

OPLEGNOTITIE

Onderwerp: Duiding positioneringstraject en voorstel vervolgstappen (meerjarenstrategie)

Van: Werkgroep Strategische Communicatie

Voorzitter: Sonja van der Meer

Secretaris: Marjan Dunning

Aan: Overlegorgaan DFG – vergadering 19 februari 2026

1. Introductie

Werkgroep Strategische Communicatie heeft als opdracht gekregen het Overlegorgaan te adviseren over keuzes die moeten worden gemaakt, welke bijdragen aan de bewustwording, samenwerking en verbinding in de Drents-Friese Grensstreek. Daarbij is de eerste opdracht de positionering van het samenwerkingsverband (met het Overlegorgaan als bestuur). Het communicatie adviesbureau NEWR is benaderd om hiervoor een advies te schrijven.

Centrale vraag: positioneren we ons als één samenhangend gebied, met daaronder drie natuurgebieden die door het overgangsgebied met elkaar verbonden zijn of juist als drie afzonderlijke natuurgebieden met een verbindende tussenruimte?

Tijdens en na de presentatie over het positioneringstraject zijn vanuit het Overlegorgaan waardevolle reacties en vragen ontvangen. Deze reacties laten grote betrokkenheid zien, maar ook behoefte aan nadere duiding: *wat bedoelen we precies met positionering, voor wie is dit bedoeld en wat is het beoogde eindresultaat?*

Met deze oplegnotitie beoogt de werkgroep Strategische Communicatie helderheid te geven over de aard en reikwijdte van het traject, expliciet te maken dat **positionering een interne werkterm is**, en toe te lichten hoe deze positionering de basis vormt voor een meerjarige strategie voor samenwerking, communicatie en educatie. We hebben nu antwoord gezocht over waar zijn wij van. Er is nog geen antwoord op de vraag hoe we het samenwerkingsverband gaan noemen. **Aan het Overlegorgaan wordt gevraagd een keuze te maken zodat de werkgroep weer verder kan.**

2. Positionering als interne werkterm

De werkgroep benadrukt dat het begrip *positionering* in dit traject nadrukkelijk wordt gebruikt als interne strategische werkterm. Het gaat om het gezamenlijk scherp krijgen van:

- Het **gedeelde kernverhaal** van de Drents-Friese Grensstreek;
- De samenhang tussen natuurkernen, overgangsgebied en cultuurhistorisch landschap;
- De manier waarop we als partners **consistent en complementair communiceren**, zonder bestaande sterke merken Dwingelderveld, Drents-Friese Wold ed te verdringen.
- Waar de samenwerking binnen het Overlegorgaan over gaat.



Positionering is daarmee **geen synoniem voor externe merkvoering**, geen directe introductie van een nieuwe naam en geen herpositionering van de afzonderlijke Nationale Parken. Extern blijven de bestaande namen, identiteiten en merken leidend.

De opbrengst van het traject is primair bedoeld om intern richting en houvast te bieden en vormt het **inhoudelijke fundament voor keuzes in samenwerking, beleid, communicatie en educatie voor de komende jaren.**

3. Bestuurlijke duiding en scenario-keuze

Scherpte op de vraag “waar zijn we van” is mede belangrijk vanwege de overlap met de initiatieven van gebiedspromotie Zuidwest-Drenthe. Hierin staan recreatie en toerisme centraal. De gemeenschappelijke doelstelling van de Nationale Parken omvat ook toerisme en recreatie, maar reikt verder dan dat.

Zo is het beschermen, versterken en ontwikkelen van natuur en landschap, zodat huidige en toekomstige generaties het kunnen beleven, ervan leren en ermee samenleven een belangrijke pijler van het Nationale Parkenbeleid. Dit gebeurt door duurzaam beheer, educatie, samenwerking en het bijdragen aan maatschappelijke opgaven zoals biodiversiteit, klimaat en een natuurinclusieve leefomgeving.



In de keuzes die we maken, moeten we elkaar versterken en zorgen dat we zaken niet onnodig dubbel doen. Uit de reacties blijkt brede steun voor een benadering waarin samenhang en eigenheid hand in hand gaan. Voorkeursrichting *scenario B* sluit hier goed op aan:

- Behoud van de eigen identiteit en naam van de gebieden;
- Eén verbindend verhaal op landschapsniveau, waarin natuur, agrarisch overgangsgebied en cultuurhistorie samenkomen.

De werkgroep ziet het als haar rol om deze voorkeursrichting inhoudelijk verder uit te werken en bestuurlijk te adviseren, waarna het Overlegorgaan een expliciete keuze kan maken. Deze keuze vormt het startpunt voor een meerjarige, samenhangende aanpak.

4. Vervolgstep: ontwikkeling meerjarenstrategie (conform ambitieplan)

De vervolgstap in het positioneringstraject is het opstellen van een meerjarige strategie voor communicatie, educatie en samenwerking, zoals ook benoemd in het Ambitieplan Drents-Friese grensstreek. In het ambitieplan is vastgelegd dat de werkgroep Strategische Communicatie verantwoordelijk is voor het vertalen van de gezamenlijke ambities naar een samenhangende meerjarenstrategie en uitvoeringsagenda 2027-2030.

Deze meerjarenstrategie:

- Sluit aan bij de vier strategische programmalijnen uit het ambitieplan (natuur & landschap, natuurbeleving & recreatie, vitale landbouw en verbinding met de samenleving);
- Vertaalt de ambities naar een helder kernverhaal en strategische boodschappen;
- Vormt het kader voor de meerjarige communicatie- en educatiestrategie en bijbehorende uitvoeringsagenda en jaarplannen;
- Ondersteunt de vier werkgroepen van het Overlegorgaan door richting te geven aan strategische communicatie bij beleid, projecten en nieuwe initiatieven;
- Borgt afstemming met gebruikersgroepen, inwoners, ondernemers en vrijwilligers.



De uitkomst van dit positioneringstraject fungeert hierbij expliciet als **startpunt en inhoudelijk fundament**: eerst bepalen *wie we zijn en waar we voor staan*.

1. Een gedragen positioneringsdocument voor het gebied.
2. Een samenvattend merkverhaal (narratief) als basis voor communicatie.
3. Bouwstenen voor de communicatie- en educatiestrategie.

Daarna gaan we aan de slag met *hoe we dit de komende jaren consequent uitdragen en organiseren*.

Toelichting naar de vier programmalijnen uit het ambitieplan

De meerjarenstrategie van de werkgroep Strategische Communicatie sluit één-op-één aan bij de vier strategische programmalijnen uit het ambitieplan. De positionering biedt hierbij het overkoepelende verhaal en kader; de programmalijnen bepalen de inhoudelijke accenten en toepassingen.

1. Natuur, landschap en erfgoed – kernkwaliteiten zichtbaar en beleefbaar

De positionering benadrukt het landschap als verbindend geheel, waarin natuurkernen, cultuurhistorie en het agrarisch overgangsgebied samen het verhaal vertellen. In de meerjarenstrategie wordt dit vertaald naar communicatie die:

- De samenhang en ontstaansgeschiedenis van het landschap uitlegt en beleefbaar maakt;
- Aansluit bij de Landschapsbiografie en initiatieven van de werkgroep LCE;
- Bijdraagt aan herkenning, trots en begrip bij inwoners en bezoekers.

2. Natuurbeleving, toerisme en recreatie – sturen op kwaliteit en spreiding

De positionering biedt een kader om recreatie en beleving in balans met de draagkracht van de natuur te communiceren. De meerjarenstrategie ondersteunt:

- Het sturen van bezoekersstromen (rust in natuurkernen, kansen in het overgangsgebied);
- Het zichtbaar maken van kwalitatieve routes en voorzieningen buiten de kwetsbare natuur;
- Afstemming met de werkgroep Duurzame Recreatie & Toerisme en bestaande regiomarketing.

3. Vitale landbouw – verbinding tussen landschap en ondernemerschap

Binnen de positionering krijgt het agrarisch landschap een expliciete rol als verbindende schakel tussen de natuurgebieden. De meerjarenstrategie:

- Laat zien hoe landbouw, landschap en natuur elkaar kunnen versterken;
- Ondersteunt communicatie rond vrijwillige initiatieven, toekomstperspectief en nieuwe verdienmodellen;
- Draagt bij aan draagvlak en herkenning bij agrariërs en ondernemers in het gebied.

4. Verbinding Nationaal Park & samenleving – betrokkenheid en eigenaarschap

De positionering legt de basis voor een verhaal waarin inwoners, ondernemers en vrijwilligers onderdeel zijn van het geheel. De meerjarenstrategie: (check rol OO)

- Richt zich op actieve betrokkenheid via gebruikersgroepen, educatie en participatie;
- Zorgt voor samenhang tussen communicatie, educatie en projecten;
- Versterkt het gevoel van gezamenlijk eigenaarschap en ambassadeurschap in het gebied.

5. Voorgesteld gefaseerd vervolgstappenplan

1. Verhelderen en vastleggen van de interne uitgangspunten: kernverhaal, samenhang en onderscheid.

- Verhelderen en vastleggen van de interne uitgangspunten: kernverhaal, samenhang en onderscheid.
- Expliciet onderscheid maken tussen *intern werkgebied* en *externe communicatie*.
- Levert: een gedragen positioneringsdocument voor het gebied.
- Levert: een samenvattend merkverhaal (narratief) als basis voor communicatie.
- Levert: bouwstenen voor de communicatie- en educatiestrategie.
- Verwerken van aandachtspunten uit het Overlegorgaan (o.a. cultuurhistorie, overgangsgebied, voorkomen van merkconcurrentie). Eindproduct positionering Overlegorgaan vaststelling in vergadering 7 mei 2026.

2. Laten uitwerken van een meerjarige strategie voor communicatie, educatie en samenwerking.

- Laten uitwerken van een meerjarige strategie voor communicatie, educatie en samenwerking.
- Koppeling met beleidsdoelen van partners en bestaande uitvoeringsprogramma's.
- Afspraken over rollen, verantwoordelijkheden en onderlinge afstemming.

3. Vertalen van de strategie naar concrete activiteiten en pilots, met nadruk op het overgangsgebied.

- Vertalen van de strategie naar concrete activiteiten en pilots, met nadruk op het overgangsgebied.
- Aansluiten bij bestaande initiatieven en communicatiemiddelen; voorkomen van dubbeling.
- Starten met partijen en projecten waar energie en draagvlak aanwezig zijn.

6. Afsluitend

De werkgroep Strategische Communicatie ziet het positioneringstraject nadrukkelijk als **fundament onder een meerjarige gezamenlijke koers**. Door eerst intern scherp te en bestuurlijke duidelijkheid te creëren, ontstaat ruimte voor consistente communicatie, versterkte samenwerking en duurzaam draagvlak bij inwoners, ondernemers en partners.

Met deze oplegnotitie beoogt de werkgroep het Overlegorgaan te ondersteunen bij het maken van een heldere keuze en het zetten van een logische volgende stap richting een samenhangende meerjarenstrategie.

Samenvattend: een duidelijke positionering gaat vooraf aan een samenhangende meerjarenstrategie communicatie.

Kan het Overlegorgaan instemmen met deze beoogde stappen?