

Actieplan Wandelen - Drenthe Wandelprovincie

Een initiatief van Provincie Drenthe, Marketing Drenthe
en Recreatieschap Drenthe

*Samen op pad
naar 2030*

Inhoud

Samenvatting 3

1 Inleiding 5

1.1 Aanleiding 5

1.2 Leeswijzer 5

2 Analyse 7

2.1 Aanbod en waardering 7

2.2 Economische betekenis 8

2.3 Trends en ontwikkelingen 8

2.4 Benchmark en conclusie 9

3 Ambitie en kaders 10

3.1 Wandelen als impuls voor brede welvaart 10

3.2 Ontwikkelkader 11

4 Bestemmingsontwikkeling 13

4.1 Beeldbepalend wandelaanbod 13

4.2 Thematische verhaallijnen & strategische bundeling 14

4.3 Lokaal en toegankelijk wandelaanbod 14

4.4 Ondernemers als partner 15

4.5 Kwaliteit aan de basis 15

5 Vraagsturing 17

5.1 Marketingcommunicatie en informatievoorziening 17

5.2 Bezoekersmanagement 17

6 Monitoring, organisatie en samenwerking 19

6.1 Monitoring 19

6.2 Organisatie en samenwerking 19

7 Financiën 20

Bijlage 1 – Input Wandelplatform Drenthe 21

Bijlage 2 – Overzicht actiepunten 22

Samenvatting

Een sterke basis, maar meer herkenbaarheid nodig

Drenthe heeft een stevige wandelbasis: rust, ruimte, een fijnmazig routenetwerk en een rijk aanbod. Inwoners en bezoekers waarderen het wandelen in Drenthe, maar als échte wandelbestemming is de provincie minder herkenbaar dan mogelijk. Het ontbreekt aan een duidelijk wandelprofiel en wandelverhalen die Drenthe onderscheiden.

Wandelen in Drenthe is meer dan het volgen van routes. Het gaat over de typisch Drentse landschappen, natuur en dorpen en steden met verhalen, die uitnodigen om te wandelen en die plekken zijn waar mensen elkaar ontmoeten. Deze kwaliteiten vormen de basis voor een meer herkenbaar wandelprofiel.

Gericht voortbouwen op bestaande kwaliteiten

Met dit actieplan willen Provincie Drenthe, Marketing Drenthe en Recreatieschap Drenthe samen met betrokken partners voortbouwen op wat er al is. We willen de bijdrage van wandelen aan de brede welvaart kracht bijzetten en Drenthe versterken als Wandelprovincie. Dit gebeurt via een samenhangende aanpak van aanbodontwikkeling, vraagsturing en afspraken over de uitvoering.

We kiezen voor het stimuleren van meer herkenbaar beeldbepalend wandelaanbod, het bundelen en laden van bestaand aanbod met een sterk verhaal en het stimuleren van wandelen dichtbij huis.

Het actieplan maakt keuzes in de uitvoering, maar is ook een uitnodiging. Gemeenten, ondernemers, maatschappelijke organisaties en andere initiatiefnemers worden uitgenodigd om aan te haken. Samen maken we wandelen in Drenthe meer zichtbaar en toekomstbestendig.

Februari 2026



Inleiding

Wandelbehoefte en sterk Drents aanbod

In een wereld vol afspraken, deadlines en constante prikkels is het nodig om soms even stil te staan. Wandelen past daar perfect bij. Sinds de coronaperiode zijn we massaal blijvend meer gaan wandelen.¹ Voor velen, onder wie ook jongeren, is wandelen een manier geworden om te ontspannen, op te laden en afstand te nemen van de dagelijkse drukte.² Wandelen is gezond: het helpt om je fitter te voelen, zowel lichamelijk als mentaal. Steeds meer onderzoek laat zien hoe groot de voordelen zijn.³

Drenthe biedt wandelaars volop variatie en mogelijkheden: van bossen, heide en landerijen tot karakteristieke dorpen en steden. Met ruim 300 routes, langeafstandspaden en een recent aangelegd knooppuntennetwerk van ongeveer 5.500 kilometer zijn de gebieden goed ontsloten en is het aanbod rijk.

1.1 Aanleiding

Samen bouwen aan wandelen

Onderzoeken tonen aan dat inwoners en bezoekers het wandelaanbod in Drenthe hoog waarderen.⁴ Volgens onderzoek van Wandelnet staat Drenthe zelfs op de derde plaats van populairste wandelprovincies van Nederland, na Gelderland en Limburg.⁵

We willen deze positie behouden én het potentieel beter te benutten. Daarom zetten Provincie Drenthe, Marketing Drenthe en Recreatieschap Drenthe samen in op stimulering en profilering van wandelen in Drenthe. We doen dit, omdat wandelen bijdraagt aan de economie, gezondheid, leefbaarheid en verbondenheid met het landschap.

De uitdaging is om het aanbod beter te bundelen, doordacht te laden met beleving en herkenbaar uit te dragen. We nodigen iedereen, die betrokken is bij wandelen in Drenthe, uit om aan te haken. We stimuleren initiatieven,

helpen om wandelen zichtbaarder te maken en brengen partijen met elkaar in contact.

Dit actieplan is gebaseerd op onderzoek, werksessies en gesprekken met het Wandelplatform Drenthe (zie bijlage 1 voor een schematische weergave van de opgehaalde input). Waar mogelijk trekt Recreatieschap Drenthe acties door naar de Friese buurgemeente Ooststellingwerf, die deelneemt in het Recreatieschap.

1.2 Leeswijzer

Het actieplan volgt de 7 stappen van bestemmingsmanagement.⁶ Eerst komt de analyse, daarna de ambitie en het ontwikkelkader, vervolgens de speerpunten voor bestemmingsontwikkeling (aanbod) en vraagsturing (waaronder marketingcommunicatie) en tot slot de monitoring en organisatie. Door deze opbouw is zichtbaar waarom we kiezen voor bepaalde acties en hoe we sturen.

1 CBS (2024), Nederlanders zijn meer blijven lopen na coronapandemie. Geraadpleegd via: [cbs.nl/nl-nl/nieuws/2024/27/nederlanders-zijn-meer-blijven-lopen-na-coronapandemie](https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2024/27/nederlanders-zijn-meer-blijven-lopen-na-coronapandemie).

2 Wandelnet (2022), Trendrapport Jongeren en Wandelen.

3 Wandelnet (Z.D.), Wandelen is gezond. Geraadpleegd op 13 januari 2026 via <https://www.wandelnet.nl/gezondheid-sport-en-bewegen?srsltid=AfmBOortjIA7i3wGdL3l31rteTERzudk8QDowxxEkdaNTHokrZiCWVP>.

4 Drents Panel (2023), Onderzoeksrapportage inwonersonderzoek recreatie en toerisme en Bezoekersonderzoek Drenthe van Marketing Drenthe (2024).

5 Wandelnet (2021), Nationale Wandelmonitor.

6 Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (2025), Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad.



Analyse

2.1 Aanbod en waardering

Fijnmazig en gebruiksvriendelijk wandelknooppuntennetwerk

Drenthe beschikt over een fijnmazig wandelnetwerk met knooppunten van ongeveer 5.500 kilometer. Het netwerk doet natuurgebieden, (agrarisch) buitengebied, steden en dorpen aan. Het biedt overzicht, flexibiliteit en gebruiksgemak voor wandelaars.

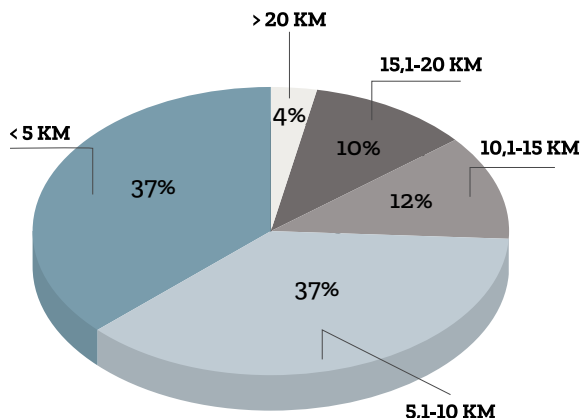
Op het netwerk worden, in overleg met Recreatieschap Drenthe en de grondeigenaren, ook routes van andere organisaties bewegwijzerd. Dit maakt het beheer voor de route-eigenaren eenvoudiger.

Routes, ommetjes en evenementen

Naast het knooppuntennetwerk is er een groot en gevarieerd routeaanbod. In de routedatabank op de website drenthe.nl staan ruim 300 routes. Het gaat om de routes van natuurorganisaties, bewegwijzerde routes van Recreatieschap Drenthe, diverse langeafstandswandelroutes, knapzakroutes, stadswandelingen en wielvriendelijke routes voor rolstoel en kindervan (ook wel *familiepaden*).

Ook bevat de database diverse ommetjes van ca. 2-5 kilometer, ontwikkeld door lokale initiatiefnemers en vaak dichtbij woonkernen, en routes met spelelementen zoals outdoor escapetours en beleefwandelingen voor kinderen.

Een deel van het aanbod is thematisch opgebouwd rond natuur, cultuurhistorie of landschap. De thematische toelichting is online beschikbaar of via routeboekjes en flyers. Het merendeel van de routes op drenthe.nl is korter dan 10 km.⁷ Dit sluit aan bij de landelijke voorkeur van het merendeel van recreatieve wandelaars.⁸



Figuur 1 – Verdeling wandelroutes naar afstand op www.drenthe.nl

In 2025 vonden in Drenthe meer dan twintig wandelevenementen plaats (exclusief lokale avondvierdaagsen).⁹

Sterke basis met hoge waardering

Het aantal wandelingen in Drenthe is toegenomen van 9 miljoen in 2018 tot 23,7 miljoen in de periode november 2022/november 2023.¹⁰ De kwaliteit van het wandelaanbod wordt hoog gewaardeerd. Bezoekers geven Drenthe gemiddeld een 8,9 voor wandelmogelijkheden¹¹ en de meeste inwoners zijn tevreden over de diversiteit en kwaliteit van het aanbod¹².

Specifieke onderzoeken naar het wandelnetwerk laten zien dat de bewegwijzering met knooppunten goed vindbaar en duidelijk is en de padkwaliteit hoog wordt beoordeeld. Deze waardering is een kracht én een verantwoordelijkheid, want kwaliteit vraagt blijvende inzet.

7 Marketing Drenthe (2025), Analyse wandelroutes op de website www.drenthe.nl.

8 Wandelnet (2020), Infoblad Kerncijfers wandelen.

9 SportDrenthe (2025), Inventarisatie wandeltochten in Verkenning activiteiten 50-jarig bestaan Drenthepad.

10 Landelijke Data Alliantie (2024), Nederlands Vrijetijdsonderzoek – Factsheet Drenthe.

11 Marketing Drenthe (2024), Bezoekersonderzoek Drenthe.

12 Drents Panel (2023), Onderzoeksrapportage inwonersonderzoek recreatie en toerisme.

2.2 Economische betekenis

Wandelen als economische motor

Uit de Nationale Wandelmonitor (2021) blijkt dat per recreatieve wandeling gemiddeld € 1,80 wordt uitgegeven tijdens een wandeling, inclusief alle wandelingen zonder bestedingen.¹³ Consumpties onderweg vormen het grootste aandeel (44%), na aankopen in winkels (39%).

Wanneer dit gemiddelde bestedingsbedrag indicatief wordt toegepast op het totale aantal wandelingen in Drenthe per jaar (ca. 23,7 miljoen – november 2022/november 2023¹⁴) komt dit neer op ongeveer € 42 miljoen aan directe bestedingen. Dit is een orde van grootte, geen exacte berekening, want het totale aantal wandelingen in Drenthe is gebaseerd op recenter onderzoek dan het onderzoek van de Nationale Wandelmonitor.

Daarnaast is het belangrijk om te benadrukken dat wandelen indirect een grote rol speelt in het totale aantal bestedingen aan vakanties en dagbezoek in Drenthe (in 2023 was dit € 1,3 miljard¹⁵). Wandelen is namelijk een belangrijke reden om voor Drenthe als bestemming te kiezen en het behoort tot een van de meest ondernomen activiteiten tijdens het verblijf, naast een bezoek aan de horeca.¹⁶

¹³ Wandelnet (2021), *Nationale Wandelmonitor*.

¹⁴ Landelijke Data Alliantie (2024), *Nederlands Vrijetijdsonderzoek - Factsheet Drenthe*

¹⁵ Ecorys (2024), *Toerisme in Drenthe 2023*.

¹⁶ Marketing Drenthe (2024), *Bezoekersonderzoek Drenthe*.

¹⁷ Ruimte voor lopen (2025), *Wat brengt dit jaar voor wandelliefhebbers? 7 wandeltrends voor 2025*, geraadpleegd via https://ruimtevoorlopen.nl/2025/01/wandeltrends-voor-2025/?utm_source=chatgpt.com.

¹⁸ Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (2023), *Onderzoek naar de potentie van plattelandsvakanties in Nederland*.

2.3 Trends en ontwikkelingen

Wandelen is uitgegroeid tot een brede maatschappelijke trend. Voor Drenthe biedt dit kansen, mits we het aanbod en de beleving scherp laten aansluiten bij de behoeften van doelgroepen en de draagkracht van gebieden.

Rust en verstillig: wandelen wordt steeds vaker gezien als lifestyle en tegenwicht voor drukte. Stiltewandelingen, bosbaden (bewust en vertraagd verblijven in het bos) en mindful routes passen bij de Drentse kwaliteiten (rust, ruimte, weinig verstoring). Jongeren ontdekken wandelen als manier om los te komen van schermen en mentale drukte. Hierop wordt al ingespeeld met de Buiten-Bereik wandelingen van Marketing Drenthe, waarbij bestaande routes worden verrijkt met het thema 'rust' en 'buiten bereik zijn'.

Beleving: themaroutes, storytelling en spelelementen maken routes betekenisvoller en vergroten de aantrekkingskracht.

De provinciale Subsidieregeling Thematische wandelroutes Drenthe (2025-2027) biedt inmiddels kansen om inspirerende, thematische wandelroutes te ontwikkelen of te versterken die het unieke verhaal van onze provincie tot leven brengen – van culturele routes tot avontuurlijke natuurbeleving.

Culinaire en culturele wandelevens: er is een trend van events die wandelen combineren met cultuur, gastronomie, natuurbeleving en mindfulness¹⁷. Dit past bij de wens om routes te laden met 'oer'-beleving en lokale gastvrijheid.

Boerenlandwandelen: plattelandsvakanties zijn in trek en wandelmogelijkheden zijn daarin een belangrijke factor.¹⁸ Drenthe heeft veel agrarisch grondgebied; combinaties met cultuurhistorie en streekverhalen bieden kansen voor onderscheidend aanbod.

2.4 Benchmark en conclusie

Figuur 2 toont een aanbodpiramide, waarin onderscheid is gemaakt tussen basisaanbod (regulier aanbod), bijzonder aanbod (bijzonder in de regio, maar niet uniek in Nederland) en iconisch aanbod (aanbod waarvoor mensen speciaal naar een plaats reizen).

Op basis van deze indeling is het wandelaanbod van Drenthe vergeleken met dat van Gelderland en Limburg, die volgens onderzoek wandelprovincies nummer één en twee zijn¹⁹. Uit de vergelijking blijkt dat Drenthe een sterk wandelfundament heeft, maar minder uitgesproken is.²⁰

Sterk fundament, gemis aan herkenbaarheid

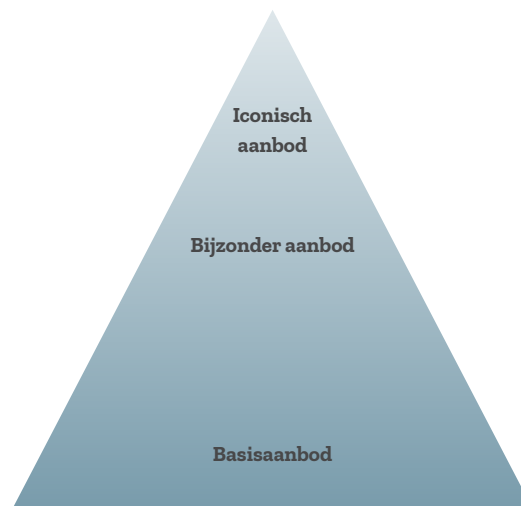
Drenthe mist herkenbaar beeldbepalend wandelaanbod en een verbindend verhaal rondom wandelen dat tot de verbeelding spreekt en direct gekoppeld is aan het Drentse DNA.

Waar Gelderland zich profileert met iconische concepten als de Nijmeegse Vierdaagse, Klompenpaden en de Liberation Route, en Limburg met hoogteverschillen en pelgrimsroutes, ontbreekt in Drenthe een vergelijkbaar iconisch aanbod. Dat biedt een kans voor ontwikkeling.

Verbinding met Drents DNA maken

Door routes sterker te verbinden met de unieke kwaliteiten van Drenthe – ongerepte natuur, oeroude landschappen en rijke cultuurhistorie – kan de provincie zich ontwikkelen van een aantrekkelijk wandeldecor naar een betekenisvol wandelverhaal.

Met thematisering en storytelling kunnen routes meer inhoud en beleving krijgen, passend bij de groeiende behoefte aan onthaasting en betekenisvolle ervaringen. Een of meerdere wandelconcepten als beeldbepalend wandelaanbod, ingebed in een krachtig en samenhangend verhaal, kunnen zorgen voor betere



Figuur 2 – Aanbodpiramide

herkenbaarheid en profilering. De aansluiting bij het Drentse DNA kan eraan bijdragen dat het aanbod goed past bij het landschap en zo duurzaam wordt ontwikkeld.

Kansen focusdoelgroepen

Het Drentse wandelaanbod sluit goed aan bij de Drentse focusdoelgroepen, met name de Verbindingszoeker en Inzichtzoeker, die rust, ruimte en natuurbeleving zoeken. Daarnaast biedt het ruige, ongerepte karakter kansen voor de Avontuurzoeker, een doelgroep die ook goed past bij de positionering van Drenthe als Oerprovincie.

Conclusie: van decor naar wandelverhaal

Drenthe heeft veel in huis, maar mist een uitgesproken profiel als wandelprovincie. Het ontbreken van voldoende beeldbepalend wandelaanbod en een samenhangend verhaal en wandelconcepten maakt dat het Drentse DNA in het wandelaanbod onvoldoende zichtbaar is. Juist daar ligt de sleutel om wandelen sterker te positioneren en Drenthe herkenbaar te profileren. Ook de juiste wandelevents kunnen helpen in deze herkenbaarheid.

¹⁹ Wandelnet (2021), Nationale Wandelmonitor.

²⁰ Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd (2025), *Wandelaanbod Drenthe – Verkenning aanbod, benchmark en aanbevelingen*.

Ambitie en kaders

3.1 Wandelen als impuls voor brede welvaart

Wandelen is een duurzame vorm van recreatie die bijdraagt aan brede welvaart als we zorgvuldig keuzes maken in aanbod, inrichting en planning. Het bevordert de vitaliteit van inwoners, stimuleert lokale bestedingen en versterkt de verbondenheid met het landschap en identiteit van Drenthe.

Dit sluit aan bij het gedachtegoed van Perspectief op bestemming Drenthe 2030, een visie die Provincie Drenthe, Marketing Drenthe en Recreatieschap Drenthe samen met de sector recreatie en toerisme hebben gepresenteerd in 2021.

Daarnaast is wandelen een speerpunt in de Agenda Recreatie en Toerisme in Drenthe 2024-2028 van de Provincie Drenthe en de Visie op routegebonden recreatie 2030 van Recreatieschap Drenthe. Ook past de inzet op wandelen bij de Meerjarenstrategie 2025-2028 van Marketing Drenthe.

Ambitie Drenthe wandelprovincie

Met dit actieplan willen we als Provincie Drenthe, Marketing Drenthe en Recreatieschap Drenthe de positie van Drenthe als wandelprovincie versterken en daarbij inwoners en bezoekers inspireren om de oerkracht van Drenthe nog meer te voet te ervaren. We sturen op de passende wandelaar, op de passende plek, op de passende tijd. We verbinden bezoek, beleving en routebeheer.

We streven naar een provincie waarin:

- wandelen nog meer vanzelfsprekend wordt voor **inwoners**;
- **bezoekers** Drenthe ook herkennen als een échte wandelprovincie;
- **ondernemers** actief aanhaken, met voorzieningen en beleving;
- **overheden** en **partners** gericht investeren in aantrekkelijkheid, toegankelijkheid en zichtbaarheid op het gebied van wandelen.

3.2 Ontwikkelkader

Het ontwikkelkader vormt het kompas voor uitvoering. Het helpt om keuzes te onderbouwen, versnippering te voorkomen en samenhang tussen projecten te bewaren.

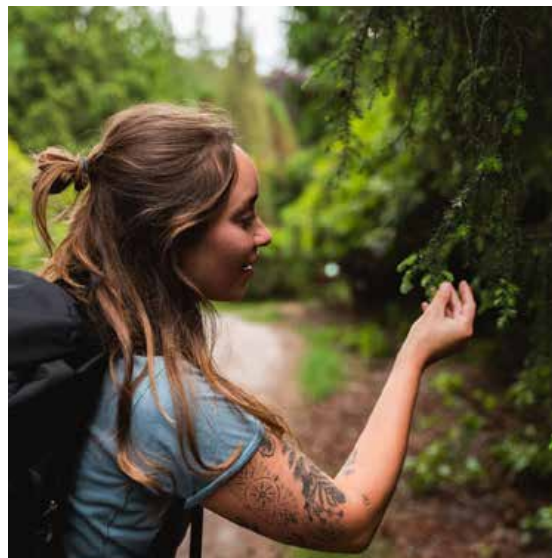
Oerpositionering: we sluiten aan bij deze positionering. In Drenthe komen een *échte beleving*, *oorspronkelijkheid* en *robuuste* landschappen samen. Dat ervaar je al wandelend, via *ongedwongen* routes en events, gedragen door een *doordachte* aanpak en een *hartelijke* ontvangst.

Doelgroepen: we sluiten aan bij de bestaande focusdoelgroepen (ook wel leefstijlgroepen) van de betrokken partijen. Daarbij zijn inwoners zeer belangrijke gebruikers en dragers. Voor bezoekers richten we ons vooral op de leefstijlgroepen Verbindingszoeker (natuur en ontmoeting) en Inzichtzoeker (verdieping en betekenis). Daarnaast hebben we oog voor de Harmoniezoeker (gezinsvriendelijk en toegankelijk) en waar mogelijk ook Avontuurzoeker (actief, uniek, ruig).

Spreading: we stimuleren spreading van bezoek in de regio en over de seizoenen. Niet alleen oog voor de bestaande hotspots, maar juist ook voor gebieden met ruimte en potentie. Nieuwe routes en events worden ontwikkeld met oog voor natuur, economie en leefbaarheid en in overleg met grondeigenaren.

Kwaliteit boven kwantiteit: liever enkele top-producten en concepten met een sterk verhaal dan een overvloed aan vergelijkbare routes. We focussen op gerichte vernieuwing en aanvulling en opwaardering van bestaand aanbod.

Samenwerking in het gebied: ondernemers, vrijwilligers en andere betrokkenen spelen een sleutelrol bij de uitvoering. Publiek-private samenwerking vergroot het draagvlak en versterkt de uitvoering.



Natuurwaarden en draagvlak: natuurorganisaties en andere terreineigenaren worden betrokken bij de projecten op hun gronden: we houden rekening met de natuurwaarden en beheerdoelen en willen bijdragen aan draagvlak voor erfgoed, bijzondere landschappen en natuur.

Kanalen: de website drenthe.nl en de Drenthe Routes App zijn de centrale kanalen voor presentatie en ontsluiting van het wandelaanbod.

De primaire focus: ligt op recreatie en toerisme, maar waar relevant maken we crossovers met andere sectoren zoals gezondheid, sport en bewegen. Daarbij kunnen we kennis delen, meedenken en adviseren. Daarna maken we de weg vrij voor de betrokken partijen om er zelf aan de slag te gaan.



Bestemmingsontwikkeling

In deze stap werken we het aanbod uit langs speerpunten. De nadruk ligt op voortbouwen op het bestaande fundament en daarnaast op het ontwikkelen van meer beeldbepalend wandelaanbod, bundeling en toegankelijk aanbod.

Per speerpunt benoemen we acties voor 2026 waar de programmacoördinator en de betrokken partijen direct mee aan de slag kunnen gaan. Daarnaast staan er acties richting 2027-2028, die jaarlijks in een uitvoeringstabel concreet moeten worden gemaakt.

4.1 Beeldbepalend wandelaanbod

Drenthe heeft behoefte aan meer beeldbepalend wandelaanbod dat wandelen beter op de kaart zet: aanbod dat tot de verbeelding spreekt, een *reason to visit* creëert en het Drentse DNA draagt. Beeldbepalend wandelaanbod kan bestaan uit zowel routes als evenementen. Ze vergroten zichtbaarheid, trekken aandacht en versterken de positionering.

Acties 2026:

- Verkenning starten naar een terugkerend (bij voorkeur meerdaags) beeldbepalend wandelevenement: nieuw of uitbouw van bestaand event, gekoppeld aan Drentse iconen. Hierbij ook Kenniscentrum Events Drenthe (KCE) betrekken.
- Oplevering *Buiten-Bereik* wandelroutes, met belevingselementen (onthaasting, natuurverbinding). Ondernemers worden benaderd om aan te haken.
- *Hunebed Hike Ways* (werktitel): huidige 4 bewegwijzerde routes van Recreatieschap Drenthe langs hunebedden bundelen als herkenbaar concept in lijn met het project Hunebedden als inspiratiebron van Marketing Drenthe.
- Versterken concept en gebruik lange-afstandswandelpaden (o.a. Drenthepad, Hünenweg, Stellingenpad).



- Aansluiten bij initiatieven voor beeldbepalende concepten binnen het programma van Nij Begun²¹ voor de vrijetijdseconomie in Noord-Drenthe, waarin wandelen een belangrijke rol speelt. Denk aan routes en/of evenementen als drager van regionale verhalen of routes langs landmarks van (inter)nationaal vermaarde kunstenaars.

Richting 2027-2028: Ontwikkeling van enkele niche-iconen (bijv. Kolonie-wandelmarathon langs 42 km lang Kolonienpad, Drentse Wandel-dag, Oerhike, 'Wandelrondtje deur Drenthe' of klaverbladroutes vanuit kernen en bedrijven).

²¹ **Nij Begun** is een langjarig programma van het Rijk voor de provincie Groningen en Noord-Drenthe, dat is opgezet om de schade en gevolgen van de gaswinning aan te pakken en te werken aan herstel en toekomstperspectief. Binnen de Economische Agenda van Nij Begun is de vrijetijdseconomie benoemd als één van de vijf speerpunten.

4.2 Thematische verhaallijnen & strategische bundeling

Het aanbod is rijk, maar de presentatie is versnipperd. We brengen structuur door routes te bundelen onder herkenbare themalijnen (paraplu's) met eenduidige informatie, beleving en kwaliteit. Daarmee groeit herkenbaarheid en wordt het makkelijker voor bewoners en bezoekers om 'hun' Drentse wandelervaring te vinden.

Acties 2026:

- Serie routes langs (vind)locaties in het veld van items uit de vaste tentoonstelling Labyrinthia in het Drents Museum, bijv. via knooppuntenrondjes.
- Bewegwijzerde stadswandelingen actualiseren tot één eenduidig concept samen met gemeenten.
- Provinciale subsidieregeling Thematische Wandelroutes Drenthe 2025-2027 voortzetten.
- Actualisatie en verrijking zes bewegwijzerde themawandelroutes Recreatieschap: stadswandelingen Assen, Meppel, Hoogeveen (Recreatieschap) en Coevorden (Stichting Toreco) en wandelroutes Veld & Dorp Gieten en Zwiggelte-Westerbork (start in 2026).

Richting 2027-2028: jaarlijkse themalijnen, bijv. set van Drentse routes 'Drenthe in een notendop', Drentse huttentochten, samenwerking zoeken met initiatieven als *Into Nature* (2027 in Orvelte), *Folley Art* (Norg) of 'wildernisroutes' in Hart van Drenthe en Drents Friese Wold en de uitbreiding van escapetours-functionality in de Drenthe Routes App van Recreatieschap stimuleren.

4.3 Lokaal en toegankelijk wandelaanbod

Voor inwoners is wandelen dichtbij huis een eenvoudige manier om te bewegen. Lokaal aanbod kan inwoners verleiden om vaker te gaan wandelen. Daarom zetten we in op het versterken van dit type aanbod en het vergroten van de toegankelijkheid.

Op sommige plekken is er behoefte aan meer wandelommetjes²², terwijl op andere plekken wandelevenementen kansen bieden om het aanbod toegankelijker en inclusiever te maken, bijvoorbeeld door kortere afstanden toe te voegen. Zo kan wandelen bijdragen aan gezondheid, ontmoeting en leefbaarheid.

Acties 2026:

- Lokale initiatieven ondersteunen (ommetjes, verhalenommetjes), o.a. via RegioDeal II Verhalen van het Landschap – 'Wandelen om de hoek' (waar mogelijk worden deze verhalenommetjes vanuit dit actieplan ook meegenomen in de (marketing)communicatie).
- Wielvriendelijke routes inventariseren en zichtbaarder maken; verkennen waar uitbreiding logisch is.
- Samenwerking verkennen met buurtsportcoaches/SportDrenthe en 'wandelen op recept', om bij te dragen aan het stimuleren van bewegen, met wandelen als laagdrempelige manier om meer te bewegen.
- We zetten in op een netwerk van wandelorganisatoren om te verkennen en te bepalen welke acties kunnen worden opgepakt om wandelevenementen toegankelijker en inclusiever te maken.

Richting 2027-2028: Richting 2027-2028 zetten we in op pop-up, kant-en-klare knooppuntenrondjes 'om de hoek', een inwonerscampagne. Dit in navolging van de succesvolle inwonerscampagne van Marketing Drenthe in 2025: *Gewoon bij jou om de hoek*. Daarnaast verkennen we de behoefte aan het meer uitlichten van paden door het boerenland in combinatie met

²² Trendbureau Drenthe (2024), *Ervaringen van Drenten over sport en bewegen in 2023!*



benutten van kansen voor nieuwe wielvriendelijke paden (mits haalbaar gezien de aanlegkosten en passend binnen beleid van grondeigenaren).

4.4 Ondernemers als partner

Het wandelaanbod biedt ondernemers kansen om gasten te trekken. Tegelijk zijn ondernemers cruciaal voor een gastvrij ontvangst van wandelaars. We activeren ondernemers door zichtbaar te maken welke bedrijven al inzetten op wandelrecreatie. Ook stimuleren we samenwerking en bieden we praktische hulpmiddelen. Zo kunnen recreatie- en horecabedrijven wandelroutes, het knooppuntennetwerk of evenementen eenvoudig zichtbaar en gastvrij ontsluiten.

Acties 2026:

- Start ondernemers in beeld brengen die al veel met wandelen doen en andere ondernemers actief te benaderen en stimuleren om zelf aan de slag te gaan.
- Zakelijke formats vanuit Marketing Drenthe, bijv. 'Even Buiten Bereik' waarin de ondernemer laat zien hoe hij/zij ontspant vanuit zijn/haar bedrijf.
- Vanuit Marketing Drenthe met de regio's bepalen hoe wandelen een plek kan krijgen in de ondernemersbijeenkomsten.

Richting 2027-2028: ondernemersactie 'Rondje Park' (korte routes uitstippelen rond accommodaties) en aanjagen wandelvakanties (o.a. samenwerking tussen lokale partijen en reisorganisaties stimuleren).

4.5 Kwaliteit aan de basis

Het fundament moet op orde blijven: netwerk, bewegwijzering en informatievoorziening. Kwaliteit borgt tevredenheid, veiligheid en betrouwbaarheid. Dit betekent blijvende inzet op:

- Beheer en onderhoud van netwerk en dragers op hoog niveau voortzetten.
- Waar nodig doorontwikkelen (bijv. startpunten, informatiepanelen, digitale vindbaarheid).

Actie 2026:

- Vanuit het bankjesproject, dat Recreatieschap uitvoert met financiële steun van de Provincie Drenthe, worden in 2026 nieuwe zitbankjes geplaatst aan de wandelpaden.



Vraagsturing

Vraagsturing betekent: stimuleren en sturen. We willen passende doelgroepen aanspreken, aanbod beter vindbaar maken voor inwoners en bezoekers en spreiding bevorderen zodat heel Drenthe kan meeprofiteren.

5.1 Marketingcommunicatie en informatievoorziening

Zichtbaarheid versterken

Marketing Drenthe is trekker van de marketing van Drenthe als vrijetijdsprovincie. Wandelen vormt daarin al een belangrijk fundament en dat komt terug in campagnes, op drenthe.nl. Voor het wandelen ligt er een focus op de leefstijlen Verbindingszoeker en Inzichtzoeker en er is aandacht voor de Harmoniezoeker. Ook lokale organisaties voor regiopromotie en de toeristische informatievoorziening geven invulling aan en activeren het wandelaanbod.

Hier bouwen we gericht op voort. Het landschap fungeert daarbij als *basecamp*: een plek om tot jezelf te komen, los van de hectiek. Door deze beleving sterker te laden met nieuwe en bestaande wandelbelevingen (zie hoofdstuk 4) en deze mee te nemen in de marketingcommunicatie, versterken we de zichtbaarheid en herkenbaarheid van Drenthe als Wandelprovincie.

Acties 2026:

- Verkenning mogelijkheden vaste API-koppeling tussen routepagina's terrein-beherende organisaties en routedatabase drenthe.nl om het bijhouden van routes nog beter te borgen.
- Buiten Bereik-campagne (Marketing Drenthe) uitvoeren met wandelbelevingselementen; ondernemers actief benaderen om aan te haken.
- Wandelwoensdag voortzetten en wandelaanbod tonen op socials (Marketing Drenthe): routes uitlichten en regiopromotie versterken.
- Start voorbereiden Wandelcongres Drenthe in 2027, doelgroep stakeholders.

Richting 2027-2028: ons routeplatform drenthe.nl/wandelen verbeteren (verkenning van optimaliseren filters voor routes, volgorde getoonde routes en routedatabase uitdragen als concept; meest complete wandelroute database van Drenthe) en evenementen sterker uitdragen (bijv. Wandel4daagse Diever als trainingsmoment Nijmeegse).

5.2 Bezoekersmanagement

Spreiding is essentieel: niet steeds dezelfde hotspots, maar ook minder bekende gebieden onder de aandacht brengen. Dit verdeelt kansen eerlijk over de provincie en helpt – waar nodig – kwetsbare natuur te beschermen. Daarnaast willen we bezoekers te stimuleren om vaker gebruik te maken van duurzame vervoersvormen. Promotie, informatievoorziening en sturing gaan hand in hand.

Actie 2026:

- Verkenning om ov-knooppunten te versterken als startpunt van wandelroutes (en fietsroutes): routes koppelen en informatievoorziening realiseren.

Richting 2027-2028: Een inwonerscampagne opzetten met pop-up kant-en-klare knooppuntenrondjes (zie ook 4.3) en verkennen kansen voor een Wandelstarter in Drenthe (naar voorbeeld Brabant): een digitaal, zeer gebruiksvriendelijk overzicht van goede startpunten van wandelroutes, verrijkt met informatie en waar mogelijk gekoppeld aan OV, om gebruiksgemak te vergroten en spreiding te bevorderen.



Monitoring, organisatie en samenwerking

6.1 Monitoring

We volgen op verschillende wijzen de inzet, resultaten en de ontwikkeling van het wandelen in Drenthe:

- **Inzet:** inzet van menskracht en middelen door de 3 initiërende organisaties en partners.
- **Resultaten uitvoering:** per project worden doelen geformuleerd op outputniveau. Denk aan gerealiseerde routes, themalijnen en evenementen, het bereik van campagnes, de mate van samenwerking met partners en de spreiding van het aanbod over de provincie, aanvullend op het bestaande aanbod.
- **Ontwikkeling wandelen in Drenthe:** waardering van wandelen in Drenthe (Bezoekersonderzoek van Marketing Drenthe en Inwonersonderzoek recreatie en toerisme van het Drenthe Panel), populariteit van Drenthe als wandelprovincie, gemiddelde bestedingen van wandelaars (Nationale Wandelmonitor Wandelnet) en het aantal wandelingen per jaar in Drenthe (Nederlands Vrijtijdsonderzoek).

6.2 Organisatie en samenwerking

Provincie Drenthe, Marketing Drenthe en Recreatieschap Drenthe bepalen samen de koers, brengen focus en samenhang aan en stimuleren initiatieven vanuit hun eigen rol:

- **Provincie Drenthe:** draagt bij via medefinanciering en de openstelling van de subsidieregeling themawandelroutes en benut kansen bij gebiedsontwikkeling om nieuwe wandelmogelijkheden te creëren en beleving toe te voegen.
- **Marketing Drenthe:** draagt zorg voor de marketingcommunicatie en ontwikkelt samen met Recreatieschap Drenthe wandelconcepten en verhaallijnen die het Drentse wandelverhaal zichtbaar maken.
- **Recreatieschap Drenthe:** draagt bij via medefinanciering, ontwikkelt samen met Marketing Drenthe wandelconcepten,

beheert zijn eigen wandelroutes en het wandelnetwerk en levert route-expertise.

Werkgroep, Wandelplatform Drenthe en coördinatie

De drie organisaties sturen de uitvoering aan via een vaste werkgroep. Daarbij stemmen zij af met het Wandelplatform Drenthe, dat fungeert als klankbordgroep. Deelnemers:

- Gemeenten (Drenthe en Ooststellingwerf)
- Provincie Drenthe
- Marketing Drenthe
- Recreatieschap Drenthe
- Wandelnet
- ANWB
- Nivon Natuurvrienden
- Het Drentse Landschap
- Staatsbosbeheer
- Individuele ondernemer: brengt het perspectief in van de ondernemers
- SportDrenthe/Kenniscentrum Events Drenthe
- Agendaleden: Natuurmonumenten en regiocoördinatoren lokale marketingpartijen

De uitvoering van dit actieplan wordt gecoördineerd door een **programmamacoördinator** (gemiddeld één dag per week), onder regie van de werkgroep. Deze verkent kansen, helpt projecten op gang en werkt waar nodig zelf mee. Daarnaast verbindt en stimuleert de coördinator initiatieven van anderen, bewaakt de samenhang en houdt de voortgang in beeld.

Uitnodiging om mee te doen

We willen wandelen stimuleren door samen te werken en initiatieven te verbinden. Dat doen we met gemeenten, ondernemers, maatschappelijke organisaties, vrijwilligers en inwoners. Partijen die willen bijdragen kunnen op verschillende manieren aanhaken:

- Meedoen in werkgroepen rond projecten of acties, bijvoorbeeld bij een route of evenement.
- Tijd en kennis inzetten vanuit de eigen organisatie.
- Eigen initiatieven oppakken die aansluiten op dit actieplan.

Financiën

Begroting

De programmabegroting is opgesteld als meerjarige raming voor de periode 2026-2028. Medio 2028 wordt de balans opgemaakt ten behoeve van een invulling voor de periode tot en met 2030.

Over de financiële inzet wordt jaarlijks besloten. Daarom onderscheiden we de begroting per jaar. De exacte invulling en vaststelling per jaar vindt plaats in de vervolgfase.

ONDERDEEL	2026	2027	2026
Bestemmingsontwikkeling (nieuw/actualiseren huidig aanbod)	€ 45.000	€ 55.000	€ 55.000
– Werkbudget aanbodontwikkeling v.a. mei 2026	€ 20.000	€ 30.000	€ 30.000
– Evenementen beeldbepalend aanbod	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000
Vraagsturing (marketingcommunicatie en info-voorziening)	€ 24.000	€ 22.500	€ 22.500
– Marketing (extra t.o.v. bestaand)	€ 15.000	€ 22.500	€ 22.500
– Doorontwikkeling wandelen op drenthe.nl	€ 5.000	–	–
– Nieuw beeldmateriaal wandelen	€ 4.000	–	–
Programmacoördinatie (ca. 1 dag/week) v.a. mei 2026	€ 24.000	€ 36.000	€ 36.000
Wandelcongres	–	€ 30.000	–
Totaal	€ 93.000	€ 143.500	€ 113.500
Totaal 2026, 2027, 2028			€ 350.000

DEKKINGSPLAN

ORGANISATIE	2026	2027	2026
Provincie Drenthe	€ 59.667	€ 110.167	€ 80.166
Recreatieschap Drenthe	€ 33.333	€ 33.333	€ 33.334
Totaal	€ 93.000	€ 143.500	€ 113.500
Totaal 2026, 2027, 2028			€ 350.000

De besluitvorming over de bedragen die nodig zijn om de kosten te dekken, ziet er als volgt uit. Recreatieschap Drenthe stelt zijn Dagelijks Bestuur voor om één besluit te nemen voor de periode van drie jaar. Voor de Provincie Drenthe wordt voorgesteld aan het college van Gedeputeerde Staten om voor de periode van drie jaar één besluit te nemen, onder voorbehoud van goedkeuring door Provinciale Staten van de provinciale begroting waaruit de bijdrage wordt gedekt.

Bijdrage in capaciteit

De drie betrokken organisaties leveren een bijdrage in capaciteit door deelname aan de vaste werkgroep en acties die daaruit voortkomen. Deze werkgroep draagt namens de drie organisaties zorg voor de regie op het programma, bestaande uit begeleiding van de programmacoördinator en sturing op de uitvoering van de projecten en de financiën.

Het marketingbudget van dit actieplan wordt niet ingezet voor extra landelijke promotie of voor de online basispromotie van wandelen. Dit valt binnen de bestaande inzet die Marketing Drenthe heeft opgenomen in het Jaarplan 2026 en het Aanbodontwikkelingsplan.

onderscheid worden geduid, als onderdeel voor de toekenningsaanvraag van de jaarlijkse bijdragen.

Toelichting (reguliere) inzet Marketing Drenthe 2026: vanuit het Aanbodontwikkelingsplan de wandelroutes *Buiten-Bereik* realiseren en deze koppelen aan de landelijke voorjaarscampagne uit het jaarplan. Hiermee krijgt Drenthe als wandelprovincie een podium. De inzet op *Kracht-van-Oer* wordt daarbij voortgezet. Daarnaast besteedt Marketing Drenthe het hele jaar door online aandacht aan wandelen, via pagina's en blogs op drenthe.nl en vaste formats voor sociale media zoals De Wandelwoensdag op Facebook.

[illegible]

Bijlage 2 – Overzicht actiepunten

THEMA / SPEERPUNT	ACTIES 2026
Beeldbepalend aanbod	1 Verkenning starten naar een terugkerend (bij voorkeur meerdaags) beeldbepalend evenement (nieuw of uitbouw bestaand), gekoppeld aan Drentse iconen 2 Buiten Bereik-routes opleveren met belevingselementen en ondernemers actief laten aanhaken 3 Hunebed Hike Ways: bundelen van 4 bestaande hunebedroutes tot herkenbaar concept Versterken concept en gebruik langeafstandswandelpaden
Thematische verhaal-lijnen & strategische bundeling	4 Serie routes ontwikkelen langs vindlocaties van items uit Labyrinthia (Drents Museum) 5 Bewegwijzerde stadswandelingen actualiseren tot één eenduidig concept (met gemeenten) 6 Zeskantige routes actualiseren en verrijken met verhaal en beleving (doorlopend) 7 Provinciale subsidieregeling Thematische Wandelroutes Drenthe 2025-2027 voortzetten
Aanbod om de hoek & toegankelijk	8 Ondersteunen lokale initiatieven (ommetjes, verhalenommetjes), o.a. via RegioDeal II 'Wandelen om de hoek' 9 Wielvriendelijke routes inventariseren en zichtbaarder maken; verkennen uitbreidingskansen 10 Samenwerking verkennen met buurtsportcoaches / SportDrenthe en 'wandelen op recept'
Ondernemers als partner	11 Ondernemers die al actief zijn met wandelen in beeld brengen 12 Andere ondernemers actief benaderen en stimuleren om met wandelen aan de slag te gaan
Kwaliteit aan de basis	13 Beheer en onderhoud van netwerk en dragers op hoog niveau voortzetten 14 Afstemming met route- en grondeigenaren over beheer, veiligheid en kwetsbaarheid 15 Doorontwikkeling waar nodig (startpunten, informatiepanelen, digitale vindbaarheid)
Marketing-communicatie & informatie	16 Verkenning vaste API-koppeling tussen routes van terreinbeherende organisaties en drenthe.nl 17 Buiten Bereik-campagne uitvoeren met wandelbelevingselementen 18 Wandelwoensdag op socials voortzetten 19 Start voorbereiding Wandelcongres Drenthe 2027
Bezoekersmanagement & spreiding	20 Verkenning versterken OV-knooppunten als startpunten van wandel- en fietsroutes, incl. informatievoorziening

2027-2028

THEMA / SPEERPUNT	RICHTING 2027-2028
Beeldbepalend aanbod	21 Ontwikkeling van enkele niche-iconen, zoals Koloniewandelmarathon (Koloniepad), Drentse Wandeldag, Oerhike, 'Wandelrondtje deur Drenthe' of klaverbladroutes vanuit kernen en bedrijven
Thematische verhaal-lijnen & strategische bundeling	22 Jaarlijkse themalijnen ontwikkelen (bijv. 'Drenthe in een notendop') 23 Ontwikkeling Drentse huttentochten 24 Samenwerking zoeken met Into Nature / Folly Art 25 Uitbreiden escapetours-functionaliteit 26 Bundelen van wildernisroutes (zoals Wolvenspoor, Sprokkelspoor)
Aanbod om de hoek & toegankelijk	27 Ontwikkelen kant-en-klare knooppuntenrondjes 'om de hoek' 28 Benutten van kansen voor nieuwe wielvriendelijke paden binnen gebiedsontwikkelingen
Ondernemers als partner	29 Ondernemersactie 'Rondje Park' (korte routes rond accommodaties) 30 Aanjagen wandelvakanties (samenwerking lokale partijen en reisorganisaties)
Kwaliteit aan de basis	31 Structureel borgen en doorontwikkelen van kwaliteit als randvoorwaarde voor groei
Marketing-communicatie & informatie	32 Doorontwikkeling routeplatform drenthe.nl/wandelen (filters, volgorde, positionering als meest complete routedatabase) 33 Wandel- en wandelevenementen sterker uitdragen (bijv. Wandel4daagse Diever als trainingsmoment Nijmeegse Vierdaagse)
Bezoekersmanagement & spreiding	34 Uitbreiden inwonerscampagne 'Gewoon bij jou om de hoek' met kant-en-klare knooppuntenrondjes 35 Verkennen 'Drentse Wandelstarter': digitaal overzicht van goede startpunten, gekoppeld aan OV

provincie Drenthe

marketingdrenthe


Recreatieschap Drenthe