

MERKVERHAAL EN
MERKACTIVATIEPLAN

Hondsrug
Drenthe

Introductie

Voor u liggen het merkverhaal en het merkactivatieplan voor Hondsrug Drenthe. Het activatieplan is de afgelopen weken samen met een brede groep stakeholders opgesteld met het eerder ontwikkelde merkverhaal als vertrekpunt. Het merkverhaal van Hondsrug Drenthe is afgeleid van het merk Drenthe. In het activatieplan laten we zien dat de kennis en expertise van alle betrokkene ervoor zorgen dat alle merkverhalen binnen Drenthe elkaar versterken. Dit geldt zowel voor de samenwerking met Marketing Drenthe als trekker van bezoekers naar de hele provincie en ook naar Hondsrug Drenthe, als voor alle stakeholders op de Hondsrug die via dit activatieplan meer én intensiever gaan samenwerken aan de gestelde toeristisch-recreatieve doelen.

In het activatieplan hebben we onze doelen gesteld op 2025. Komend jaar 2021 is daarbij het jaar van het 'verstevigen van de basis'. Het linken naar, duidelijkheid scheppen en waar nodig versterken en keuzes maken van al het moois dat al aanwezig is bij de diverse partners. Afhankelijk van de voortgang, die we onder leiding van Team Hondsrug Drenthe met elkaar zullen volgen, nemen we in 2022 en verder, vervolgacties richting onze ambitie. Zodat meer bezoekers, bewoners en bedrijven het unieke van Hondsrug Drenthe in de volle breedte ervaren!

Dank aan allen die hun bijdrage hebben geleverd en op naar de uitvoering!

Mede-ontwikkelaars activatieplan

- Team Hondsrug Drenthe:
 - Edith Scholte (Gemeente Aa en Hunze)
 - Daniëlle van der Ark (Stichting Marketing Regio Emmen)
 - Amina Schilperoort (Stichting Bestemming Borger-Odoorn)
 - Jos Kasten (Stichting ToReCo)
 - Bea Venema (Tourist Info Emmen)
- Ton Lammers – Gemeente Aa en Hunze
- Dirkjan Haan – Gemeente Borger-Odoorn
- Wilma Terburg – Gemeente Coevorden
- Martijn Harms – Staatsbosbeheer
- Harrie Wolters – Hunebedcentrum
- Yvonne Cornax - Marketing Drenthe
- Cathrien Posthumus en Liesbeth Simon – UNESCO Geopark Hondsrug
- Erwin Wielens – Restaurant en Zalencentrum Wielens Sleen
- Laurens Meijer – Ondernemersvereniging Emmen Vlinderstad
- Jan Middag – Stichting Het Drentse Veenland
- Paulien Zomer - Drents Landschap
- Pieter Jelle Hoogsteen - Hotel Bieze/ Restaurant Vlint
- Bert de Groot – Centerparcs, Parc Sandur
- Froukje Bruins - Drouwenerzand
- Harrie Keuter – Veenpark
- Daniëlle Idema – Hunebed Highway
- Jan Tiesing – Fletcher Hotel Emmen
- Marieanna Snijders – Boerhaarshoeve
- Kees Goense - Het Drentse Goed
- Richard van der Hulst – Mooiplekkie.nl & Toeplah
- Bianca Grote Beverborg – Kiemkr8cht

het verhaal van Hondsrug Drenthe

Hondsrug Drenthe, een tijdloze ontdekking

Avontuurlijk ingesteld en dol op unieke verhalen? Je beleeft ze op de Hondsrug! Een authentiek gebied in Drenthe, Oerprovincie van Nederland. Hondsrug Drenthe heeft een indrukwekkende geschiedenis, ongerepte natuur én er is voor iedereen wat te doen.

De Hondsrug is 150.000 jaar geleden ontstaan. Ons landschap is zo stoer en het hoogste van Drenthe. Hier vind je de verhalen over de mensen van toen. Van latere tijden vind je nog karrensporen. En middeleeuwse brinkdorpen.

De ongerepte natuur en verschillende landschappen vervelen nooit, dus trek erop uit! Ontdek mysterieuze plekjes in de veen- en zandgebieden. Verwonder je over de vele hunebedden langs de Hunebed Highway. Bezoek een schaapskooi met zijn herder. Rij in een huifkar en spot eeuwenoude karrensporen. Loop tussen de boomtoppen over het Boomkroonpad. Of stap in een kano op de rivier de Hunze. Kijkje in de toekomst? Bezoek het LOFAR-gebied. Meer over het gebied leer je in het UNESCO Global Geopark.

Je kunt hier heerlijk wandelen, paardrijden en hardlopen. En fietsen natuurlijk. Zoek vooraf een mooie route uit op je telefoon of gebruik het fietsknooppuntensysteem. Avontuurlijk aangelegd? Bezoek de dierentuin of een waterpark. Plof je daarna op een terras voor een heerlijke kop koffie met een stuk taart.

En er is nog zoveel meer te doen! Neem eens een kijkje in Coevorden, de oudste stad van Drenthe met het enige kasteel in de provincie. Ga lekker shoppen in Emmen, met het grootste overdekte winkelcentrum van Noord-Nederland. Of bezoek een van de festivals die hier regelmatig plaatsvinden.

Of je nou een dagje langskomt of blijft overnachten op een bijzondere locatie: je wordt met open armen ontvangen door onze gastvrije ondernemers.

Merkhuis Hondsrug Drenthe, een tijdloze ontdekking

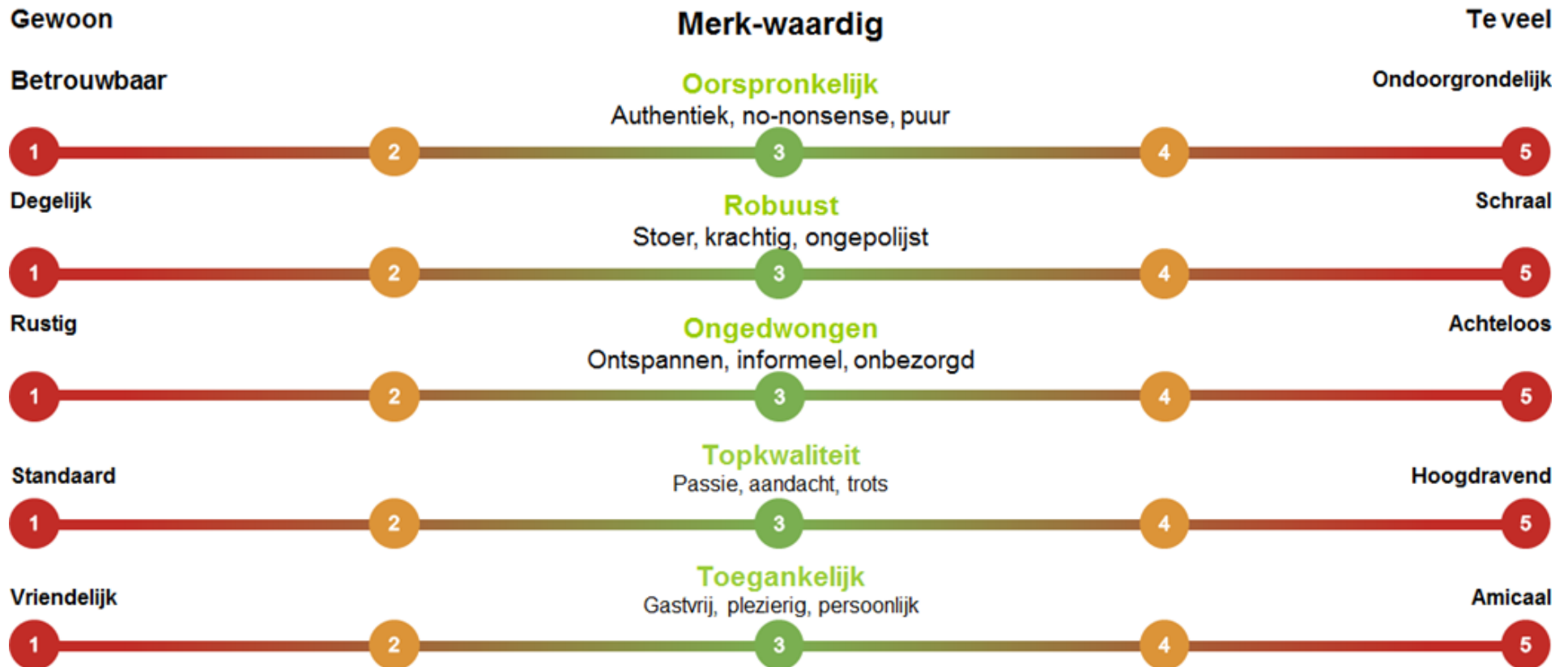


Het merkhuis van Hondsrug Drenthe kent een duidelijke link met de positionering van Drenthe als oerprovincie van Nederland. De overtuiging van ons merk is dat mensen een échte beleving willen. Authentiek, aantrekkelijk, en passend bij Hondsrug Drenthe.

De belofte van Hondsrug Drenthe is 'een tijdloze ontdekking'. Bij ons word je echt onderdeel van de 'tijd': de historie, het heden en de toekomst. Je ontdekt dingen die je nog niet wist en begrijpt iets van de unieke aspecten van het gebied, hoe het zo gekomen is en hoe het verder ontwikkelt.

De waarden ofwel HOE we de dingen doen op Hondsrug Drenthe zijn ongedwongen, robuust en oorspronkelijk (echte Drentse waarden) maar ook toegankelijk en van topkwaliteit.

Waardenmeetlat Hondsrug Drenthe: dit willen we zijn en laten zien



Drenthe

**HONDSRUG
DRENTHE**

Merkeactivatieplan

De methode

In lijn met andere activatieplannen in de provincie hebben we gewerkt met de OGSM methode, ofwel 'plan op één A4'. Voordeel hierbij is dat het compact is en dat je in één oogopslag de doelen, de belangrijke keuzes en de concrete acties ziet, in duidelijke verbinding met elkaar. Hierbij een korte uitleg van de verschillende elementen:

- Objective 2025: is de overall doelstelling plus de belangrijkste hefboom van het plan om deze te bereiken. DOEL door DOEN.
- Goals 2025: hoe meten we of we succesvol zijn? De cijfers achter de Objective.
- Strategieën 2021 – 2025: aan welke belangrijke knoppen gaan we draaien en wat is de belangrijkste keuze hierin. DOEL door DOEN.
- Dashboard 2021: welke voortgang wil je behaald hebben op de betreffende strategie in 2021.
- Actieplan 2021: welke concrete acties gaan we uitvoeren en wie is / zijn de trekkers.

Het plan op één A4 is te lezen in de volgende sheet. In verband met de leesbaarheid is deze ook nog apart bijgevoegd.

OBJECTIVE 2025: Meer bezoekers, bewoners en bedrijven ervaren het unieke van Hondsrug Drenthe

DOOR ons aanbod en onze verhalen in de volle breedte te communiceren en tot leven te brengen

GOALS 2025	STRATEGIEEN 2021 – 2025	DASHBOARD 2021	ACTIEPLAN 2021 trekkers)
------------	-------------------------	----------------	--------------------------

Meer bezoekers, bewoners en bedrijven
ervaren het unieke van Hondsrug Drenthe

- › Bezoekers aantallen binnen te kiezen doelgroepen
- › Uitgaven per bezoek
- › Tevredenheid / positieve reviews
- › Herhaalbezoek
- › Spreiding bezoekers over de seizoenen

- Ons aanbod en onze verhalen in de volle breedte te communiceren en tot leven te brengen.
- Verhalen en bijhorend aanbod staan goed in de etalage met duidelijke link naar elkaar en naar marketing & communicatie van Drenthe.
- Al het aanbod voldoet aan de merkwaarden, met focus op toegankelijk (qua informatie en fysiek) en topkwaliteit.

1. Communicatie (Daniëlle van der Ark)
Hondsrug Drenthe is een bekend en onlosmakelijk onderdeel van een bezoek aan Drenthe DOOR onze verhalen & communicatie met één gezicht naar buiten te brengen en logisch te linken aan de marketing van Drenthe.

2. Aanbod (Jos Kasten)
Hondsrug Drenthe heeft aantrekkelijk aanbod / activiteiten voor alle gekozen doelgroepen en verhaallijnen DOOR selectie van wat we in de etalage zetten en waar nodig verbeteren van de zichtbaarheid, toegankelijkheid en kwaliteit.

3. Spreiding (Edith Scholte)
Spreiding van bezoekers over het hele gebied DOOR het verbinden van wandel- en fietsknooppunten en het verder ontwikkelen van geselecteerde punten als ‘uitvalsbasis’. *Contactpersoon THD: Edith Scholte*

4. Ambassadeurs (Bea Venema)
Bewoners en ondernemers zijn trots op de regio en dragen dit actief uit DOOR hen op een laagdrempelige manier te betrekken bij het merkverhaal en bijbehorend aanbod

5. Samenwerking (Amina Schilperoort)
Efficiënte en effectieve lange termijn samenwerking binnen Hondsrug Drenthe DOOR inrichten juiste structuur, verbreden draagvlak en blijven aanjagen van het plan.

• Hondsrug Drenthe wordt gemakkelijk en aantrekkelijk gepresenteerd in alle uitingen: logica en eenduidigheid in merken, verhalen, kanalen, kalenders, etc.

• Aanbod & activiteiten duidelijk & actueel passend bij merk,verhaallijnen en doelgroepen

• Stappen gemaakt m.b.t. passende wandel- en fietsroutestructuur.
• Plannen voor transferia Hunebed Highway en centraal 'beleefpunt' boekt voortgang.

• Een groeiend aantal ondernemers is actief betrokken bij de promotie van Hondsrug Drenthe (en de uitvoering van dit plan).

• Tevredenheid groep m.b.t. samenwerking en voortgang op het plan

ACTIEPLAN 2021 trekkers)

- Waar nodig aanscherpen, uitwerken of verder ontwikkelen van de verhaallijnen gebruikt binnen het Geopark aangevuld met verhalen uit de verschillende gemeenten (Cathrien, Laurens & Daniëlle)
 - Ontwikkelen extra (video) content in Drenthe stijl, waar mogelijk gebruik makend van materiaal van het Geopark (Daniëlle & Yvonne)
- Verbeteren van de samenhang van de verschillende communicatiekanalen (URL's) om mensen naar de Hondsrug Drenthe te trekken inclusief besluit merknaam (Yvonne, Cathrien & Daniëlle)
- Hele klantreis bekijken en zorgen voor samenhang in kanalen en aanbod als bezoekers eenmaal hier zijn. (Edith, Yvonne)
- Bekijken en zorgen voor slimme vulling van activiteitenkalenders (welke activiteiten moeten waar), gebruik/ linken van sites en apps, gebruik van dezelfde techniek, gemakkelijke structuur van invullen etc. (Bea, Ingeborg, Yvonne)
- Doelgroepen en aanbod in kaart brengen op basis van verhaallijnen. Alles op tafel leggen en inventariseren met elkaar wat er al is, wat er wordt ontwikkeld en waar kansen liggen (Jos, Marieanna, Cathrien, Laurens & Wilma)
- Verder ontwikkelen aanbod voor bepaalde doelgroepen/wensen op basis van inventarisatie en mogelijkheden. Hierbij ook kijken naar nieuwe technieken om verhalen beleefbaar te maken (Bea, Amina, Cathrien, Laurens & Wilma)
- Ondernemers en TBO's motiveren om de activiteitenkalender beter in te vullen + bekijken hoe we ervoor kunnen zorgen dat ondernemers beter op de hoogte zijn van zaken die er in hun omgeving worden georganiseerd zodat ze hierop kunnen inspelen (bv via door het als punt op te nemen in de aanvraag gemeentelijke vergunning, of onderlinge nieuwsbrief / koppelen van nieuwsbrieven) (Jos, Erwin & Yvonne)
- Opstellen en delen van tips & inspiratie voor ondernemers m.b.t. het verwijzen naar elkaar (bv als je zelf gesloten bent) of het koppelen van aanbod in gezamenlijke arrangementen (Jos, Erwin & Yvonne)
- Balans aanbrengen in het kaartenaanbod. Wat is er aan materiaal en hoe kunnen we dit bundelen? (Bea, Amina, Froukje, Pieter-Jelle & Harrie)
- Met de verschillende gemeentes bepalen of/ hoe de wandel- en fietspaden door te trekken, verder ontwikkelen en verbinden van wandel- en fietsknooppunten. (Edith, Jos, Recreatieschap & Dirk-Jan)
- Check op onderhoud / verbreding van fietspaden waar nodig, inclusief aandachtspunt hoe om te gaan met e-choppers. (Edith, Jos, Recreatieschap & Dirk-Jan)
 - ATB/MTB routes doortrekken/ verder ontwikkelen met inachtneming van natuur en archeologische waarden (Jos, Recreatieschap, Martijn, Ton & Dirk-Jan)
- Ontwikkelen idee/ plan voor transferium-achtige plekken langs de Hunebed Highway. (Jan Tiesing, Jos, Cathrien, provincie, Hunebed Highway & recreatieschap)
- Ontwikkelen idee / plan voor een centraal Hondsrug Drenthe 'beleefpunt'; voorkeur om een bestaande locatie te upgraden, wellicht aansluiten bij ontwikkelingen Drentsche Aa. (Jos, Cathrien, Jan Tiesing, Richard & Harrie)
- Als mederschapsbureaus praktisch toepasbaar maken (korter, minder, draagvlak of twee typen cursussen aanbieden: uitgebreid voor bv gidsen en korter voor ondernemers en inwoners (Jos, André, Harrie, Pieter Jelle, Cathrien & Jan Middag)
- Ontwikkelen van factsheet-achtige informatie, bijv. in de vorm van een klein gidsje of kaart (Amina, Pieter Jelle, Richard, Harrie, Cathrien & Jan Middag)
- Regie Route op opvolging van de plan, analyse of samenwerking met Geopark en Drentsche Aa (Team Hondsrug Drenthe)
 - Presenteren van de voortgang van het plan op TRP dag in februari, draagvlak krijgen en vragen aan ondernemers om zich aan te sluiten (Team Hondsrug Drenthe)
 - Bestuurders (burgemeesters en wethouders) activeren / betrekken bij dit plan bv door hen vanuit de ondernemers uit te nodigen voor een 'rondje Hondsrug Drenthe' zodat ze zelf ervaren wat er al gebeurt. (Team Hondsrug Drenthe)
 - Waar mogelijk en nodig verankering in gemeentelijke plannen (Team Hondsrug Drenthe)



Toelichting Objective & Goals (1)

In 2025 willen we dat meer bezoekers, bewoners en bedrijven het unieke van Hondsrug Drenthe ervaren (DOEL) door ons aanbod en onze verhalen in de volle breedte te communiceren en tot leven te brengen (DOEN ofwel de grote hefboom van ons plan).

Keuzes:

- We richten ons in ons plan zowel op bezoekers als bewoners en bedrijven. Zonder de laatste twee kunnen we de eerste doelgroep ook niet de ervaring geven die we willen.
- Binnen de bezoekers richten we ons in ieder geval op de doelgroepen van Marketing Drenthe (uitleg en omschrijving van deze doelgroepen vindt u op www.leefstijlvinder.nl). Daarnaast willen we kijken of we als Hondsrug nog specifieke doelgroepen kunnen bedienen die we duidelijk herkennen in onze bezoekers.
- Het unieke van Hondsrug Drenthe is beschreven in ons merkhuis en merkverhaal. Dat is het gevoel cq. de ervaring die we willen geven aan de bezoeker. Alle betrokkenen willen we uitdagen om hun steentje bij te dragen aan het gezamenlijk creëren en uitdragen van deze ervaring. Een goede samenwerking is hierbij van essentieel belang.

Toelichting Objective & Goals (2)

De grote hefboom van het plan om ons doel te bereiken is om ons aanbod en verhalen in de volle breedte te communiceren en tot leven te brengen.

Deze hefboom is gebaseerd op de constatering dat er al enorm veel is aan unieke verhalen en aanbod, alleen is het vaak te versnipperd en onzichtbaar. Hier lijnen in aanbrengen, beter op elkaar afstemmen en gezamenlijk communiceren legt de basis in 2021 voor het verder ontwikkelen en tot leven brengen. Zoals eerder al genoemd is een goede samenwerking hierbij essentieel.

De goals/ meetpunten zullen in overleg met Marketing Drenthe verder worden bekeken en ingevuld. Wat kunnen we meten en wat is ook praktisch om te meten om te bepalen of we ons doel bereiken. We hebben hierbij gesproken over verschillende doelen zoals het vergroten van aantallen bezoekers binnen te kiezen doelgroepen, het vergroten van de bestedingen alsook een betere spreiding over de seizoenen.

Eerste inventarisatie 'highlights' van Hondsrug Drenthe

Om inzicht te krijgen in wat we als Hondsrug Drenthe in de etalage willen zetten is een snelle eerste inventarisatie gemaakt van de highlights van de regio. Uit dit gesprek kwamen drie typen highlights:

Highlights door het gebied heen passend bij ons verhaal en te bundelen in verhaallijnen:

- UNESCO Geopark (natuurhistorie van het gebied)
- Hunebedden, Hunebed Highway, Hunebed Centrum
- Cultuur historisch landschap: karresporen, verhaal van Van Gogh
- Bossen incl. Boomkroonpad
- Buitensport, outdoor activiteiten: wandelen/ fietsen/ mountainbiken/paardrijden
- Streekproducten (eten van het gebied)
- Kleine musea (cultuur van het gebied)

Highlights op een specifieke locatie, passend bij ons verhaal:

- Nationaal Park Drentsche Aa
- De Hunze
- Bargerveen
- LOFAR-gebied
- Brinkdorpen
- Geeserstroom

Algemene trekkers, niet specifiek passend bij ons verhaal maar wel te gebruiken want mensen komen hier sowieso al voor:

- Wildlands Adventure Zoo
- TT Circuit
- Drents museum
- Kamp Westerbork
-

Contactgegevens

Team Hondsrug Drenthe:

Amina Schilperoort; a.schilperoort@borger-odoorn.nl, 06 - 52 49 00 50

Bea Venema; b.venema@touristemma.nl, 06 - 46 76 69 02

Danielle van der Ark; d.vanderark@smre.nl, 06 - 46 23 02 86

Edith Scholte; escholte@aaenhunze.nl, 06 - 82 01 96 01

Jos Kasten; j.kasten@magischdrenthe.nl, 06 - 48 64 84 14

Marketing Drenthe:

Yvonne Cornax; yvonne.cornax@marketingdrenthe.nl, 06 - 53 80 93 60

New Growth Strategies:

Linda Rutten; linda.rutten@newgrowth-strategies.com, 06 - 53 21 02 87

Marloes Ploeg; marloes.ploeg@newgrowth-strategies.com, 06 - 30 23 50 05