen verblijven. Sanitaire voorzieningen, horeca, (thematische-) speelplekken, bezoekerscentrum, etc. nodigen uit om voor kortere of langere tijd hier te verblijven. Mits aantrekkelijk en van voldoende kwaliteit biedt dit mogelijkheden om mensen met de essentie van het gebied kennis te maken (edutainment). Hiermee speelt het ook een rol in de recreatiezonering van een gebied.

5.1.5 *Economische bedrijvigheid*

Een plek waar veel mensen in hun vrije tijd bij elkaar komen biedt naast educatieve mogelijkheden ook uitstekende potenties voor economische bedrijvigheid. Bijvoorbeeld op het gebied van horeca, verkoop van (streek-)producten, verkoop van informatie, verhuur van fietsen, verkoop brandstof, aanbieden alternatief vervoer, etc, etc. Daar waar dat kan qua doelstellingen van het gebied, kan bovendien worden ingespeeld op amusement en vermaak. Samenwerking met plaatselijke ondernemers biedt hier kansen.

5.1.6 *Zonering recreatiedruk*

Zoals al eerder aangegeven, is een poort een belangrijke mogelijkheid om zonering in recreatiedruk aan te brengen, daar waar nodig. Bijna alle bezoekers bevinden zich direct op of in de onmiddellijke omgeving van de poort. Daarna verspreidt men zich over het gebied, waarbij er steeds minder mensen verder van de poort af te vinden zijn. Afwisselende en belevenisvolle wandel- en fietsrondjes rondom en in aansluiting op de poort, sturen een groot deel van de (hier onbekende) bezoekers.

Er dient rekening gehouden te worden met het onderscheid tussen het reguliere dagrecreatieve gebruik (wandelen, fietsen) en specifieke wensen vanuit de bewoners (ATB, rust, hond loslopen etc.).

5.2 **Locatie**

Gezien het feit dat aan elke poort een verdienmodel is gekoppeld (zie hoofdstuk 7), is het van belang dat de poorten op een redelijke afstand van elkaar staan. Indien teveel poorten op dezelfde bezoeksstromen zijn gericht wordt de spoeling te dun voor een bevredigende bedrijfseconomische exploitatie.

Zo zal bijvoorbeeld de poort bij Spier ook dagbezoek ontvangen vanuit Hoogeveen, een extra poort bij Pesse kan deze hoeveelheid dagbezoek zodanig afkomen dat bij beide poorten geen redelijke exploitatie meer mogelijk is.

5.3 **Conclusies**

Een goede poort heeft functies op het gebied van gastvrijheid, visitormanagement, verkeersveiligheid, informatievoorziening, kort verblijf, economische bedrijvigheid en zonering van de recreatiedruk.

Bij de locatie van een poort zijn niet alleen overwegingen van zonering, bereikbaarheid, doelgroepkenmerken van belang. Ook de afstand tot de andere poorten is cruciaal in verband met het creëren van goede exploitatiemogelijkheden.

6 Uitdrukken van gebiedsessentie

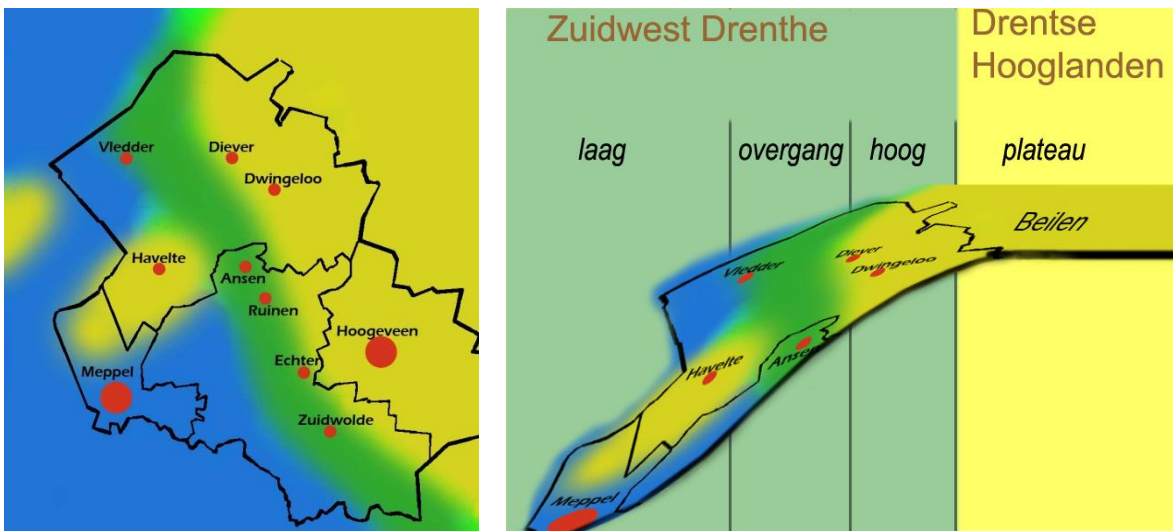
6.1 Van begrijpen naar waarderen

Mensen hebben een sterke behoefte om hun omgeving te willen begrijpen. Dat is iets waar ze meestal niet bewust naar op zoek zijn, maar wel nodig hebben, bijvoorbeeld om zich veilig te voelen. Daarnaast blijkt uit onderzoek in het kader van natuurbescherming dat wanneer mensen hun omgeving begrijpen, ze die ook gaan waarderen. En pas als ze het waarderen, willen ze het beschermen. Maar ook blijkt dat wanneer mensen hun omgeving waarderen, ze ook langer blijven, meer geld uitgeven en het bijzondere van het gebied verder kunnen vertellen aan anderen, die op hun beurt weer het gebied willen bezoeken. Dus ook economisch heeft het grote voordelen de bezoeker het gebied te laten begrijpen.

Een toeristisch gemotiveerde bezoeker is niet te vergelijken met een scholier of student in een leeromgeving. De boodschap dient op een prettige, actieve en belevingsvolle manier te worden aangeboden.

De verschillende highlights in het gebied, zoals de Nationale Parken, maar ook het esdorpenlandschap, de Maatschappij van Weldadigheid, de linten in het laagveen, de landgoederengordel en het Reestdal, zijn uitvloeisels van de onderliggende natuurlijke en culturele processen. Deze, specifiek voor dit gebied geldende processen, noemen we de essentie van het gebied. Het is de veroorzaker van de highlights en daarmee het samenhangende regioverhaal. Als je als bezoeker deze essentie begrijpt, snap je ook hoe de omgeving in elkaar zit en ga je dit extra waarderen.

6.2 De essentie van het gebied Zuidwest Drenthe



Voor Zuidwest Drenthe is in 2011 het gebiedsprofiel opgesteld. Dit profiel werd door de ondernemers herkend en onderschreven:

“Zuidwest Drenthe is het overgangsgebied waar het Drents Plateau langzaam oprijst uit laag Nederland. Op de hogere delen hebben boeren duizenden jaren geleden de drogere gronden bewerkt, is er recht gesproken en zijn er landgoederen op de overgang van droog naar nat gesticht. Later werd vanaf het plateau het laagveen tot rijke graslanden ontgonnen, die nu worden beweide vanuit de fraaie monumentale boerderijen in de wegdorpen. De handel vanuit Meppel en later ook Hoogeveen, en de ligging ten opzichte van de Randstad hebben er voor gezorgd dat “westerse” invloeden hier Drenthe binnenkomen en zich langzaam mengen met het oude Drenthe. Op dezelfde manier hebben de overlappende milieuumstandigheden geleid tot een menging en verrijking aan landschappen en natuurwaarden” .

Voorbeelden hiervan zijn:

Natuurlijke overgangen
<ul style="list-style-type: none"> - van laag gelegen, nat Nederland naar hoog gelegen, droog Nederland (zie ook sluisen in de Hoofdvaart) - van laagveen naar keileem en zandgronden; - van ‘open’ naar meer ‘gesloten’ landschap - van in cultuur gebrachte grond naar ‘woeste’ grond - van veeteelt (melk) naar akkerbouw (graan) - van voedselrijk naar voedselarm - van basisch naar zuur (flora en fauna)
Culturele overgangen
<ul style="list-style-type: none"> - van stedelijk (handel) naar platteland (boeren) - van open culturele gemeenschappen naar meer gesloten culturele gemeenschappen; - van druk en levendig (stads) naar leeg en stil (platteland) - van Fries/Frankisch naar Saksisch - van streng kerkelijk naar minder kerkelijk - van wegdorpen en lintbebouwing naar esdorpen - van rijk(er) naar arm(er) - van nieuw naar oud (waterschappen <-> kerspel/dingspel, ontginning, bestuurlijke- en juridische systemen) - van jong naar oud (bijv boerderijtypen, kerken, etc) - van grootschalig naar kleinschalig (en weer naar grootschalig) - van werken (Randstad) naar wonen (Forenzen, Drentenieren) - van weinig import naar veel import in de dorpen - van rechte wegen naar kromme wegen

Hierin is de *kernboodschap* als volgt geformuleerd:

De overgang van laag naar hoog, verrijkt natuur en cultuur

En dit kan weer nog krachtiger worden samen gepakt in de zogenaamde *gateway message*:

Waar natuur en cultuur raken

6.3 Poort als uiting van de gebiedsessentie

De provincie Drenthe wordt door Marketing Drenthe als één geheel ‘in de markt gezet’. Via diverse media en andere communicatiemiddelen, hebben mensen een redelijk goed beeld van wat Drenthe inhoudt (“*Drenthe doet wat met je*”). Toch zijn er onderlinge verschillen binnen de provincie. Zo is het Drents Plateau een heel ander gebied dan bijvoorbeeld de Drentsche Aa of de Hunzevallei, terwijl deze gebieden toch typisch ‘Drents’ zijn. Hetzelfde geldt voor de subregio Zuidwest Drenthe.

Voor de bezoeker is het interessant om te kunnen kiezen. Iedere regio heeft zijn eigen profiel, waarmee bijvoorbeeld ook de ondernemers in het gebied zich kunnen onderscheiden van hun concurrenten in andere subregio’s binnen en buiten de provincie.

Elk bestemmingsgebied vertegenwoordigt een onderdeel of een accent van dit gebiedsprofiel. Door deze relatie op een goede en heldere manier aan te brengen, ontstaat er voor de bezoeker een begrijpelijk en samenhangend geheel.

6.4 Bezoekfasen

Wanneer een bezoeker ergens naar toegaat, doorloopt hij in het algemeen een vast aantal stadia: de bezoekfasen. Het zijn:

- **Invitatie:** een bezoeker zal moeten weten dat er een gebied is en het moet ook duidelijk zijn wat daar voor hem te “halen” is. Tegenwoordig spelen websites, maar ook mond tot mond reclame een belangrijke rol in deze ‘voorbeleving’.
- **Aankomst:** wanneer de bezoeker heeft besloten naar een gebied te gaan, is het belangrijk dat hij het kan vinden en ook weet dat hij er is. Bewegwijzering en herkenningsmiddelen spelen hier een cruciale rol. Eenmaal aangekomen is het bovendien van belang de basale behoeften te kunnen bevredigen, bijvoorbeeld door de aanwezigheid van horeca met sanitaire voorzieningen, goede parkeerplekken, etc.
- **Oriëntatie:** Na een goede aankomst en het bevredigen van de eerste behoeften, zal de bezoeker behoefte hebben aan hulp bij oriëntatie: wat is hier te doen, waar is dat te vinden, zijn er openingstijden waar hij rekening mee moet houden, etc.
- **Verblijf:** dit is de tijd die hij op de poort en in het gebied doorbrengt. Dit verblijf zal moeten voldoen aan zijn verwachtingen (zie invitatie) en liever nog moet het zijn verwachtingen overtreffen. Dit is belangrijk om een tevreden gevoel te krijgen en het gebied bij anderen aan te bevelen.
- **Vertrek:** bij een tevreden bezoek willen mensen graag iets van die ervaring vasthouden en meenemen. Dat kan fysiek in de vorm van zelf gevonden voorwerpen of souvenirs, maar ook geestelijk in de vorm van een goed verhaal of dat hij iets geleerd heeft.
- **Follow-up:** na een tevreden bezoek is het aan te bevelen contact te houden met de bezoeker. Een lijntje naar de regio te houden, waardoor hij weer terug zal komen om nog meer te beleven. Misschien op een andere locatie (poort) maar binnen dezelfde regio. Het informeren via nieuwsbrieven of social media zijn voorbeelden van middelen om deze ‘nabeleving’ te bevorderen.

Elke bezoekfase vraagt om zijn eigen specifieke communicatie en voorzieningen. Voor de poorten in Zuidwest Drenthe zelf zijn vooral de fasen van aankomst tot vertrek van groot belang. Zij vervullen hier een belangrijke rol en kunnen veel bijdragen aan het zorgen voor een geslaagd bezoek. De eigenaren en belanghebbenden van de poorten zijn hiervoor verantwoordelijk.

De invitatie en follow-up is vaak ook in handen van andere partijen, bijvoorbeeld Marketing Drenthe of regionale websites, overheden, ondernemers, TIP's, etc. Een goede afstemming is van groot belang.

6.5 Conclusies

De onderliggende gedachte achter de poorten van Zuidwest Drenthe is “*het laten ervaren van de essentie van dit gebied*”. Bij deze essentie gaat het om het verhaal dat Zuidwest Drenthe onderscheidt van alle andere gebieden. In de overdracht van dit verhaal vervullen de poorten een cruciale rol, door hun uitstraling, door de inhoudelijke boodschap en door de geboden faciliteiten.

Elke bestemmingsgebied ('hotspot') vertegenwoordigt een onderdeel of een accent van de essentie van Zuidwest Drenthe. Door deze relatie op een goede en heldere manier in de poorten aan te brengen, ontstaat er voor de bezoeker een begrijpelijk en samenhangend geheel. Hierbij dient rekening gehouden te worden met de verschillende bezoekfasen die elke bezoeker doorloopt.

De poorten zijn er nadrukkelijk niet op gericht om de bezoeker er toe te bewegen op één dag meerdere bezoeken aan verschillende poorten af te leggen.

7 Visie

7.1 Poort als element van 'supply change management'

De natuurorganisaties in Zuidwest Drenthe zijn van mening dat de recreatieve functie van de natuur best gebruikt kan worden om geld te genereren ("Natuur mag je benutten", zie § 3.6) maar dat de druk van de recreatie in verhouding moet staan met de draagkracht van het aanbod aan natuur. De recreatieondernemers willen graag dat de bezoekers een leuke cent bij hen besteden. De overheden streven er naar dat Zuidwest Drenthe meer 'op de kaart komt', dit is immers een speerpunt in het toeristisch beleid van de provincie en gemeenten. En tenslotte degene om wie het allemaal gaat: de consument. Hij/zij wil een stukje wandelen of fietsen, in een mooie omgeving van natuur, cultuur en kleine dorpen. En zo nu en dan graag even 'aanleggen' om aangenaam te verpozen.

Om al dit soort wensen en voornemens beter op elkaar af te stemmen, is op verschillende plekken in het land de formule van een 'poort' bedacht. Het is een instrument om bezoekerstromen te 'managen'. Een poort trekt namelijk mensen aan omdat daar wat van hun gading te vinden is. Daarom moet zo'n poort duidelijk zichtbaar en aanwezig zijn, goed bereikbaar en van zoveel mogelijk gemakken voorzien. Een poort is alleen een poort als duidelijk is dat het een poort is.

Hoe kan dat toch dat grote groepen mensen zich zelfs in hun vrije tijd laten 'managen'? Het is het gemak van een snelle beslissing kunnen nemen in een complexe wereld, niet hoeven na te denken. Omdat men er gewoon even lekker uit wil zijn. Mensen zoeken elkaar nu eenmaal graag op. Uit een onderzoek van Motivaction in de Schoorlse Duinen – het drukst bezochte natuurgebied van Nederland - bleek dat de grote meerderheid op zoek is naar 'gezelligheid' in de natuur. "*People love watching each other activities*" schreef de bekende Amerikaanse schrijfster en stedenbouwkundige Jane Jacobs reeds in de jaren '60 van de vorige eeuw.

Het instrument 'poort' speelt in op deze behoefte. Het is een manier om het 'toeristisch-recreatief product Zuidwest Drenthe' gedoseerd aan de man te brengen. Zowel qua tijd, qua ruimte als qua vervoersmodaliteit. In gewone menselijke taal: *wanneer willen we welke bezoekers waar hebben en bij voorkeur met welk vervoermiddel?* We willen een zekere controle hebben over de omvang en structuur van verspreiding van de mensen over het gebied. Marketeers spreken in dit geval over 'supply chain management', oftewel het managen van de distributieketen: de 'p' van 'plaats' in de mix van de regiomarketing.

7.2 Zuidwest Drenthe als mobility product

'Boer - bakker – bolletje' is een distributieketen. Zo is ook het 'toeristisch-recreatief product Zuidwest Drenthe' een distributieketen. Binnen deze keten functioneren overheden, intermediaire kaders¹² en consumenten. Om deze distributieketen goed te kunnen managen, is het belangrijk om wat meer bij dit product stil te staan. Feitelijk is een toeristisch-recreatief product tevens een 'mobility product', mobiliteit is immers onverbreekbaar verbonden met toerisme en recreatie, zonder verplaatsingen geen toerisme.

Producten worden tegenwoordig steeds meer aan de man gebracht als (modulaire) concepten met een variëteit aan diensten. Als men een Volvo koopt, koopt men niet alleen de auto maar

¹² Bijvoorbeeld: ondernemers, stations, TIP's, particulier initiatief

ook een bepaalde financiering, verzekering, een onderhoudscontract, het veiligheids- en mobiliteitsconcept en de Volvo membershipkaart. Al deze zaken maken integraal onderdeel uit van het 'uitgebreide productconcept' dat 'Volvo mobility' heet¹³. Met een mobiele telefoon is dit in extremis het geval. Het toestel is vaak gratis, voor de diensten wordt betaald. Het is de beweging van producten naar diensten, van aanbodgestuurd naar vraaggestuurd.

Voor het toeristisch-recreatief product Zuidwest Drenthe geldt hetzelfde. Het kernproduct is in principe gratis beschikbaar voor iedereen (de dorpen, de cultuur, het landschap, de natuur). Voor de diensten er om heen dient te worden betaald (afgeleid product). De poorten vervullen hierin een belangrijke functie, ze zijn een uitstekend middel om het gebiedsbezoek te doseren, de bezoekenstromen te geleiden en meer inkomsten te genereren (economisering). Wel moet ook hier de beweging worden gemaakt van aanbodgestuurd naar vraaggestuurd. In de volgende paragraaf gaan we hier verder op in.

7.3 Poort als managementinstrument

In onze visie is een poort méér dan alleen een fysieke plek met horeca, informatievoorziening, parkeergelegenheid etc. Het is een instrument om de 'supply chain' van het bezoek aan Zuidwest Drenthe op een moderne en innovatieve manier integraal te managen met als doel een 'Transition to Sustainable Mobility'. Welke maatregelen kunnen helpen bij het innovatief verbeteren van de bereikbaarheid en kwaliteit van recreatieve activiteiten in Zuidwest Drenthe:

- **Verbreiding van het product:**
Zuidwest Drenthe, met name de natuurgebieden worden uitgebreid met specifieke voorzieningen waarvoor betaald wordt; variabele beprijzing (in bepaald seizoen meer/minder parkeergeld, de prime time toerist betaalt de hoofdprijs);
- **Collectieve vraagsturing ('mass customization'):**
geen voorgekauwde arrangementen, maar organiseren van de vraagsturing d.w.z. de consument zoveel mogelijk zijn eigen product laten samenstellen, verleiden tot wenselijk gedrag (belevingselementen, live nestcams, shuttlevervoer op zonne-energie etc.);
- **Sluiten van de distributieketen:**
aandacht voor duurzame vervolgactiviteiten, cocreatie in natuurbehoud, schaapskooien etc.;
- **Multichannels:**
benutten van meerdere communicatie- en afzetkanalen¹⁴ (ondernemers, hoofdboorten, ondersteunende poorten);
- **Netwerkbenadering in plaats van ketenbenadering:**
netwerken met zorginstellingen, taxibedrijven, streekvervoer, recreatiebedrijven, NS, joint promotion, waardevermeerdering realiseren;
- **Real time control:**
visitormanagement, monitoring, nieuwe media, gps.

Met de opkomst van de beleveniseconomie hebben bezoekers meer behoefte om zelf de verplaatsingen binnen een gebied af te stemmen op de door hen geplande activiteiten. Dit betekent meer 'vraaggestuurde' mobiliteitskeuzen. Hierbij verwachten de gebruikers dat zij de informatie die nodig is voor het maken en integreren van de relevante beslissingen, aangeboden krijgen via kanalen zoals internet, mobiele telefoon of zelfs het navigatiesysteem in de auto (zie noot 12).

Het zal duidelijk zijn dat veel van deze nieuwe ontwikkelingen gebaseerd zijn op, of gefaciliteerd worden door, de ontwikkelingen in de informatie- en communicatietechnologie. Met name internet en mobiele communicatie maken soms spectaculaire innovaties mogelijk zonder dat grote investeringen nodig zijn in de communicatie-infrastructuur.

¹³ Recreatie en bereikbaarheid, innoveren in de vrije ruimte, prof.dr.ir. J.van Nunen, prof.dr. F.Go, Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit, in opdracht van het Innovatienetwerk, augustus 2008.

¹⁴ Zoals Albert Heijn niet alleen in supermarkten verkoopt, maar ook op stations.

7.4 Poort als instrument voor branding Zuidwest Drenthe

Zuidwest Drenthe is een gebied, rijk geschakeerd met allerlei aantrekkelijke terreinen, voorzieningen, dorpen en artefacten. De twee Nationale Parken en het Holtingerzand/Havelterberg kunnen als hoofdbestemmingen beschouwd worden, het kernproduct. De cultuur(historie) zoals Frederiksoord met haar Maatschappij van Weldadigheid, de archeologie van Westerveld, de dorpen, de bedrijven, attracties en andere pareltjes vormen een onderliggende laag, afgeleid van en aanvullend op het kernproduct. Daar overheen ligt nog het totale gebied Zuidwest Drenthe met als essentie *'de overgang van Laag Nederland naar het Drents Plateau met steeds andere mogelijkheden voor natuur en mensen'* en als gateway message: *"Waar natuur en cultuur raken"* (zie bijlage 2). Dit geheel vormt het concept van Zuidwest Drenthe. Dit wordt als een onderscheidend geheel "in de markt gezet".

De toekomstige poorten vormen een belangrijk element in de branding van Zuidwest Drenthe: het ontwikkelen van Zuidwest Drenthe tot een aantrekkelijk merk. Dit gebeurt door elke poort herkenbaar te laten zijn als 'Poort van Zuidwest Drenthe', met binnen elke poort een specificatie naar het deelgebied waar deze poort betrekking op heeft.

7.5 Poortniveaus

Om het concept Zuidwest Drenthe goed te laten beleven, stellen we drie niveaus van poorten voor:

1. De NS stations van Beilen, Hoogeveen, Meppel en Steenwijk dienen voornamelijk als toegangspoorten voor de bovenregionale bezoeker die met het openbaar vervoer komt. Ze leveren informatie over het gebied i.c. milieuvriendelijke tips voor vervoer naar de hoofdpoorten. Fietsverhuur en andere spannende vormen van vervoer (tuktuk) maken deel uit van het aanbod.
2. Binnen Zuidwest Drenthe kunnen de dorpen en recreatiebedrijven elk een eigen vrije rol spelen met het organiseren van allerlei activiteiten ter verhoging van de binding met de bezoekers (vgl. het gastheerschap in de Drentsche Aa), zolang dit herkenbaar gebeurt binnen het totale concept;
3. De zes hoofdpoorten naar de 'hotspots' zijn:
 - Poort Spier I Dwingelderveld,
 - Poort Ruinen I Dwingelderveld,
 - Poort Havelte I Holtingerfeld,
 - Poort Frederiksoord I Drents Friese Wold,
 - Poort Appelscha I Drents Friese Wold;
 - Poort De Wijk I Reestdal.

Mogelijke ondersteunende poorten kunnen zijn: Diever, Planetron/Astron, Lhee, Hoogersmilde en Dieverbrug. In deze notitie beperken we ons tot de hoofdpoorten naar de belangrijkste bestemmingsgebieden. Het verder uitwerken van het concept naar de dorpen en recreatiebedrijven kan ook interessante mogelijkheden tot economische uitnutting opleveren, maar voert binnen deze praatnotitie te ver.

7.6 Locaties

We stellen voor om de bestaande situatie als uitgangspunt te nemen. De in het verleden gekozen toegangspunten (hoofdstuk 3) zijn niet willekeurig gekozen, maar liggen over het algemeen op een meer of minder logische plek. De in hoofdstuk 5 benoemde functies kunnen hier goed tot hun recht komen.

Bovendien zijn de meeste van deze toegangspunten inmiddels geworteld in de 'mindset' van de bezoekers. Er moeten wel heel zwaarwegende redenen als men de bestaande toegangen zou willen verplaatsen naar andere locaties. Het gevaar is groot dat in dat geval zowel de oude als

de nieuwe locaties als toegangspunt gaan fungeren. Dit zou de zo gewenste zonering niet ten goede komen.

Elke poort krijgt de functies toebedeeld uit hoofdstuk 5: gastheerschap, visitormanagement, verkeersveiligheid, informatie, verblijfsgebied, economische bedrijvigheid en zonering. Daar bovenop moet elke poort duidelijk als 'Poort naar Zuidwest Drenthe' gecommuniceerd worden: *een poort is een poort als duidelijk is dat het een poort is.*

De poorten zijn duidelijk herkenbaar omdat overal de gebiedsessentie wordt gecommuniceerd in relatie tot de specifieke lokale situatie en omdat alle poorten dezelfde functies hebben. De uiterlijke verschijningsvorm kan per poort verschillen, afhankelijk van de wijze waarop de samenwerking met een ondernemer vorm heeft gekregen (zie § 7.9). Per poort is dus sprake van maatwerk.

7.7 De boodschap

Zoals reeds gememoreerd dient in elke poort de kernboodschap te worden gecommuniceerd: in inrichting, informatie en belevingen. Daarnaast kan elke poort zich focussen op de specifieke rol van de locatie en het gebied binnen de essentie van de regio. Zo krijgt elke poort een bepaald thema binnen het grotere geheel, het geheel wordt meer dan de som der delen. Bijvoorbeeld (dit dient nog nader uitgewerkt te worden):

- Drents Friese Woud: grenzeloos woud in brongebied van hoog naar laag Drenthe.
- Mij. van Weldadigheid: ontginning woeste gronden om arme gezinnen uit westen te helpen.
- Dwingelderveld: oneindig nat heideveld aan voet van de Drentse Hooglanden.
- Havelterberg: oerlandschap gekneed door ijs en oorlog.
- Reestdal: idyllisch natuurlijk boerenland langs kronkelende grensrivier.

Deze 'thema's' geven vorm en inhoud aan de uitstraling en inrichting van de poorten en vormen door het overkoepelende regioverhaal tezamen een eenheid. Ze geven bovendien inhoud aan de 'uitbating' van de poort. Een poort hoeft niet alleen een overgangsgebied te zijn van auto naar natuur of cultuur, maar kan ook een beleving op zichzelf zijn. Individuele ondernemers kunnen daar ook mede vorm aangeven door attracties, producten en arrangementen aan te bieden, zolang ze maar de essentie van de regio en het thema van de poort ondersteunen en verder uitbouwen. Hoe specifieker en consequenter dit wordt ingevuld, hoe meer onderscheidend en hoe meer speciaal (en attractiever) de plek wordt. Hier kunnen lessen worden geleerd vanuit de experience economie.

7.8 Aansluiten bij leefstijlen

We hebben geconstateerd dat in de 'toeleveringsgemeenten' de leefstijlen Gezellig Lime en Rustig Groen relatief veel aanwezig zijn. Dit zijn ook de mensen die vooral ook gericht op andere mensen zijn, dus het meest geschikt voor grotere opvangplekken. Opvallend is dat de gemeente Meppel een oververtegenwoordiging kent van de Creatief en Inspirerend Rode leefstijl. De bevolking in het gebied van de Friese Wouden heeft een oververtegenwoordiging van mensen met een blauwe leefstijl.

Dit betekent dat de poorten in zijn algemeenheid moeten appelleren aan datgene wat de Lime en Groene doelgroep zoekt. Alle poorten dienen naar deze wensen te worden ingericht. De poorten die aansluiting hebben met Meppel (Holtinge) en met de Friese doelgroep kunnen deze inrichting een fractie meer naar de rode respectievelijk blauwe doelgroep inkleuren. Sowieso zullen de meer grotere poorten appelleren aan de lime en groene doelgroep en de kleinere poorten meer aan de behoeften van de rode en blauwe doelgroep.

7.9 De poort als verblijfsplaats

Binnen de distributieketen van de bezoeksstromen naar Zuidwest Drenthe spelen twee aspecten: het mobiliteitsaspect en het verblijfsaspect. Het mobiliteitsaspect is in de vorige paragrafen ruimschoots aan bod geweest. Het verblijfsaspect gaat over het daadwerkelijke bezoek zelf: de fasen 2 t/m 5 uit § 6.3: aankomst, oriëntatie, verblijf en vertrek.

Enkele uitgangspunten:

- Elke hoofdpoort is een uiting van de essentie van het gebied: van laag naar hoog, allerlei zaken in het gebied vallen dan logisch op hun plaats, ook cultuurhistorie (zoals bijvoorbeeld de sterrenwacht, de archeologie etc.).
- De hoofdpoorten vormen een logisch geheel, er is wel een regionale c.q. lokale specificatie, de bedoeling is niet dat bezoekers van poort naar poort trekken, wel dat men de omgeving waarin men verkeerd beter leert begrijpen en waarderen.
- Elke poortlocatie moet mogelijkheden bieden tot zonering en verkeersgeleiding, beperking recreatiemobiliteit, parkeergelegenheid etc.
- Alle poorten worden ingericht op basis van de behoeften in de bezoeksfasen.
- Elke poort wordt geëxploiteerd door ondernemers in het gebied, poorten hebben zowel een aanzuigende als een verspreidende werking, richting het gebied, richting de ondernemers en richting de dorpen en cultuurhistorische bezienswaardigheden. Hierin wordt niet alleen de horeca bedrijfsmatig opgezet, maar kunnen ook activiteiten en belevenissen worden vermarkt, bijvoorbeeld het exploiteren van een klimpark, sterrenkijkers dagen, evenementen, etc. Wel onder de voorwaarde dat ze bijdragen aan het beleefbaar maken van de essentie van het gebied.

7.10 Publiek-privaat samenspel

Wij stellen voor dat elke poort geëxploiteerd wordt door een juridisch en economisch zelfstandige ondernemer. Hij mag het merk en de handelsnaam van de formule gebruiken omdat hij een franchiseovereenkomst heeft gesloten met de franchisegever, aan wie hij daarvoor een vergoeding betaalt. De ondernemer krijgt daarbij de kennis aangereikt die nodig is om met de formule succesvol te zijn. Zo kan bijvoorbeeld in de franchisevoorwaarden opgenomen worden dat de toekomstige ondernemer een training volgt om de omgeving goed te leren kennen (vergelijkbaar met de cursus 'Ambassadeur van het Landschap' van het IVN).

Als franchisegever denken we in eerste instantie aan het Recreatieschap Drenthe. Het Recreatieschap vertegenwoordigt de gemeenten, waar de poorten gelokaliseerd zijn. Een alternatief is het oprichten van een aparte stichting, waarin het Recreatieschap, de terreinbeheerders en de Maatschappij van Weldadigheid participeren.

Vanuit het Recreatieschap c.q. de stichting kan in eerste instantie een kwartiermaker worden aangesteld. Deze kwartiermaker ontwikkelt de formule, stelt de franchisevoorwaarden en gaat per locatie in onderhandeling met ondernemer(s) die de poorten gaan exploiteren. Bij gebleken geschiktheid kan de aanstelling van de kwartiermaker uitmonden in een permanente functie. Of in dienst van het Recreatieschap of als 'gedelegeerd franchisegever' onder auspiciën van het Recreatieschap c.q. de stichting.

7.11 Het verdienmodel: een vingeroefening

In bijlage 3 geven we een indicatief voorbeeld van een poort als verdienmodel. Het gaat om een fictief voorbeeld, gebaseerd op een aantal nog niet echt onderbouwde aannames. Het is een eerste vingeroefening om enig gevoel te krijgen bij dit experimentele verdienmodel.

In dit model is uitgegaan van een investering van € 2 miljoen, gefinancierd door een bancaire lening van 4% en een aflossingstermijn van 30 jaar.

Bij een bezoekersaantal van 150.000 bezoeken per jaar kan een bedrijfsmatige exploitatie van een poort een resultaat opleveren van ongeveer € 200.000, vóór afdracht van de franchisefee en vóór afdracht van belastingen.

8 Streefbeeld

8.1 Huidige situatie

In Nederland en België is een grote verscheidenheid aan poorten. Bijna alle poorten zijn ingericht vanuit bepaalde ideeën over doelgroepen, bezoekersstromen, vervoersmodaliteiten, gebiedsmarketing, zonering en economisering. Ook Zuidwest Drenthe kent een aantal toegangspunten: Spier, Ruinen, Diever, Terwisscha. Elk toegangspunt is vanuit een eigen ontstaansgeschiedenis gegroeid naar de huidige verschijningsvorm.

Bijna nergens zijn de poorten het resultaat van een overkoepelende integrale visie op vorm, inhoud en functie in relatie tot de specifieke kenmerken van het gebied en de wensen, behoeften en gedragingen (leefstijlen) van de bevolking. Ook is een consequente invulling vanuit de essentie van het gebied waar de poort toegang tot verschaft over het algemeen ver te zoeken.

8.2 Onze visie

In onze visie is een poort méér dan alleen een fysieke plek met horeca, informatievoorziening, parkeergelegenheid etc. Het is een instrument om de 'supply chain' van het bezoek aan een bestemmingsgebied op een moderne en innovatieve manier integraal te managen met als langere termijn doel een *'transitie naar een meer duurzame mobiliteit'*. Tevens heeft een poort functies op het gebied van gastvrijheid, visitormanagement, verkeersveiligheid, informatievoorziening, kort verblijf, economische bedrijvigheid en zonering van de recreatiedruk. Het is een instrument om het bezoek aan een toeristisch-recreatief gebied te stimuleren en te geleiden.

8.3 Zuidwest Drenthe

8.3.1 *Mobility product*

Een toeristisch-recreatief product als Zuidwest Drenthe is een 'mobility product'. Het kernproduct is in principe gratis beschikbaar voor iedereen (de dorpen, de cultuur, het landschap, de natuur). Voor de diensten er om heen dient te worden betaald (afgeleid product). De poorten vervullen hierin een belangrijke functie, ze zijn een uitstekend middel om het gebiedsbezoek te doseren, de bezoeksstromen te geleiden en als verdienmodel te fungeren (economisering).

8.3.2 *Onderscheidende formule*

Zuidwest Drenthe kan zich onderscheiden van alle andere gebieden in Nederland door elke poort zo in te richten dat de bezoeker onmiddellijk de essentie van deze regio op zijn netvlies krijgt. Deze essentie is wat Zuidwest Drenthe onderscheidt van alle andere gebieden. En wanneer de bezoeker dit begrijpt, gaat hij het ook waarderen. Dit leidt weer tot terugkomgedrag en meer bezoeken. Het gaat erom dat de poorten 'geladen' worden met een duidelijke formule en een onderliggende basisgedachte

8.3.3 *Branding*

Zo worden de poorten tevens een belangrijke bouwsteen voor de gebiedsbranding: het ontwikkelen van Zuidwest Drenthe tot een sterk en aantrekkelijk merk. Dit gebeurt door elke poort herkenbaar te laten zijn als 'Poort van Zuidwest Drenthe', met binnen elke poort een specificatie naar het deelgebied waar deze poort betrekking op heeft. Elke poort krijgt een bepaald thema binnen het grotere geheel, het geheel wordt meer dan de som der delen.

8.3.4 *Locaties*

Bij de locatie van een poort zijn niet alleen overwegingen van zonering, bereikbaarheid, doelgroepkenmerken van belang. Ook de afstand tot alle andere poorten is cruciaal in verband met het creëren van goede exploitatiemogelijkheden. Zo komen we op de volgende zes hoofdpoorten: Spier, Ruinen, Havelterberg, Frederiksoord, Appelscha en De Wijk.

8.3.5 *Verdienmodel*

Wij stellen voor dat elke poort geëxploiteerd wordt door een juridisch en economisch zelfstandige ondernemer. Hij mag het merk en de handelsnaam van de formule gebruiken omdat hij een franchiseovereenkomst heeft gesloten met de franchisegever (bijvoorbeeld het Recreatieschap Drenthe), aan wie hij daarvoor een vergoeding betaalt. De ondernemer krijgt daarbij de kennis aangereikt die nodig is om met de formule succesvol te zijn.

8.3.6 *Kwartiermaker*

Vanuit het Recreatieschap kan een kwartiermaker worden aangesteld. Deze kwartiermaker ontwikkelt de formule, stelt de franchisevoorwaarden en gaat per locatie in onderhandeling met ondernemer(s) die de poorten gaan exploiteren.

8.3.7 *Vervolgstappen*

- Visie presenteren aan en bespreken met stakeholders
- Eventueel aanpassen van de visie
- Aanbiedingsnotitie voor overlegorganen + voorstel voor vervolg
- Vaststellen van de visie door overlegorganen
 - Go – no go
- Visie uitwerken tot meer gedetailleerd (stappen)plan
- Mogelijke uitwerking:
 - Functieprofiel kwartiermaker opstellen
 - Kwartiermaker aanstellen
 - Formule ontwikkelen
 - Franchisevoorwaarden opstellen
 - Huidige ondernemers formule voorleggen
 - Nieuwe ondernemers werven
 - Formulemanagement vorm geven

Bijlage 1

Kenmerken poorten Heuvelrug

Poort

- bovenlokale stroom recreanten
- opvangpunt nieuwe recreanten
- directe omgeving relatief intensief gebruikt
- informatiecentrum gevestigd

Groene entree (GE)

- provinciale wegen
- rand bebouwde kom
- recreanten lokaal en bovenlokaal
- geen eigen aantrekkingskracht
- faciliterende rol
- gratis parkeerplaatsen
- nabij openbaar vervoer
- startpunt
- informatievoorziening varieert
- gecommuniceerd als startplaats voor recreatie

Bezoekerscentrum (BC)

- grootschalige informatievoorziening
- bezoekers van buiten het gebied.
- spannend en uitnodigend concept
- bemenst
- op zondag geopend

- combinatie met andere voorzieningen, bijvoorbeeld uitgebreide horeca, winkelfunctie, verblijfsaccommodatie, kantoren

Informatiecentrum (IC)

- kleinschalige informatievoorziening
- overdekt
- niet altijd bemenst
- vrijwilligers
- personeel van gekoppelde accommodatie
- verzamelpunt voor excursies
- niet primair bezoekmotief
- eerder gekoppeld aan poort dan aan groene entrees
- exposities

Informatiebalie (IB)

- eenvoudige informatievoorziening
- recreatie-/horecaondernemers: gastheerfunctie
- aanspreekpunt
- gecombineerde receptie
- display/videopresentatie

Bijlage 2

Samenvatting Interpretation Zuidwest Drenthe

De provincie Drenthe is opgedeeld in een vijftal zogenaamde ILG gebieden. ILG staat voor Investeringsbudget Landelijk Gebied, een gebundelde subsidieregeling voor gebiedsontwikkeling. Zuidwest Drenthe is één van deze gebieden en bestaat uit de gemeenten Meppel, Hoogeveen, De Wolden, Westerveld en Midden Drenthe. Voor deze regio is aan bureau Verbeelder gevraagd een gebiedsprofiel op te stellen.

Om een gebiedsprofiel te bepalen wordt gebruik gemaakt van de interpretation methode. Bij interpretation gaat het om het bepalen van de essentie van een gebied en hoe die essentie over te brengen op de bezoekers. Achterliggende gedachte is dat wanneer bezoekers het gebied beter begrijpen, zij het meer gaan waarderen waardoor ze langer in het gebied blijven en bijvoorbeeld ook meer geld uitgeven.

In dit rapport wordt het gebied Zuidwest Drenthe geanalyseerd, exclusief de gemeente Midden Drenthe. Deze gemeente wordt onder de naam Drentse Hooglanden in een separaat rapport uitgewerkt.

Elke eigenheid van een gebied is het gevolg van een combinatie van specifieke natuurlijke en culturele processen.

In de ijstijden is een dik keilempakket afgezet, het Drents plateau. Zuidwest Drentse ligt op de overgang van het Plateau naar de lager gelegen gebieden van de Wieden en Overijssel (richting IJsselmeer). De hogere delen zijn door zand bedekt terwijl in de lagere delen zich een relatief dun laagveenpakket heeft gevormd. Regenwater dringt slechts door de zandlaag heen en stroomt over de onderliggende keilem laag naar beneden en komt halverwege, bij de overgang naar het veen, als kwel weer aan de oppervlakte.

Oppervlakkig afstromend water heeft, voor Drentse begrippen, een aantal breed uitwaaiende beekdalstelsels gevormd, waartussen zich de huidige grootschalige natuurgebieden bevinden. Dit in tegenstelling tot de overige Drentse beekdalen, waar de natuurgebieden zich juist in de beekdalen bevinden.

De Drentse bevolking heeft zich vanaf de hoge Hondsrug langzaam verplaatst naar de overige zandgronden van het Plateau. Echter, het oorsprongsgebied, bovenop het plateau, was nauwelijks bruikbaar voor landbouw, waardoor dit gebied altijd vrijwel onbewoond is gebleven (Drentse Hooglanden). Mensen vestigden zich vooral op het zand in de midden- en met name in de benedenloop van de beken.

Pas in de Middeleeuwen werd het laagveen ontgonnen. De gronden in dit gebied waren vruchtbaarder en daar ontstonden dan ook grote (melkvee) boerderijen die zich in lange linten in het landschap ontwikkelden.

Door deze overgangen van hoog naar laag, voedselarm naar voedselrijk, droog naar nat, etc. is er een interessant overgangsgebied ontstaan. Dit geldt overigens ook in belangrijke mate voor de overgangen van het plateau naar noordwest en zuidoost Drenthe. Zuidwest Drenthe is echter sterk gericht op het Midden en Westen van Nederland en kan als zodanig worden beschouwd als een poortgebied voor Drenthe. Veel “westerse” invloeden vinden we vooral in dit gebied terug. Ook qua cultuur geldt dat hier interessante overgangen zijn te vinden. Als aan een langzaam oplopend strand, “spoelen” hier culturele en natuurlijke elementen van laag Nederland aan en vermengen zich met die van hoog Nederland.

Deze combinatie van processen heeft geleid tot de volgende *essentie*:

De overgang van laag Nederland naar het Drents Plateau, biedt steeds andere mogelijkheden voor natuur en mensen

Dit is de basis voor alle ontwikkelingen en uitingen in het gebied. Kernachtiger samengevat in de *kernboodschap*:

De overgang van laag naar hoog verrijkt natuur en cultuur

En dit kan weer nog krachtiger worden samen gepakt in de zogenaamde *gateway message*:

Waar natuur en cultuur raken

Om bezoekers te laten begrijpen wat de essentie is van het gebied dat zij bezoeken, zullen diverse boodschappen moeten worden overgebracht. Deze zijn in de interpretation matrix opgenomen. De boodschappen worden via het hoofd (begrijpen), het hart (emotie) en handen (voelen en proeven) overgebracht. De sleutelervaringen zijn belevingen die gasten meemaken om de essentie te snappen. Deze ervaringen vormen dan ook de basis voor welke middelen en voorzieningen in het gebied nodig zijn.

Een gebiedsbezoek verloopt in het algemeen via een vast aantal stadia. Deze stadia zijn de volgende: invitatie, aankomst, oriëntatie, verblijf, vertrek en follow-up. Elk stadium heeft zijn eigen vormen van communicatie, voorzieningen en middelen nodig die op hun beurt ook weer moeten aansluiten op de boodschappen, kleur en smaak van het gebied. Hierdoor ontstaat een sterk samenhangend en herkenbaar geheel.

Interpretation richt zich op de bezoeker. De huidige bezoekers zijn dezelfde bezoekers als die we in heel Drenthe tegenkomen. Volgens het BSR model wat wordt gehanteerd door Gastvrij Nederland, zijn dat vooral doelgroepen die in het gele en groene segment zijn te plaatsen. Maar zoals in iedere grotere regio, komen alle binnen dit model geformuleerde doelgroepen in mindere of meerdere mate voor. Het is aan de recreatieondernemer zelf om de gebiedsboodschappen en zijn product naar een specifieke doelgroep te vertalen om maximaal effect te kunnen sorteren.

De interpretation analyse is slechts de eerste stap tot recreatief-toeristische- gebiedsontwikkeling. Het is van groot belang dat zoveel mogelijk partijen zich rondom de geformuleerde essentie scharen, zodat er een breed draagvlak ontstaat. Hoe meer organisaties zich met het gebied verbonden voelen en hetzelfde verhaal vertellen (en daarbinnen hun eigen rollen behouden), hoe sterker het gebied zich kan profileren. Dit vereist wel regie en samenwerking.

Bijlage 3

Exploitatiemodel Poort Zuidwest Drenthe

Exploitatie Poort naar Zuidwest Drenthe			
		bedrag	totaal
Aantal bezoekers per jaar			150.000
Parkeren (gem. 2 personen per voertuig)		€ 2,50	€ 187.500
Winkel	40%	€ 2,00	€ 120.000
Toilet	50%	€ 0,20	€ 15.000
Afspoelplek	25%	€ 0,50	€ 18.750
Coin up			€ 20.000
<i>Subtotaal</i>			€ 361.250
Overige activiteiten/horeca			
Verhuur natuurvergaderzaal (40 keer per jaar)	40	€ 150,00	€ 6.000
Catering vergaderzaal (40 x 15 personen x € 16)		€ 16,00	€ 9.600
Restaurette (85% besteedt € 4,- p.p.)	85%	€ 4,00	€ 510.000
<i>Subtotaal</i>			€ 525.600
Buitenactiviteiten			
Klimpark	50%	€ 5	€ 375.000
<i>Subtotaal</i>			€ 375.000
Totaal			€ 1.261.850
Kostenprognose	freq	% van omzet	totaal
Kapitaalslasten			
Afschrijving			€ 133.333
Rente			€ 80.000
Totaal kapitaalslasten		17%	€ 213.333
Personeelskosten			
personeel horeca		26%	€ 136.656
overige personeel		24%	€ 176.700
<i>Totaal personeelslasten</i>		25%	€ 313.356
Overige kosten			
<i>Totaal overige kosten</i>		20%	€ 252.370
Inkoopkosten			
inkoop w inkel		60%	€ 72.000
inkoop horeca		32%	€ 167.141
<i>Totaal inkoopkosten</i>		19%	€ 239.141
<i>onvoorzien</i>		3%	€ 37.856
Totaal kosten			€ 1.056.056
Resultaat			€ 205.794
Afschrijving			€ 133.333
Aflossingscapaciteit			€ 339.128
Aflossing bank			€ 66.667
Cash Flow			€ 272.461

Bijlage 4

Huidige toegangen tot het gebied

Lokatie	Ontsluiting	Informatie	Parkeren	Horeca	WC	Winkel	Fietsverh	Routes	Activiteiten	Overige	Thema	Eigenaar	ondernemers nabij
Spier	A 28	maquette, infoborden, horeca personeel	100 verh en 200 onverh.	Ja	Ja	Nee	Ja	Diverse wandel/ fiets/ atb/ ruiterroutes	Geen ?	Samenwerking vd Valk	?	Staatsbosbeheer	ja
Ruinen		Expositie, bibliotheek, educatief pad	100 verh	Nee	Ja	Ja	?	Excursies, wandelroutes	Veel natuur activiteiten	Combinatiemogelijkheden verblijfsrecreatie en dorpskern	Grootste nattheide van Europa	Natuurmonumenten	ja
Diever	N 855	TIP kantoor, folders, boeken, souvenirs	75 onv	Nee (200 m)	Ja	Ja	dorp	Twee wandelroutes, aan fietsroutes	Excursies NM	horeca en winkels op ca 100 m	Grenzeloos woud	TIP	ja
Terwischa (huidige situatie)	N 381	Expositie, bibliotheek, educatieve (kinder) route,	200 verh	Ja	Ja	Ja	dorp	Wandel, fiets, ruiterroutes, familiepad, blindenpad	Excursies, lezingen, bijeenkomsten, etc	Wordt verplaatst naar Appelscha	Grenzeloos woud	Staatsbosbeheer	nee
Havelterberg	A 32 / N 353	Infopunt, borden, schaapskooi	50 verh, en 100 onverh.	Ja (?)	Ja	Nee	dorp	wandelroutes, belevingsrts	Oorlog excursie, wandelen met boswachter	Hunebedden, Vlindertuin, Schaapskooi	Gekneet door ijs en oorlog	Staatsbosbeheer	ja (?)
Lhee	A 28 / N 855	kleine expositie, folders, touchscreen	15 verh	nee	ja	nee	nee	?	?	nabijheid natuurcamping	vlinders en vogels	Staatsbosbeheer	nee
Pesse	A28	?	?	?	?	?	?	?	Fietsverh.?	Brandstof	?	Privaat	nee
Frederiksoord (Inforium)	N 855	museum, bezoekerscentrum, De Koloniehof	200 verh 400 onver	Ja	Ja	Ja	Dorp	w- en f-rtes, excursies met gids	Wisselentoonstelling. Beeldentuin, zomer en wintermarkt	Werelderfgoed, gehandicapten tuin Fruithof	Maatschappij van Weldadigheid	M'pij Weldadigheid.	ja
Hoogersmilde	N 371	Paneel	9 verh	Nee (op 300 m.)	Nee	Nee	Nee	Diverse w-rtes	?	drie campings op ca 300 m	Grenzeloos woud ?	Staatsbosbeheer	300 m
De Wijk	A28	TIP Molen / Havixhorst	30 verh 200 onverh	Ja	Ja	ja	dorp	Wandel en fietsknoopp.	Lokkerij, BeeldentuinDickninge	Samenwerking vd Belt?	Idyllisch Reestdal	Gemeente	ja