

Recreatiebeleidsnota 2013-2018



Voorwoord

De gemeente Noordenveld ligt dan wel in de 'Kop van Drenthe', maar wij durven rustig te zeggen dat onze gemeente de provincie Drenthe in het klein is. Dit komt tot uitdrukking in de drie kernkwaliteiten van Noordenveld. Een veelzijdig landschap, een boeiende cultuurhistorie en de ligging in de stedendriehoek Groningen-Assen-Drachten.

Wonen, werken en recreëren

Noordenveld is een aantrekkelijke woon- en recreatiegemeente. Een leefbare, groene gemeente met goede voorzieningen met het karakter van het platteland. Misschien is de naam Noordenveld niet bij iedereen in Nederland bekend, maar noem je bijvoorbeeld Veenhuizen of De Vrijbouter, dan is er vaak wel een stukje herkenning. Zo hebben we als gemeente nog meer unieke kenmerken. Denk hierbij aan het Leekstermeer, het Fochteloërveen, De Onlanden, Norg et cetera. Kies je voor rust en ruimte of zoek je liever de gezellige drukte van de grote stad. Alles is binnen 'handbereik' in de Kop van Drenthe.

Was eerder de agrarische sector een van de belangrijkste bronnen van werkgelegenheid, tegenwoordig is dat de toeristisch-recreatieve sector. Dit is de enige groeisector in de economie. Dit willen we graag nog verder uitbouwen. Hier liggen nog kansen!

In het bestuursprogramma 2010-2014 'Samen de schouders eronder' is opgenomen dat er een nieuwe recreatiebeleidsnota moet komen voor de verdere ontwikkeling van de vrijetijdsector. We hebben het dan niet alleen over recreatie & toerisme, maar ook over kunst & cultuur, horeca & congressen, media & entertainment, sport & wellness. Ook de middenstand wordt hierbij betrokken. Als gemeente willen we de vrijetijdsector stimuleren, de werkgelegenheid bevorderen en de kwaliteit van de leefomgeving verbeteren. Dit kunnen we uiteraard niet alleen. Samenwerken is essentieel!

De wijze waarop deze nota tot stand is gekomen is bijzonder te noemen. Begin 2012 is de 'Nota participatie en communicatie Noordenveld 2.0' vastgesteld. Naar aanleiding hiervan heeft de gemeenteraad besloten dat de recreatiebeleidsnota via een interactief proces tot stand moet komen, waarbij niveau drie van de participatieladder (= samenwerken) ingezet wordt.

Inwoners, organisaties en ondernemers hebben bijgedragen aan het interactieve proces. Samen met onze partners in de vrijetijdsketen is gewerkt aan het resultaat. Naast de georganiseerde bijeenkomsten en workshops was het ook mogelijk een bijdrage te leveren op het digitale platform op 'Participatie Plein Noordenveld'. Ook is gebruik gemaakt van social media, zoals Twitter en LinkedIn.

Wij willen op deze plek een bijzonder woord van dank uitspreken voor de externe begeleidingscommissie. Daarnaast willen we ook iedereen die op welke wijze dan ook heeft bijgedragen aan deze recreatiebeleidsnota bedanken. We zijn van mening dat de titel 'boeien, binden en beleven' niet alleen van toepassing is op de inhoud van deze nota maar ook geldt voor de samenwerking tijdens het interactieve proces. Als college zijn we trots op de wijze waarop deze nota tot stand is gekomen en op het resultaat.

Hoe nu verder?

Zoals we al zeiden is deze beleidsnota ontwikkeld met de vrijetijdsector en de inwoners. Dit samenwerken gaat door, onder andere bij het opstellen van de uitvoeringsnota, waar ook een financiële paragraaf in wordt opgenomen. Ook blijven we overleggen en gebruik maken van het Participatie Plein Noordenveld. Wij als gemeente faciliteren, stimuleren en verbinden. Het is aan de ondernemers over te gaan tot actie!

Burgemeester en wethouders van de gemeente Noordenveld.

Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1. De aanleiding	6
1.1 Aanleiding en doel	6
1.2 Kaders	6
1.3 Werkwijze	6
1.4 Participatie en communicatie	8
1.5 Gebiedsafbakening	8
1.6 Leeswijzer	8
2. Bestemming Kop van Drenthe	9
2.1 Kernkwaliteiten	9
2.2 Unique Selling Point's	10
2.3 Kernwaarden gemeente Noordenveld	12
2.4 Sectoren in de vrijetijdsketen	13
2.5 Partners in de vrijetijdsketen	20
3. De gast/bezoeker	22
3.1 Onze inwoners	23
3.2 De bezoekers (dagrecreatie en verblijfsrecreatie)	24
3.3 Koppeling met Unique Selling Point's	24
3.4 Demografische ontwikkelingen	24
3.5 Marketingstrategie/keuze doelgroepen	25
4. Sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen	26
5. De ambitie	27
5.1 Het doel	27
5.2 De ambitie	27
5.3 De strategie	27
5.4 Rol van de gemeente	27
5.5 Beleidsuitgangspunten en acties	28
6. De reis van de gast	29
6.1 Stap 1 - Verleiding	29
6.2 Stap 2 - Gastvrij onthaal	30
6.3 Stap 3 - Reizen en aankomen	31
6.4 Stap 4 - Beleving	33
6.5 Stap 5 - Delen en vermenigvuldigen	39
7. Het vervolg - Beleidsuitgangspunten	40
8. Acties	41
Bijlagen	
1 Participatie en communicatie	
2 Koppeling beleidskaders	
3 Toeristenbelasting	

Samenvatting

De toeristisch-recreatieve sector is van groot belang voor de gemeente Noordenveld. De sector draagt onder andere bij aan behoud van voorzieningen in de kernen en aan de werkgelegenheid (13%). Op jaarbasis (cijfers 2011) gaat het om 546.000 overnachtingen, 1.761.000 dagtochten en in totaal 62 miljoen aan vakantie-uitgaven en bestedingen aan dagtochten. In het Bestuursprogramma 2010-2014 is daarom opgenomen dat er een nieuwe Recreatiebeleidsnota moet worden ontwikkeld. De gemeenteraad heeft hiervoor kaders meegegeven en aangegeven dat de nota met de sector en de inwoners moet worden ontwikkeld. Voor u ligt het resultaat van een interactief proces (zie bijlage 1).

Doelen

Doelen van de Recreatiebeleidsnota zijn: stimuleren van de vrijetijdssector, bevorderen van de werkgelegenheid en verbeteren van de kwaliteit van de leefomgeving.

Kernkwaliteiten en Unique Selling Points

De gemeente Noordenveld heeft drie **kernkwaliteiten**: een veelzijdig landschap, een boeiende cultuurhistorie en de ligging in de stedendriehoek Groningen-Assen-Drachten. Daarnaast heeft de gemeente een aantal **Unique Selling Points** (USP's), waarmee Noordenveldse producten of diensten zich onderscheiden van vergelijkbare producten of diensten in dezelfde branche. Voor onze gemeente zijn dat: Veenhuizen en het Fochteloërveen, Leekstermeer en De Onlanden en Norg en de bossen, Roden en de Vrijbouter en de nabijheid van de stad Groningen.

De kernkwaliteiten en de USP's kunnen worden ingezet om samen met de partners in de vrijetijdsketen authentieke belevingen te creëren en de Kop van Drenthe te promoten.

Kernwaarden gemeente Noordenveld

In de Visie Noordenveld 2025¹ zijn de **kernwaarden** benoemd. Noordenveld is een leefbare gemeente met goede voorzieningen in dorpen met een eigen karakter. De inwoners zijn betrokken bij hun omgeving. Natuur en groen zijn sterke pijlers, die Noordenveld tot een aantrekkelijke woon- en recreatiegemeente maken. De kernwaarden komen terug in de voorliggende nota.

Sectoren en partners in de vrijetijdsketen

In de nota zijn de sectoren en partners in de vrijetijdsketen beschreven en worden verbindingen gelegd, de zogenoemde productmarktcombinaties of arrangementen.

De sectoren zijn toerisme & recreatie, kunst & cultuur, horeca & congressen, sport & wellness en tot slot entertainment & media. Belangrijke partners in de vrijetijdsketen zijn: de Stichting Kop van Drenthe, Recreatie Ondernemers Noordenveld (RON), Stichting Veenhuizen Cultuur en Toerisme (VCT), Stichting Marketing Drenthe, Tourist Info Drenthe (TID), Recreatieschap Drenthe, Stichting Internet Platform Drenthe en organisaties en sectoren, zoals terreinbeheerders, de cultuursector, zakenkringen, LTO en Koninklijke Horeca Nederland.

De vraag van onze gast/bezoeker

Naast het aanbod is ook de vraag uitgebreid beschreven aan de hand van het leefstijlmodel (Recreantenatlas), waarin wensen, motieven en interesses van vakantiegangers en recreanten zijn beschreven. Het Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd heeft in opdracht van de gemeente en het Recreatieschap Drenthe onderzocht² hoe de vraag en het aanbod zich tot elkaar verhouden qua leefstijlprofielen (doelgroepen). De onderzoekers hebben geadviseerd om in de marketing te focussen op drie leefstijlprofielen (creatief en inspirerend rood, ingetogen aqua en rustig groen). Tijdens de georganiseerde workshops is aangegeven dat inwoners en de sector zich willen richten op drie andere

¹ Visie Noordenveld 2025 "Natuurlijk samen" (2011)

² Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd, Toeristisch Noordenveld nader bekeken, vraaggerichte analyse met behulp van Leefstijlen (2012)

leefstijlprofielen, namelijk: ingetogen aqua, gezellig lime en uitbundig geel. De gemeente kiest voor gedragen beleid en neemt deze keuze over. Het veld kiest namelijk bewust voor de natuur- en cultuurliefhebber (ingetogen aqua) en gezinnen met kinderen (gezellig lime en uitbundig geel). De Kop van Drenthe heeft veel te bieden voor deze leefstijlprofielen. De aqua doelgroep is interessant, omdat de veelal 55+ers relatief veel vrije tijd en geld te besteden hebben. De ondernemers en organisaties willen zich daarnaast graag richten op de gele en lime doelgroepen (gezinnen met jonge kinderen en jeugdigen), waarvan ook veel van onze eigen inwoners deel uitmaken.

De ambitie

De gemeente formuleert de ambitie, scheidt de voorwaarden en het nieuwe beleid wordt samen met het veld uitgevoerd. De ambitie voor 2018 is:

- Kwaliteitsimpuls geven aan het gehele vrijetijdsproduct;
 - o Verbinden, verbreden en vernieuwen in de vrijetijdsketen
 - o Inzetten op digitale bereikbaarheid
- De werkgelegenheid laten stijgen van 13% → 15% (van 1100 → 1275 personen);
- De directe- en afgeleide bestedingen laten stijgen van 62 naar 70 miljoen euro;
- Onze kernkwaliteiten en toeristisch-recreatieve voorzieningen minimaal op het huidige kwaliteitsniveau in stand houden en zo mogelijk uit te breiden.

Om de ambitie te realiseren is samenwerken essentieel! Ondernemers, organisaties en inwoners samenbrengen en stimuleren te verbinden, te verbreden en te vernieuwen. De gemeente faciliteert, stimuleert en verbindt. Het is aan de ondernemers om over te gaan tot actie.

Om de ambitie te kunnen bereiken zijn beleidsuitgangspunten geformuleerd, met daarin een duidelijke rol voor de Stichting Kop van Drenthe. De acties om het vrijetijdsproduct te versterken voor toerist, recreant en inwoner worden uitgewerkt in een uitvoeringsnota, met financiële paragraaf. De acties worden uitgevoerd door of in samenwerking met de betrokken organisaties en de vrijetijdsketen.

De reis van de gast

Het nieuwe beleid wordt geformuleerd vanuit de wensen van onze inwoners, toeristen en recreanten. Aan de hand van de reis van de gast worden vijf stappen doorlopen en het gemeentelijk beleid 2013-2018 geformuleerd.

Stap 1 is daarbij het verleiden van de gast om naar de Kop van Drenthe te komen en vervolgens gastvrij wordt onthaald (stap 2). We proberen de gast daarbij te boeien en te binden. De gast moet op een eenvoudige manier naar de Kop van Drenthe kunnen reizen (stap 3). De Kop van Drenthe moet dus toegankelijk, bereikbaar en gastvrij zijn. De eerste indruk moet goed zijn: een aantrekkelijk en beleefbaar vrijetijdslandschap.

“Verblijven in en beleven van het gebied” vormen de vierde stap in de reis van onze gast. Het leefstijlonderzoek laat zien hoe we kunnen aansluiten bij de belevingswereld. Duidelijk is dat het dagrecreatieaanbod moet worden uitgebreid, evenals actieve en routegebonden recreatie. Verder zou het huidige aanbod moeten worden gebundeld, liggen er kansen voor samenwerking en is digitalisering een must. Voor verblijfsrecreatieve voorzieningen valt winst te halen in vernieuwen en verbeteren van de kwaliteit. Daarbij moet worden gewaakt voor overaanbod, voor meer van hetzelfde. Om die reden ondersteunt de gemeente nieuwe initiatieven in de verblijfsrecreatie alleen wanneer ze van toegevoegde waarde zijn voor het huidige vrijetijdsproduct. De gemeente kiest er voor om bestaande ondernemers ruimte te bieden en door als gemeente partner te zijn bij nieuwe (innovatieve) plannen.

Bij de vijfde en laatste stap in de reis van de gast is het van belang ervoor te zorgen dat de gast terugkomt naar de Kop van Drenthe. Dit wordt bereikt door als gemeente en de partners in de vrijetijdsketen in te blijven spelen op de wensen van de gasten, samen te werken en goed gastheer te zijn. De gemeente faciliteert daarbij. De sector is verder vooral zelf aan zet door samen te werken en in te springen op trends en ontwikkelingen.

1. De aanleiding

1.1 Aanleiding en doel

Drenthe heeft een voor toeristen aantrekkelijk landschap. En de vraag naar toeristische activiteiten neemt steeds meer toe. De gemeente Noordenveld levert daar zeker een positieve bijdrage aan en plukt er de (economische) vruchten van, onder andere doordat de sector bijdraagt aan het behouden van voorzieningen in de dorpen en de bijdrage aan de werkgelegenheid. Voor de verdere ontwikkeling van de sector is ook een vitaal platteland van groot belang.³ Om deze redenen is in het Bestuursprogramma 2010-2014 opgenomen dat een nieuwe Recreatiebeleidsnota moet worden ontwikkeld. De noodzaak van een nieuwe nota wordt versterkt, doordat de huidige toeristische beleidsplannen dateren van voor de gemeentelijke herindeling.

Doelen

Doelen van deze Recreatiebeleidsnota zijn: stimuleren van de vrijetijdssector, bevorderen van de werkgelegenheid en verbeteren van de kwaliteit van de leefomgeving.

1.2 Kaders

De gemeenteraad heeft de volgende kaders meegegeven voor de ontwikkeling van de Recreatiebeleidsnota.

- Er wordt gekozen voor een "Ambitieuze ontwikkelingsnota +"⁴.
- Participatie vindt plaats op niveau 3 - samenwerken⁵.
- Er worden koppelingen gezocht met de huidige gemeentelijke beleidskaders (zie bijlage 2).
- De nota heeft een doorlooptijd tot 2018 en deze kan, indien de actualiteit hier om vraagt, eerder worden bijgesteld.
- Na de vaststelling van de Recreatiebeleidsnota wordt een uitvoeringsnota opgesteld, met een financiële paragraaf.

1.3 Werkwijze

De Recreatiebeleidsnota is ontwikkeld vanuit vraag en aanbod en vanuit de vrijetijdseconomie. Met de vrijetijdseconomie of de vrijetijdsketen wordt naast recreatie & toerisme ook kunst & cultuur, horeca & congressen, sport & wellness en media & entertainment bedoeld.

Tijdens het proces voor de ontwikkeling van de nota zijn de volgende stappen doorlopen:

Stap 1: Plan van aanpak

Vaststellen van het plan van aanpak.

Stap 2: Inventariseren vraag en aanbod

Voor het inventariseren van het aanbod zijn de kernkwaliteiten en USP's van de gemeente in beeld gebracht⁶; voor de vraagzijde is het leefstijlonderzoek gebruikt. In deze fase is gesproken met sleutelfiguren en is de interactieve bijeenkomst "Natuurlijk samen re-creëren" georganiseerd voor alle partners in de vrijetijdsketen en voor de inwoners.



³ Bestuursprogramma gemeente Noordenveld 2010-2014, Samen de schouders eronder (2010)

⁴ Plan van aanpak Recreatiebeleidsnota Noordenveld (4 oktober 2011)

⁵ Noordenveld 2.0, Participatie en Communicatie in de gemeente Noordenveld (2012)

⁶ Zwerven door de Kop van Drenthe, Stichting Recreatie in opdracht van het Recreatieschap Drenthe (2010)

Stap 3: Houden van workshops

Voor de partners in de vrijetijdsketen en de inwoners zijn workshops gehouden. Tijdens deze workshops zijn de kernkwaliteiten en de Unique Selling Points (USP's) vastgesteld, op basis van de input uit stap 2. Verder zijn concrete activiteiten geïnventariseerd als input voor de uitvoeringsnota.

Stap 4: Opstellen conceptnota

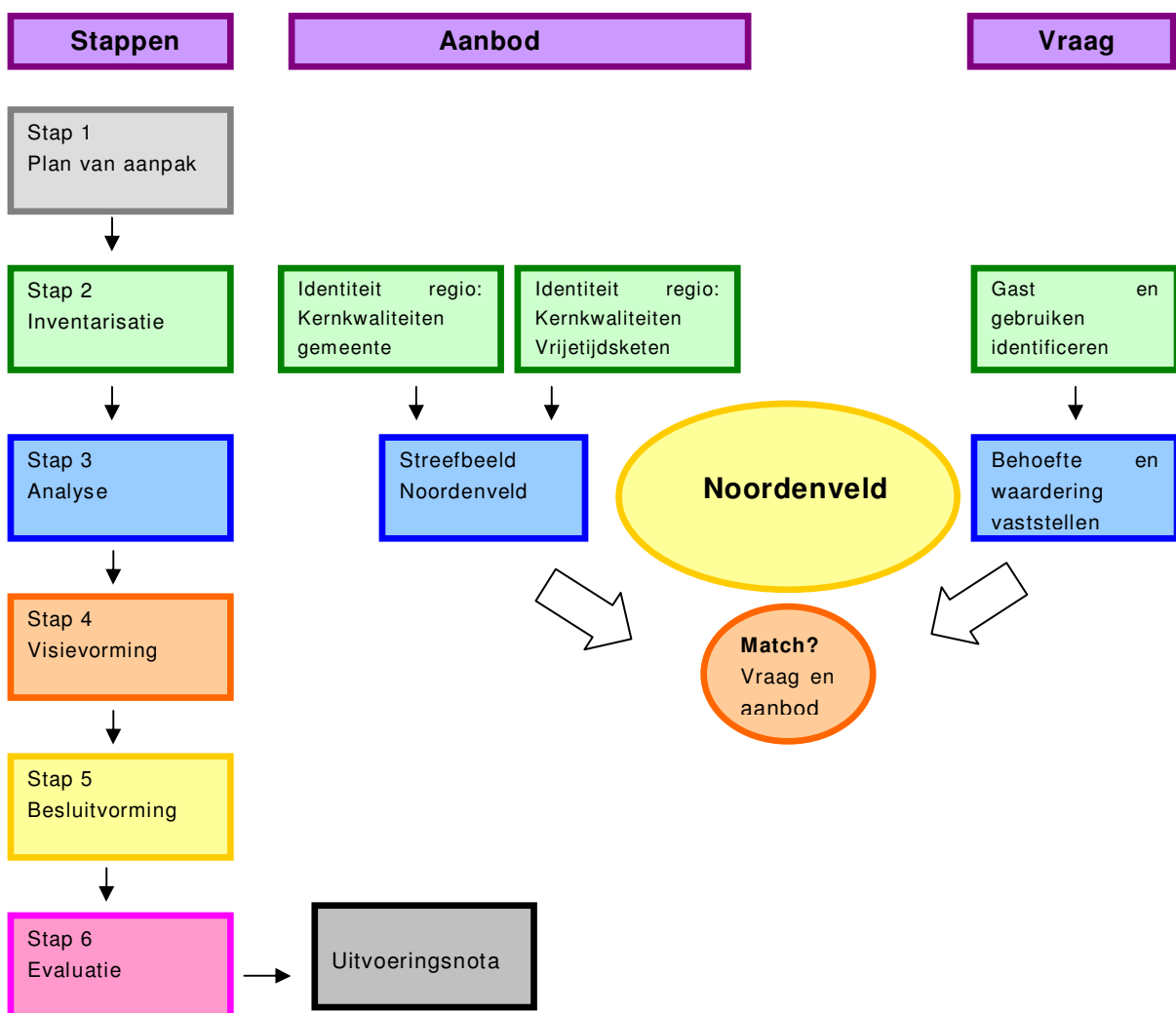
In stap 4 is de Recreatiebeleidsnota opgesteld op basis van de voorgaande stappen en in nauwe afstemming met de externe- en interne begeleidingscommissie.

Stap 5: Besluitvormingsfase

De Recreatiebeleidsnota wordt voorgelegd aan het college van burgemeester en wethouders en de gemeenteraad voor besluitvorming.

Stap 6: Evaluatie

Evalueren van het proces en starten met opstellen van de uitvoeringsnota.



1.4 Participatie en communicatie

Deze nota is interactief samengesteld met de partners en sectoren in de vrijetijdsketen (participatieniveau 3: samenwerken⁷). Daarbij is, naast de eerdergenoemde stappen, ook gebruik gemaakt van de traditionele en sociale media (Participatie Plein Noordenveld, Twitter en LinkedIn). Zie tevens bijlage 1.

Begeleidingscommissies

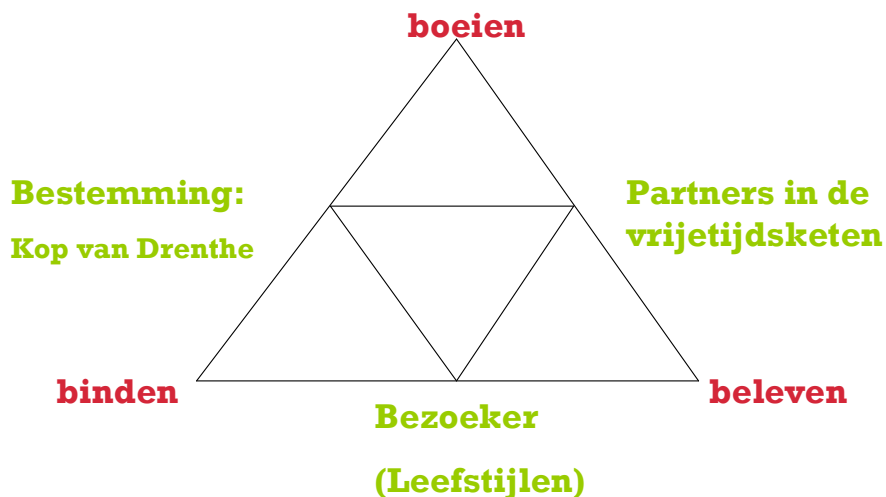
Het proces is begeleid door een externe- en door een interne begeleidingscommissie. In de externe begeleidingscommissie zijn vertegenwoordigd: Recreatieschap Drenthe, RECRON, Stichting Kop van Drenthe, Recreatie Ondernemers Noordenveld, Stichting Veenhuizen Cultuur Toerisme, ANWB, Koninklijke Horeca Nederland (afdeling Noordenveld), Natuur- en milieufederatie Drenthe namens de natuurorganisaties en een vertegenwoordiger uit de cultuursector. De beleidsmedewerkers van de gemeente, die raakvlakken hebben met de vrijetijdssector, vormen samen de interne begeleidingscommissie.

1.5 Gebiedsafbakening

Werkgebied voor deze nota is de gemeente Noordenveld. Vanuit marketingoogpunt wordt veelal gesproken over de Kop van Drenthe, dus de gemeenten Noordenveld, Tynaarlo en Assen. Voor recreanten zijn er geen grenzen. Daarom is er een nauwe relatie met de Drentse Aa, Friesland (bijvoorbeeld Appelscha), het Westerkwartier en het Drents-Friese Wold en wordt - waar mogelijk - ook over de (gemeente)grens samengewerkt.

1.6 Leeswijzer

In hoofdstuk 3 is de aanbodzijde van de bestemming Kop van Drenthe in beeld gebracht. Achtereenvolgens komen kernkwaliteiten, USP's en de kernwaarden aan de orde. In hoofdstuk 4 wordt de vraagzijde uiteengezet. Deze wordt bepaald door bezoeker en inwoner. In hoofdstuk 5 is de ambitie beschreven en in hoofdstuk 6 wordt deze vertaald naar beleid.



⁷ Noordenveld 2.0, Participatie en Communicatie in de gemeente Noordenveld (2012)

2. Bestemming Kop van Drenthe

Wat heeft de bestemming Kop van Drenthe te bieden? Wat is het aanbod? Het aanbod is immers, naast de vraag van de bezoeker en de inwoners, de basis voor de ambities.

2.1 Kernkwaliteiten

De gemeente Noordenveld heeft drie kernkwaliteiten: een veelzijdig landschap, een boeiende cultuurhistorie en de ligging in de stedendriehoek Groningen-Assen-Drachten. Deze kernkwaliteiten zijn niet of nauwelijks te beïnvloeden.

Veelzijdig landschap

De gemeente Noordenveld is als het ware de provincie Drenthe in het klein. Noordenveld heeft drie verschillende landschapstypen, wat uniek is. In het noorden ligt het laagveenontginningslandschap. In het midden van de gemeente is er een esdorpen- en beekdallandschap, met drie beekdalenstelsels die samen het Peizerdiepsysteem vormen. En in het zuiden liggen de veenontginningen, met onder andere het hoogveen in het Fochteloërveen en het rechthoekige lanenstelsel in Veenhuizen.

Ons veelzijdige landschap leent zich bij uitstek om te fietsen, wandelen en voor bezinning, vanwege de veelzijdigheid en de rust, die het landschap uitstraalt.

Verder heeft de gemeente Noordenveld drie natuurgebieden, die onder Europese bescherming (Natura 2000) vallen, namelijk het Fochteloërveen, het Norgerholt en het Leekstermeer.

Boeiende cultuurhistorie

Noordenveld heeft veel cultureel erfgoed. In de gemeente liggen ruim 200 rijksmonumenten. Meer dan waar ook in Drenthe! In de gemeenten zijn drie beschermde dorpsgezichten: Veenhuizen, Westervelde en Zuidvelde. Veenhuizen staat als een van de Koloniën van Weldadigheid op de voorlopige lijst van UNESCO Werelderfgoed. De ambitie is dat Veenhuizen in 2018 onderdeel uitmaakt van de UNESCO Werelderfgoedlijst.

Verder zijn er prachtige brink- en esdorpen, hunebedden in Westervelde en Steenberg, grafheuvels onder andere in het Tonckensbos, de Zwartendijksterschans in Een-West als onderdeel van de Friese Waterlinie en molens in Roderwolde, Peize en Norg (2). Havezate Mensinge is sinds 2005 wettelijk beschermd als buitenplaats. Er zijn recentelijk veel archeologische opgravingen in de gemeente gedaan: in het gebied De Onlanden zijn veenterpen en bij Roderwolde zijn stobben van een oerbos gevonden.

Deze boeiende cultuurhistorie biedt een prachtig decor voor het vertellen van streekverhalen: verhalen over paupers en wezen in de periode van de Maatschappij van Weldadigheid, de belevenissen van Ot en Sien uit de vroeger landelijk toegepaste leesmethode van de heren Scheepstra, Ligthart en Jetses en ook minder bekende verhalen, zoals over ridder Hendrik van Norch.

Ligging in stedendriehoek

Noordenveld ligt in de stedendriehoek Groningen-Assen-Drachten, wat gunstig is vanwege de mogelijkheden voor dagrecreatie. De ligging is ook voor de inwoners van groot belang, omdat de steden veel bieden op het gebied van cultuur, architectuur van de stad Groningen en winkelen. Mede door de ligging in de stedendriehoek is onze gemeente over het algemeen goed bereikbaar (A7, A28, openbaar vervoer en via Groningen Airport Eelde). De gemeente wordt niet doorsneden door grootschalige infrastructuur zoals kanalen, snelwegen of het spoor. Daardoor kunnen recreanten zich te voet, op de fiets of te paard verplaatsen zonder grote barrières tegen te komen.

2.2 Unique Selling Point's

Een Unique Selling Point (USP) onderscheidt een product of dienst van een vergelijkbaar product of dienst in dezelfde branche. In en rondom de gemeente Noordenveld zijn de volgende USP's, van belang voor ons vrijetijdspand: Veenhuizen en het Fochteloërveen, Leekstermeer en De Onlanden, Norg en de bossen, Roden en de Vrijbouter en de nabijheid van de stad Groningen.

Veenhuizen en Fochteloërveen

De visionaire generaal Johannes van den Bosch pakte in de 19^e eeuw een maatschappelijk probleem aan met een voor die tijd vernieuwend sociaal-economisch concept. Hij nam het initiatief voor de oprichting van de Maatschappij van Weldadigheid. Mensen uit de lagere klassen, waaronder zwervers en landlopers, kregen in de koloniën waaronder **Veenhuizen** en Frederiksoord/Wilhelminaoord arbeid, onderhoud en onderwijs aangeboden. Aanvankelijk vrijwillig, later gedwongen en met harde hand.

Het **Fochteloërveen** is een uitgestrekt hoogveengebied aan de zuidzijde van de gemeente, grenzend aan Veenhuizen. Het gebied is zeer geschikt om te wandelen en te fietsen. Het is een uitstekende plek om te genieten van de rust en van de uitgestrektheid van het landschap. Er zijn bijzondere (veen)planten, slangen, hagedissen en vele vogelsoorten te vinden, waaronder de kraanvogel, die er sinds enkele jaren weer broedt.

De historie van Veenhuizen, de rol van Justitie, het Gevangenismuseum in combinatie met het Fochteloërveen maken Veenhuizen uniek. De Maatschappij van Weldadigheid staat dan ook niet voor niets op de voorlopige UNESCO Werelderfgoedlijst!

Leekstermeer en De Onlanden

Het **Leekstermeer** is het grootste meer van Drenthe. Het ligt aan de noordzijde van de gemeente en wordt gebruikt voor waterrecreatie, zoals zeilen en surfen. In de wintermaanden kan er, bij voldoende vorst, worden geschaatst. Aan het meer liggen vier campings.

In de Kop van Drenthe is de afgelopen jaren een groot aaneengesloten natuur- en waterbergingsgebied ingericht: **De Onlanden**. Open water, moeras en graslanden wisselen elkaar af. De Onlanden biedt plaats aan honderden plant- en diersoorten. Wat het extra bijzonder maakt, is de combinatie van de natuurontwikkeling met een grootschalige waterberging: natte natuur voor droge voeten! Nu de natuur zich steeds verder ontwikkelt, fietspaden en bruggen zijn aangelegd en kanoroutes en natuurbeleefpunten zijn gemaakt, wordt er in De Onlanden steeds meer gerecreëerd. Het gebied is woest en grotendeels nog onontdekt en heeft dus veel potentie!

Midden in De Onlanden ligt het dorp Roderwolde. In de unieke koren- en oliemolen Woldzigt is het Graanmuseum gevestigd. Ook beschikt het dorp over een haventje.

Aan de rand van De Onlanden ligt het forensendorp Peize. In Peize dringt het agrarische landschap nog als vanouds diep in het dorp door. Peize staat in de wijde omgeving bekend vanwege Beauty Sauna Peize. Bijzondere gebouwen zijn de PaiserMeul, een korenmolen die al meer dan 100 jaar in Peize staat en Huis ter Hansouwe, een uniek steenhuis uit de 15^e eeuw.

Norg en de bossen

Norg is van oudsher het toeristische hart van onze gemeente, een brinkdorp met diverse winkels, terrassen en restaurants. Het is een sfeervol en veelzijdig dorp, dat bekend staat om de **bossen** en kleine heideveldjes met zandverstuivingen.

Norg is een belangrijk verblijfsrecreatief gebied, met een groot aanbod aan recreatiewoningen, campings, hotels en andere vormen van logies. Op sportief en cultureel gebied wordt er veel georganiseerd. In de bossen en over de vele zandpaden kan eindeloos worden gewandeld of gefietst.

In Oud-Norg staan prachtig gerestaureerde boerderijen. Verder staan er in het dorp twee molens en zijn er Pelincks tuin en de vlindertuin van het IVN.

Het Norgerholt is één van de oudste bossen in Nederland waar tot 1790 markegenoten voor de jaarlijkse vergadering bijeenkwamen. Deze plek, die was aangegeven door vier oude eiken, werd 't *aole Raodhoes* genoemd.

Roden en de Vrijbouter

Roden is de grootste kern van de gemeente. De Brink wordt omgeven door cultureel erfgoed, zoals de Catharinakerk met het beroemde Hinszorgel, de buitenplaats Mensinge met de havezate, theater De Wisinghhof, galerie het Koetshuis en het Mensingebos, de oude Scheepstraschool met het Scheepstrakabinet en het museum Kinderwereld. Op De Brink staat het standbeeld van Ot en Sien. Rondom De Brink bevinden zich diverse horecagelegenheden. Het Mensingebos wordt druk bezocht door recreanten, veelal de eigen inwoners.

In de vierde week van september wordt de Rodermarkt gehouden, een evenement met regionale uitstraling. Rondom de Rodermarkt worden evenementen en activiteiten georganiseerd, zoals de Jaarbeurs van het Noorden, kermis, korte baan races en de Rodermarktparade.

De Vrijbouter is een USP vanwege zijn unieke aanbod in kampeerartikelen. Mensen uit de wijde omgeving kennen Roden vanwege de Vrijbouter. Hoewel de Vrijbouter inmiddels op meerdere locaties gevestigd is, blijft Roden onlosmakelijk verbonden aan de Vrijbouter. Jaarlijks ontvangt de Vrijbouter 900.000 bezoekers. De Vrijbouter is gevestigd aan de Vrijtijdsboulevard, waar bijvoorbeeld ook Snow & Co is gevestigd.

De nabijheid van de stad Groningen

Groningen is een bruisende stad, op steenworp afstand van de gemeente Noordenveld. De stad kent een lange, roerige geschiedenis. Dat is terug te zien in de historische pakhuizen, hofjes en gebouwen. De stad heeft gebouwen met prachtige (vernieuwende) architectuur en een groot cultureel aanbod. Groningen was winnaar van de Beste Binnenstad 2005-2007 en heeft een interessant centrum om te winkelen en uit (eten) te gaan.

De nabijheid van deze stad is van groot belang voor onze gemeente. De inwoners van Noordenveld komen veel in de stad en de Stadgers komen naar Noordenveld om hier te vertoeven. Groningen heeft ook een aantrekkingskracht op toeristen.

De kernkwaliteiten en de USP's kunnen worden benut voor het - in samenwerking met de vrijetijdssector - creëren van authentieke belevingen en de promotie van de Kop van Drenthe.

2.3 Kernwaarden gemeente Noordenveld

Als resultaat van een interactief proces zijn de kernwaarden van de gemeente Noordenveld benoemd in de Visie Noordenveld 2025⁸: Noordenveld is een leefbare gemeente met goede voorzieningen in dorpen met een eigen karakter. De inwoners zijn betrokken bij hun omgeving. Natuur en groen zijn sterke pijlers, die Noordenveld tot een aantrekkelijke woon- en recreatiegemeente maken. Duurzaamheid is daarom ook een belangrijk thema.

Noordenveld is een leefbare gemeente

Leefbaarheid staat voor alles wat het wonen in Noordenveld prettig maakt: van een goed voorzieningenniveau zoals winkels, scholen en sportaccommodaties, tot de minder tastbare zaken zoals kleinschaligheid en het dorpse karakter van de kernen. Cultuur en sport zijn een bindende factor in de Noordenveldse samenleving. De gemeente speelt daarin een stimulerende rol.

Noordenveld is een groene gemeente

Natuur en groen zijn belangrijke kernwaarden voor de inwoners en voor de recreanten, die naar onze gemeente komen. De groene buffers moeten dan ook groen blijven. En 'Groen' is niet alleen bos en heide met zandverstuivingen, maar ook het (openbare) groen in de woonwijken en de passende agrarische activiteiten.

Noordenveld is een duurzame gemeente

De inwoners van Noordenveld hechten belang aan het zuinig omgaan met de natuur en de beschikbare bronnen. Dat uit zich onder andere in de nadrukkelijke wens voor goed openbaar vervoer, het stimuleren van het gebruik van duurzame energiebronnen en in duurzaam bouwen.

Noordenveld is een ondernemende gemeente

Noordenveld als ondernemende gemeente steunt op de volgende pijlers: recreatie en toerisme, hoogwaardige kennisindustrie, een levendige middenstand in de verschillende kernen en de agrarische sector. Recreatie is als economische motor belangrijk voor de vele recreatieondernemers en omdat toeristen bijdragen aan het op peil houden van de bestaande voorzieningen in de dorpen. Daarmee wordt de leefbaarheid en aantrekkelijkheid bevorderd.

Noordenveld is een transparante gemeente

De gemeente nodigt inwoners in een vroeg stadium uit mee te denken over plannen over hun omgeving en houdt rekening met hun inbreng.

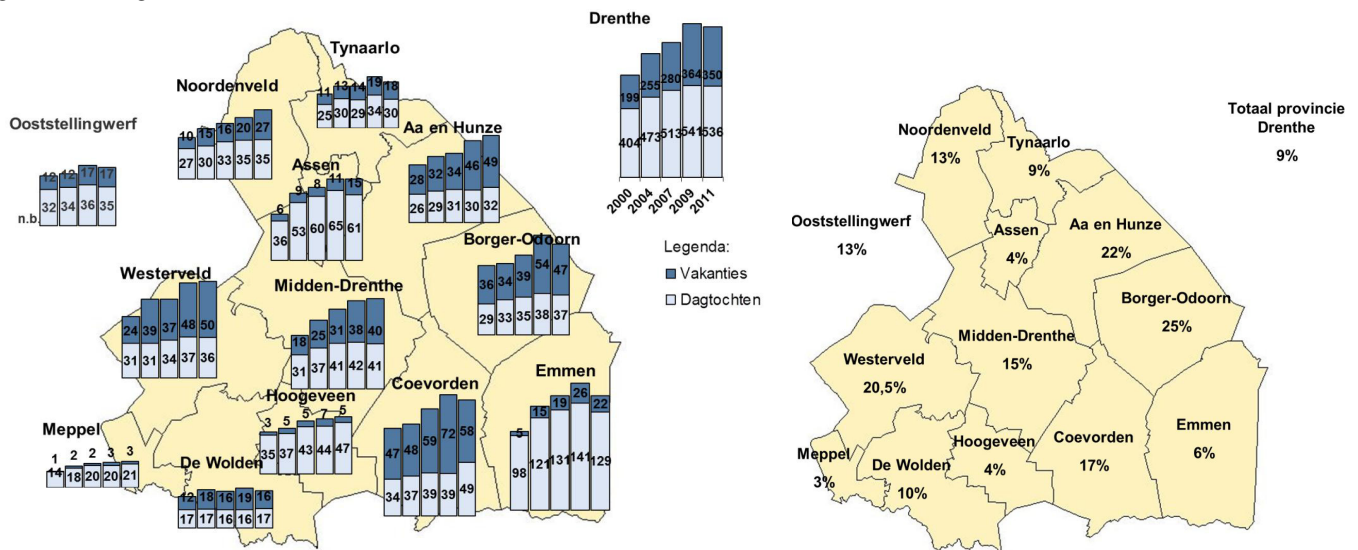
⁸ Visie Noordenveld 2025 "Natuurlijk samen" (2011)

2.4 Sectoren in de vrijetijdsketen

De vrijetijdsketen bestaat uit diverse overlappende sectoren: recreatie & toerisme, kunst & cultuur, horeca & congressen, sport & wellness en media & entertainment. Later in de beleidsnota worden verbindingen gelegd tussen deze sectoren: de productmarktcombinaties of arrangementen.



Recreatie en toerisme zijn belangrijke economische pijlers voor de gemeente. En de gemeente Noordenveld doet het, volgens het Ecorysrapport⁹, goed in deze sector vergeleken bij de rest van Drenthe. Ondanks de economische recessie zijn de directe en afgeleide vakantie-uitgaven (26,9 miljoen euro) en dagtochtenbestedingen (35,1 miljoen euro) in 2011 gegroeid. Volgens het rapport groeide het aantal overnachtingen van 424.000 in 2009 naar 546.000 overnachtingen per jaar in 2011. Het aantal dagtochten groeide van 1.736.000 in 2009 naar 1.761.000 in 2011. De directe en afgeleide dagtochtbestedingen zijn toegenomen van 13,8 miljoen euro naar 19,0 miljoen euro en van 6,6 miljoen euro naar 7,9 miljoen euro. De sector recreatie en toerisme is daarmee goed voor 13% van de totale werkgelegenheid in de gemeente, tegenover 10% in 2009! De sector recreatie en toerisme is hiermee van groot belang voor de lokale economie.

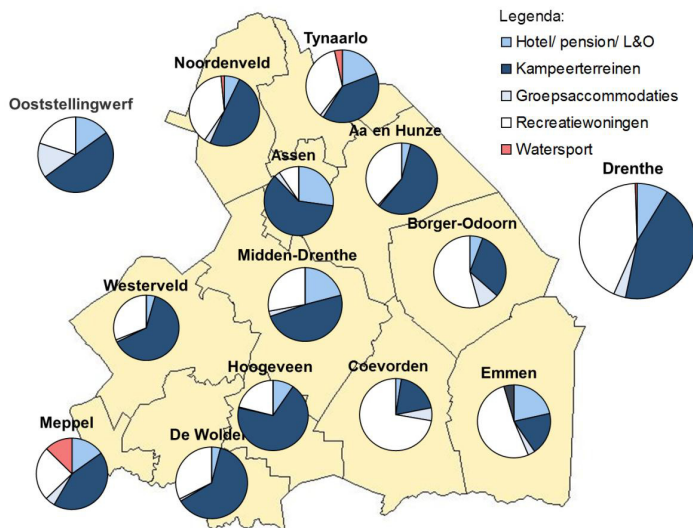


Omvang directe en afgeleide dagtocht- en vakantiebestedingen gemeente

Aandeel directe werkgelegenheid recreatie en toerisme in totale werkgelegenheid per gemeente in 2011

⁹ Ecorysrapport Toerisme in Drenthe verdient meer, De economische betekenis van toerisme en recreatie in Drenthe (2012)

Bijna de helft van het aantal overnachtingen in onze gemeente is op kampeerterreinen. Er zijn 17 reguliere kampeerterreinen en 11 kleinschalige kampeerterreinen of minicampings. Ongeveer een derde van de overnachtingen vindt plaats in een recreatiewoning. In de gemeente zijn ongeveer 900 recreatiewoningen, grotendeels verdeeld over 9 zomerhuisterreinen en 2 bungalowparken. Een relatief klein deel van de overnachtingen vindt plaats in hotels en pensions (12), bed&breakfast voorzieningen (23) of in overige accommodaties (15) en een nog kleiner deel in groepsaccommodaties (8) of gelinkt aan watersport (4).

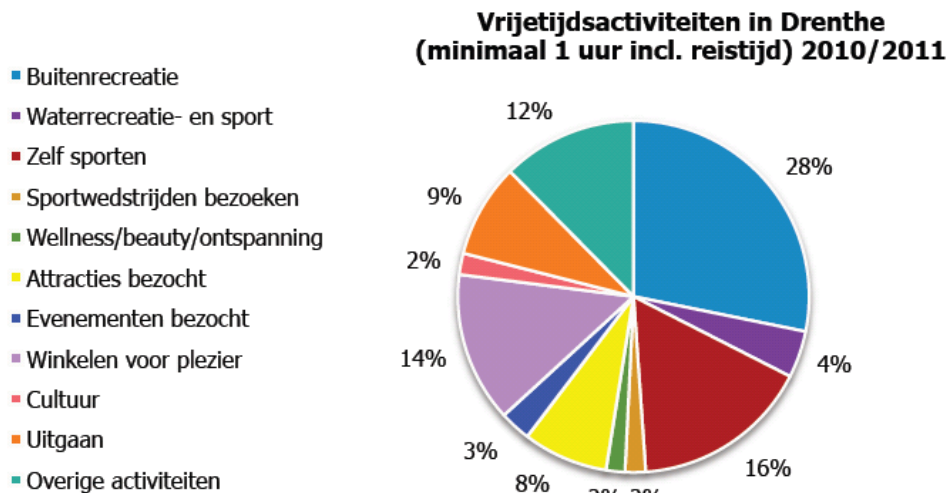


Aandeel per type overnachting per gemeente in 2011

In Noordenveld wordt veel gerecreëerd door eigen inwoners en door toeristen en dagrecreanten. Dagrecreanten komen uit onze buurgemeenten zoals Tynaarlo, Leek en Groningen en ook uit alle andere delen van Nederland, België of Duitsland. Qua dagrecreatie bieden wij tal van mogelijkheden voor routegebonden recreatie, zoals fietsen, wandelen, paardrijden en kanoën. Uit het Masterplan Fietspaden, in 2012 uitgevoerd in opdracht van het Recreatieschap Drenthe, blijkt dat 88% van de fietspaden in onze gemeente van voldoende technische kwaliteit en comfort is.

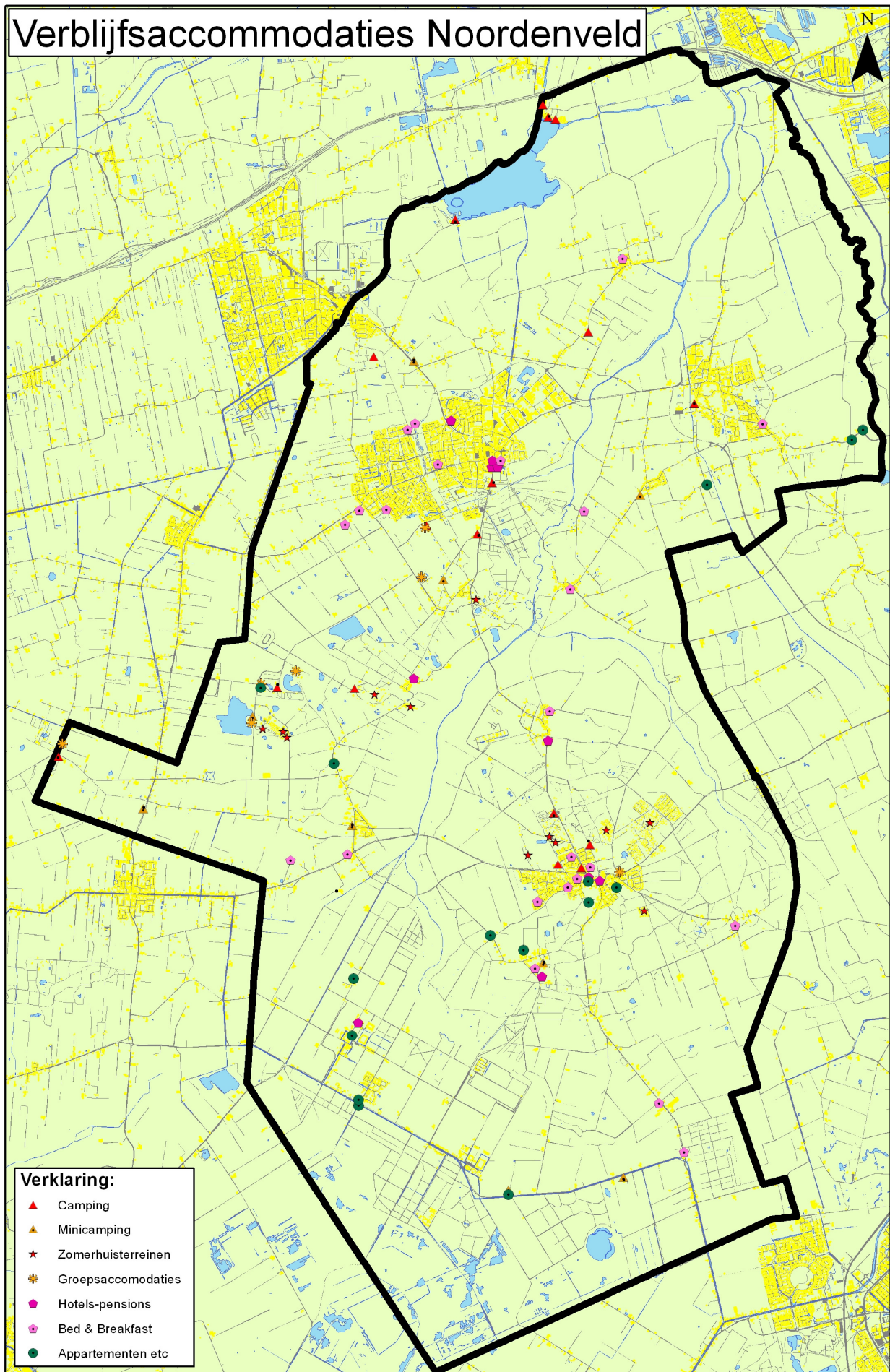
Het veelzijdige landschap in de gemeente Noordenveld leent zich bij uitstek voor recreatie zoals in de natuurgebieden, rondom Norg en in vele andere dorpen. Bij het Ronostrand kan worden gezwommen en in de gemeente is een groot aantal vislocaties.

Ook funshoppen is een vorm van dagrecreatie, waaronder winkelen in bijvoorbeeld Groningen of Assen en bezoeken aan een tuincentrum of een meubelboulevard. Op het gebied van kunst en cultuur heeft de Kop van Drenthe eveneens veel te bieden.



Bron: NBTC-NIPO, Continu Vrijtijdsonderzoek 2010-2011, 2011.

Verblijfsaccommodaties Noordenveld





Op cultuurhistorisch gebied is Noordenveld zeer rijk bedeed met een groot aantal monumenten, zoals in het eerder omschreven Veenhuizen en de beschermde dorpsgezichten Zuidvelde en Westervelde, de hunebedden in Westervelde en Steenberg, de Zwartendijksterschans in Een en de vier molens in onze gemeente.

Verder heeft Noordenveld een ruim aanbod aan musea: het Nationaal Gevangenis­museum en het Glasmuseum in Veenhuizen, Museum Kinderwereld en Museum Havezate Mensinge in Roden, het Kunstpaviljoen in Nieuw-Roden en het Graanmuseum, gevestigd in de unieke koren- en oliemolen Woldzigt in Roderwolde. Recentelijk is het Scheepstra Kabinet geopend in de Oude Scheepstraschool in Roden.

Theater De Wensinghof in Roden is een kleinschalig theater met 150 stoelen. De Wensinghof biedt onderdak aan lokale en regionale gezelschappen en verenigingen en programmeert voorstellingen uit het landelijke aanbod. Daarnaast kan de sporthal van het multifunctioneel ontmoetings­centrum De Brinkhof in Norg worden omgebouwd tot een theaterzaal (maximaal 500 bezoekers).

Noordenveld heeft niet alleen amateurkunstenaars, maar ook een grote concentratie professionele beeldend kunstenaars. Hiermee is onze gemeente veruit koploper in Drenthe. Het merendeel van de professionele beeldende kunstenaars in de gemeente is georganiseerd in de vereniging Verkuno. In de gemeente zijn verder verschillende galerieën en mogelijkheden voor exposities.

Verenigingen spelen een belangrijke rol in het sociaal-culturele leven van Noordenveld. Er is een breed scala aan verenigingen, clubs en particulieren actief in de culturele sector, zoals vele toneel- en muziekverenigingen, koren en dansgroepen.

In Noordenveld zijn diverse culturele programmaorganisaties: de Culturele Kring Roden, de Culturele Raad Norg, de Culturele Driehoek Roderwolde, Drentse Activiteiten Peize en Stichting Veenhuizen Cultuur Toerisme (VCT). Zij organiseren culturele activiteiten variërend van theater en muziek tot lezingen en tentoonstellingen.



Horeca en recreatie & toerisme zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Tijdens veel recreatieve activiteiten wordt de horeca bezocht: zoals uit eten na een fietstocht of even uitrusten op een terras tijdens het winkelen. De horeca profiteert van het dag- en het verblijfstoerisme. Andersom profiteert het toerisme van de horeca. De horeca levert een belangrijke sociale bijdrage aan het woon- en leefklimaat (lokaal gebruik horeca) als ontmoetingsplek, zakelijk en privé.

De horeca draagt direct en indirect bij aan de economie, onder andere in de vorm van omzet en werkgelegenheid¹⁰. De totale omzet in de horecabranche in Drenthe wordt in 2011 geschat op ongeveer 346,4 miljoen euro. Verder telt Drenthe 8.010 horecawerknemers; dit is 3,8% van de totale werkgelegenheid in de provincie.

De gemeente Noordenveld telt volgens de meest recente cijfers 78 horecabedrijven¹¹. Het gaat om 27 bedrijven in de drankensector, 13 fastfoodbedrijven, 4 cateringbedrijven, 22 restaurantbedrijven en 12 hotels (inclusief pensions) met in totaal 181 kamers en 374 bedden (Drenthe: 3.007 kamers, 6.787 bedden). Het aantal Noordenveldse bedrijven (25,2 bedrijven per 10.000 inwoners) ligt iets hoger dan het Drentse gemiddelde (24,3 bedrijven per 10.000 inwoners). Hoewel er jaarlijks horecabedrijven bij komen en verdwijnen blijft het gemiddelde aantal horecabedrijven rond de 78. Dit is ook de landelijke tendens.

Naar verwachting neemt het belang van de horeca voor de lokale economie de komende jaren toe¹¹. Door onder andere demografische ontwikkelingen zoals krimp, vergrijzing en verstedelijking, en veranderingen in het consumentengedrag, kan de aantrekkelijkheid van een gebied veranderen. In toenemende mate staan bijvoorbeeld in bepaalde regio's woningen, winkels en kantoorpanden leeg. Het woon- en leefklimaat in deze gebieden kan hierdoor onder druk komen te staan. De horeca kan, samen met andere branches, een belangrijke rol spelen in het waarborgen en/of stimuleren van de aantrekkelijkheid van de gemeente of regio.

Mensen vinden het steeds belangrijker om te weten waar hun voedsel vandaan komt en hoe het wordt bereid en verkocht¹². Voedsel kopen op plaatsen waar het kan worden geproefd en waar met de producent zelf (de boer) kan worden gesproken, wordt steeds meer gewaardeerd. Kopen van voedsel of streekproducten wordt meer een beleving. Daar liggen kansen voor nieuwe verbindingen tussen stad en land(schap), werkgelegenheid en innovatie, gezondheid en toerisme.

In de gemeente Noordenveld zijn diverse streekproducten verkrijgbaar, zoals Maallust- en Peizer Hopbelbier, kaas van Kaaslust, oude groenten uit de Tuinen van Weldadigheid en meer.

Diverse bedrijven zijn (gedeeltelijk) gericht op het zakelijk toerisme. Het gaat veelal om kleinschalige locaties waar een zakelijke bijeenkomst, training of een congres kan worden gehouden, al dan niet in combinatie met een overnachting. Op het gebied van teambuilding zijn er verschillende bedrijven, die arrangementen aanbieden.

¹⁰ Bedrijfschap Horeca en Catering, Factsheet provincie Drenthe, economische belang horeca (juli 2012)

¹¹ Bedrijfschap Horeca en Catering, kerncijfers Nederlandse horeca, gemeente Noordenveld (juli 2012)

¹² Regio Groningen-Assen, Eten Dichtbij, verreweg de meeste kansen (september 2012)



Noordenveld heeft een behoorlijk aantal soorten sport- en beweegaccommodaties. Het huidige aanbod is behoorlijk compleet en is verspreid over de gemeente.

In de drie grootste kernen Roden, Peize en Norg is een sporthal. De sporthallen in Roden zijn onderdeel van sportcentrum De Hullen met een overdekt zwembad, squashbanen en een aerobicszaal.

Verder zijn er twaalf gymzalen in Noordenveld.

In Roden en in Norg is een overdekt zwembad. Peize en Veenhuizen beschikken over een openluchtbad. Verder zijn er de volgende buitensportaccommodaties: voetbalcomplexen (7), korfbalcomplexen (3), een hockeycomplex, een atletiekbaan, tenniscomplexen (4), ijsbanen (16) en een motorcrossbaan met daarnaast een modelvliegtuigenveld.

Daarnaast zijn er diverse (commerciële) sportaccommodaties in Noordenveld, zoals fitnesscentra, een golfbaan, maneges en een hippisch centrum.

De grootste buitensportaccommodatie is de openbare ruimte, waar volop wordt gewandeld, gefietst en paardgereden.

In Peize is Beauty Sauna Peize. De sauna geniet regionale bekendheid. Verder zijn er in diverse hotels beauty- en wellness faciliteiten.

Mensen houden zich steeds meer bezig met hun gezondheid. Gezondheid (onder andere door sport, voeding, healthy aging) en duurzame levensstijl (onder andere door eerlijke, regionale, eco- en bioproducten) worden steeds belangrijker. Hier liggen ook kansen.



In Noordenveld wordt jaarlijks een groot aantal evenementen georganiseerd (150-200 evenementen). Het grootste evenement is de Rodermarkt. Onderdeel van de Rodermarkt is de Jaarbeurs met 30.000 bezoekers in 2010 (Rodermarkt totaal 40.000 bezoekers). De Rodermarkt is hiermee een evenement met regionale betekenis.

De jaarmarkt en braderie in Norg trok datzelfde jaar ongeveer 10.000 bezoekers¹³.

Veel van de georganiseerde evenementen hebben een sportieve invalshoek, zoals de Drentse Fiets4Daagse, triatlons, ATB- en wielerevenementen (onder andere de Lus van Roden, Ronde van RoNostrand), hippische evenementen, judo-, schaats-, tennis-, hardloophwedstrijden en wandeltochten.

Daarnaast zijn er evenementen met een culturele achtergrond, zoals het cultuurprogramma Veenhuizen "Sluizen en Sloten" (van de Stichting Veenhuizen Cultuur en Toerisme), de Landlopersdag, het filmfestival Veenhuizen, de Worteldagen, het Midzomerfestival, Koninginnedagfestiviteiten en muziek-evenementen. Andere evenementen zijn kermissen, markten, fairs, optochten en dorpsfeesten.

Uit het Ecorysrapport¹⁴ blijkt dat toerisme en recreatie bijdragen aan het in standhouden van de voorzieningen in onze gemeente, zoals supermarkten, bakkers en andere lokale middenstand. Dit is met name in en om Norg, waar diverse winkels gericht zijn op de toerist.

Steden hebben aantrekkingskracht. Vooral de stad Groningen trekt op jaarbasis veel bezoekers. Ook Assen heeft een steeds grotere aantrekkingskracht op bezoekers, onder andere door het TT circuit en de goede winkelvoorzieningen. Daarnaast zijn deze steden van belang voor de eigen inwoners, vanwege de vele voorzieningen. Het nieuwe winkelen, draait om beleving en gemak. Het gaat in toenemende mate om het sociale aspect, zoals funshoppen en tussendoor lunchen en koffie drinken.

Internet is in toenemende mate van belang. In 2011 heeft ruim tweederde van de Nederlanders wel eens een product aangeschaft via internet¹⁵. 49% heeft weleens een accommodatie of reis geboekt via internet. Ook zijn we door de opkomst van de smartphone in toenemende mate bereikbaar geworden. Internet kan altijd en (bijna) overal worden geraadpleegd.

Uit onderzoek¹⁶ blijkt dat het niet zozeer de accommodaties zijn die het zoek- en boekgedrag van potentiële vakantiegasten beïnvloeden, maar gasten die de accommodatie eerder hebben bezocht. Ervaringen van derden, al dan niet verspreid via social media, bepalen tegenwoordig in sterke mate de keuze van een accommodatie.

¹³ Toerdata Noord, Toerisme in Cijfers 2011 (2012)

¹⁴ Ecorysrapport Toerisme in Drenthe verdient meer, De economische betekenis van toerisme en recreatie in Drenthe (2012)

¹⁵ Centraal Bureau voor de statistiek, ICT gebruik van personen naar persoonskenmerken (2012)

¹⁶ Marketingbureau DEniels, De (on)zin van Sociale Media in de gastvrijheidsbranche (2011)

2.5 Partners in de vrijetijdsketen

Een groot aantal organisaties speelt een rol in de vrijetijdssector. Hieronder worden de belangrijkste organisaties van dit moment beschreven.

Stichting Kop van Drenthe

De in 2012 opgerichte Stichting Kop van Drenthe is verantwoordelijk voor: de promotie van het vrijetijdsproduct Kop van Drenthe, informatie verstrekken (Tourist Info's en digitaal), product ontwikkelen en bevorderen van onderlinge samenwerking.

De Stichting Kop van Drenthe beheert de website www.kopvandrenthe.nl. Deze site sluit aan op de stijl van www.drenthe.nl.

Stichting Kop van Drenthe is sinds 2012, in uitvoerende zin, verantwoordelijk voor de lokale toeristische informatievoorziening en zorgt voor de kwaliteitsverbetering van de *lokale Tourist Info's*. In onze gemeente zijn er Tourist Info's in Roden, Norg, Veenhuizen en een TIP Folderpunt in Peize.

Stichting Kop van Drenthe is opgericht vanuit de gebiedscoördinatie Noordwest-Drenthe en op initiatief van de Recreatie Ondernemers Noordenveld, Stichting Veenhuizen Cultuur Toerisme en in nauwe samenwerking met de gemeente Noordenveld. De stichting ontvangt een subsidie van de gemeente, naast de eigen bijdrage van de aangesloten ondernemers.

De gemeente Tynaarlo sluit in 2014 aan bij Stichting Kop van Drenthe.

Recreatie Ondernemers Noordenveld (RON)

In de RON zijn acht grotere Noordenveldse recreatieondernemers verenigd, namelijk Camping de Norgerberg, camping Langeloërduinen, bungalowpark Den en Duin, camping Dorado, recreatie Centrum Ronostrand, buitengoed Drentse Vennen, groepsverblijf De Hullen en camping Cnossen.

Doelstelling van de RON: promoten van de directe omgeving, belangen behartigen en gezamenlijk product ontwikkelen.

Stichting Veenhuizen Cultuur Toerisme (VCT)

De VCT is in 2007 opgericht met als primair doel: ontwikkelen en promoten van (verblijfs-)recreatie, toerisme en cultuur in Veenhuizen en directe omgeving. De VCT heeft een productontwikkelingsprogramma 2008-2012 voor toeristisch-recreatieve voorzieningen en voor promotie en marketing van plattelandstoerisme onder de naam "Veenhuizen boeit". Ook onderhouden de leden van het VCT het Toeristisch Informatie Punt 't Slachthuisje.

Ongeveer twintig ondernemers in Veenhuizen zijn lid van de VCT.

Stichting Marketing Drenthe en Tourist Info Drenthe (TID)

De promotie op een hoger schaalniveau wordt uitgevoerd door Marketing Drenthe en door TID.

TID faciliteert en ondersteunt de lokale TIP's in Drenthe. TID is in 2009 opgericht na het faillissement van VVV Drenthe Plus. Partners zijn de twaalf Drentse gemeenten en Ooststellingwerf als een dochterorganisatie van het Recreatieschap. TIP wordt gefinancierd met bijdragen van de deelnemende gemeenten en met inkomsten uit de webwinkel.

Marketing Drenthe zet Drenthe op de kaart buiten de provinciegrenzen en is verantwoordelijk voor het verbeteren van het imago van Drenthe op het gebied van toerisme, wonen en werken. De ultieme doelstelling is een bijdrage leveren aan de economische ontwikkeling binnen deze sectoren. De Provincie Drenthe financiert Marketing Drenthe.

Recreatieschap Drenthe

Het Recreatieschap Drenthe is een gemeenschappelijke regeling van alle Drentse gemeenten en de gemeente Ooststellingwerf. Het Recreatieschap Drenthe initieert en coördineert projecten, stimuleert nieuwe ontwikkelingen, verzorgt het onderhoud van de routeobjectbewegwijzering (zoals het fietsknooppuntensysteem) en is overlegorgaan voor alle toeristische beleidsambtenaren.

Het Recreatieschap is een bindende factor voor wat betreft beleidsafstemming.

Het 'Fonds voor Recreatie en Toerisme' speelt voor de projecten een belangrijke rol. Het fonds wordt gevuld door de Drentse gemeenten en de gemeente Ooststellingwerf. De doelstelling van het fonds is om op effectieve en efficiënte wijze zorg te dragen voor vernieuwing en stimulering van Recreatie en Toerisme in Drenthe in brede zin. Met het fonds kan het Recreatieschap met cofinanciering snel inspelen op kansen bij andere overheden. De gemeente levert jaarlijks een financiële bijdrage aan het Recreatieschap en het fonds Recreatie en Toerisme.

Stichting Internet Platform Drenthe

In 2009 hebben TID, Marketing Drenthe en Biblionet Drenthe de Stichting Internet Platform Drenthe opgericht. Dit is de organisatie achter de toeristische website www.drenthe.nl en de Drenthe App.

Overige organisaties

Naast de hiervoor genoemde organisaties wordt nauw samengewerkt met organisaties op het gebied van kunst- cultuur, horeca (zoals Koninklijke Horeca Noordenveld), natuur en landschap (bijvoorbeeld Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten, Het Drentse Landschap, Boermarkes en herinrichtingscommissies), sport, media en entertainment (zoals volksvermaken, handels- en zakenkringen), de agrarische sector (LTO Noordenveld) en de dorpsbelangenverenigingen.

3. De gast/bezoeker

Hiervoor is het aanbod in beeld gebracht. In dit hoofdstuk is de vraag omschreven en wordt gekeken naar de groepen waarvoor we het doen: inwoners, toeristen en recreanten. Wie is onze gast en waar is deze naar op zoek? Voor doelgroepsegmentatie zijn verschillende modellen. Voor het opstellen van deze nota is gekozen voor het leefstijlmodel/de Recreantenatlas, een onderzoeksproject van Recron en The SmartAgent Company. Hierin is vooral gekeken naar de wensen, motieven en interesses van vakantiegangers en recreanten. Diverse ondernemers uit onze gemeente werken met de leefstijlen of kennen deze. De Recreantenatlas onderscheidt voor dagrecreatie zeven belevingswerelden of leefstijlen, met elk een eigen kleur.



Voor de kampeer- en bungalowsector zijn vijf groepen gedefinieerd: hierbij vallen de belevingswerelden blauw, rood en paars uit de dagrecreatie samen in één belevingswereld: avontuurlijk paars¹⁷. Elke kleur staat voor een specifiek vrijetijdsprofiel:

Uitbundig Geel	Echte levensgenieters. Houden van samen met anderen actief en sportief recreëren. Vaak jonge gezinnen. Zoeken graag de gezellige drukte op, recreëren is lekker eten, genieten en leuke dingen doen. Beschikken over iets meer budget dan gemiddeld.
Gezellig Lime	Recreëren is lekker vrij zijn, rust en ontspanning. Zijn gericht op het eigen gezin, de directe leefomgeving. Het gemiddeld inkomen ligt wat lager, zijn prijsgevoelig. Een braderie of rommelmarkt is gezellig, je komt er altijd wel iemand tegen. Veel gezinnen met wat oudere kinderen en oudere tweepersoonshuishoudens.
Rustig Groen	Rustige recreanten. Geen grote wensen, houden van privacy en rust. Vaak één en tweepersoonshuishoudens in de oudere leeftijdscategorie. Willen de drukte vermijden en gaan daarom dus niet graag naar evenementen en grote attracties. In de eigen omgeving is genoeg moois te zien en te ontdekken, je hoeft er niet ver voor te reizen. Doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg.
Ingetogen Aqua	Rustige, geïnteresseerde recreanten. Zoeken inspirerende activiteiten. Gaan vaak samen met hun partner op stap. Waarderen sportieve en culturele mogelijkheden. Willen meedoen met de maatschappij en alle veranderingen die zij daarin zien.

¹⁷ In het Continue Vakantie Onderzoek, waar de bezoeker aan de regio van een kleur is voorzien, zijn vijf segmenten in plaats van zeven segmenten meegenomen. Dat betekent dat de (ondernemend) paarse, blauwe en rode belevingswereld zijn samengevoegd tot één belevingswereld: avontuurlijk paars.

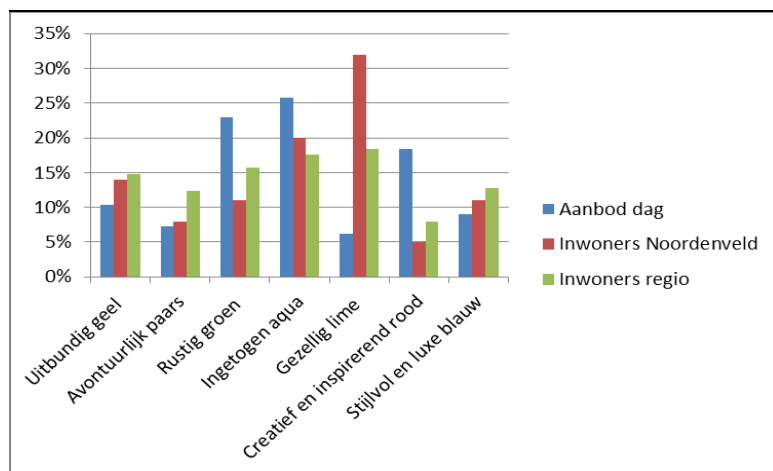
Avontuurlijk Paars (dagrecreatie: ondernemend paars)	Laten zich graag verrassen en inspireren, vooral door cultuur. Nieuwe dingen zien, ontdekken en beleven. Het gewone is vaak niet goed genoeg, op zoek naar een bijzondere ervaring. Cultuur, activiteit en sportiviteit. Ontspannen door sauna of een wellness arrangement. Vaker mensen van middelbare leeftijd, 35-54 jaar. Mat name één en tweepersoonshuishoudens. Voorkeur voor individuele activiteiten.
--	--

De segmentatie van de dagrecreanten levert nog twee extra belevingswerelden op, namelijk:

Stijlvol en Luxe Blauw	Zelfverzekerd. Vinden dat ze in hun vrije tijd wel wat luxe en stijlvolle ontspanning verdienen. Zakelijk en intelligent. Houden van stijl en klasse, meer gericht op exclusievere vormen van recreatie. Recreëren is ontspanning en afstand nemen van de dynamiek van alledag. Actief sporten en aandacht besteden aan het sociale netwerk (ons soort mensen). Jonge één en tweepersoonshuishoudens en huishoudens met oudere kinderen.
Creatief en Inspirerend Rood	Creatief, op zoek naar uitdagingen en inspirerende ervaringen. Bewegen zich graag buiten de gebaande paden. Vaak hoog opgeleid, maar door het grote aandeel jongeren nog niet altijd een hoog inkomen. Recreatie betekent naast sportiviteit en ontspanning ook het zoeken naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.

Het Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd heeft in opdracht van de gemeente en het Recreatieschap Drenthe onderzocht¹⁸ hoe vraag en aanbod zich verhouden qua leefstijlprofielen (doelgroepen). Daarna hebben zij hun bevindingen vertaald naar ontwikkelingsrichtingen en kansen. Dit levert voor inwoners en bezoekers een profiel op.

3.1 Onze inwoners



Tabel 1. Het dagrecreatief aanbod voor de leefstijlen gerelateerd aan de inwoners van Noordenveld en de regio (Kop van Drenthe en gemeente Groningen samen genomen) op percentage

Op basis van tabel 1 (zie vorige pagina) kan een aantal conclusies worden getrokken:

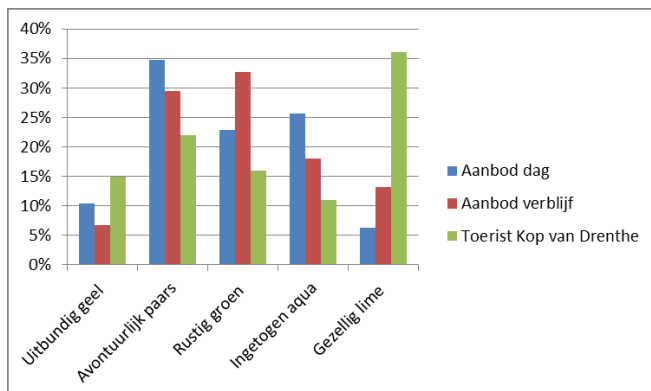
- Vooral voor de creatief en inspirerend rode groep zijn veel dagrecreatieve voorzieningen, passend bij hun belevingswereld. Voor hen is ruimschoots aanbod. Ook voor de rustig groene groep is voldoende aanbod, zeker voor de rustig groene inwoners van de gemeente Noordenveld zelf.
- Voor gezellig lime lijkt het dagrecreatieve aanbod het minst goed ontwikkeld. Het gaat om een omvangrijke groep inwoners binnen de gemeente met een beperkt dagrecreatief aanbod. Dit beperkte aanbod kan worden verklaard door de behoeften van deze groep. Zij gaan namelijk op zoek naar de

¹⁸ Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd, Toeristisch Noordenveld nader bekeken, vraaggerichte analyse met behulp van Leefstijlen (2012)

alledaagse dingen, zoals het bezoeken van markten, braderieën of een kinderboerderij. Deze vormen van vrijetijdsbesteding zijn niet meegenomen in het onderzoek.

- Ook voor uitbundig geel en, in iets mindere mate, stijlvol en luxe blauw en avontuurlijk paars geldt dat het dagrecreatieve aanbod beperkt is.

3.2 De bezoekers (dagrecreatie en verblijfsrecreatie)



Tabel 2. Het aanbod voor de leefstijlen in de gemeente Noordenveld gerelateerd aan de toeristische vakanties in de Kop van Drenthe

Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd kan op basis van deze gegevens een aantal conclusies trekken:

- Het valt direct op dat zowel het dag- als het verblijfsrecreatieve aanbod voor de groepen groen en aqua relatief goed zijn ontwikkeld voor de toerist.
- Ook de paarse belevingswereld lijkt goed voorzien.

3.3 Koppeling met Unique Selling Point's

De leefstijlen van de Recreantenatlas zijn ook gekoppeld aan de USP's.

De onderzoekers adviseren om in de marketingstrategie de primaire focus op drie groepen te leggen. *“Voor de groepen creatief en inspirerend rood, ingetogen aqua en rustig groen is het aanbod relatief goed voorhanden, terwijl de USP's tegelijkertijd ook goed aansluiten bij deze groepen. Let hierbij wel goed op: vooral de rustig groene en creatief en inspirerend rode consument liggen in het leefstijlmodel ver uit elkaar. Dat betekent dat de verschillende groepen op andere wijze benaderd dienen te worden en andere zaken benadrukt worden, waarbij bij de rode groep het bijzondere en onontdekte voorop staat, bij de ingetogen aqua het verhaal van de regio en bij de rustig groene groep het kunnen genieten van rust, natuur en de omgeving.”*



3.4 Demografische ontwikkelingen

Dat de Nederlandse bevolking vergrijst, is bekend¹⁹. Hoewel de ouderen van tegenwoordig een heel wat jeugdiger uiterlijk hebben en ook hun activiteitenpatroon aan andere normen moet voldoen, is toch ruim 15% van de bevolking momenteel al 65 jaar of ouder. Rond 2030 is deze groep uitgegroeid tot bijna een kwart van de bevolking. Bij ouderen staan vakanties vooral in het teken van ontspannen, uitrusten en genieten van natuurschoon. Voor sportieve en sterk actieve vakanties kan de vergrijzing een bedreiging

¹⁹ NRIT Onderzoek, Trendrapport Toerisme, recreatie en vrije tijd 2010/2011 (2011)

vormen. Met het toenemen van de leeftijd stijgt voor een deel van de ouderen de behoefte aan zorg, ook tijdens vakanties. Het aangepast vakantieaanbod is op dit moment zeer beperkt in Nederland.

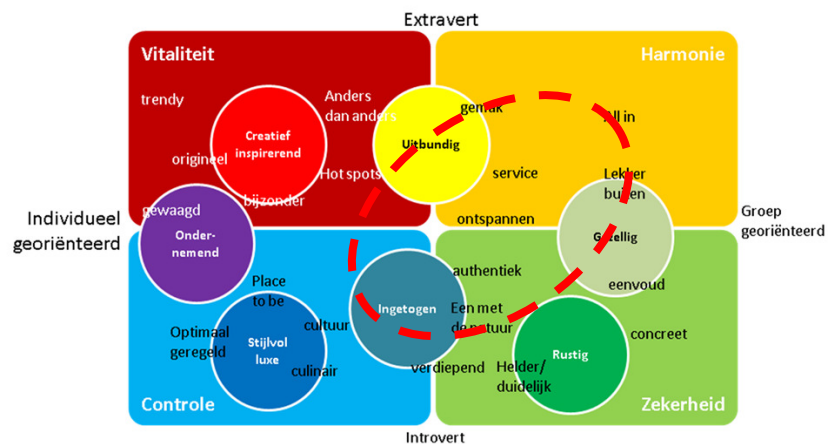
De jongeren blijven ook een interessante doelgroep voor de toeristisch-recreatieve sector. De jonge toerist van vandaag is de (meer kapitaalkrachtige) toerist van morgen. Door jongeren aan te trekken, probeert men het herhaalbezoek op latere leeftijd te stimuleren. De jonge generatie is actief, houdt van avontuur en beleving. Ze zijn gevoelig voor hypes en trends en alles gebeurt digitaal.

3.5 Marketingstrategie/keuze doelgroepen

De conclusies van de onderzoekers zijn tijdens het interactieve proces voorgelegd aan de workshopdeelnemers. Opvallend is dat de workshopdeelnemers zich, in tegenstelling tot het advies uit het leefstijlonderzoek, willen richten op de doelgroepen:

1. Ingetogen aqua
2. Gezellig lime
3. Uitbundig geel

De gemeente kiest voor gedragen beleid. De Recreatiebeleidsnota is op interactieve wijze tot stand gekomen. De gemeente neemt daarom de keuze van de deelnemers over. Het veld kiest namelijk bewust voor de natuur- en cultuurliefhebber, veelal de 55+ers (ingetogen aqua) en gezinnen met kinderen (gezellig lime en uitbundig geel). De deelnemers gaan voor doelgroepen die dicht bij henzelf liggen.



De natuur- en cultuurliefhebbers passen uitstekend bij het aanbod van de gemeente Noordenveld en de Kop van Drenthe. De Kop van Drenthe heeft vanuit het aanbod (kernkwaliteiten en vrijetijdsketen) veel te bieden voor deze doelgroep. De doelgroep is ook interessant, omdat de veelal 55+ers relatief veel vrije tijd hebben én wat te besteden hebben (inkomen boven modaal)²⁰.

De ondernemers en organisaties willen zich daarnaast graag richten op gezinnen met kinderen (jonge kinderen en jeugdigen). Veel van onze eigen inwoners (een derde deel) maken deel uit van de gezellig lime doelgroep. In tegenstelling tot de rustig groene doelgroep (inkomen modaal), is het bestedingspatroon van deze doelgroepen hoger en zijn zij actiever. Het inkomen van de doelgroep gezellig lime is modaal en van uitbundig geel tussen modaal en twee keer modaal.

Wel moet worden geïnvesteerd in het dagrecreatief aanbod voor deze doelgroepen. Meer aanbod gericht op de gele en lime doelgroepen maakt de gemeente aantrekkelijker.

De deelnemers verwachten de rustig groene doelgroep ook aan te kunnen spreken door in te zetten op deze doelgroepen. De rode belevingswereld wordt, hoewel hier kansen liggen, niet interessant gevonden, omdat deze groep lastig te bereiken is qua marketing, vanwege de geheel andere benadering dan aqua, geel of lime. De rode doelgroep betreft enerzijds studenten (veelal afkomstig uit de stad Groningen) en anderzijds hoger opgeleiden met een twee keer modaal inkomen. Met name de eerste groep is minder interessant vanwege het relatief lage bestedingsniveau (inkomen beneden modaal).

²⁰ Recreatieschap en Provincie Drenthe, Leefstijlatlas dagrecreatie voor de provincie Drenthe (2011)

4. Sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen

Tijdens het interactieve proces zijn sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen naar voren gekomen. Ook heeft er een analyse plaatsgevonden naar trends en ontwikkelingen. Op basis van deze informatie kunnen de volgende sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen worden benoemd.

Sterkten

1. Noordenveld is Drenthe in het klein. We hebben drie verschillende landschappen in onze gemeente wat bijzonder is
2. Rijke, boeiende cultuurhistorie
3. Veenhuizen en haar unieke uitstraling
4. Ligging ten opzichte van Groningen en Assen
5. Noordenveld heeft een tamelijk compleet vrijetijdsproduct voor de bezoeker en inwoner

Zwakten

1. Samenwerken wordt als belangrijk ervaren, actie ontbreekt
2. We zijn te bescheiden waardoor we te weinig op de trom roffelen (qua promotie)
3. Digitale bereikbaarheid in het landelijk gebied
4. Toegankelijkheid natuurgebieden
5. Toeristische bereikbaarheid openbaar vervoer
6. Relatief weinig dagrecreatief aanbod voor de gele en lime doelgroep

Kansen

1. Samenwerken en clusteren
2. Promoten Kop van Drenthe
3. Maken van productmarktcombinaties in de vrijetijdsketen
4. Minder regels en meer ruimte om te ondernemen, zodat kan worden ingesprongen op trends en ontwikkelingen
5. Maatschappij van Weldadigheid in 2018 op de Werelderfgoedlijst UNESCO
6. Stichting Kop van Drenthe
7. Beleving en regionale beeldverhalen
8. Doelgroepen aqua, geel en lime
9. Digitaliseren
10. Innoveren
11. Gastheerschap
12. Recreatief uitloopgebied voor Groningen en Assen
13. Routegebonden recreatie
14. Samenwerken met kunst, cultuur, sport, onderwijs en de agrarische sector
15. Duurzaamheid
16. Recessie zorgt voor een groei van binnenlandse vakanties
17. Verzilving omzetten in kansen (aqua doelgroep)

Bedreigingen

1. De verblijfsrecreatieparadox. Overaanbod dreigt in de verblijfsrecreatieve sector
2. Verblijfsaccommodaties aan het einde van de productlevenscyclus
3. Bevolkingskrimp (maar is ook kans!)
4. Economische recessie en dalende koopkracht
5. Bezuinigingen (op de infrastructuur)

5. De ambitie

De Recreatiebeleidsnota is het resultaat van een interactief proces met inwoners, organisaties en ondernemers en andere betrokkenen bij het Noordenveldse vrijetijdsproduct. De gemeente formuleert de ambitie. Het nieuwe beleid wordt samen met het veld uitgevoerd.

5.1 Het doel

Doel van de nota: stimuleren van de vrijetijdssector, bevorderen van de werkgelegenheid en verbeteren van de kwaliteit van de leefomgeving voor de inwoners.

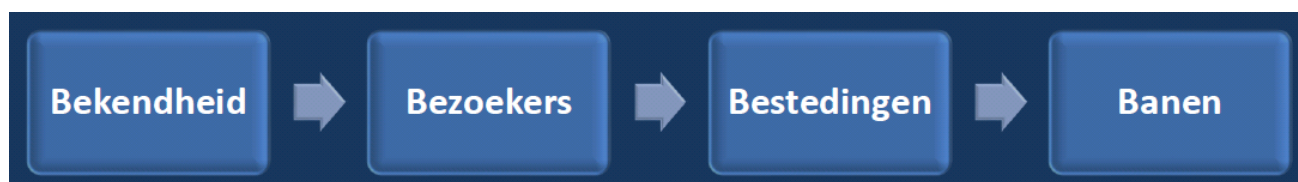
5.2 De ambitie

De ambitie voor 2018 is:

- Kwaliteitsimpuls geven aan het gehele vrijetijdsproduct;
 - o Verbinden, verbreden en vernieuwen in de vrijetijdsketen
 - o Inzetten op digitale bereikbaarheid
- De werkgelegenheid laten stijgen van 13% → 15% (van 1.100 naar 1.275 personen);
- De directe- en afgeleide bestedingen laten stijgen van 62 naar 70 miljoen euro;
- Onze kernkwaliteiten en toeristisch-recreatieve voorzieningen minimaal op het huidige kwaliteitsniveau in stand houden en zo mogelijk uit te breiden.

5.3 De strategie

Tijdens het interactieve proces is ervoor gekozen de aandacht te richten op de doelgroepen ingetogen aqua, gezellig lime en uitbundig geel. Dit biedt kansen! Deze doelgroepen sluiten aan bij onze kernkwaliteiten, USP's en de vrijetijdsketen. We hebben deze doelgroepen dus wat te bieden! De keuze voor deze doelgroepen heeft ook een financiële achtergrond. Ze hebben over het algemeen meer te besteden. Daarnaast biedt de keuze, mede gelet op de krimp, perspectief voor de eigen inwoners.



5.4 Rol van de gemeente

De taak van de gemeente is voorwaarden scheppen. Deze nota beschrijft de kaders waarbinnen recreatie en toerisme kan worden ontplooid.

Samenwerken is essentieel! Ondernemers, organisaties en inwoners samenbrengen en stimuleren te verbinden, te verbreden en te vernieuwen. De gemeente faciliteert, stimuleert en verbindt. Het is aan de ondernemers om over te gaan tot actie. Om te benadrukken dat de vrijetijdseconomie ook voor de gemeente van belang is, is er een contactfunctionaris Recreatie en Toerisme.

Transparant

Zoals is aangegeven is de beleidsnota ontwikkeld met de sector en de inwoners (participeren op niveau 3). Dit samenwerken gaat door, onder andere bij het vormgeven van de Uitvoeringsnota en door te blijven overleggen. Participatie Plein Noordenveld wordt gebruikt als communicatiekanaal voor de partners in de vrijetijdsketen en de gemeente. Daar wordt onder andere nieuws gedeeld, onderzoeken gepubliceerd en discussies gevoerd.

Toeristenbelasting

De gemeente blijft toeristenbelasting heffen volgens de Drentse afspraken, zoals gemaakt via het Recreatieschap Drenthe. In de bijlage 3 is inzichtelijk gemaakt hoe veel toeristenbelasting de gemeente ontvangt en hoe veel wordt besteed aan toerisme en recreatie.

5.5 Beleidsuitgangspunten en acties

Om de ambities te bereiken is het essentieel keuzes te maken en de beleidsuitgangspunten te formuleren (zie hoofdstuk 7 en 8). In deze beleidsuitgangspunten is een duidelijke rol weggelegd voor de Stichting Kop van Drenthe en wordt het belang van samenwerken benadrukt. Duidelijk is daarbij dat over grenzen heen moet worden gekeken, regionaal, bovenregionaal en ook internationaal.

Om het vrijetijdsproduct te versterken voor toerist, recreant en inwoner is actie nodig. Deze acties worden uitgewerkt in de uitvoeringsnota, met financiële paragraaf. De acties zijn terug te vinden in hoofdstuk 8 en worden uitgevoerd door of in samenwerking met de betrokken organisaties en de vrijetijdsketen.

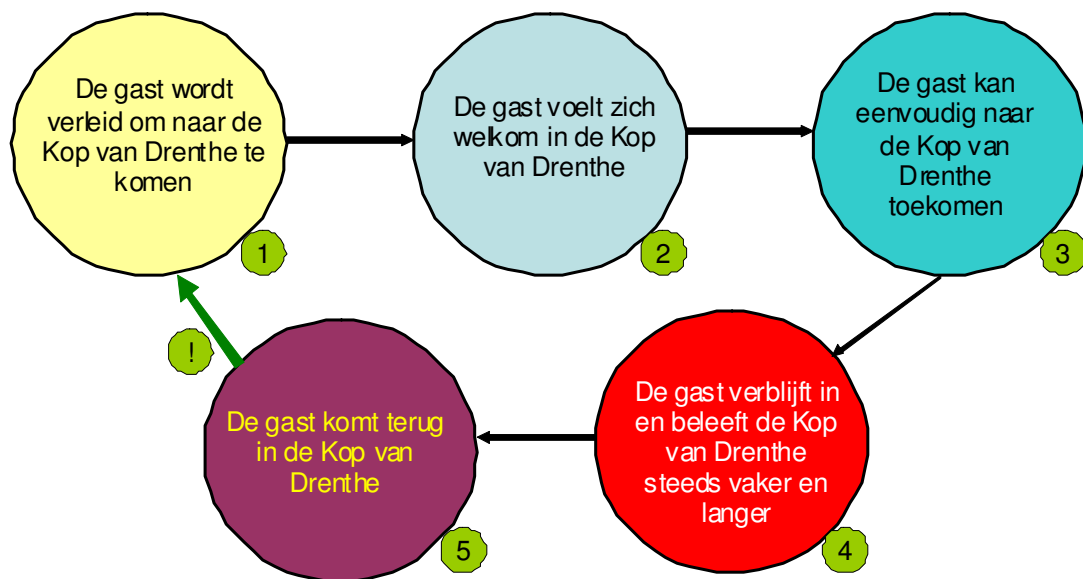
6. De reis van de gast

Het geheim van de sportvisser²¹

“Niet de visser, maar de vis moet het aas lekker vinden”

Vanuit deze invalshoek formuleren we nieuw beleid. We kijken vanuit de wensen van de vis, of vertaald naar de Recreatiebeleidsnota: de wensen van onze inwoners, toeristen en recreanten.

Aan de hand van de reis van de gast, ook wel de visitor journey genoemd, doorlopen we de vijf stappen en formuleren we het gemeentelijk beleid 2013-2018.



Stap 1 - Verleiding

Bij stap 1 wordt, met het inzetten van de campagne van Marketing Drenthe, de gast verleid naar De Kop van Drenthe te komen.

Marketing Drenthe en Stichting Kop van Drenthe vermarkten het vrijetijdsproduct.

Marketing Drenthe

Marketing Drenthe is verantwoordelijk voor het verbeteren van het imago van Drenthe op het gebied van toerisme, wonen en werken. De ultieme doelstelling is het leveren van een bijdrage aan de economische ontwikkeling binnen deze sectoren. Voor Marketing Drenthe is de rode draad voor het succes van de campagneactiviteiten een actieve samenwerking met overheden, regio's, belangenorganisaties. De campagnes van Marketing Drenthe zijn gericht op de Nederlandse markt. Marketing Drenthe verkent hoe de buitenlandse markt projectmatig kan worden benaderd.

De gast wordt
verleid om naar
de Kop van
Drenthe te komen

²¹ Gert-Jan Hospers, Er gaat niets boven citymarketing - Hoe zet je een plaats op de kaart? (2011)

Stichting Kop van Drenthe

Op haar beurt zet Stichting Kop van Drenthe de regio Kop van Drenthe op de kaart, gebruik makend van de etalagefunctie van Marketing Drenthe en de stijl van www.drenthe.nl. De Stichting Kop van Drenthe zorgt voor een adequate informatievoorziening, productontwikkeling en de promotie van recreatie en toerisme in de Kop van Drenthe en haar directe omgeving. De stichting moet kunnen inspelen op de laatste trends en ontwikkelingen en de taal van de marketing verstaan. Daarvoor is een professionele kracht nodig, die de continuïteit van de organisatie waarborgt en zorgt voor de output van producten voor de promotie.

Stap 2 – Gastvrij onthaal

In deze fase is de gast ervan overtuigd dat hij naar de Kop van Drenthe moet komen. De gast moet zich welkom voelen. Er moet nog wel worden geboekt.

Boeien

We hebben de keuze gemaakt om ons te richten op de gele, lime en aqua doelgroepen. Dit geldt ook voor de marketingstrategie.

Het is zaak dat we de potentiële gast zo weten te boeien dat hij/zij zich welkom voelt. Dit doen we door:

1. Vermarkten van het vrijetijdsproduct Kop van Drenthe
2. Verstrekken van informatie (digitaal en lokale TIP's)
3. Bieden van arrangementen

Binden

Alles draait om gemak. Het liefst boekt de gast een totaalarrangement voor een mooie prijs, zoals een combinatie van vervoer, verblijf en vermaak. Samenwerken en afstemmen in de vrijetijdsketen is voor het aanbieden van dergelijke arrangementen vereist. Veel ondernemers staan positief tegenover samenwerken. Helaas wordt er echter nog te weinig samengewerkt. Het gaat om het elkaar gunnen, elkaar leren kennen en het maken van productmarktcombinaties. Samenwerken begint met bewust worden en zien van kansen. De winst zit in samenwerken en verbinden met de andere sectoren, waardoor win-win situaties worden gecreëerd. Om dit te bereiken moet nog wel wat werk worden verzet. De gemeente roept ondernemers dan ook op zich aan te sluiten bij de Stichting Kop van Drenthe.

Over de grens

In de vrijetijdseconomie bestaan geen grenzen, geen gemeentegrens, geen provinciegrens en geen landsgrens. Bezoekers komen naar De Kop van Drenthe, niet naar de gemeente Noordenveld.

Grensoverschrijdend samenwerken biedt kansen om op grotere schaal aan projecten te werken, te leren van goede voorbeelden in andere gebieden en natuurlijk de financiële voordelen. Daardoor worden projecten mogelijk, die eerst niet zo eenvoudig te realiseren leken.

Voorbeelden van samenwerking over de grens zijn: samenwerken met andere gemeenten (bijvoorbeeld beleidsafstemming), het project Friese Waterlinie, Eden-lidmaatschap, project Landgoederenzone, omliggende regio's en met organisaties in het traject om de Maatschappij van Weldadigheid op de Werelderfgoedlijst te krijgen.



Stap 3 - Reizen en aankomen

Bij deze stap geven we ons visitekaartje af.

Sleutelwoorden zijn toegankelijk, bereikbaar en gastvrij: de eerste indruk van de toerist en recreant over de gemeente en de Kop van Drenthe.



De gast kan
eenvoudig naar
de Kop van
Drenthe
toekomen

Leefbare en beleefbare woon- en werkregio

Hierbij benadrukt *leefbaar* het maatschappelijke en competitieve belang van een mooie, prettige, gezonde, veilige en duurzame leef- en werkomgeving.

Beleefbaar slaat op het belang van verrassende activiteiten, karaktervolle plekken om te wonen, te werken en om vrije tijd door te brengen. Plekken die mensen raken, waar men zich aan hecht, waar bezoekers van heinde en verre naar toe komen en voor terug komen en waar bewoners trots op zijn²².

Onze kernkwaliteiten en het voorzieningenniveau bepalen onder andere de leefbaarheid ofwel het woon- en werkklimaat in onze gemeente. Leefbaarheid²³ begint bij een goed voorzieningenniveau zoals winkels, scholen, culturele activiteiten en sportaccommodaties. Leefbaarheid wordt ook bepaald door recreatieve voorzieningen, zoals fiets- en wandelpaden. Het gaat om gevoel en sfeer, om beleving.

De vrijetijdseconomie levert een belangrijke bijdrage aan de instandhouding van voorzieningen. Door krimp van de bevolking dreigen winkels en voorzieningen (op termijn) te verdwijnen. De interesse van stedelingen in het landelijk gebied verdwijnt echter niet. Het landelijk gebied wordt gezien als een mogelijkheid om te ontsnappen aan de hectiek²². De gemeente kan hier op inspelen door met het bedrijfsleven samen te blijven werken en verbindingen in de vrijetijdsketen te stimuleren.

Een aantrekkelijk en beleefbaar vrijetijdslandschap zorgt voor een leefbare woon- en werkregio.

De Kop van Drenthe als vrijetijdslandschap

De kernkwaliteiten lenen zich als vrijetijdslandschap voor de eigen inwoners en voor de omliggende gemeenten. Het ommeland als plek om te ontsnappen aan de (stedelijke) hectiek en vooral om te recreëren. De verweving van de stad en de ommelanden biedt kansen. De Onlanden trekt dagrecreanten uit Groningen en het Fochteloërveen trekt ze uit Assen. Andersom maken onze inwoners, toeristen en recreanten gebruik van de voorzieningen van de steden.

Van trots naar ambassadeurschap

Met goed ambassadeurschap is veel te winnen. Daarom wordt daar ook op ingezet.

1. Ambassadeurs als gastheer voor de regio

Gastvrijheid wordt alom gewaardeerd. Door bezoekers en door eigen inwoners. Het gaat om de kleine dingen, zoals gedag zeggen op straat, tips geven over uitjes in de omgeving en goede bediening in de horeca. We gaan op zoek naar ambassadeurs van de Kop van Drenthe. Een ambassadeur kan een ondernemer zijn, een organisatie, inwoner of bestuurder. Een ambassadeur kent De Kop van Drenthe en draagt het gebied uit. Een goed gastheerschap bevordert herhaalbezoek of een langer verblijf.

²² European Tourism Futures Institute (ETFI) Noordervisie 2040, LOL! Noord Nederland als Leisure-oriented Landscape (2012)

²³ Visie Noordenveld 2025, Natuurlijk samen (2011)

2. *Bezoekers als ambassadeur voor de regio*

Zodra bezoekers positieve ervaringen delen met vrienden en kennissen, zijn zij ook ambassadeur van de Kop van Drenthe. Dit kan door mondeling ervaringen te delen of via social media. Ervaringen van derden bepalen tegenwoordig in sterke mate de keuzes voor een accommodatie²⁴ of regio.

Openbare ruimte

Het veelzijdige landschap is een van de kernkwaliteiten, waarop we trots mogen zijn. De verschillende landschappen zijn het decor voor prettig wonen, werken en recreëren. Dit decor is ons visitekaartje en moet in stand worden gehouden, worden beheerd en onderhouden. (Berm)onderhoud en het schoon en toegankelijk houden van fiets- en wandelpaden dragen bij aan de beleefbaarheid van de openbare ruimte.

Fysieke bereikbaarheid

Vanuit toeristisch-recreatief perspectief gezien valt er qua bereikbaarheid winst te behalen. Het openbaar vervoer is in onze gemeente nog niet overal optimaal en staat onder druk. Niet alle verblijfsaccommodaties en dagattracties zijn even goed bereikbaar. Toch komt 5% van de toeristen en recreanten met het openbaar vervoer. Onderzocht moet worden of en in welke mate de toeristische ontsluiting, door bijvoorbeeld een hop-on-hop-off bus (gesponsord door de middenstand) en wellicht als onderdeel van een totaalpakket, kan worden verbeterd.

Een Toeristische Overstap Punt (TOP) biedt mensen de mogelijkheid om de auto te parkeren en wandelend of fietsend het gebied te verkennen. Er zijn TOP's in Veenhuizen, Roden en Norg. Gekeken wordt naar de mogelijkheden voor de aanleg van nieuwe TOP's, bijvoorbeeld in Peize.

De komst van het Transferium in Hoogkerk biedt kansen, bijvoorbeeld als toegangspoort voor De Onlanden. Het transferium is aangelegd om de parkeerdruk van het stadscentrum en de files op de wegen naar de stad Groningen te verminderen. Gratis parkeren wordt door bezoekers hoog gewaardeerd en draagt bij aan de bereikbaarheid.

Ondanks de globalisering wordt (de baanverlening van) Groningen Airport Eelde op dit moment niet als kans gezien voor de vermarkting van de Kop van Drenthe.

Digitale bereikbaarheid

In de grote kernen wordt glasvezel aangelegd. In het landelijk gebied is dit veelal nog niet het geval. Veel recreatieondernemers liggen in het landelijk gebied. De huidige internetverbindingen zijn daar niet toereikend om de gast in de wensen van deze tijd tegemoet te komen. Een zwakke internetverbinding geeft problemen in de bedrijfsvoering, bijvoorbeeld omdat online boeken niet goed gaat. Er zijn problemen bij het digitaal gebruik van routes: bij beperkt bereik kan een recreant niet verder. In het huidige digitale tijdperk is het gewenst hier actie op te ondernemen.

Openbare recreatieve bewegwijzering

Hoewel de wereld in razend tempo digitaliseert, waarderen gast en ondernemers fysieke objectbewegwijzering. Nog niet iedereen is gericht op de digitale informatievoorziening. Daarnaast biedt uniforme recreatieve objectbewegwijzering bevestiging en voorkomt het onveilige situaties. In Noordenveld streven we naar een uniform openbaar recreatief bewegwijzeringsstelsel met zo min mogelijk bebording.

²⁴ Marketingbureau Deniels, De (on)zin van Sociale Media in de gastvrijheidsbranche (2011)

Digitale informatievoorziening

Er moet flink worden ingezet op de digitale informatievoorziening. Het vermarkten van vrijetijdsproducten kan via www.kopvandrenthe.nl en ook door websites van ondernemers te koppelen. Apps zijn niet meer weg te denken sinds de komst van de smartphone. Omgaan met de kansen van social media vraagt dan ook aandacht.

Actief vullen van de bestaande evenementenkalender via www.drenthe.nl is essentieel. Dit vraagt discipline. Wanneer iedereen actief meedoet, kunnen win-win situaties worden behaald. Door het delen en publiceren van evenementen kunnen verbindingen in de gehele vrijetijdsketen worden gelegd. Horeca of verblijfsaccommodaties kunnen bijvoorbeeld arrangementen maken, afgestemd op (het thema van) een evenement. Het actief vullen van de evenementenkalender zorgt voor de promotie van bijvoorbeeld sportieve- en culturele evenementen onder onze eigen inwoners, de regio en versterkt ook het vrijetijdsproduct voor de toerist.

Lokale toeristische informatievoorziening - Tourist Info's

Iedere gemeente is verantwoordelijk voor de lokale toeristische informatievoorziening. Wij hebben Tourist Info Punten in Norg, Roden en Veenhuizen. Er is een Tourist Info Folderpunt gevestigd in Peize.

Hoewel de gemeente, op basis van afspraken die in 2008 zijn gemaakt door de Drentse portefeuillehouders Toerisme en Recreatie, verantwoordelijk is voor de Tourist Info's, is ervoor gekozen om de uitvoering van de taken van de TIP's in handen te geven van Stichting Kop van Drenthe. Dit betekent dat de Tourist Info Punten formeel onder de verantwoording van het bestuur van Stichting Kop van Drenthe vallen. Stichting Kop van Drenthe draagt zorg voor de kwaliteitsverbetering van de informatievoorziening.

Stap 4 – Beleving

Van bestemming naar beleving

Beleven en het vertellen van regionale beeldverhalen²⁵ zijn trends. Er zijn vele verhalen te vertellen over het gebied, zoals het verhaal van de Maatschappij van Weldadigheid, het verhaal van Hindericus Scheepstra (waaronder Ot en Sien), het Pauperparadijs van Suzanna Jansen en ook minder bekende verhalen, die ook inwoners van onze gemeente niet altijd kennen.

Deze verhalen zouden moeten worden gebundeld en (door) verteld, zodat het gebied beleefbaar wordt. De verhalen kunnen kapstokken worden voor kansrijke productmarktcombinaties (PMC's) waar ondernemers mee aan de slag kunnen.

Ondernemen met leefstijlen

In de hele nota wordt gesproken over leefstijlen en belevingswerelden. Er is veel informatie verzameld over de vraag (van de toerist, recreant en inwoner). De uitkomsten van het leefstijlonderzoek is beschikbaar voor organisaties en ondernemers. Ondernemers kunnen hier hun voordeel mee doen, bijvoorbeeld door hun marketing aan te passen op de belevingswereld van hun bedrijf.

Gebruik van de leefstijlen en belevingswerelden moet worden bevorderd als handvat voor ondernemers. In de uitvoeringsnota wordt gezocht naar een passende vorm.



De gast verblijft in
en beleeft de Kop
van Drenthe
steeds vaker en
langer

²⁵ VROM-raad, Groeten uit Holland, Qui è fantastico! Advies over vrije tijd, toerisme en ruimtelijke kwaliteit (2006)

Dagrecreatie

Tijdens het interactieve proces is gebleken, dat het inzetten op de belevingswerelden aqua (natuur- en cultuurliefhebber), geel (jonge gezinnen) en lime (gezinnen met oudere kinderen) kansrijk is. De wensen van deze doelgroepen sluiten goed aan bij onze USP's en kernkwaliteiten. Een groot deel van onze eigen inwoners (en die van omliggende gemeenten) behoort ook tot deze groepen. Op basis van het leefstijlonderzoek²⁶ worden ook mogelijkheden gezien. Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd: "We zien echter wel een relatief tekort aan dagrecreatieve voorzieningen voor de uitbundig gele en gezellig lime groep. We adviseren de gemeente daarom een positieve houding aan te nemen tegenover eventuele initiatieven voor deze groepen."

Gele, lime en aqua initiatieven en aanvullingen op het huidige aanbod zijn dan ook van harte welkom. Bij dagrecreatieve voorzieningen die aansluiten op deze doelgroepen kan worden gedacht aan dagattracties, al dan niet in de vorm van een natweer accommodatie of een blotevoetenpad.

Ook versterken we het vrijetijdsproduct door in te zetten op deze doelgroepen en op de volgende thema's:

Actieve beleving

De openbare ruimte is de grootste sportaccommodatie in onze gemeente. Natuurgebieden lenen zich bij uitstek voor recreatie en sport. Samen met de terreinbeherende instanties wordt gekeken naar mogelijkheden voor sportieve recreatie in natuurgebieden. Zo wordt de natuur beter beleefbaar en toegankelijker, beweging bevordert en het routegebonden product uitgebreid.

Het beleefbaar maken van de natuur kan via thematische routes of met natuurbeleefpunten op kwetsbare plekken. Bijvoorbeeld door de realisatie van de uitkijktoren het Hoge Hert in De Onlanden.

Routegebonden recreatie

Goede voorzieningen voor fietsers (fietsknooppuntensysteem), wandelaars (wandelnknooppuntensysteem en dorpsommetjes) en watersporters (kanoroutes) zijn van groot belang. Deze dragen bij aan de (be)leefbaarheid van de Kop van Drenthe.

Bundelen van het huidige aanbod

Veel organisaties hebben (thematische) routes ontwikkeld voor verschillende gebruikers. Een centrale plek, waar de routes samenkomen, wordt gemist en de routes zijn niet altijd (goed) gedigitaliseerd. Het is daarom van belang routes op één centrale plek samen te brengen en beschikbaar te stellen aan ondernemers en organisaties. Zo komen verbindingen tot stand.

Ontwikkelen van nieuwe routes

Nog niet voor iedere doelgroep zijn routes ontwikkeld of is voldoende aanbod. In samenwerking met de terreinbeherende instanties en de sector worden routes gezocht, die aansluiten bij de gele, lime en aqua doelgroepen. Te denken valt aan aanbod voor de ATBer, mindervaliden, ouders met kinderen en jeugd. Het onderwijs wordt betrokken bij het ontwikkelen van de routes voor de kinderen en jeugdigen.

Vitaal platteland

De landbouw is nog steeds een belangrijke economische pijler. Steeds vaker worden verbindingen gezocht met toerisme en recreatie, educatie, gezondheid, genieten van natuur, ruimte en stilte en authentieke voedingsproducten. Een mooie ontwikkeling!

Koeien in de wei, bloemrijke akkers, streekproducten, het openstellen van boerderijen en dorpsommetjes leveren een bijdrage aan een vitaal en beleefbaar platteland. Het is daarom van belang om vanuit de vrijetijdsketen verbindingen te leggen met de agrarische sector.

²⁶ Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd, Toeristisch Noordenveld nader bekeken, vraaggerichte analyse met behulp van Leefstijlen (2012)

Evenementen

Jaarlijks worden vele evenementen georganiseerd die een bijdrage leveren aan de leefbaarheid van onze gemeente. Ook hier kan winst worden behaald door verbindingen te maken, zoals het registreren van evenementen en het maken van productmarktcombinaties. Een goed werkende evenementenkalender is daarvoor essentieel. Een interessant evenementenaanbod heeft aantrekkingskracht op bezoekers uit de regio of toeristen.

Kunst en cultuur

Kunst en cultuur leveren een belangrijke bijdrage aan het vrijetijdsproduct van de Kop van Drenthe. Er liggen nog vele kansen voor instellingen op het gebied van kunst en cultuur om productmarktcombinaties te maken in de vrijetijdsketen. Aansluiten bij de Stichting Kop van Drenthe is een essentiële eerste stap.

Veenhuizen

Veenhuizen heeft, zoals eerder aangegeven, een bijzondere historie. Behalve recreatie en toerisme richten we ons op zorg, landbouw, onderwijs, kennis, creatieve industrie en cultuur. Het uitvoeren van deze beleidslijn gebeurt onder verantwoordelijkheid van de Bestuurscommissie Veenhuizen, die in 2011 de visie “Werken aan de toekomst van Veenhuizen” heeft opgesteld. De Bestuurscommissie Veenhuizen is een samenwerkingsverband tussen de Staat, de gemeente Noordenveld en de provincie Drenthe.

De vermelding van de Maatschappij van Weldadigheid op de voorlopige lijst UNESCO Werelderfgoed biedt kansen voor de vrijetijdseconomie in de hele regio. In de aanloop tot de plaatsing op de Werelderfgoedlijst heeft de toeristisch-recreatieve vermarkting de aandacht, in afstemming met de andere Koloniën van Weldadigheid: Frederiksoord, Wilhelminaoord, Willemsoord, Ommerschans, Wortel en Merksplas (België).

Duurzaam toerisme

Kort gezegd is duurzaam toerisme: toerisme in harmonie met natuur en milieu, economische belangen en de lokale bevolking (People, Planet, Profit). Zuinig omgaan met de natuur en met beschikbare bronnen is van belang, bijvoorbeeld door duurzame energiebronnen te gebruiken, zoals houtgestookte biomassa-installaties, door duurzaam bouwen en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO), met zorg voor het milieu op het bedrijf en de natuur in hun omgeving.

Kennen van de omgeving en gasten attenderen op kwetsbare gebieden, is een vorm van ambassadeurschap die wij ondersteunen. Samen met de terreinbeherende instanties natuur beleefbaar maken zonder belasting van de te kwetsbare natuurgebieden. Als het even kan geven we dit een educatief tintje. Dit zorgt voor de juiste balans tussen natuur, milieu, economische belangen en de lokale bevolking.

Verblijfsrecreatie

In het leefstijlonderzoek²⁷ valt te lezen dat de verblijfsrecreatieve voorzieningen over het algemeen redelijk in evenwicht zijn met de vraag. Het Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd geeft twee adviezen:

1. Seizoensverlenging

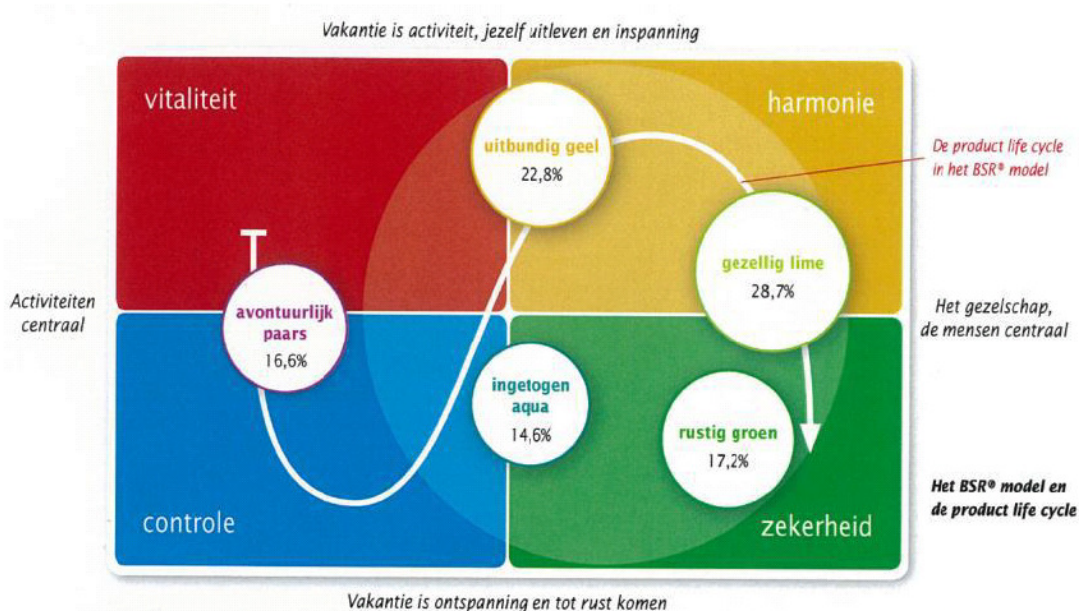
Zet meer in op seizoensverlenging. Als het accent wordt gelegd op de gele, lime en aqua belevingswerelden levert dit mogelijkheden op voor seizoensverlenging. Dit kan betekenen dat in het laagseizoen de focus ligt op rust, ruime plekken en privacy en in het hoogseizoen juist meer op gezelligheid en ontmoeting.

²⁷ Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd, Toeristisch Noordenveld nader bekeken, vraaggerichte analyse met behulp van Leefstijlen (2012)

2. Innovatie

Zorg ervoor dat het toeristisch-recreatieve product niet verouderd. Houd rekening met de productlevenscyclus en stimuleer het vernieuwen en verbeteren van de kwaliteit. Dat betekent een 'opwaartse' beweging in het leefstijlmodel. Bijvoorbeeld:

- Van groen naar lime, geel of aqua
- Van lime naar geel of aqua



Productlevenscyclus van het toeristisch-recreatief product

“De product life cycle van het toeristisch-recreatief product is terug te vinden in het model van de leefstijlsegmentatie. Introdukties van nieuwe producten en/of innovaties worden vaak het eerste geadopteerd door de paarse leefstijl. In marketingtermen gaat het hier om de ‘early adopters’. Vervolgens zien we nieuwe producten, indien ze door een grotere groep worden opgepakt, als een soort slinger door het model worden geadopteerd. Om te voorkomen dat een toeristische voorziening ‘wegzakt’ in de product life cycle kan de ondernemer ervoor kiezen te blijven vernieuwen. Hij of zij kan er echter ook voor kiezen om de onderneming op langere termijn te laten mee glijden door de product life cycle. Vernieuwing is dan van minder belang, maar onderhoud en een aangepaste marketingstrategie op andere doelgroepen uiteraard wel. In sommige gevallen betekent deze kwaliteitsslag ook een wens tot (letterlijke) ontwikkelruimte van een ondernemer.” (uit Leefstijlonderzoek)

Verblijfsrecreatieparadox²⁸

Op landelijke schaal dreigt een overaanbod van standplaatsen en recreatieve voorzieningen. Daarnaast is er een dalend aantal overnachtingen en verandert de samenstelling van de doelgroepen (vergrijzing). De rentabiliteit van bestaande bedrijven staat onder druk. Dit geldt met name in de bungalow- en kampeersector. Bestaande bedrijven moeten zich kunnen blijven ontwikkelen, wanneer daar een markt voor is. Voldoende rentabiliteit is noodzakelijk, zodat investeringen en rendement in evenwicht zijn en blijven.

Daarnaast kan overaanbod maatschappelijke gevolgen hebben, zoals verpaupering en wantoestanden, kans op permanente bewoning en uitponden, verrommelen van het landschap, verslechteren van de sociale vitaliteit en afnemen van de werkgelegenheid in de regio.

Kwaliteitsverbetering in verblijfsrecreatie leidt tot maatschappelijke meerwaarde: toename investeringen, publiekstoegankelijke voorzieningen, werkgelegenheid en ruimtelijke kwaliteit, een florerende economie in vrijetijdslandschappen en maatschappelijk welzijn.

²⁸ Handreiking Recreatie, Recreatieschap Drenthe (2012)

Lef hebben en keuzes maken

Ook in onze gemeente is overaanbod gebleken. Daarom moeten keuzes worden gemaakt en worden ingezet op de eigen recreatieondernemers. De gemeente biedt de eigen recreatieondernemers kansen voor het verbeteren van de kwaliteit en om te experimenteren. De gemeente werkt mee aan het ondernemingsdossier (zie hieronder) en vermindert daarmee de regeldruk. En, indien gewenst, denkt de gemeente actief mee met de plannen van een ondernemer.

De gemeente ondersteunt nieuwe initiatieven in de verblijfsrecreatie (bijvoorbeeld bijzondere vormen van overnachting en groepsaccommodaties) wanneer ze van toegevoegde waarde zijn voor het huidige vrijetijdsproduct. Meer van hetzelfde doet afbreuk aan het aanbod van de eigen ondernemers, ook voor kleinschalige verblijfsrecreatie (zoals Bed&Breakfast en minicampings). In de uitvoeringsnota worden oplossingen opgenomen om vraag en aanbod binnen deze sector weer in balans te brengen.

Kwaliteitsverbetering

Het is van belang dat recreatiebedrijven kunnen blijven inspelen op de veranderende wensen van gasten. Continue kwaliteitsverbetering van voorzieningen en standplaatsen is noodzakelijk. Dit kan gepaard gaan met uitbreiding in oppervlakte en het aantal standplaatsen, nieuwe (centrale) voorzieningen en andere, bijzondere vormen van recreatief nachtverblijf of in duurzaamheid. De gemeente biedt ruimte aan passievolle ondernemers die willen investeren.

De gemeente als partner

De gemeente juicht kwaliteitsimpulsen en vernieuwing toe en is daarin graag partner. Dit betekent dat ondernemers in een vroeg stadium van de planvorming contact op kunnen nemen met de gemeente, zodat samen de mogelijkheden kunnen worden verkend. De gemeente kijkt binnen de bestaande kaders vanuit kansen (de "ja, mits"-insteek).

Experimenteerruimte

Goed ondernemerschap moet worden beloond met ondernemingsruimte, met experimenteerruimte. Ondernemers met creatieve ideeën en concepten waarvoor meestal (nog) geen ruimte voor in het geldende bestemmingsplan is, kunnen toch aan de slag, bijvoorbeeld met een bijzondere vorm van verblijf. De gemeente biedt ondernemers experimenteerruimte op kampeerterrinen, met een maximum van 20% van het bestaande bestemmingsoppervlak, tot maximaal één hectare.

Oppervlakte zomerhuizen op bedrijfsmatig geëxploiteerde terreinen

Het is van belang dat recreatiebedrijven kunnen blijven voldoen aan de veranderende wensen van gasten. Een deel van het aanbod is gedateerd en voldoet niet meer (voldoende) aan de huidige wensen van gasten. Daarnaast is er een wens voor meer luxe voorzieningen en bijvoorbeeld voorzieningen voor grotere groepen.

Door de oppervlakte van zomerhuizen op bedrijfsmatig geëxploiteerde terreinen te verhogen van tachtig naar honderd vierkante meter kunnen passievolle ondernemers inzetten op verbreding en verbijzondering van het verblijfsrecreatieve product. Tegelijkertijd bereiken we een kwaliteitsverbetering en wordt ingesprongen op de trend om met grotere groepen op vakantie te gaan (grootouders, kind, kleinkindvakanties).

Zwaarder is lichter principe

Door marktontwikkelingen kan het zijn dat een ondernemer besluit in te spelen op lichtere vormen van verblijfsrecreatie. Door het 'Zwaarder-is-lichter-principe' kan een ondernemer recreatiewoningen vervangen door een kampeerterrin of een vorm van bijzonder overnachten.

Ondernemingsdossier

Het Ondernemingsdossier is een instrument van de rijksoverheid om het voor ondernemers op het gebied van wet-, regelgeving en handhaving om het ondernemers makkelijker te maken te ondernemen. Met het Ondernemingsdossier wordt het digitaal informatie uitwisselen tussen ondernemers en overheid makkelijker, transparanter en kostenefficiënter. Noordenveld is in januari 2013, als eerste Drentse gemeente, gestart met zeven recreatieondernemers, de Noordenveldse

horeca en de Kunststof- en Rubberindustrie. De bedoeling is de pilot uit te breiden naar alle recreatie- en horecaondernemers in de gemeente.

Gelijk speelveld

De gemeente wil zorgen dat binnen de vastgestelde randvoorwaarden een gelijk speelveld voor de sector word gecreëerd. Dit wil de gemeente realiseren door:

- wet- en regelgeving voor iedereen op dezelfde wijze wordt toegepast (hier is een grote rol weggelegd voor het Rijk);
- er per definitie wordt gehandhaafd op basis van geldende wet- en regelgeving;
- ieder bedrijf die tegen vergoeding laat overnachten toeristenbelasting in haar prijsstelling, conform het tarief van de gemeente, dient op te nemen en af te dragen.

Kwaliteitsteam Natuurlijke Recreatie

Sinds 2009 is het Kwaliteitsteam Natuurlijke Recreatie actief in Drenthe. Het Kwaliteitsteam adviseert gemeenten en ondernemers bij het ontwikkelen van plannen gericht op het verbeteren van het toeristisch bedrijf in samenhang met natuur en landschap. Zo kan in een vroegtijdig stadium worden verkend wat kansrijke ontwikkelingsrichtingen zijn. Indien nodig schakelt de gemeente het Kwaliteitsteam Natuurlijke Recreatie in.

Verblijfsrecreatie in het Leekstermeergebied

Vanwege de kwetsbaarheid van het Leekstermeergebied is in 2010 het "Ruimtelijk ontwikkelingskader voor verblijfsrecreatie in het Leekstermeergebied" ontwikkeld in samenwerking met betrokkenen. Uitgangspunt is: "Bedrijfsontwikkeling in de sector recreatie in het Leekstermeergebied leidt tot versterking van de rendementspositie van bedrijven en draagt bij aan de verbetering van natuur en landschap." Dit uitgangspunt is vertaald in een aantal criteria, waarmee bij ruimtelijke planontwikkeling rekening moet worden gehouden.

Camperplaatsen

De gemeente juicht het bieden van camperplaatsen bij ondernemers toe. Het bieden van overnachtingplaatsen voor campers is bij uitstek een zaak voor ondernemers en geen gemeentelijke taak. Onder andere omdat veel ondernemers al faciliteiten voor deze specifieke doelgroep hebben.

Privatisering gemeentelijke kampeerterreinen

De gemeente is in het bezit van de grond van twee kampeerterreinen, te weten camping Ot en Sien in Roden en camping Molenduin in Norg. De gemeenteraad ziet geen taak meer in gemeentelijke kampeerterreinen en gaat over tot privatisering met integrale handhaving van de (verblijfs)recreatieve functie.

Zomerhuisterreinen

In onze gemeente is permanente bewoning van recreatiewoningen, volgens de geldende bestemmingsplannen, niet toegestaan. Permanente bewoning is een ongewenste ontwikkeling, waardoor onder andere de economische spin-off afneemt voor de lokale middenstand.


Bij het vaststellen van het bestemmingsplan Norgerduinen is door het college aan de gemeenteraad toegezegd om een traject in te zetten rond de verbetering van 'de omgeving Oosterduinen'. Daarom zijn er in het najaar van 2012 bijeenkomsten georganiseerd met de thema's veiligheid & criminaliteit en recreatie & natuurontwikkeling. Acties die voortvloeien uit deze bijeenkomsten dragen bij aan de kwaliteitsverbetering. Wanneer blijkt dat uit deze bijeenkomsten acties komen met een relatie tot recreatie en toerisme, dan worden deze meegenomen in de uitvoeringsnota.

Stap 5 – Delen en vermenigvuldigen

In deze stap willen we de gast terughalen naar de Kop van Drenthe.

Dit bereiken we door:

- goed gastheerschap;
- samenwerken;
- monitoren van de behoefte en de waardering van de gast;
- inspelen op de steeds veranderende wensen van de recreant;
- formuleren van vraaggericht beleid;
- monitoren van het beleid.



De gast komt
terug in de Kop
van Drenthe

Hier ligt een taak voor de gemeente en voor de partners in de vrijetijdsketen. Als gemeente kunnen we faciliteren door beleid zodanig op te stellen en desgewenst bij te stellen en kan worden ingesprongen op de wens van de toerist en recreant. Monitoren hoeveel gasten onze gemeente ontvangt, hoeveel dit oplevert en waar de wensen en behoeften van de bezoeker liggen (trends en ontwikkelingen) is eveneens van belang. Dit kunnen we doen in samenwerking met onze partners zoals het Recreatieschap, Marketing Drenthe en de provincie Drenthe.

De vrijetijdssector zelf heeft de grootste invloed op deze stap. De gemeente kan veel faciliteren, maar de sector zelf is aan zet. Juist door bijvoorbeeld in te springen op trends en ontwikkelingen, door de behoefte van de gast nauw in de gaten te houden en te monitoren. Samenwerken is het sleutelwoord tot succes. Juist door samen te werken in de vrijetijdsketen en door gastheerschap, wordt de gast geactiveerd om terug te komen. Door samen te werken kan immers telkens een nieuw programma worden aangeboden. Door gastheerschap voelt de gast zich welkom en wordt aangemoedigd om terug te komen of wordt zelf ambassadeur voor het gebied.

Wel moet op dit vlak nog veel werk worden verzet om de hele vrijetijdsketen bewust te maken van de noodzaak om samen te werken. Samen staan we immers sterker!

7. Beleidsuitgangspunten

Om de ambities te kunnen realiseren is het essentieel keuzes te maken en de beleidsuitgangspunten te formuleren. Deze beleidsuitgangspunten zijn opgenomen:

1. We zetten in op de uitbundig gele, gezellig lime en ingetogen aqua belevingswerelden. Initiatieven voor andere belevingswerelden sluiten we niet uit, als deze initiatieven van toegevoegde waarde zijn op het huidige vrijetijdsproduct.
2. Ook in onze gemeente hebben we te maken met overaanbod in de verblijfsrecreatie. We bieden daarom ruimte aan onze huidige ondernemers en we ondersteunen nieuwe initiatieven in de verblijfsrecreatie alleen wanneer er een toegevoegde waarde is voor het huidige vrijetijdsproduct. Meer van hetzelfde doet afbreuk aan het aanbod van onze eigen ondernemers.
3. Binnen de vastgestelde randvoorwaarden (wet- en regelgeving) wordt een gelijk speelveld voor de sector gecreëerd.
4. Camperplaatsen beheren is geen gemeentelijke kerntaak. Camperplaatsen worden aangeboden door ondernemers.
5. Permanente bewoning van recreatiewoningen is en blijft niet toegestaan.
6. Een aantrekkelijk en beleefbaar vrijetijdslandschap maakt de gemeente tot een leefbare woon- en werkregio.
7. De kernkwaliteit 'veelzijdig landschap' is ons visitekaartje voor de toerist en recreant. Het is tevens de leefomgeving van onze inwoners. Het prachtige decor dient in stand te worden gehouden, beheerd en onderhouden. (Berm)onderhoud en het schoon en toegankelijk houden van fiets- en wandelpaden dragen bij aan de beleefbaarheid van de openbare ruimte.
8. De vrijetijdseconomie kent geen grenzen. Samenwerking moet in de gehele vrijetijdsketen worden gestimuleerd, vanuit de Stichting Kop van Drenthe en over de gemeentegrens. Bovenregionaal- en internationaal niveau samenwerken is een kans.
9. De samenwerking en afstemming tussen Marketing Drenthe, Tourist Info Drenthe, Stichting Internetplatform Drenthe, Recreatieschap Drenthe, Stichting Kop van Drenthe en alle andere lokale organisaties in de vrijetijdssector moet beter.
10. Marketing Drenthe zet Drenthe op de kaart en Stichting de Kop van Drenthe vermarkt het vrijetijdsproduct Kop van Drenthe en zoekt hierbij aansluiting bij de stijl van Drenthe.nl.
11. Wij blijven toeristenbelasting heffen volgens de Drentse afspraken die worden gemaakt via het Recreatieschap Drenthe. Nieuwe vormen van toeristenbelasting sluiten wij niet uit. Samen met de vrijetijdsketen gaan we op zoek naar nieuwe financieringsmodellen om de toeristische infrastructuur en daarmee de gastvrijheid te waarborgen.
12. De beleidsuitgangspunten worden, indien van toepassing, vertaald in bestemmingsplannen.

8. Het vervolg - Acties

Actie is vereist om het vrijetijdsproduct te versterken voor toerist, recreant en inwoner. De acties worden uitgewerkt in de nog op te stellen Uitvoeringsnota met financiële paragraaf. De acties worden uitgevoerd door of in samenwerking met de betrokken organisaties en de vrijetijdsketen.

Per actie is aangegeven voor welke uitvoerende partijen wij een rol zien in de uitvoering en de bijbehorende prioriteit. De prioriteitenlijst is tot stand gekomen op basis van het interactieve proces en in afstemming met de externe begeleidingscommissie.

Acties	Wij zien een rol in de uitvoering voor	Prioriteit
<p>1. Stichting Kop van Drenthe is verantwoordelijk voor de promotie van het vrijetijdsproduct Kop van Drenthe, informatieverstrekking (Tourist Info's en digitaal), productontwikkeling en het bevorderen van onderlinge samenwerking. De promotie van de Kop van Drenthe sluit aan op de stijl van drenthe.nl.</p> <p>Om het vrijetijdsproduct Kop van Drenthe professioneel te kunnen vermarkten heeft Stichting Kop van Drenthe een professionele kracht nodig.</p> <p>Stichting Kop van Drenthe is, in uitvoerende zin, verantwoordelijk voor de lokale toeristische informatievoorziening en draagt zorg voor de kwaliteitsverbetering van de Tourist Info's.</p>	Stichting Kop van Drenthe	1
<p>2. Investeren in de samenwerking in de vrijetijdsketen. Het maken van verbindingen in de vrijetijdsketen is essentieel voor (nieuwe) productmarktcombinaties (PMC's). Gezamenlijke arrangementen stimuleren een langer verblijf en herhaalbezoek.</p>	Stichting Kop van Drenthe Vrijetijdsketen	1
<p>3. Investeren in routegebonden recreatie (o.a. fietsen, wandelen, paardrijden) door het samenbrengen, het ontwikkelen van nieuwe (thematische) routes voor nieuwe doelgroepen en het digitaal ontsluiten van routes.</p>	Stichting Kop van Drenthe Terreinbeherende instanties Recreatieschap Drenthe	1
<p>4. Onderzoeken in hoeverre de gemeente de digitale bereikbaarheid kan stimuleren.</p>	gemeente Noordenveld, Recreatieschap Drenthe	1
<p>5. Aandacht besteden aan de toeristische bereikbaarheid in relatie tot het transferium in Hoogkerk, Toeristische Overstap Punten en de toeristische ontsluiting van verblijfsaccommodaties en dagattracties.</p>	Gemeente Noordenveld Stichting Kop van Drenthe	3
<p>6. Trekken van bezoekers van de Vrijbouter naar het centrum van Roden.</p>	De vrijetijdsketen	3
<p>7. Investeren in digitale informatievoorziening, naast uniforme fysieke recreatieve objectbewegwijzering in de vorm van een gezamenlijke website, apps, social media en een</p>	Stichting Kop van Drenthe Gemeente	Digitaal 1 Fysiek

evenementenkalender.	Noordenveld	3
8. Ambassadeurschap omarmen als marketinginstrument.	Stichting Kop van Drenthe	3
9. Bundelen en (door)vertellen van regionale beeldverhalen, zodat de regio meer beleefbaar wordt. De verhalen zijn een trend en kapstukken voor kansrijke productmarktcombinaties.	Stichting Kop van Drenthe Vrijtijdsketen	2
10. Bevorderen van het gebruik van de leefstijlen en de belevingswerelden als handvat voor ondernemers.	Stichting Kop van Drenthe Vrijtijdsketen	2
11. Zoeken naar meer mogelijkheden voor sportieve recreatie in natuurgebieden, in samenwerking met de terreinbeherende instanties. Zo wordt de natuur beter beleefbaar en toegankelijker, wordt beweging bevorderd en wordt het routegebonden product uitgebreid.	Gemeente Noordenveld Terreinbeherende instanties Stichting Kop van Drenthe	3
12. Bevorderen van samenwerking in de vrijtijdsketen en de beleefbaarheid van de Kop van Drenthe. Een vitaal platteland, evenementen en kunst & cultuur leveren een belangrijke bijdrage aan het vrijetijdsproducten.	Gemeente Noordenveld Vrijtijdsketen Stichting Kop van Drenthe	3
13. Blijven streven naar vermelding van de Maatschappij van Weldadigheid op de UNESCO Werelderfgoedlijst in 2018. Dit biedt kansen voor de vrijetijdseconomie in de hele regio.	Gemeente Noordenveld VCT Koloniën van Weldadigheid	1
14. Zuinig omgaan met de natuur en de beschikbare bronnen is van belang. Gastheerschap speelt hierbij een belangrijke rol.	Gemeente Noordenveld Vrijtijdsketen	3
15. Aandacht hebben en houden voor seizoensverlenging en kwaliteitsverbetering en open staan voor plannen van ondernemers die daaraan een bijdrage leveren.	Gemeente Noordenveld Vrijtijdsketen	1
16. Zoeken naar oplossingen om de vraag en het aanbod in de verblijfsrecreatieve sector weer in balans te brengen.	Gemeente Noordenveld Verblijfsrecreatieve sector	3
17. Ruimte geven aan passievolle ondernemers om te ondernemen door:		
- door als gemeente partner te zijn op het moment dat een ondernemer plannen heeft. Ondernemers kunnen bij plannen in een vroeg stadium contact opnemen met de bedrijfscontactfunctionaris van de gemeente. De mogelijkheden worden samen verkend, waarbij wordt geredeneerd vanuit kansen (het ja-mits principe).	Gemeente Noordenveld Vrijtijdsketen	1

- experimenteerruimte voor kampeerterrinen op te nemen in bestemmingsplannen met een maximum van 20% van het bestaande bestemmingsoppervlak (maximaal 1 hectare).	Gemeente Noordenveld	1
- Verhogen van de oppervlakte van zomerhuizen van 80 naar 100 vierkante meter op bedrijfsmatig geëxploiteerde terreinen.	Gemeente Noordenveld	1
- mee te werken aan het Ondernemingsdossier.	Ondernemers Gemeente Noordenveld	1
- het Kwaliteitsteam Natuurlijke Recreatie Drenthe indien nodig inschakelen.	Gemeente Noordenveld Recreatieschap Drenthe Verblijfsrecreatieve ondernemers	2
- het zwaarder is lichterprincipe, waardoor een ondernemer kan inspelen op lichtere vormen van verblijfsrecreatie.	Gemeente Noordenveld	1
18. Privatiseren van de gemeentelijke kampeerterrinen met als uitgangspunt handhaven van de (verblijfs)recreatieve functie.	Gemeente Noordenveld	1
19. Monitoren, evalueren en tijdig bijstellen van beleid wanneer de markt hier om vraagt.	Gemeente Noordenveld Vrijetijdsketen Stichting Kop van Drenthe Provincie Drenthe Recreatieschap	2

Bijlagen

Bijlage 1 – Participatie en communicatie

Deze nota is interactief samengesteld met de partners en sectoren in de vrijetijdsketen. Het participatie en communicatietraject is vormgegeven op participatieniveau 3: samenwerken²⁹.

Datum	Middel	Communicatie
24 mei 2012	Eerste externe begeleidingscommissie	Brief Email Participatie Plein Noordenveld
19/20 juni 2012	Gesprekken met sleutelfiguren 4 bijeenkomsten met de thema's: <ul style="list-style-type: none"> - toeristische infrastructuur - dagrecreatie - verblijfsrecreatie - marketing 28 deelnemers	Brief Email
10 september 2012	Bijeenkomst "Natuurlijk samen re-creëren" 58 deelnemers	Uitnodiging per post en email Publicatie gemeentepagina in huis aan huisbladen Publicatie op gemeentelijke website Social media (LinkedIn en Twitter) Participatieplein Noordenveld
1 oktober 2012	Eerste interne begeleidingscommissie	Email Participatieplein Noordenveld
16 oktober 2012	Tweede externe begeleidingscommissie	Email Participatieplein Noordenveld
29 oktober 2012	Workshop toeristische infrastructuur 18 deelnemers	Uitnodiging per post Uitnodiging per email
31 oktober 2012	Workshop dagrecreatie 21 deelnemers	Publicatie gemeentepagina in huis aan huisbladen
5 november 2012	Workshop verblijfsrecreatie 22 deelnemers	Publicatie op gemeentelijke website Social media (LinkedIn en Twitter)
8 november 2012	Workshop marketing 27 deelnemers	Participatieplein Noordenveld
12 december 2012	Derde externe begeleidingscommissie	Email Participatieplein Noordenveld
10 januari 2013	Tweede interne begeleidingscommissie	Email Participatieplein Noordenveld
16 januari 2013	Vierde externe begeleidingscommissie	Email Participatieplein Noordenveld
28 februari 2013	Vijfde externe begeleidingscommissie	Email Participatieplein Noordenveld

²⁹ Noordenveld 2.0, Participatie en Communicatie in de gemeente Noordenveld (2012)

Bijlage 2. Koppeling beleidskaders

Diverse nota's zijn van invloed op de vrijetijdsketen in de gemeente. Bij het opstellen van de Recreatiebeleidsnota zijn koppelingen gezocht met de volgende beleidskaders, programma's, wet- en regelgeving:

- Rijks- en provinciale wet- en regelgeving
- Bestuursprogramma 2010-2014 'Samen de schouders eronder' (2010)
- Visie Noordenveld 2025 'Natuurlijk samen' (2011)
- Noordenveld 2.0, Participatie en Communicatie in de gemeente Noordenveld (2012)
- Kampeerbeleid gemeente Noordenveld (2007)
- Beleidskader Bed & Breakfast voorzieningen (2010)
- Beleidsnota Sport en Bewegen 2010-2019
- Kader Cultuur 2009-2014 'Cultuur bloeit in Noordenveld'
- Brinkenplan (2009)
- Bosbeheerplan 2008-2018
- Landschapsbeleidsplan (2002)
- Waterplan 'Noordenveld leeft met water' (2005)
- IGS Leek Roden (2009)
- Beleidsplan recreatie en toerisme, gemeente Norg (1994)
- Beleidsplan recreatie en toerisme, gemeenten Roden en Peize (1995)
- 'Veenhuizen: Anders dan anders', Visie Recreatie en Toerisme (2006) en 'Vitaal Veenhuizen', productontwikkelingsprogramma 2008-2012 van de St. Veenhuizen Cultuur & Toerisme (2008)
- Recreatieve Ontwikkelingsvisie Leekstermeer e.o. (2000)
- Ontwikkelingsvisie Ruimte voor het Leekstermeer (2009)
- Ruimtelijk ontwikkelingskader voor de verblijfsrecreatie in het Leekstermeergebied (2011)
- Uitvoeringsnota inzake het gebruik van recreatiebungalows, gemeente Norg (1995)
- Notitie Permanente bewoning Recreatieverblijven (2005)
- Plan van aanpak permanente bewoning recreatiewoningen (2009)
- Regiovisie Groningen-Assen. Ambitiedocument Regiopark, Mooi, mooier, mooist (2011)

Bijlage 3. Toeristenbelasting

De gemeente Noordenveld is transparant. Daarom maken wij inzichtelijk hoe we onze middelen inzetten ten behoeve van de toeristisch-recreatieve sector.

In 2011 ontving de gemeente 186.000 euro toeristenbelasting. De inkomsten toeristenbelasting komen ten goede aan:

Structureel (2013)	
Stichting Kop van Drenthe	10% van de toeristenbelasting
Recreatieschap Drenthe	€ 53.000
Subsidiëring Tourist Info's (Drenthe en lokale TIP's)	€ 25.500
Subsidies en overige bijdragen projecten	€ 9.500
Beleidsmedewerker Recreatie en Toerisme	€ 50.000
Onderhoud fietspaden, schelpenpaden, routes	€ 63.000
Onderhoud objectbewegwijzering en paddestoelen	€ 5.100
Projectsubsidie	
Veenhuizen, Kolonie in Beeld en werken aan Veenhuizen, UNESCO	€ PM
Totaalpakket De Onlanden (recreatieve maatregelen)	€ PM