

Concept Communicatieplan

Impuls Nationaal Park Drents-Friese Grensstreek 2021 - 2023

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

De ambitie voor de Drents-Friese Grensstreek is om de huidige natuurkernen (NP Dwingelderveld, NP Drents-Friese Wold en het Holtingerveld) inclusief het tussenliggende en omliggende landschap te versterken en ontwikkelen tot een samenhangend landschap. Hiermee versterken we de landschaps- en natuurkwaliteit (mede vanuit de opgave voor Natura 2000 en Natuurnetwerk Nederland) en de biodiversiteit. Bovendien vergroten we de aantrekkelijkheid van het gebied voor wonen en recreëren.

De betrokkenheid van inwoners bij natuur en landschap in de directe omgeving is ook een belangrijk doel. Natuurgebieden worden met elkaar verbonden via landschapselementen, fiets- en wandelpaden. Het afwisselende landschap met natuur, dorpen en landbouwgebieden is een belevenis voor bezoekers.

Consequente, proactieve communicatie is belangrijk om het project goed te laten verlopen. Op dit moment ontbreekt een gedegen plan en bijbehorende planning om consequent informatie te verspreiden aan de betrokken doelgroepen.

1.2 Doel

Gedurende het project, van 2021 tot 2023, zorgen we gezamenlijk voor heldere en consequente communicatie aan de hand van dit communicatieplan. Ons doel is om tijdig communicatie te verzorgen richting de betrokken organisaties, inwoners en ondernemers. Dit om duidelijkheid, tevredenheid en een sterke verbinding te creëren.

1.3 Huidige situatie

Het project bestaat uit 5 deelprojecten:

- Landschapsvisie
- Streekbeheer
- Communicatie en educatie
- Duurzaam toerisme
- Noaberschapslijn

Ieder van de deelprojecten heeft een projecteigenaar die verantwoordelijk is voor de uitvoering van het project en communicatie richting de eigen achterban. Daarnaast is er sprake van algemene projectcommunicatie over het project.

We willen in beide gevallen voorkomen dat communicatie te veel ad hoc of zelfs te laat verloopt. Komen we te laat in actie op communicatiemomenten, dan is de kans groot dat de toegevoegde waarde, de boodschap en het doel voorbij wordt gegaan door tijdnoed. Hoe eerder we erover na kunnen denken, hoe beter. Zo voorkomen we dat partners en stakeholders verbinding met het project missen. Daarnaast levert het meer rust op in de interne planning van communicatiemomenten en -middelen.

1.4 Afbakening van het communicatieplan

1.4.1 algemene project communicatie

De algemene projectcommunicatie wordt verzonden met Regionaal Landschap als afzender. Deze naam moet nog worden geladen. Hoe vaker we het consequent inzetten, hoe eerder men het zal herkennen.

1.4.2 Logo en huisstijl voor algemene project communicatie

We ontwikkelen geen nieuwe huisstijl. In plaats daarvan gebruiken we de groen en oranje huisstijlkleuren van Regionaal Landschap Drents-Friese Grensstreek uit de huisstijl van Nationale Parken, zie <https://www.provincie.drenthe.nl/regionaallandschap/>. Voor kleurcodes zie huisstijlgids NP. Op dit moment bekijken we het ontwikkelen van een stempel, vergelijkbaar aan de stempel van de beleefweek. Op deze manier ontstaat er, naast de huisstijl van NP, een herkenbaar beeldmerk. Deze dient steeds terug te komen op alle communicatie uitingen – ook in die van de partners die over een deelproject communiceren.

1.4.3 Communicatie vanuit deelprojecten

Communicatie verzonden vanuit de deelprojecten wordt door de projectleiders zelf opgepakt. Wel wordt dit afgestemd met de communicatieadviseur, zodat hij of zij weet wat er speelt.

1.4.4 Logo en huisstijlgebruik voor deelprojecten

Besluiten we een stempel als beeldmerk te gebruiken, dan kan deze ook door deelprojecten worden gebruikt. Iedere organisatie gebruikt het eigen + huisstijl logo, maar voegt de stempel daar aan toe. Zo ontstaat wederom meer eenheid en herkenbaarheid.

1.4.5 Tone of voice

De projectcommunicatie richt zich op een aantal verschillende doelgroepen. Hier vind je een verschil in aanspreekvorm. Daarom stellen we de 'tone of voice' vast. Tone of voice bepaalt welke toon wordt gebruikt in het schrijven en of je bijvoorbeeld met u of jij schrijft.

De lijn hierin is dat we begrijpelijk taal gebruiken: niveau b1. B1 staat voor eenvoudig Nederlands. Vakjargon komt hierin niet voor. Het overgrote deel van de inwoners van Nederland begrijpt taal op dit niveau. Voor inwoners, ondernemers, vrijwilligersorganisaties is dit het meest geschikte niveau. Daarbij houden we informele aanspreekvorm aan: je/jij/jullie.

Een uitzondering maken we voor communicatie richting bestuurders en collega's. Voor bestuurders gebruiken we de formele aanspreekvorm: u. Ook zal regelmatig voorkomen dat hier meer vakjargon wordt gebruikt. Collega's spreken we wel aan in de informele vorm, maar ook hier is vakjargon geen probleem.

Voor de deelprojecten geldt dat zij de tone of voice van hun eigen organisatie gebruiken.

1.4.6 Fotografie

Om communicatie uitingen met beelden te ondersteunen, hebben we eenduidige fotografie nodig. Denk hierbij aan fotografie op de website, tijdens presentaties, webinars of brochures. De fotografie voor projectcommunicatie bestaat uit fotografie waarop natuur de boventoon heeft, maar waarop ook mensen te zien zijn. Ter vergelijking: de fotografie uit de beeldbank van Marketing Drenthe richt zich te veel op mensen, minder op natuur en is voor dit project niet geschikt. Daarom huren we een fotograaf in (dit kan een hobby fotograaf zijn) voor het maken van nieuw beeldmateriaal. Wanneer de fotograaf wordt ingehuurd, stelt een communicatieadviseur altijd een fotobriefing op, in overleg met projectleden.

2. Doelen

De doelstellingen zijn opgedeeld in korte en lange termijn doelstellingen, aangezien het project wordt uitgevoerd tussen 2021 en 2023.

2.1 Communicatie hoofddoelstelling

Het opzetten van heldere en consequente informatie over het project Impuls Nationaal Park Drents-Friese Grensstreek 2021 – 2023.

10% van de inwoners en ondernemers is actief betrokken bij bijeenkomsten en sessies over de toekomst van het gebied (landschapsvisie, streekbeheer, educatietraject, bezoekersmanagementplan).

60% van de inwoners weet dat er een toekomstplan wordt opgesteld en dat ze daaraan bij kunnen dragen.

Inwoneraantal totaal ca 30.000 in Regionaal Landschap

2.2 Communicatie subdoelstellingen

- September 2021 is er eenduidig beeldmateriaal gereed inzetbaar voor communicatiemiddelen.

Status: gereed, i.s.m. Ingrid Mascini

- Iedere 6 weken wordt een projectupdate verstuurd naar de Gemeenteraad Westerveld (ook griffies van overige betrokken gemeenten ontvangen de update)

status: uitgevoerd. Bij weinig nieuws was er af en toe een lagere frequentie. Kwaliteit boven kwantiteit.

- Iedere 8 weken wordt een update verstuurd naar Betrokken collega's, ondernemers, inwoners en geïnteresseerden (via mailinglijst)

Status: uitgevoerd. Bij weinig nieuws was er af en toe een lagere frequentie. Kwaliteit boven kwantiteit.

2.3 Communicatie doelgroepen

Binnen de doelgroepen wordt een splitsing gemaakt tussen a) communicatie met deelprojecten en b) communicatie naar specifieke doelgroepen.

A) Deelprojecten

De projectcommunicatieadviseur communiceert naar de projectleiders van de deelprojecten. De projectleiders communiceren zelf naar hun achterban. Voorbeeld: het persbericht over de nieuwe voorzitter werkgroep duurzaam toerisme. Projectcommunicatieadviseur helpt met communicatie, maar projectleider zorgt zelf voor verspreiding.

- Landschapsvisie – Drents Landschap
- Streekbeheer – Landschapsbeheer Drenthe
- Communicatie en educatie - IVM
- Duurzaam toerisme - Recreatieschap

Ook geldt andersom; de projectleiders communiceren relevante informatie voor andere doelgroepen dan hun eigen, naar de projectcommunicatieadviseur. De projectcommunicatieadviseur communiceert vervolgens naar de doelgroep die niet binnen een deelproject valt; bijvoorbeeld als bestuurders van gemeente/provincie ergens over worden ingelicht.

B) Specifieke doelgroepen*

Naast communicatie uit de deelprojecten zijn er ook andere doelgroepen die informatie moeten ontvangen.

- 1. Provincie en gemeente (bestuurders en ambtenaren/collega's) - Communicatieadviseur project**
- 2. Natuurorganisaties - LBD**
- 3. Ondernemers en grondeigenaren – Communicatieadviseur project**
- 4. Inwoners - Communicatieadviseur project/Streekbeheer?**
- 5. Recreatie & toerisme – Recreatieschap (Marketing Drenthe?)**
- 6. Onderwijs – IVN**
- 7. Verenigingen - Communicatieadviseur project**

* zie bijlage voor uitgebreide omschrijving specifieke doelgroepen

3. Belangrijke communicatiemomenten

Het jaar 2022 staat in het teken van de landschapsvisie. Voor de communicatieplanning zie het document 'communicatieplanning landschapsvisie' (excel).

4. Huidige communicatiemiddelen

De huidige beschikbare communicatiemiddelen zijn:

- **Nieuwsbrieven**
 - Gastheren
 - Streekbeheer vanuit LBD
Eén algemeen en twee specifiek per gemeente op 1) groene bewoners en vrijwilligers groepen en 2) erfeigenaren.
 - Nieuwsbrief recreatieschap
 - Gedrukt en digitaal vanuit Nationale Park Dwingelderveld en Drents Friese Grensstreek
 - Nieuwsbrief Vereniging gebiedspromotie Zuidwest Drenthe (De Wolden)
<https://www.gebiedspromotiedewolden.nl/>
 - Maandelijks Groene agenda vanuit de Natuur- en Milieufederatie Drenthe met een overzicht van activiteiten in de provincie
<https://www.nmfdrenthe.nl/meedoen/ontvang-de-groene-agenda-drenthe/>
 - Nieuwsflitsen vanuit 'Ondernemend Westerveld' (richt zich op ondernemers)
<http://www.ondernemendwesterveld.nl/uit-westerveld/>

- **Websites**
 - Provincie Drenthe – projectpagina impuls NP (projectnieuws)
 - Gemeente Westerveld
 - Recreatieschap Drenthe
 - Landschapsbeheer Drenthe
 - IVN

- **Traditionele media**

Benaderen via perslijst.

Actie: Aanvullen perslijst.

- **Magazines**

Veldwijzer

Frequentie: 2 x per jaar

Gebied: wordt huis aan huis bezorgd rond de gebieden, en ligt in de bezoekerscentra van Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer Nationaal Park Drents-Friese Wold, Nationaal Park Dwingelderveld en Oerlandschap Holtingerveld.

Natuurkrant

Frequentie: 1 keer per jaar in de week voor Pasen

Gebied: verkrijgbaar in bezoekerscentra en bij gastheren in en rond de natuurgebieden Dwingelderveld, Drents-Friese Wold en Holtingerveld

InWesterveld

Frequentie: 2x per jaar

Gebied: Gemeente Westerveld, 9000 huishoudens

Doelgroep: inwoners en boeristen gemeente Westerveld

Bijeenkomsten

- Bijeenkomst van LBD → over ondersteuning, kansen en financieringsmogelijkheden voor vrijwilligersgroepen en bewoners.
Frequentie: 2 keer per jaar
- Gebruikersplatform Drents-Friese Wold – klankbordgroep voor NP Drents-Friese Wold; dorpsverenigingen, LBA gebied - bekendmaken
Frequentie: 2 keer per jaar

5. Definitief Ingezette communicatiemiddelen

Projectmatig structureel

- Website
- Nieuwsbrief eens per 6 weken aan bewoners
- Nieuwsbrief eens per 6 weken voor de betrokken gemeenteraden
- Social media kanalen van partners
- Persberichten bij nieuwsgerelateerde items.

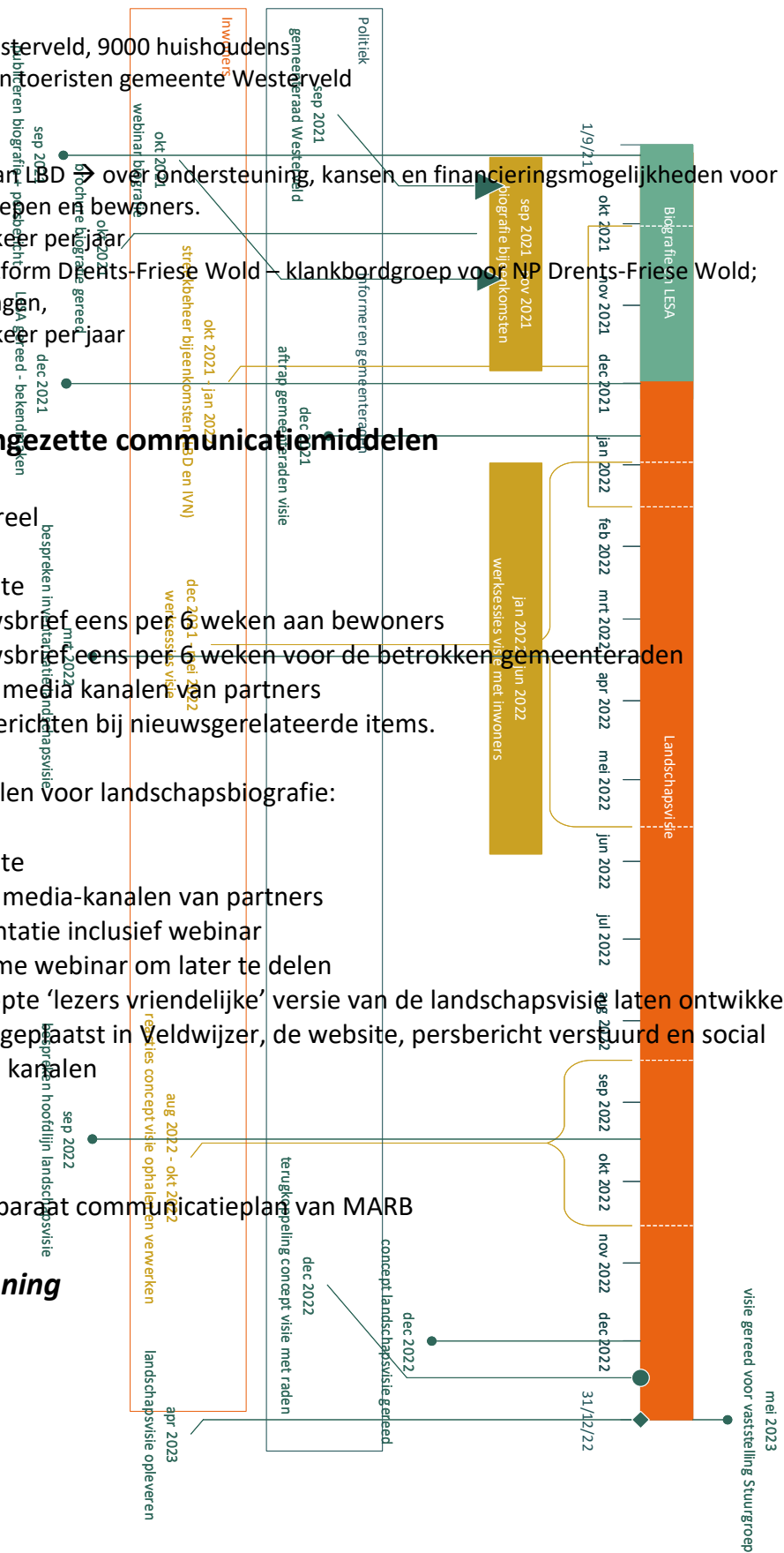
Communicatiemiddelen voor landschapsbiografie:

- Website
- Social media-kanalen van partners
- Presentatie inclusief webinar
- Opname webinar om later te delen
- Beknopte 'lezers vriendelijke' versie van de landschapsvisie laten ontwikkelen en en gepaast in Veldwijzer, de website, persbericht versuurd en social media kanalen

LANDSCHAPSVISIE

- Zie separaat communicatieplan van MARB

6. Projectplanning



Bijlage

Bijlage 1: Korte omschrijving van deelprojecten

a) **Landschapsvisie**

Een van de onderdelen van het project Nationale Parken Drents-Friese grensstreek is het opstellen van een Landschapsvisie voor zuidwest Drenthe. Deze visie moet een beeld geven over de ruimtelijke toekomst van het gebied, inclusief inbreng van ideeën vanuit

de bewoners van het gebied. Dit gaat over natuur en landschap, maar ook over het landbouwkundig gebruik en toeristisch-recreatieve aspecten. En zeker ook over de vraag hoe we in de toekomst om willen gaan met nieuwe uitdagingen zoals aanpassing aan klimaatverandering en energietransitie.

b) Impuls Streekbeheer

Landschapsbeheer Drenthe begeleidt en ondersteunt bewonersgroepen om zelf aan de slag te gaan met het landschap. Met deze impuls beogen we een verdubbeling van inzet en betrokkenheid. Het Drentse Landschap, Landschapsbeheer Drenthe en IVN werken nauw samen om bewoners en ondernemers te betrekken bij de toekomst van ons landschap.

c) Duurzaam toerisme

Recreatie en toerisme is een belangrijke economische drager in het Regionaal landschap. We zien echter ook knelpunten ontstaan. Met de impuls duurzaam toerisme gaan we onderzoek (combineren) naar bezoekers en een plan maken voor spreiding en verleiding. Ook maken we een plan om de voorzieningen kwalitatief op pijl te brengen en te houden.

d) Communicatie en educatie

Er komen veel veranderingen op ons af en we willen jongeren, inwoners, ondernemers en gebruikers graag meenemen in de ontwikkelingen. Dat doen we door actief het landschap te laten beleven en kennis te delen en daarnaast actief te communiceren over plannen en mogelijkheden om mee te praten. Het educatiedeel wordt door IVN getrokken – deels samen met Landschapsbeheer Drenthe.

e) Noaberschapslijn

Het Nationaal Park en het prachtige omliggende landschap is van iedereen. Samenwerken, eigenaarschap en erover praten met elkaar is essentieel. Daarnaast is communiceren over wat we doen, maar ook hoe bijzonder het Regionaal landschap is, van groot belang.

Bijlage 2: uitgebreide omschrijving doelgroepen

- 1) Ondernemers
 - a) Recreatie (gastheren)
 - b) Agrarisch

- c) Reguliere ondernemers in dorpen (supermarkten, café en restaurants, enz.)
- 2) Omwonenden en inwoners van het gebied
- 3) Erfeigenaren en grondeigenaren
- 4) En natuurorganisaties
 - a) SBB
 - b) Natuurmonumenten
 - c) Maatschappij van Weldadigheid
- 5) Politiek/raden/colleges
- 6) Ambtenaren/medewerkers
- 7) Verenigingen
 - a) historische verenigingen
 - b) natuur verenigingen
 - c) agrarisch/ondernemers verenigingen
(Boermarken, LTO, DAJK, werktuigbouwvereniging, Agrarische Natuur Drenthe)
- 8) Recreanten (gebruikers van gebied)
 - a) bezoekers
 - b) toeristen
 - c) sporters
 - d) evenementen organisatoren
- 9) Onderwijs → via IVN
 - a) basisonderwijs
 - b) voortgezet onderwijs
 - c) kinderopvang

Bijlage 3: doelstellingen per deelproject

Landschapvisie

- Betrokkenen informeren en laten meedenken: hoe zie jij de toekomst van het landschap graag?
- Betrokkenen informeren en laten meedenken over maatschappelijke opgaven.
- Jongeren betrekken – Regio Zwolle, scholen
- Draagvlak en betrokkenheid creëren.

Streekbeheer

- Betrokkenheid van inwoners en vrijwilligers bij het leefgebied verkrijgen én vergroten.
- Aanzetten tot actie – om het bestaande landschap te behouden en te versterken.
- (Meer) waardering (voor het gebied?) creëren.
- nieuwe samenwerkingen tot stand brengen in het gebied (mensen van elkaar laten leren, in contact brengen, gezamenlijk plannen maken).

Duurzaam toerisme

- Recreatie ondernemers informeren over ontwikkelingen.
- Recreatie ondernemers laten mee denken – participatie?
- Drents Agrarisch Jongeren betrekken
- Zorgen voor een evenwicht in 'lusten & lasten' voor inwoners
- Bezoekers informeren over en aanzetten tot passend duurzaam gedrag
- Natuurbelangen, landbouwbelangen en dorpsbelangen kennen, afwegen en richting geven, zodat dat toekomstige generaties ook kunnen benutten.

Communicatie & educatie

- Voor alle doelgroepen van dit deelproject geldt: informeren en aanzetten tot actie. Een denkrichting bepalen voor de toekomst.
- Bewoners betrekken bij het verhaal van het gebied
- Doelgroep ouderenzorg is meer gericht op informeren, minder actie-gericht